

PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP SIKAP FOLLOWERS @DETIKCOM

Muhammad Rasendri Hadiano^{1*}, Riska Tyas Prahesti²

¹⁻² Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi InterStudi, Jakarta

*Corresponding email: ¹rasendri.hadiano@gmail.com, ²riskatyasprahesti@gmail.com

Abstrak : Pemberitaan pilot dan copilot batik air yang tertidur selama penerbangan Kendari-Jakarta pada 25 Januari 2024 di media sosial Instagram @detikcom menjadi fokus tema yang diambil dalam penelitian ini. Hal ini bermula saat pilot dan copilot maskapai batik air tersebut tertidur bersamaan ditengah menjalankan tugasnya. Komite Nasional Keselamatan Transportasi (KNKT) dengan segera melakukan investigasi kasus tersebut, yang kemudian keluaranya hasil investigasinya tersebut pada 27 Februari 2024. Kemudian Kementerian Perhubungan (Kemenhub) memberikan sanksi tegas kepada maskapai batik air tersebut pada tanggal 9 Maret 2024, yang menjadi awal mula pemicu kasus ini tersorot dalam media. Pemberitaan tersebut cukup membuat gempar masyarakat akan pemberitaan tersebut, selain itu dengan adanya pemberitaan tersebut timbul kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap maskapai batik air. Rumusan masalahnya yaitu, adakah pengaruh terpaan media sosial Instagram terhadap sikap Followers @detikcom ?. Adapun tujuan masalah pada penelitian ini yaitu memahami seberapa signifikan pengaruh terpaan media sosial instagram terkait pemberitaan pilot dan copilot batik air yang tertidur selama penerbangan kendari-jakarta pada 25 Januari 2024 terhadap sikap followers @detikcom. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode pengumpulan data kuesioner atau survei. Populasi yang diambil adalah followers Instagram @detikcom yaitu sebanyak 4,8 juta pengguna, sedangkan sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan kriteria memfollow akun Instagram @detikcom, dan berkomentar pada unggahan pemberitaan. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa Terpaan Media berpengaruh secara sedang terhadap Sikap Followers @detikcom.

Kata Kunci : Instagram, Komunikasi, *Public Relations*, Sikap, Terpaan Media

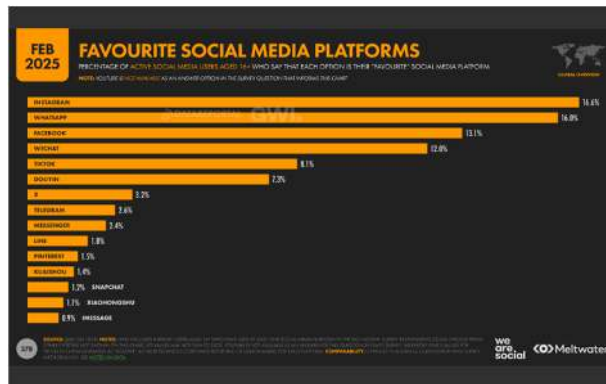
Abstract : The news coverage of the Batik Air pilot and co-pilot falling asleep during the Kendari-Jakarta flight on January 25, 2024, on the Instagram account @detikcom became the central theme of this study. This incident began when the Batik Air pilot and co-pilot fell asleep simultaneously while performing their duties. The National Transportation Safety Committee (KNKT) immediately conducted an investigation into the case, and the results of the investigation were released on February 27, 2024. The Ministry of Transportation (Kemenhub) then imposed strict sanctions on Batik Air on March 9, 2024, which triggered media attention to the case. The news caused a stir among the public and led to a decrease in trust toward Batik Air. The research formulation is: Is there an influence of media exposure on Instagram from @detikcom on the attitudes of @detikcom followers ?. The objective of this study is to understand how significant the influence of Instagram media exposure regarding the news of the Batik Air pilot and co-pilot falling asleep during the Kendari-Jakarta flight on January 25, 2024, is on the attitudes of @detikcom followers. This research uses a quantitative method with data collection through questionnaires or surveys. The population consists of 4.8 million followers of @detikcom, and a sample of 100 respondents was selected, with the criteria of following the Instagram account and commenting on the news post. Based on research findings, it was discovered that Media Exposure has a moderate influence on the Attitudes of @detikcom Followers.

Keyword : Attitude, Communication, Instagram, Media Exposure, *Public Relations*

PENDAHULUAN

Berkembangnya industri digitalisasi saat ini tentunya dapat menimbulkan berbagai pengaruh kepada para individu, baik pengaruh positif maupun negatif. Media massa menjadi salah satu media populer yang saat ini memberikan kemudahan kepada masyarakat sebagai sarana dalam berkomunikasi sehari-hari dan memudahkan untuk mengakses informasi yang dibutuhkan oleh khalayak. Tentunya dalam hal ini, Media massa memainkan peran yang signifikan dalam membentuk sebuah persepsi publik, menyebarkan informasi, menghibur, serta mempengaruhi perilaku masyarakat, dan media massa akan mengalami perubahan yang sangat signifikan dengan seiring berkembangnya teknologi digital. Disisi lain, dalam era digital saat ini keberagaman konten dan sumber informasi memungkinkan masyarakat untuk mengakses berita, opini, dan konten khusus yang memberikan perspektif yang lebih luas. *Public Relations* merupakan suatu peran penting dalam sebuah organisasi atau perusahaan yang

berperan dalam mengatasi berbagai macam pandangan publik akibat terpaan media yang disebarluaskan melalui konten pemberitaan di media sosial, hal tersebut menyebabkan kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap suatu organisasi atau perusahaan. Salah satu contohnya adalah konten pemberitaan terkait kasus Pilot dan Copilot Batik Air yang tertidur saat penerbangan Kendari menuju Jakarta pada 25 Januari 2024, yang diunggah sebanyak 3 kali pada media sosial Instagram @detikcom.



