

**PENGARUH TERPAAN KONTEN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @KAMPUSMENGAJAR TERHADAP SIKAP
FOLLOWERS MENGENAI PROGRAM KAMPUS MENGAJAR**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Nathaniella Eugenie Cathleen Susanto

NRP. 1423019106

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2022

SKRIPSI

**PENGARUH TERPAAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@KAMPUSMENGAJAR TERHADAP SIKAP *FOLLOWERS* MENGENAI
PROGRAM KAMPUS MENGAJAR**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

Nathaniella Eugenie Cathleen Susanto

NRP. 1423019106

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2022

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nathaniella Eugenie Cathleen Susanto

NRP : 1423019106

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi saya yang berjudul:

‘PENGARUH TERPAAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KAMPUSMENGAJAR TERHADAP SIKAP *FOLLOWERS* MENGENAI PROGRAM KAMPUS MENGAJAR’

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran.

Surabaya, 19 Desember 2022

Penulis,



Nathaniella Eugenie C. S.

NRP. 1423019106

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

SKRIPSI

PENGARUH TERPAAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KAMPUSMENGAJAR TERHADAP SIKAP *FOLLOWERS* MENGENAI PROGRAM KAMPUS MENGAJAR

Oleh:

Nathaniella Eugenie Cathleen Susanto

NRP. 1423019106

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan Skripsi untuk diajukan ke tim dosen penguji Skripsi.

Pembimbing I : Dr. Finsensius Yuli Purnama S.Sos., M.Med.Kom (.....)
NIDN. 0719078401

Pembimbing II : Maria Yuliasuti S.Sos., M.Med.Kom (.....)
NIDN. 0707078607

Surabaya, 19 Desember 2022

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada:

Senin, 19 Desember 2022

Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Komunikasi,
Dekan,



Brigitta Revia S. F, S.I.Kom., M.Med.Kom
NIDN. 0715108903

Dewan Penguji:

1. Ketua : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom. (.....)
NIDN. 0725058704
2. Sekretaris : Dr. Finsensius Yuli Purnama S.Sos., M.Med.Kom (.....)
NIDN. 0719078401
3. Anggota : Akhsaniyah., S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0702087602
4. Anggota : Maria Yuliasuti S.Sos., M.Med.Kom
NIDN. 0707078607

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Nathaniella Eugenie Cathleen Susanto

NRP : 1423019106

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Tahun Lulus : 2022

Menyetujui Skripsi saya dengan judul:

'PENGARUH TERPAAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @KAMPUSMENGAJAR TERHADAP SIKAP *FOLLOWERS* MENGENAI PROGRAM KAMPUS MENGAJAR'

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Desember 2022

Yang menyatakan,



Nathaniella Eugenie Cathleen S.

NRP. 1423019106

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis ingin mempersembahkan hasil skripsi ini terutama untuk Tuhan Yesus Kristus karena dengan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik dan lancar. Selain itu tidak lupa penulis mempersembahkan proposal ini kepada orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberi dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan proposal ini. Tak lupa juga kepada teman-teman dari penulis yang turut memberikan dorongan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

'May the flowers remind us why the rain was so necessary'

-Xan Oku

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat yang telah diberikan sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dengan judul ‘Pengaruh Terpaan Konten Media Sosial Instagram @kampusmengajar Terhadap Sikap *Followers* Mengenai Program Kampus Mengajar’. Tujuan dibuatnya skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang dengan rahmat dan bantuannya membimbing dan menuntun penulis dalam menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini.
2. Kedua orang tua penulis Herry Susanto dan Lina Edianto yang telah memberikan dukungan dan doanya sehingga proposal skripsi ini dapat selesai pada waktunya.
3. Kedua adik penulis Nathanael Marvelle dan Nathanael Kenrick yang telah memberikan dukungan dan doanya sehingga proposal skripsi ini dapat selesai pada waktunya.
4. Kedua pembimbing penulis Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom dan Maria Yuliastuti, S.Sos., M.Med.Kom. yang telah membantu dan berproses dengan sabar dengan penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
5. Sahabat dekat Nathania Putri, Jennifer Ongkohardjo, Vania Corinna, Siti Fatimah, Precia Gabrielle, Anastasia Kirana, Gabrielle Stephanie, Michelle Aprilia, dan Vincentius Gemintang yang memberi dukungan dan motivasi serta menjadi teman berpikir dan bertukar pendapat demi kelancaran penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
6. Teman-teman kuliah lainnya yang memberikan dukungan dan semangat pada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Demikian penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya atas segala dukungan. Penulis juga menyadari keterbatasan waktu, kemampuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima kritik dan saran yang sangat bermanfaat untuk penyempurnaan skripsi ini sehingga dapat digunakan untuk referensi penulisan skripsi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Terima kasih.

