

# BAB I

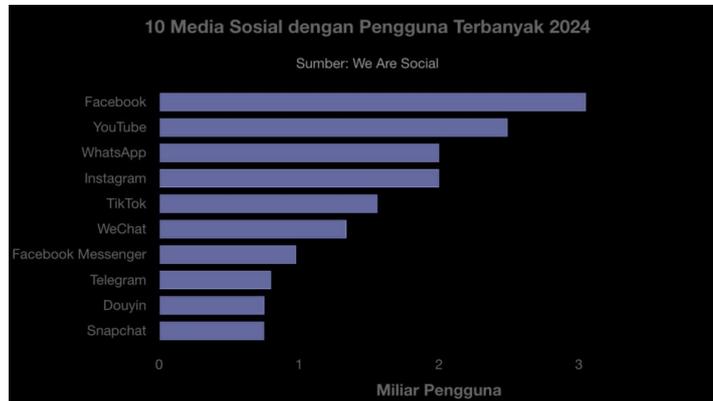
## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya zaman, teknologi makin meluas dan makin kompleks seiring berjalannya waktu. Globalisasi membuat orang-orang di seluruh dunia berinteraksi dengan lebih bebas dan terbuka seolah batas-batas suatu negeri menjadi kecil. Sektor-sektor seperti telekomunikasi tampaknya makin dipermudah dengan kemajuan teknologi seperti ini. Banyak informasi dapat dibuka dengan efektif dan cepat di dalam dan luar negeri. Dengan cara ini, sepertinya tidak ada batasan-batasan untuk pertukaran informasi antar manusia. Media sosial atau sosial media adalah kemajuan teknologi yang memungkinkan orang menyebarkan informasi.

Media sosial yakni salah satu contoh dari perkembangan teknologi. Di zaman globalisasi kini media sosial memiliki peranan penting sebagai alat promosi. Juga sebagai sebuah tempat dimana bagi yang menggunakannya dapat saling berkomunikasi, berperan serta. Beberapa contoh *platform* media sosial yang sedang mengalami perkembangan pada masa ini termasuk *Instagram*, *Twitter*, *Line*, *Facebook*, *YouTube*, dan masih banyak lagi. Dilansir dari data.goodstats.id, sebagai satu platform yang paling berkembang sekarang adalah *Instagram* dengan hampir mencapai 2,49 miliar pengguna aktif dan menjadi medial sosial terpopuler urutan

ketiga per Januari 2024. Bukan hanya *platform* berbagi tetapi juga untuk pemasaran dan penghubung antara idola dan penggemarnya.



**Grafik 1.1. Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Dunia**

**Sumber: <https://data.goodstats.id/statistic/>**

Setiap tahunnya, *Instagram* semakin banyak menarik pengguna dari berbagai negara, salah satunya adalah negara Korea Selatan. Terdapat media massa yang dimiliki Korea Selatan di *Instagram* yang tentunya memberikan berita terbaru di dunia hiburan Korea Selatan. Salah satunya adalah Dispatch dengan akun *Instagram* yang disebut KoreaDispatch. Sangat banyak *platform* berita hiburan Korea di Indonesia yang menyampaikan informasi dalam bahasa Indonesia. Ini membantu pembaca, terutama penggemar K-Pop, yang kurang akrab dengan bahasa Korea dan Inggris. Saat ini, ada banyak akun media K-Pop berbahasa Indonesia, yang paling terkenal dan memiliki banyak pengikut di *Instagram*, seperti CoppaMagz, Panncafe, OfficialKVibes, dan ZonaKorea. Tujuan dari adanya akun media *K-Pop* yang berbahasa Indonesia adalah untuk menjaga para *K-Popers up-*

*to-date* dan mengetahui tentang berita terbaru tentang *Korean Wave* yang sedang terjadi di industri hiburan Korea Selatan.

*CoppaMagz* menjadi salah satu situs web berita online yang fokus pada penyampaian berita industri hiburan Korea dalam Bahasa Indonesia dan memiliki pengikut terbanyak. *CoppaMagz* membagikan berita terbaru, yang mungkin bermanfaat bagi *K-Popers* Indonesia. *Coppamagz* juga memiliki keunggulan kalau bahasa yang dipakai yaitu Bahasa Indonesia, hingga membuat pembaca mudah memahaminya. *CoppaMagz*, yang ditujukan untuk *K-Popers*, adalah sebagai contoh portal media yang mengungga informasi tentang dunia *K-Pop*.