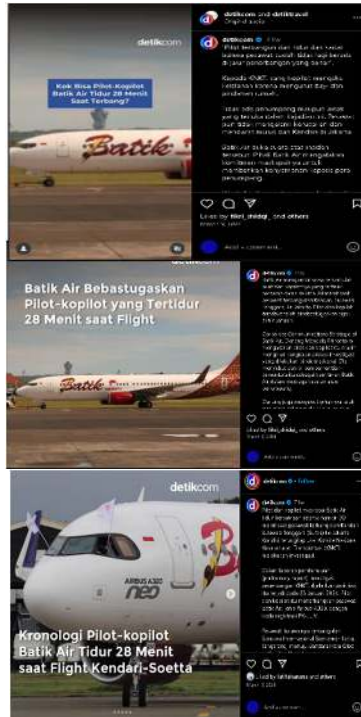
Gambar 1.1 Platform Media Sosial Favorit 2025
Sumber : We Are Social 2025

Instagram dijadikan sebagai objek pada penelitian ini didasarkan pada data statistik pada gambar diatas yang menandakan bahwa, Instagram merupakan platform media sosial favorit yang digunakan oleh seluruh masyarakat dunia. Berdasarkan data pada situs Napoleon Cat bahwa terdapat kurang lebih 90 juta orang di Indonesia menggunakan Instagram secara aktif pada Februari 2025. Media sosial Instagram bukan hanya digunakan oleh individu tetapi juga dapat dimanfaatkan oleh sebuah kelompok, komunitas, organisasi, perusahaan dan bahkan hingga pemerintah. (<https://napoleoncat.cobulm/stats/instagram-users-in-indonesia/2025/02/>)



Gambar 1.2 Profil Instagram @detikcom.

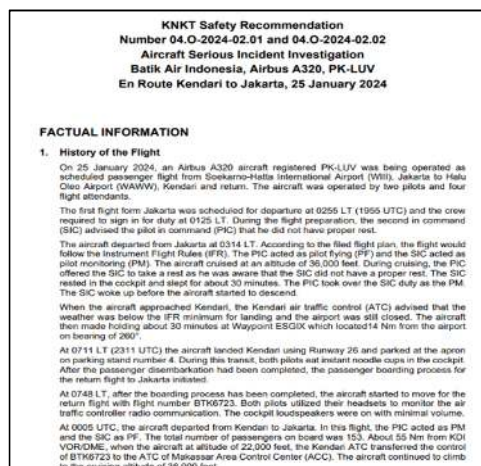
Detikcom bergabung di Instagram mulai pada bulan Oktober 2014, dengan jumlah followers pada saat ini mencapai 4,8 juta pengguna dan total postingan kurang lebih 60 ribu postingan di akun Instagram resmi @detikcom (Diambil pada 24 April 2025)



Gambar 1.3 Unggahan Pemberitaan pada Instagram @detikcom.

Berdasarkan keterangan pada unggahan di Instagram @detikcom diketahui bahwa pada 25 Januari 2024, sebuah pesawat Batik Air jenis Airbus A320, dengan kode registrasi PK-LUV, yang memiliki tujuan penerbangan dari Kendari Sulawesi Tenggara menuju Jakarta membawa sebanyak 153 penumpang. Ditengah melaksanakan tugasnya Pilot dan kopilot maskapai Batik Air tersebut tertidur bersamaan selama 28 menit saat pesawat terbang dari Kendari, Sulawesi Tenggara (Sultra) menuju Jakarta.

Pada 27 Februari 2024, Komite Nasional Keselamatan Transportasi (KNKT) pun turut menyelidiki kasus tersebut. Setelah ditemukan hasil penyelidikan Komite Nasional Keselamatan Transportasi (KNKT) mengungkapkan hasil penyelidikannya melalui surat laporan atas kejadian tertidurnya kedua pilot maskapai Batik Air tersebut. Dengan berdasarkan hasil laporan penyelidikan, ditemukan bahwa keduanya tertidur diduga akibat kelelahan.



Gambar 1.4. Surat Laporan Hasil Penyelidikan KNKT

Pada 9 Maret 2024 Direktorat Jenderal Kementerian Perhubungan Udara (DJPU), memberikan sanksi tegas dan akan melakukan penyelidikan lebih lanjut atas kasus tersebut. Pasca terjadinya peristiwa tersebut, Batik Air dengan segera mengambil tindakan preventif terkait kasus tersebut yaitu dengan membebastugaskan pilot dan copilot sejak akhir Januari 2024.