Surabaya, November 2022
Nathaniella Eugenie Cathleen S.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	iii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
DAFTAR GRAFIK	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
ABSTRACT	xxi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah	11
I.3 Tujuan Penelitian	11
I.4 Batasan Masalah.....	11
I.5 Manfaat Penelitian	11
I.5.1 Akademik	11
I.5.1 Praktis.....	12
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	13
II.1 Penelitian Terdahulu	13
II.2 Kerangka Teori	18
II.2.1 Teori Kultivasi	18
II.2.2 Terpaan Konten.....	21

II.2.3 Sikap <i>Followers</i>	23
II.2.4 Instagram Sebagai Media Sosialisasi.....	24
II.3 Nisbah Antar Konsep.....	26
II.4 Bagan Kerangka Konseptual	29
II.5 Hipotesis	30
BAB III. METODE PENELITIAN	31
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	31
III.2 Metode	31
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian	31
III.4 Definisi Konseptual	32
III.5 Definisi Operasional.....	32
III.6 Populasi dan Sampel.....	40
III.6.1 Populasi.....	40
III.6.2 Sampel	41
III.7 Teknik Penarikan Sampel.....	41
III.8 Teknik Pengumpulan Data	42
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas	43
III.10 Teknik Analisa Data	44
III.10.1 Uji Normalitas dan Linearitas.....	47
III.10.2 Analisis Korelasi.....	48
III.10.3 Analisis Regresi	49
III.10.4 Uji Signifikansi Hipotesis.....	50
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian	52
IV.1.1 <i>Followers</i> Instagram @kampusmengajar.....	52
IV.1.2 Mahasiswa Aktif.....	53
IV.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	53
IV.2.1 Uji Validitas.....	53
IV.2.1.1 Hasil Pengujian Validitas Terhadap Terpaan Konten Media Sosial Instagram @kampusmengajar.....	54

IV.2.1.2 Hasil Pengujian Validitas Terhadap Sikap <i>Followers</i> Media Sosial Instagram @kampusmengajar	56
IV.2.2 Uji Reliabilitas	58
IV.2.2.1 Hasil Pengujian Reliabilitas Terhadap Terpaan Konten Media Sosial Instagram @kampusmengajar	59
IV.2.2.2 Hasil Pengujian Reliabilitas Terhadap Terpaan Konten Media Sosial Instagram @kampusmengajar	59
IV.3 Hasil Penelitian	60
IV.3.1 Temuan Data	60
IV.3.1.1 Deskripsi <i>Screening Question</i>	61
IV.3.1.2 Deskripsi Identitas Responden	61
IV.3.1.2.1 Usia	61
IV.3.1.2.2 Daerah Asal	63
IV.3.1.3 Deskripsi Terpaan Konten	65
IV.3.1.3.1 Frekuensi	65
IV.3.1.3.2 Durasi	69
IV.3.1.3.3 Atensi	72
IV.3.1.4 Deskripsi Sikap <i>Followers</i>	76
IV.3.1.4.1 Kognitif	76
IV.3.1.4.2 Afektif	80
IV.3.1.4.3 Konatif	84
IV.4 Analisa Data	89
IV.4.1 Uji Normalitas dan Linearitas	89
IV.4.2 Analisa Korelasi	92
IV.4.3 Analisa Regresi Linear Sederhana	93
IV.4.4 Uji Signifikansi Hipotesis	95
IV.4.5 Tabulasi Data	96
IV.4.5.1 Analisa Tabulasi Silang Terpaan Konten dengan Sikap <i>Followers</i>	96
IV.4.5.2 Analisa Tabulasi Silang Identitas Usia Responden dengan Terpaan Konten	97
IV.4.5.3 Analisis Tabulasi Silang Identitas Daerah Asal Responden dengan Terpaan Konten	98

IV.4.5.4 Analisis Tabulasi Silang Identitas Usia Responden dengan Sikap <i>Followers</i>	100
IV.4.5.5 Analisis Tabulasi Silang Identitas Daerah Asal Responden dengan Sikap <i>Followers</i>	101
IV.5 Pembahasan.....	104
IV.5.1 Hasil Pengaruh Terpaan Konten Media Sosial Instagram @kampusmengajar Terhadap Sikap <i>Followers</i> Mengenai Program Kampus Mengajar.....	104
IV.5.2 Hasil Pengaruh Identitas Responden Terhadap Terpaan Konten dan Sikap <i>Followers</i> Instagram @kampusmengajar	105
BAB V. PENUTUP	107
V.1 Kesimpulan.....	107
V.2 Saran	108
V.2.1 Akademik.....	108
V.2.2 Praktis	108
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	112