Dari berbagai ragam aspek kehidupan, perkembangan teknologi dan informasi ini yang paling besar mempengaruhi aspek kebudayaan. Hal ini tidak menutup kemungkinan pula jika budaya asing dapat masuk ke dalam negeri secara bebas dan tanpa terbatas. Budaya *Korean Wave* atau *Hallyu* adalah satu contoh budaya yang saat ini perkembangannya dapat dikatakan sangat cepat di negara Indonesia ini. Budaya Korea (*Hallyu*) sekarang sedang banyak diminati oleh orang-orang Indonesia terutama di kalangan para remaja. Semenjak peralihan abad dari abad 20 ke abad 21, Korea Selatan semakin terkenal dan semakin gencar memperkenalkan budaya populer, pariwisata sampai ke aspek-aspek yang menjadi penggerak dari ekonomi yang sedang berkembang, sehingga *Korean Wave* sekarang ini bukan hanya sekedar perluasan industri negara saja tetapi sampai menjadi kekuatan tersendiri yang Korea Selatan miliki.

Perkembangan *Korean Wave* di berbagai negara termasuk Indonesia tidak bisa dipisahkan dari salah satu budaya yang paling populer yang dikenalkan oleh

Korea Selatan, yaitu musiknya yang lebih dikenal dengan sebutan *Korean Pop* atau Kpop. *K-Pop* atau *Korean Pop* ini salah satu jenis musik yang mengangkat *kidney cotillion pop* (Nastiti, 2010). *K-Pop* di generasi saat ini sangat terkenal bahkan sampai hampir ke semua kalangan, iklan, promosi hingga *event* lokal di Indonesia. Hal ini menjadi alasan *K-Pop* semakin meluas dan menarik banyak penggemar baru. Budaya Korea disebar luaskan melalui berbagai media massa, seperti contohnya di Indonesia yang sering mengundang *idol K-Pop* tampil di acara-acara televisi dan membuat penyebaran *K-Pop* menimbulkan pengaruh positif maupun negatif terhadap perkembangan individu para penggemarnya. Salah satu grup *idol K-Pop* yang pernah datang dan tampil di Indonesia yaitu *boy group* BTS. *Boy group* Korea Selatan ini pernah mendatangi para ARMY ke Indonesia pada tahun 2017 silam di mana pada saat mengadakan konser yang bertajuk BTS WINGS TOUR IN JAKARTA. Penggemar *K-Pop* biasanya hanya menjadikan hal itu sebagai pelarian dari kesibukan sehari-hari dan hiburan diri, tetapi bisa saja ternyata ada juga penggemar yang menemukan hal baru dan menjadikannya sebagai hobi dalam jangka waktu panjang dan menjadikannya investasi di masa depan. Misalnya seperti mengoleksi album, *photocard*, *lightstick*, *official merchandise*, *spazzing twitter/fangirling* (update kpop), menonton konser hingga koleksi baju atau aksesoris yang serupa dengan idolanya.

Pentingnya media sosial, terutama *Instagram* dalam era digital ini yaitu sebagai tempat dimana orang-orang menggunakan platform media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Di sisi lain, jurnalistik memegang peran untuk menyampaikan informasi pada masyarakat yang akurat, relevan, serta berimbang.

Peneliti ingin dalam penelitian ini mengetahui peran jurnalisme dalam membangun komunitas *online*. Dengan memahami bagaimana akun *Instagram* Coppamagz memenuhi kebutuhan informasi *followers*, peneliti dapat mengetahui sejauh mana peran jurnalistik dalam era digital ini. Peneliti memilih mahasiswa Jurnalistik karena relevansi dan signifikannya terhadap tujuan penelitian. Lalu, alasan memilih angkatan 2021, karena dianggap representatif untuk mendapatkan pemahaman terkait topik yang sedang saya teliti, juga banyak dari mereka yang menyukai dan menjadi penggemar K-Pop dilihat dari kehidupan keseharian mereka.

Berdasarkan dari segala penjelasan di atas, peneliti memutuskan untuk mengkaji bagaimana hubungan penggunaan *Instagram* CoppaMagz dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Maka dari itu, penulis mengangkat judul **Hubungan Penggunaan *Instagram* Coppamagz Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers***.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka fokus penelitian ini akan membahas mengenai “Hubungan Penggunaan *Instagram* Coppamagz Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*”.

Maka perumusan masalah yang ingin diangkat oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* CoppaMagz dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*?

2. Bagaimana hubungan antara isi media tokoh BTS penggunaan media sosial *Instagram* CoppaMagz dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*?