Gambar 1.5. Teguran keras Kemenhub Pada laman situs resminya
(<https://hubud.kemenhub.go.id/hubud/website/berita/4613>)

Akibat munculnya sanksi tegas yang diberikan oleh Kemenhub, media dengan segera menyoroti kasus tersebut salah satunya, melalui unggahan konten pemberitaan di media sosial Instagram @detikcom, hal tersebut menyebabkan kontroversi banyaknya komentar dari kalangan masyarakat yang kecewa akibat peristiwa tersebut dan sebagian masyarakat takut untuk menggunakan maskapai Batik Air sebagai maskapai pilihan untuk berpergian. Hal tersebut menuai komentar seperti dari @tetty.simamora "*Pelanggaran berat. Pecat gak sih. Sangat membahayakan. Takutnya dianggap wajar dan diikuti oleh pilot lainnya dari maskapai lainnya juga. Solusi lain management harus atur jadwal pilot bertugas gak mondar mandir biar ada istirahatnya*", kemudian @dwidawati "*Nyawa orang tuh yg dibawa...gmn ya tanggung jawab mereka...gaji besar...tapi nyawa dianggap mainan...*" dan dari @adl.emma "*ni baru penerbangan dalam negri sudah tidur 28 menit, apalagi penerbangan ke luar negri wow mengerikan sekali*".

Danang M Prihantoro, selaku Corporate Communications Strategic of Batik Air, menegaskan "Batik Air dengan komitmen kuat pada keamanan dan kenyamanan penumpang, menyampaikan berbagai langkah pengembangan standar operasional dan kinerja pilotnya. Menjadi prioritas terdepan, keselamatan sebagai nilai inti yang tidak dapat ditawar, menunjukkan dedikasi perusahaan untuk senantiasa memperkuat layanan penerbangan," Selain itu, dengan tindakan preventif yang dilakukan dengan sanksi membebastugaskan pilot penerbangan ID-6723 yang berangkat dari Kendari menuju bandara Jakarta. Menurut Danang, dengan adanya tindakan preventif yang dilakukan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan serius memperhatikan aspek keselamatan dan melakukan investigasi yang menyeluruh. (<https://news.detik.com> diakses pada 24 April 2025)

Dengan adanya pemberitaan tersebut, hal ini menimbulkan berbagai macam sikap followers sebagai pembaca berita di media sosial Instagram @detikcom, sehingga kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap maskapai Batik Air, meskipun bukan pengguna maskapai tersebut. Selain itu, berdasarkan data bahwa ditemukan followers @batikair memiliki sebanyak 350 ribu pengikut (diambil pada 15 Juli 2025). Sedangkan, Instagram @detikcom memiliki lebih banyak pengikut, dan memiliki lebih beragam konsumen atau pengguna maskapai penerbangan, sekaligus pembaca berita yang belum pernah merasakan atau menggunakan maskapai penerbangan Batik Air.

Selain itu, pihak dari @batikair tidak memberikan respon dan tanggapan terkait pemberitaan Pilot dan Copilot Batik Air yang tertidur selama penerbangan Kendari - Jakarta melalui akun

Instagramnya di tanggal 9 Maret 2024, setelah munculnya pemberitaan tersebut di media sosial Instagram @detikcom.

Dengan berdasarkan gambaran latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang diambil pada penelitian ini adalah : Adakah pengaruh terpaan media sosial Instagram terhadap sikap followers @detikcom, terkait atas pemberitaan mengenai pilot dan co-pilot batik air yang tertidur saat penerbangan Kendari-Jakarta pada 25 Januari 2024 terhadap sikap followers Instagram @detikcom.

Tujuan masalah pada penelitian studi ini yaitu, memahami seberapa signifikan pengaruh terpaan media sosial Instagram terkait pemberitaan mengenai pilot dan co-pilot Batik Air yang tertidur saat penerbangan Kendari-Jakarta pada 25 Januari 2024 terhadap sikap followers @detikcom.

Dengan tujuan masalah yang telah dijelaskan, maka manfaat pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Manfaat Akademis : Diharapkan studi penelitian ini dapat membantu menambah pengetahuan dan pengembangan dalam bidang ilmu komunikasi khususnya di bidang kehumasan. Selain itu, dapat digunakan menjadi referensi dalam penelitian yang serupa dengan penelitian ini.

Manfaat Praktis : Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi praktisi dunia industri sebagai rujukan dan wawasan dalam perbaikan.

LANDASAN TEORI

Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Lingkan Feibe Sumampouw berjudul Pengaruh Terpaan Media Instagram terhadap Perubahan Sikap untuk Hidup Sehat menggunakan metode kuantitatif. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel (2,036), sehingga disimpulkan bahwa terpaan media berpengaruh besar terhadap perubahan sikap pengikut akun @hidup_sehat_bahagia. (Sumampouw, 2023)

Penelitian oleh Nurul Wahyu Safira dan Ikhma Zurani berjudul Terpaan Media Instagram @Pekanbarukuliner terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers menggunakan metode kuantitatif. Hasil ditemukan menunjukkan bahwa Terpaan Media Instagram @Pekanbarukuliner memberikan sebuah pengaruh dengan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikut. (Safira & Zurani, 2022)

Penelitian oleh Jason Roy dan Ahmad Junaidi berjudul Pengaruh Terpaan Media Berita Hoax di Instagram terhadap Opini Masyarakat Milenial Akan Sumber Berita menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh terpaan media terhadap opini publik. (Roy & Junaidi, 2020)

Penelitian keempat, M. Ivan Hidayatullah, Dini Safitri, dkk, dengan penelitiannya yang berjudul Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @beritasatu terhadap Minat Berdonasi. Metodologi studi penelitian yang dipakai peneliti adalah kuantitatif. Hasil penelitian yang ditemukan R-Square mendapati nilai yaitu 0,942 atau terpaan media mendapat pengaruh sebanyak 94,2% terhadap minat berdonasi, sementara lainnya sebanyak 5,8% .(Hidayatullah et al., 2023)

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas, didapatkan kebaruan atau novelty yakni dalam tema peneltian yaitu mengkaji fenomena tentang pemberitaan pilot dan copilot Batik air yang tertidur saat penerbangan Kendari-Jakarta pada 25 Januari 2024 di Instagram @detikcom.