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Terpaan Konten (Frekuensi)	54
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Terpaan Konten (Durasi)	55
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Terpaan Konten (Atensi)	55
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Sikap <i>Followers</i> (Kognitif).....	56
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Sikap <i>Followers</i> (Afektif).....	57
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Sikap <i>Followers</i> (Konatif)	58
Tabel IV.7 Hasil Uji Reliabilitas Terpaan Konten.....	59
Tabel IV.8 Hasil Uji Reliabilitas Sikap <i>Followers</i>	59
Tabel IV.9 Deskripsi Identitas Responden (Usia).....	62
Tabel IV.10 Deskripsi Identitas Responden (Daerah Asal).....	63
Tabel IV.11 Deskripsi Terpaan Frekuensi (<i>Timeline</i>).....	66
Tabel IV.12 Deskripsi Terpaan Frekuensi (Kunjungan Profil).....	67
Tabel IV.13 Deskripsi Terpaan Frekuensi (<i>Explore</i>).....	68
Tabel IV.14 Deskripsi Terpaan Durasi (<i>Timeline</i>).....	69
Tabel IV.15 Deskripsi Terpaan Durasi (Kunjungan Profil).....	70
Tabel IV.16 Deskripsi Terpaan Durasi (<i>Explore</i>)	71
Tabel IV.17 Deskripsi Terpaan Atensi (<i>Timeline</i>).....	72
Tabel IV.18 Deskripsi Terpaan Atensi (Kunjungan Profil).....	73
Tabel IV.19 Deskripsi Terpaan Atensi (<i>Explore</i>)	74
Tabel IV.20 Deskripsi Sikap <i>Followers</i> (Kognitif).....	77
Tabel IV.21 Deskripsi Sikap <i>Followers</i> (Afektif).....	81
Tabel IV.22 Deskripsi Sikap <i>Followers</i> (Konatif).....	85
Tabel IV.23 Hasil Uji Normalitas	89
Tabel IV.24 Hasil Uji Linearitas	91
Tabel IV.25 Hasil Analisa Korelasi	93
Tabel IV.26 Analisa Regresi Linear Sederhana	94
Tabel IV.27 Uji Hipotesis <i>T-Test</i>	95
Tabel IV.28 Tabulasi Silang Terpaan Dengan Sikap.....	96
Tabel IV.29 Tabulasi Silang Usia Dengan Terpaan.....	97
Tabel IV.30 Tabulasi Silang Daerah Asal Dengan Terpaan	98
Tabel IV.31 Tabulasi Silang Usia Dengan Sikap	101

Tabel IV.32 Tabulasi Silang Daerah Asal Dengan Sikap..... 102

DAFTAR BAGAN

Bagan II.6 Bagan Kerangka Konseptual	29
--	----

DAFTAR GRAFIK

Grafik IV.1 Histogram Normalitas	90
Grafik IV.2 Grafik Linearitas.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 <i>Platform</i> Sosial Media yang Paling Banyak Digunakan	4
Gambar I.2 Akun Instagram @kampusmengajar.....	7
Gambar II.3 Model Sikap Tiga Komponen	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Kuesioner	112
Lampiran II. Analisa Data.....	127
Lampiran III. Tabel Kategorisasi	141

ABSTRAK

Nathaniella Eugenie Cathleen Susanto NRP. 1423019106. Pengaruh Terpaan Konten Media Sosial Instagram @kampusmengajar Terhadap Sikap *Followers* Mengenai Program Kampus Mengajar.

Terpaan konten dan sikap *followers* memiliki suatu hubungan yang dikaji dengan teori Kultivasi media sosial milik Gerbner. Ketika suatu individu diterpa konten dengan frekuensi, durasi, dan atensi yang tinggi maka efek yang dirasakan akan semakin tinggi, dalam hal ini yakni pembentukan sikap. Penelitian ini berangkat dari sebuah fenomena kurangnya peminat program Kampus Mengajar meskipun sosialisasi aktif dilakukan di Instagram @kampusmengajar pada bulan November 2021. Penelitian ini berfokus pada pengaruh terpaan konten media sosial Instagram @kampusmengajar mengenai program Kampus Mengajar terhadap sikap *followers*nya dan dikaji menggunakan metode survei kuantitatif dengan instrumen berupa kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang lemah tapi pasti antara terpaan konten dan sikap *followers*, pengaruh yang signifikan dimana kurangnya terpaan konten Instagram @kampusmengajar mengakibatkan sikap *followers* tidak sepenuhnya positif terutama pada komponen konatif (tindakan), serta strategi sosialisasi yang tidak sesuai dengan kebutuhan khalayaknya, baik dalam geografis maupun isi kontennya.

Kata Kunci: Pengaruh, Terpaan Konten, Sikap *Followers*, Kampus Mengajar, Teori Kultivasi

ABSTRACT

Nathaniella Eugenie Cathleen Susanto NRP. 1423019106. The Effect of Instagram @kampusmengajar Social Media Content Exposure On Followers Attitudes Regarding Kampus Mengajar Programs.

Content exposure and follower's attitudes have a relationship that is studied with Gerbner's social media cultivation theory. When an individual is exposed to content with high frequency, duration, and attention, the perceived effect will be higher, in this case, attitude formation. This research departs from a phenomenon of lack of interest in the Kampus Mengajar program even though active socialization was carried out on Instagram @kampusmengajar in November 2021. This research focused on the influence of Instagram @kampusmengajar social media content exposure regarding the Kampus Mengajar program on the attitudes of its followers and was studied using quantitative survey methods with instruments in the form of questionnaires. The results showed a weak but certain relationship between content exposure and follower's attitudes, a significant influence where the lack of exposure to Instagram content @kampusmengajar resulted in follower's attitudes not being entirely positive especially on the conative component (action), as well as socialization strategies that were not in accordance with the needs of the audience, both in geography and content.

Keywords: Influence, Content Exposure, Followers Attitude, Kampus Mengajar, Cultivation Theory