### C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* CoppaMagz dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.
2. Mengetahui hubungan antara isi media tokoh BTS penggunaan media sosial *Instagram* CoppaMagz dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

### D. Kegunaan Penelitian

#### 1) Secara Akademis

Penelitian ini disemogakan bisa menjadi kajian ilmiah dan memberikan kontribusi pada Ilmu Komunikasi khususnya di bidang kejournalistikan dalam meneliti hal baru. Yang di dalam penelitian ini merupakan penggemar *K-Pop* terpengaruh oleh berita yang disajikan portal berita *K-Pop*.

#### 2) Secara Praktis

Penelitian ini, peneliti harap bisa menjadi sumber informasi, referensi, dan bisa memperkaya bahan literatur, serta pengetahuan yang

bermanfaat untuk penelitian lanjutan bagi peneliti atau acuan bagi mahasiswa maupun pihak yang berkepentingan.

### E. Hasil Penelitian yang relevan

Berbagai hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini. Yang selanjutnya ditinjau dari berbagai skripsi atau jurnal-jurnal yang berasal dari perpustakaan yang terdapat pada UIN Sunan Gunung Djati Bandung maupun berasal dari sumber lain di luar perpustakaan yang terdapat pada UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang dijadikan bahan rujukan dalam melakukan penelitian ini. Dari beberapa bahan rujukan penelitian yang ditinjau, peneliti memilih tiga hasil penelitian yang paling berhubungan untuk dijadikan referensi pada penelitian ini.

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Nadine Fatikha Agustine (UIN Sunan Gunung Djati Bandung )	Skripsi (2023) Pemanfaatan <i>Instagram</i> @infokabupatenbandung Sebagai Media Berita (Studi Dekriptif Mengenai Pemanfaatan Aplikasi <i>Instagram</i> dalam Aktivitas	Persamaan antara penelitian yang akan dibahas yaitu mengenai akun <i>Instagram</i> berita.	Perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah permasalahan yang dibahas yaitu pemenuhan kebutuhana informasi. Selain itu, terdapat	Hasil dari penelitian ini membahas bagaimana InfoKabupatenBandung memanfaatkan <i>Instagram</i> sebagai media berita, dengan fokus pada pemanfaatan

		Jurnalistik Oleh Media InfoKabupatenBandung)		perbedaan metode.	fitur, karakteristik berita yang diunggah, dan alasan penggunaan Instagram sebagai platform penyiaran berita. Metode yang digunakan merupakan metode deskriptif serta pendekatan kualitatif.
2.	Muhamad Turfa Prakarsa (UIN Sunan Gunung Djati Bandung )	Skripsi (2023) Pemanfaatan <i>Twitter</i> Sebagai Media Berita dan Informasi (Studi Deskriptif pada Akun <i>Twitter</i> @PRFMNews)	Terdapat persamaan yang terlihat dengan penelitian yang akan dibahas yaitu sosial media sebagai media berita dan informasi.	Perbedaannya adalah sosial media yang diangkat. Selain itu, metode yang digunakan juga berbeda dengan penelitian yang akan dibahas.	Hasil penelitian ini mengungkap beberapa temuan yang relevan dengan pemanfaatan <i>Twitter</i> oleh PRFM News dalam menyebarkan berita dan informasi dalam konteks media <i>online</i> . PRFM News telah berhasil memanfaatkan

					<p><i>Twitter</i> sebagai platform untuk memberikan berita yang aktif, responsif, dan interaktif kepada audiens mereka. Selain itu, penerapan <i>citizen journalism</i> juga membantu memperkuat identitas mereka sebagai media berita lokal yang mendukung pemberitaan <i>real-time</i>.</p>
3.	Winda Ayu Lestari (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)	Skripsi (2022) Motif dan Kepuasan Khalayak Penggemar Budaya <i>Korean Pop (Kpop)</i> dalam Penggunaan Media <i>Online</i> Coppamagz	Persamaan dengan isu yang peneliti bahas yaitu subjek yang akan diteliti media Coppamagz, dan objek penelitian yang merupakan penggemar budaya <i>K-Pop</i> .	Perbedaannya terletak pada paradigma dan pendekatan yang digunakan. Peneliti menggunakan paradigma positivism dan pendekatan kuantitatif.	Hasil penelitian ini membantu memahami motivasi dan tingkat kepuasan penggemar <i>Kpop</i> dalam menggunakan media <i>online</i> , khususnya Coppamagz, yang merupakan sumber informasi