Kajian Teoritis

Komunikasi

Harold D. Lasswell (1972) berpendapat bahwa terbentuknya sebuah komunikasi yang efektif yaitu melalui bentuk kata tanya seperti *"Who, Says what, In which channel, To whom,*

With what effect" yang diikuti lima unsur komponen antara lain yaitu penyampai atau komunikator, isi pesan, media, penerima atau komunikan dan reaksi.

Menurut teori tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa terjadinya komunikasi akibat adanya kegiatan interaksi yang dilakukan sebuah individu maupun organisasi untuk mendapatkan/menerima sebuah informasi. Dalam hal ini, Agar dapat tercapainya sebuah komunikasi yang baik maka diperlukan 5 unsur elemen sebagai penyampai atau komunikator, isi pesan, media, penerima atau komunikan dan reaksi. (Yasmin & Priyanata, 2024)

Public Relations

Public relations adalah jenis kegiatan komunikasi yang digunakan sebagai jembatan antara stakeholder internal dan eksternal perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuan tertentu, berdasarkan kesamaan pendapat. (Pantouw & Kurnia, 2022).

Seorang praktisi PR juga memiliki peran dalam membantu organisasi dan publik berkomunikasi. Komunikasi harus selalu terjalin dengan baik dan memberikan informasi yang diperlukan oleh publik dan manajemen untuk membuat keputusan dalam kepentingan bersama. (Yamita & Kurnia, 2021).

Media Sosial

Menurut Kay Lewis, Bobby (2010) media sosial digunakan untuk tujuan pribadi, seperti berhubungan dengan teman lama dan baru, memperkuat hubungan yang sudah ada, dan mengumpulkan informasi. Selain interaksi pribadi dan nilai hiburan, media sosial telah berkembang menjadi alat penting bagi pengiklan, pemasaran, pengusaha, dan ahli praktisi hubungan masyarakat. (Kay Lewis, 2010).

Instagram

Instagram merupakan media sosial populer yang digunakan untuk berbagi momen hingga memfasilitasi pengguna dalam mengedit dan mengunggah setiap momen dalam bentuk foto maupun video, menyimpan momen, mengedit foto, menambahkan efek digital, memberi judul, lokasi, like, dan berbagi foto ke berbagai situs jejaring sosial. Beberapa fitur yang tersedia pada Instagram yaitu sebagai berikut: *Follow*, *Like*, *Komentar*, dan *Mention*. (Atmoko, 2012)

Terpaan Media

Terpaan media (*Media Exposure*), mengacu pada jumlah media yang digunakan oleh khalayak, termasuk jenis media, frekuensi, dan durasi penggunaan. Penggunaan jenis media meliputi, media audiovisual, cetak, dan kombinasi beberapa jenis media yang termasuk dalam kategori. (Ardianto, 2005).

Terdapat 3 indikator terpaan media menurut Rosengren 1974 terpaan media dapat diukur melalui tiga indikator sebagai berikut:

1. Frekuensi, menunjukkan berapa kali seseorang menggunakan media dalam jangka waktu tertentu,
2. Durasi, menunjukkan berapa lama seseorang menggunakan media
3. Atensi, menunjukkan seberapa besar perhatian yang diberikan seseorang terhadap konten yang ditemukan di media. (Rakhmat, 2009)

Sikap

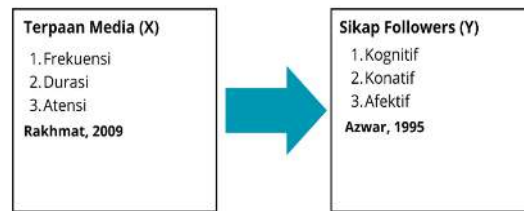
Menurut Rakhmat (2000), sikap merupakan kecenderungan untuk berpersepsi, berpikir, bertindak, dan merasakan saat berhadapan dengan suatu situasi, ide, atau nilai. Selain itu, sikap juga merupakan kombinasi elemen yang memiliki hubungan saat merasakan, memahami, dan berperilaku terhadap suatu objek.

Azwar menyatakan bahwa terdapat tiga dimensi dalam pembentukan sikap antara lain sebagai berikut :

1. Dimensi Kognitif, adalah komponen kepercayaan yang dibentuk oleh pengolahan, persepsi, dan pengalaman seseorang tentang suatu objek.
2. Dimensi afektif, adalah emosi yang muncul pada seseorang tentang suatu objek atau merk.

3. Dimensi konatif, adalah kesiapan individu untuk berperilaku tertentu yang didasarkan pada sikap tertentu. (Azwar, 1995).

Kerangka Pemikiran



Tabel 1.1 Kerangka Pemikiran Penelitian
Sumber : Penelitian, 2025.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pada teori yang digunakan, maka hipotesis pada penelitian ini adalah:

Ha : Terpaan media Instagram mengenai Pemberitaan Pilot dan Co-Pilot Batik Air tertidur saat penerbangan Kendari-Jakarta tidak berpengaruh terhadap Sikap Followers @detikcom.

Ho : Terpaan media Instagram mengenai Pemberitaan Pilot dan Co-Pilot Batik Air tertidur saat penerbangan Kendari-Jakarta berpengaruh terhadap Sikap Followers @detikcom.

METODE

Paradigma Penelitian

Menurut Guba (1990), paradigma adalah kumpulan asumsi yang terstruktur tentang realitas (*ontology*), pengetahuan tentang realitas itu sendiri (*epistemology*), dan metodologi untuk memahami realitas. Pemahaman tentang paradigma sangat penting sebagai landasan untuk melakukan penelitian. Studi penelitian ini menggunakan paradigma positivistik. (Murdiyanto, 2020)

Sugiyono mengatakan bahwa sebuah penelitian yang bergantung pada sekelompok gejala dan hubungan sebab akibat-gejala dikatakan positivistik, sehingga berfokus pada beberapa variabel saja. (Rizal & Widiasanty, 2021)

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Studi penelitian ini merupakan kategori penelitian kuantitatif, yang menggunakan metodologi penelitian berbentuk survei sebagai metode untuk menghimpun data. Sugiyono mengatakan kuesioner merupakan salah satu cara yang dipakai dalam mendapatkan data kuantitatif yaitu dengan memberikan beberapa pertanyaan dan pernyataan yang sesuai kaitannya dengan topik penelitian untuk kemudian dijawab oleh responden. (Sugiyono, 2017).

Jenis penelitian ini adalah Deskriptif yang menjelaskan sebuah fenomena dengan meringkas sebuah fenomena berdasarkan peristiwa yang sedang diteliti. (Aziza, 2023).

Populasi dan sampel

Populasi

Populasi yaitu sekumpulan subjek ataupun objek studi yang memiliki karakteristik dan kualitas yang peneliti telah tentukan untuk dilakukan pengamatan dan kemudian ditarik kesimpulan. (Sugiyono, 2017).

Populasi diperoleh melalui followers Instagram @detikcom sebanyak 4,8jt followers yang diambil pada 24 April 2025.

Sampel

Sugiyono mengatakan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah populasi dengan memiliki kriteria dan karakteristik yang sesuai. Jika populasi besar tidak dapat dipelajari secara menyeluruh karena waktu dan tenaga yang terbatas, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi tersebut. (Sugiyono, 2017).

Metode sampling yang dipakai pada studi ini adalah Purposive Sampling. Hal tersebut dikarenakan terdapat banyaknya followers Instagram @detikcom. Penelitian ini memakai metode *purposive sampling* yaitu dengan memilih 2 persyaratan yang perlu terpenuhi oleh setiap sampel antara lain sebagai berikut :

1. Followers Instagram @detikcom
2. Berkomentar pada konten berita tentang pilot dan copilot Batik Air yang tertidur saat penerbangan Kendari-Jakarta di Instagram @detikcom

Ukuran Sampel dalam penelitian ini ditentukan melalui rumus Slovin yaitu dengan populasi yang ditemukan sebanyak 4,8 juta followers yang diambil pada media sosial Instagram @detikcom pada 24 April 2025 :

Formula Slovin

$$n = N/N(d)^2 + 1$$

n = sampel;

N = populasi;

d = nilai presisi 10% atau sig. = 0,1.

Maka,

$$n = 4800000/4800000(1+0,1)^2$$

$$= 99.998$$

Sehingga ditemukan sekitar 100 responden yang dibutuhkan untuk menunjang data dalam penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Sumber data studi diperoleh berupa angka, fakta dan skala yang dapat diolah, dan diteliti. Sumber data juga dapat digunakan untuk merancang sebuah informasi. Sumber data terpecah menjadi dua dimensi, yaitu sebagai berikut : (Nurdin & Hartati, 2019)

1. Data Primer

Sumber utama diperoleh dengan melakukan pengisian kuesioner secara online kepada pengguna atau followers Instagram @detikcom. Survei pada penelitian ini akan disebarluaskan melalui *Google Form* (Online) untuk mempermudah distribusi survei kepada responden.

2. Data Sekunder

Data acuan yang didapatkan peneliti untuk menunjang studi penelitian yang didapat melalui observasi Instagram @detikcom, jurnal, skripsi, dan buku yang terkait dengan topik penelitian.

Instrumen Penelitian

Kuesioner merupakan instrumen penelitian yang dipakai pada studi penelitian ini, dibentuk berdasarkan pertanyaan tertutup dengan jawaban disajikan dalam format skala likert. Menurut Sugiyono, skala likert adalah alat yang dipakai dalam mengukur persepsi, sikap, dan pendapat individu atau sekelompok individu tentang sebuah fenomena sosial. Format tingkatan skala yang akan dipakai pada studi ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2. Skala Likert

Skala	Tahap
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Setuju

4

Sangat Setuju

Sumber : Sugiyono, 2017.

Pada dasarnya, Skala Likert mempunyai sebanyak lima tingkatan jawaban responden dengan pilihan jawaban “ragu-ragu”. Namun, Skala Likert yang memiliki pilihan jawaban “ragu-ragu” atau “netral” dianggap tidak atau belum memiliki sikap terhadap fenomena yang sedang diteliti. Sehingga, dikhawatirkan hasil dari penelitian ini tidak akan cukup menjadi gambaran atau representasi dari populasi yang sedang diteliti. (Sugiyono, 2017).

Teknik Analisis

Nurdin mengatakan sebuah informasi baru dengan karakteristik data menjadi lebih mudah dipahami dan berguna untuk memecahkan masalah, khususnya yang berkaitan dengan penelitian, merupakan sebuah teknik dalam metodologi analisis pengolahan data (Nurdin & Hartati, 2019). Teknik analisis data yang dipakai pada studi penelitian ini yaitu menggunakan metode analisis Kuantitatif Deskriptif.