					dan hiburan penting dalam budaya <i>Kpop</i> . Ini juga dapat menjadi landasan bagi pengelola media <i>online</i> untuk meningkatkan layanan mereka dan memahami kebutuhan penggemar <i>Kpop</i> dengan lebih baik.
4.	Ngudi Ambar Sari, Bukhari Bukhari, Usman Usman, Prima Kurinati Hamzah (Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang)	Jurnal (2019) Hubungan Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> di Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2014-2017	Persamaan yang pertama terdapat pada subjek penelitiannya yaitu media sosial <i>Instagram</i> . Persamaan lainnya adalah metode yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif.	Perbedaan terdapat pada objek penelitiannya, peneliti akan menetapkan <i>followers</i> akun <i>Instagram</i> CoppaMagz.	Hasil dari penelitian ini memperlihatkan jika tadanya hubungan positif antara motif penggunaan <i>Instagram</i> dan tingkat kepuasan. Mahasiswa KPI yang menggunakan <i>Instagram</i> sesuai dengan motif yang mereka miliki cenderung merasa lebih puas

					dalam penggunaan platform ini. Motif penggunaan yang lebih sesuai dengan kebutuhan individu cenderung meningkatkan kepuasan penggunaan <i>Instagram</i> .
5.	Muhamad Fauzi Rohimat Desfiana, Satya Indra Karsa (Universitas Islam Bandung)	Jurnal (2021) Hubungan Penggunaan <i>Instagram</i> Simamaung dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Followers</i>	Persamaan dengan isu yang peneliti angkat adalah tujuan yaitu pemenuhan kebutuhan informasi. Dan objek penelitiannya pun sama.	Perbedaannya terdapat pada subjek penelitian akun instagramnya. Selain itu juga terletak pada rumusan masalah yang peneliti bahas.	Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang sangat penting dan sedang antar penggunaan media sosial <i>Instagram</i> Simamaung dan pemenuhan kebutuhan informasi pengikut ( <i>followers</i> ) mengenai Persib Bandung.

**Tabel 1.1 Perbandingan Orientasi Penelitian**

## **F. Kerangka Pemikiran**

### **1) Kerangka Teori**

Teori yang peneliti gunakan menjadi kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah teori *Uses and Gratification*. Dimana teori ini yang sering digunakan oleh peneliti guna memecahkan rumusan masalah penelitian yang terkait dengan komunikasi massa. Menurut teori ini, masalah utama bukan tentang Seberapa signifikan dampak yang dapat ditimbulkan oleh media dalam mengoreksi sikap dan tindakan khalayak, melalui proses adaptasi dan transformasi, namun lebih penting lagi adalah bagaimana media mampu memenuhi kebutuhan individu maupun kolektif khalayak. Khalayak tidak hanya menjadi penerima pasif, melainkan mengambil peran aktif dalam mengonstruksi dan memanfaatkan media guna mencapai tujuan-tujuan yang mereka tetapkan (Humaizi, 2018:11).

Pada dasarnya teori *Uses and Gratification* berfokus pada khalayak yang memiliki peranan aktif dalam memilih media dan menggunakannya sesuai kebutuhan. Ini karena setiap khalayak memiliki tingkat pemanfaatan media yang berbeda (Rakhmat, 2005:205).

Penelitian ini sendiri memakai teori *Uses and Gratification* untuk menguraikan jawaban atas rumusan masalah yang dapat mencapai tujuan penelitian. Ini berarti, pengguna memiliki opsi untuk memenuhi kebutuhannya, menurut teori ini.

## 2) Kerangka Konseptual

### a. Penggunaan (*Uses*)

Penggunaan yang dimaksud dalam penelitian ini mengacu pada aktivitas atau tindakan memakai media sosial guna memenuhi kebutuhan informasi. Kata ini menyoroti peran media sosial sebagai alat atau sarana yang dipakai individu untuk mencari, mendapatkan, dan berbagi informasi yang dibutuhkan mereka. Dengan demikian, "penggunaan" dalam konteks ini mengacu pada interaksi aktif pengguna, terutama *followers* dengan media sosial menjadi bagian upaya mereka guna memenuhi kebutuhan informasi mereka.

Pengetahuan tentang cara media digunakan dan alasan di baliknya akan membantu kita memahami dan memperkirakan hasil dari proses komunikasi.

### b. Instagram

*Instagram* merupakan layanan atau tempat untuk membagikan foto sampai video, layanan ini yaitu *Meta Platforms*, sebuah perusahaan Amerika, mengoperasikan sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk membagikan konten multimedia yang dapat diedit dengan *filter*, serta disertai dengan penambahan tagar. Konten yang diunggah dapat dibagikan secara publik atau terbatas hanya kepada pengikut yang telah ditentukan sebelumnya. Pengguna juga memiliki kemampuan untuk menjelajahi konten dari pengguna lain melalui pencarian berdasarkan tagar dan lokasi, atau

menemukan konten yang sedang populer melalui fitur jelajah, memberikan suka, serta mengikuti pengguna lain untuk menyertakan konten mereka ke dalam *feed* pribadi.