Muchson mengemukakan bahwa, dengan mengumpulkan data yang kemudian disusun diolah, dilanjutkan menganalisis, dan kemudian memberikan gambaran yang dapat dipahami merupakan metode analisa Kuantitatif Deskriptif. (Aziza, 2023)

Uji Validitas

Studi penelitian ini menerapkan *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) yang dimana, nilai KMO yang rendah, yakni dibawah 0,5, menunjukkan bahwa variabel tidak ekuivalen untuk uji validitas, sedangkan nilai yang tinggi, yaitu antara 0,5 dan 1,0, menunjukkan sebaliknya. (Riduwan, 2004).

Uji Reliabilitas

Ghozali mengatakan, untuk mengevaluasi kuesioner sebagai pengukur variabel diperlukan uji reliabilitas yang bertujuan untuk mengevaluasi kuesioner sebagai pengukur variabel. Kuesioner bisa dianggap andal jika jawaban seseorang tidak berubah dan tetap seiring waktu. Jika ditemukan *Cronbach Alpha* (α) melebihi 0.60, maka variabel dianggap reliabel. SPSS memfasilitasi untuk menguji reliabilitas dengan Cronbach Alpha yang digunakan dalam analisa realibilitas menggunakan SPSS versi 26. Satu variable akan menunjukkan nilai Cronbach Alpha untuk reabilitas item secara keseluruhan (Ghozali, 2021).

Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis Regresi Linear Sederhana yaitu melakukan pengukuran pengaruh terpaan media sosial instagram terhadap sikap followers @detikcom. Dalam hal ini peneliti menggunakan statistik regresi linear sederhana :

$$Y = a + Bx$$

y: nilai variabel bebas yang diprediksi

a : konstanta

B: koefisien regresi dari x

x: nilai variabel terikat yang diprediksi

(Sugiyono, 2007)

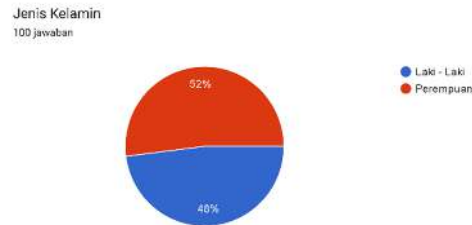
Koefisien determinasi

Koefisien adalah sebuah alat ukur untuk mengetahui sejauh mana sebuah model variabel dapat menjelaskan informasi yang diperlukan. Nilai R^2 diukur mulai 0 sampai dengan 1. Jika ditemukan nilai yang didapat lebih tinggi maka, variabel independen dikatakan sudah mencakup informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen, sebaliknya jika

ditemukan nilai yang lebih rendah maka variabel independen tidak mencakup informasi variabel dependen dengan baik yang diperlukan. (Ghozali, 2021)

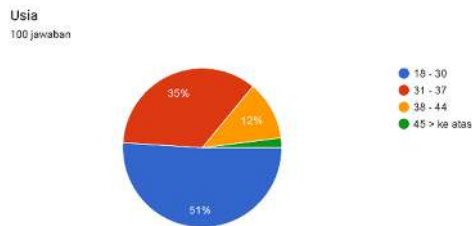
HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografis Responden



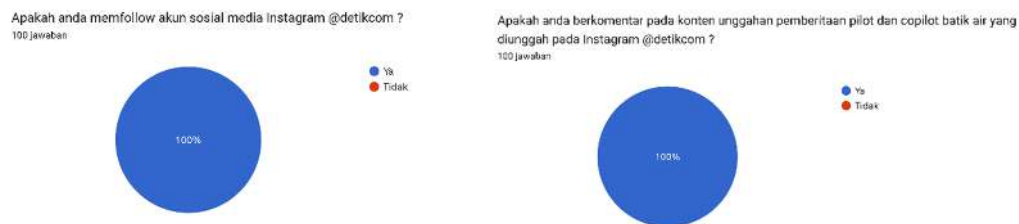
Gambar 2.1. Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin responden yang mendominasi adalah perempuan sebanyak 52%. Sedangkan, laki laki sebanyak 48%.



Gambar 2.2. Jenis Kelamin Responden

Usia responden yang mendominasi adalah 18-30 tahun dengan sebanyak 51%, kemudian usia 31-37 dengan sebanyak 35%, selanjutnya usia 38-44 sebanyak 12%, dan usia 45 keatas sebanyak 2%.



Gambar 2.3. Filter question responden

Seluruh responden memfollow akun sosial media Instagram @detikcom dan berkomentar pada konten unggahan pemberitaan pilot dan copilot Batik Air yang diunggah pada Instagram @detikcom.

1. Uji Validitas

Keabsahan suatu kuesioner diukur melalui uji validitas dalam penelitian ini dengan menggunakan skor total pada tingkat signifikansi 5% dan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Dalam pengujian validitas, perbandingan dilakukan antara pearson correlation setiap butir soal dengan tabel r produk moment. Item pernyataan dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil uji validitas disajikan pada Tabel di bawah ini dengan $n = 100$, sehingga df diperoleh sebesar $100 - 2 = 98$ dan $\alpha = 5\%$, maka nilai r_{tabel} ditetapkan sebesar 0.1966.

$r_1 > 0.1966$ maka *item pertanyaan tersebut valid*
 $r_2 < 0.1966$ maka *item pertanyaan tersebut tidak valid*

Berikut merupakan hasil dari perhitungan uji validitas :

Tabel 2.1. Hasil uji validitas

Hasil Uji Validitas				
	Variabel	Rhitung	Rtabel	Kesimpulan
1	Terpaan Media (X)			
	1	0.544	0.1966	Valid
	2	0.640	0.1966	Valid
	3	0.593	0.1966	Valid
	4	0.480	0.1966	Valid
	5	0.382	0.1966	Valid
	6	0.596	0.1966	Valid
	7	0.658	0.1966	Valid
	8	0.638	0.1966	Valid
2	Sikap Followers (Y)			
	1	0.535	0.1966	Valid
	2	0.373	0.1966	Valid
	3	0.534	0.1966	Valid
	4	0.581	0.1966	Valid
	5	0.376	0.1966	Valid
	6	0.327	0.1966	Valid
	7	0.520	0.1966	Valid
	8	0.598	0.1966	Valid
	9	0.550	0.1966	Valid
	10	0.487	0.1966	Valid

Sumber: Output SPSS

Dari hasil uji validitas koefisiensi korelasi butir pada tabel di atas, diperoleh bahwa seluruh item pertanyaan pada masing-masing variabel memiliki nilai rhitung > rtabel. Dengan demikian, seluruh item dinyatakan valid dan pengujian dapat dilanjutkan ke uji reliabilitas.

2. Uji Realibilitas

Perhitungan realibilitas dilakukan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, penggunaan rumus ini disesuaikan dengan teknik skoring pada setiap item. Indikator dianggap handal jika nilai *correlated item-total correlation* minimal mencapai 0,60. Hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel disajikan berikut ini :

Tabel 2.2. Hasil uji Realibilitas

Hasil Reliabilitas			
No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keputusan
1	Terpaan Media	0.705	Reliabel
2	Sikap Followers	0.632	Reliabel

Sumber: Output SPSS

Mengacu pada hasil uji reliabilitas pada tabel di atas, informasi diperoleh bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar > 0.60. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel tersebut dinyatakan reliabel.

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh terpaan media sosial Instagram terhadap sikap followers @detikcom, serta untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan dependen. Hasil analisis ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 2.3. Hasil analisis Regresi Linier Sederhana
 Hasil Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	9.163	2.164		.000
	Terpaan Media	.862	.079	.739	.000

a. Dependent Variable: Sikap Followers

Sumber: Output SPSS

Mengacu pada hasil analisis regresi linear sederhana pada Tabel diatas, maka diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y = 9.163 + 0.862X$$

Dimana :

Y = Sikap Followers

X = Terpaan Media

Berdasarkan pada model regresi linear sederhana tersebut, didapatkan informasi sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 9.163 yang berarti apabila tidak terdapat perubahan pada nilai variabel independen (Terpaan Media) maka variabel dependent (Sikap Followers) nilainya adalah 9.163.
2. Koefisien regresi pada variabel Terpaan Media sebesar 0.862 dan positif artinya jika variabel Terpaan Media mengalami kenaikan sebesar 1 poin secara signifikan, maka variabel Terpaan Media akan meningkatkan nilai dari variabel Sikap Followers sebesar 0.862.

Sehingga dapat dimaknai bahwa terdapat pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram terhadap Sikap Followers @detikcom secara positif dan signifikan.

4. Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear sederhana digunakan untuk memprediksi pengaruh Terpaan Media terhadap Sikap Followers @detikcom. Perhitungan dilakukan dengan bantuan SPSS versi 26, dan hasil pengujian hipotesis diperoleh melalui uji parsial (uji t). Hasil pengujian disajikan berikut ini.

4.1. Uji Parsial (Uji-t)

Pengujian Parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, uji parsial dilakukan dengan menggunakan statistik uji *t*. Dalam hal ini, dapat dilakukan dengan membandingkan nilai Sig. *t* dengan nilai alpha 0.05 dan juga thitung dengan ttabel, dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- Jika Sig. < 0.05, atau jika positif ketika thitung > ttabel, sedangkan jika negative ketika –thitung < -ttabel maka variabel independent berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
- Jika Sig. > 0.05, atau jika positif ketika thitung < ttabel, sedangkan jika negatif ketika –thitung > -ttabel maka variabel independent tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

Dengan menggunakan sampel sebanyak 100, variabel independen 1 dan taraf nyata 5%, maka didapatkan ttabel sebesar $(\alpha/2; n-k-1) = (0.025; 98) = 1.984$.

Tabel 2.4. Hasil uji Parsial
Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	9.163	2.164		.000
	Terpaan Media	.862	.079	.739	.000

a. Dependent Variable: Sikap Followers

Sumber: Output SPSS

Mengacu pada hasil uji t, yang tersaji pada Tabel diatas diperoleh informasi bahwa variabel Terpaan Media memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar 10.866 > ttabel (1.984) maka variabel Terpaan Media berpengaruh terhadap variabel Sikap Followers @detikcom. Sehingga Ha ditolak, Ho : Variabel Terpaan Media berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Sikap Followers @detikcom “diterima”.

5. Koefisien Determinasi

Koefisien adalah sebuah alat ukur untuk mengetahui sejauh mana sebuah model variabel dapat menjelaskan informasi yang diperlukan menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2021). Berikut merupakan hasil dari koefisien determinasi (R^2) yang tersaji pada Tabel dibawah ini.

Tabel 2.5. Hasil Koefisien Determinasi
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739 ^a	.546	.542	2.23437

a. Predictors: (Constant), Terpaan Media

Sumber: Output SPSS

Merujuk pada hasil tabel diatas diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,546 hal ini berarti bahwa 54.6% berdasarkan pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi, dinyatakan bahwa variabel Terpaan Media berpengaruh dengan besaran sedang terhadap variabel Sikap Followers @detikcom. Sedangkan sisanya sebesar (100% - 54.6% = 45.4%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. (Sugiyono, 2017)

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa, Terpaan Media berpengaruh terhadap Sikap Followers @detikcom secara positif dan signifikan dengan besaran sedang. Followers Membaca setiap caption dari foto maupun video yang diunggah Instagram oleh @detikcom. Dinyatakan dengan baik sehingga dapat di simpulkan caption, foto dan video yang diunggah oleh @detik.com dapat diterima oleh followers dengan baik. Unggahan pemberitaan menimbulkan reaksi kepada followers @detikcom, sehingga dapat di maknai bahwa unggahan atau postingan yang disebar oleh @detikcom berhasil menimbulkan reaksi kepada followers dalam memberikan informasi yang aktual dan informatif.

Saran penelitian yang didapatkan dari hasil penelitian, yakni responden tidak lama dalam membaca atau menyaksikan unggahan pemberitaan, sehingga responden menonton tapi tidak fokus, dan tidak sering mengakses unggahan pemberitaan. Kemudian, unggahan pemberitaan tidak membuat penasaran followers, hal ini dikarenakan responden sebagai pembaca tidak tertarik karena pemberitaan menggunakan bahasa formal atau baku sehingga terkesan kaku, dan pengemasan berita yang kurang baik.

Temuan penelitian ini hanya meneliti terpaan media melalui media sosial Instagram @detikcom terhadap sikap followers, sehingga terdapat keterbatasan penelitian yakni diharapkan penelitian lanjutan dengan mengelaborasi terpaan media melalui media sosial Instagram @BatikAir terhadap sikap followers.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. L. K. E. (2005). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Aziza, N. (2023). Metodologi penelitian 1 : Deskriptif Kuantitatif. In *ResearchGate* (Issue July).
- Azwar, S. (1995). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya (Edisi Revisi)*. (2nd ed.). Pustaka Pelajar Offset.
- Cat, N. (2025). *Instagram users in Indonesia February 2025*. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2025/02/>
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayatullah, M. I., Safitri, D., Putri, K. Y. S., Sutjipto, V. W., Nugrahaeni, E., & Sary, M. P. (2023). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @ Beritasatu terhadap Minat Berdonasi. *Jurnal Common*, Vol 7(August), 58–70.
- Humas Direktorat Jenderal Perhubungan Udara. (2024). *Kasus Pilot dan CoPilot Batik Air Tertidur Kemenhub Berikan Teguran Keras dan Akan Lakukan Investigasi*. <https://hubud.kemenhub.go.id/hubud/website/berita/4613>
- Kay Lewis, B. (2010). Social Media and Strategic Communication: Attitudes and Perceptions Among College Students. *Public Relations Journal*, 6(3).
- Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Yogyakarta Press*. http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAI_F.docx
- Nurdin, Ismail; Hartati, S. (2019). Metodologi Penelitian Sosial Dasar. In *Metodologi Penelitian Sosial Dasar*. <https://doi.org/10.11594/ubpress9786232967496>
- Pantouw, D. T. V., & Kurnia, K. (2022). Pengaruh Influencer Media Sosial terhadap Brand Image Erigo. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 4(2), 68. <https://doi.org/10.33376/is.v4i2.1648>
- Rakhmat, J. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Riduwan. (2004). *Skala Pengukuran Variabel Penelitian*. Alfabeta.
- Rizal, R. R., & Widiastanty, G. (2021). Pengaruh Terpaan Media Youtube terhadap Citra Perusahaan PT. Garuda Indonesia. *Unisba*, 07, 1–8. <http://dx.doi.org/10.29313/v7i1.27248>
- Roy, J., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh Terpaan Media Berita Hoax di Instagram terhadap Opini Masyarakat Milenials Akan Sumber Berita. *Koneksi*, 4(2), 280. <https://doi.org/10.24912/kn.v4i2.8138>
- Safira, N. W., & Zurani, I. (2022). Pengaruh Terpaan Media Instagram @Pekanbarukuliner Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 77–85. <https://doi.org/10.35967/jkms.v11i2.7524>

- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumampouw, F. L. (2023). Pengaruh Terpaan Media Instagram Terhadap Perubahan Sikap Untuk Hidup Sehat. *Komunikasi Dan Ilmu Soisal (JKIS)*, 1(3), 123–129. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i3>
- Yamita, D. M., & Kurnia. (2021). Saluran Komunikasi dan Model Penerimaan serta Penggunaan Teknologi pada Sistem Pembayaran Elektronik. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 6(1), 15–26. <https://journal.interstudi.edu/index.php/InterKomunika/article/view/%231019>
- Yasmin, A. F., & Priyanata, A. B. (2024). Komunikasi Model Lasswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan Kelas 3 Sd. *Jurnal Pena Karakter*, 6(2), 60–66. <https://doi.org/10.62426/zg47qh20>
- Yogi, E. (2024). Batik Air Buka Suara soal Pilot-Kopilot Tertidur Saat Mengudara. *Detiknews*. <https://news.detik.com/berita/d-7233760/batik-air-buka-suara-soal-pilot-kopilot-tertudur-saat-mengudara>