### **c. Coppamagz**

CoppaMagz merupakan salah satu contoh komunitas berbasis media yang hadir di *platform* media sosial *Instagram*. CoppaMagz didirikan sejak tahun 2015 di bawah pimpinan William Yuswan. Pada akun *Instagram* nya, CoppaMagz memiliki julukan sebagai media *K-Pop* nomor satu di Indonesia. CoppaMagz juga memiliki kantor yang berada di Kalideres, Jakarta Barat. Selain di *platform* media sosial *Instagram*, CoppaMagz juga memiliki *Youtube*, *Twitter*, *Line*, dan *Website*. Bahkan mempunyai toko *online* yang menyediakan berbagai *merchandise K-Pop*.

### **d. Informasi**

Informasi sendiri merupakan data yang diolah menjadi nilai tambah, seperti keakuratan, tepat waktu, dan relevan, dapat membantu penerima membuat keputusan yang lebih baik (Tukino, 2020).

Media informasi sangat penting saat ini, karena menggunakan informasi, manusia dapat berinteraksi dan mengetahui informasi melalui media informasi. Penghubung atau pengantar yang memungkinkan komunikasi antara pengirim dan penerima didefinisikan sebagai “media” dalam bentuk jamak dari kata

“medium”. Juga seperti pengetahuan atau keterangan yang dimaksudkan untuk membantu penerima membuat keputusan saat ini atau di masa depan (Gordon B. Davis 1990; 11).

#### **e. Followers (Pengikut)**

Dalam *Instagram* terdapat sebuah istilah *Follower*. *Followers* di *Instagram* mengacu pada pengguna yang memutuskan untuk mengikuti akun Anda di platform tersebut. Dalam konteks media sosial, "*followers*" berarti orang-orang yang memilih untuk melihat konten yang Anda bagikan dan menerima pembaruan ketika Anda memposting sesuatu di akun *Instagram* Anda.

Jumlah *followers* bisa menjadi indikator popularitas atau pengaruh suatu akun di *Instagram*. Semakin banyak *followers* yang dimiliki sebuah akun, semakin besar potensi pesan atau konten yang dibagikannya untuk dilihat oleh orang lain.

Penting untuk dicatat bahwa memiliki banyak *followers* tidak selalu berarti bahwa seseorang memiliki keterlibatan yang tinggi atau membangun hubungan yang kuat dengan audiensnya. Kualitas interaksi dan keterlibatan dengan *followers* juga merupakan faktor penting untuk sukses di platform media sosial.

### **G. Hipotesis**

Hipotesis pada umumnya ialah dugaan jawaban alternative yang digunakan pada penelitian untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Sebagai kebenaran

sementara, dugaan jawaban pasti akan diuji bersama data yang terkumpul saat penelitian (Arikunto, 1995:71). Jadi, hipotesis dapat berubah menjadi kenyataan, tetapi juga dapat berbeda dari kenyataan.

Pada penelitian ini, terdapat hipotesis sebagai berikut.

### **Hipotesis 1**

Ho: Tidak terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* CoppaMagz dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*;

Ha: Terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* CoppaMagz dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

### **Hipotesis 2**

Ho: Tidak terdapat hubungan antara isi media tokoh BTS pada penggunaan media sosial *Instagram* CoppaMagz dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*;

Ha: terdapat hubungan antara isi media tokoh BTS pada penggunaan media sosial *Instagram* CoppaMagz dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

## **H. Langkah-langkah Penelitian**

### **1) Lokasi**

Lokasi penelitian disesuaikan dengan objek penelitian, yaitu pengikut akun *Instagram* CoppaMagz yang merupakan mahasiswa Jurnalistik UIN Sunang Gunung Djati Bandung Angkatan 2021.

Tempat untuk melaksanakan penelitian ini sendiri yakni pada akun media sosial *Instagram Coppamagz*.

*Instagram: Coppamagz*

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap akun *Instagram Coppamagz* sebab Coppamagz memproduksi berita *daily K-Pop* yang *up-to-date*, sangat cepat, dan menarik bagi para penggemar *K-Pop* di Indonesia.

## 2) Paradigma dan Penelitian

Dikarenakan penelitian ini pendekatannya pendekatan kuantitatif, maka paradigma positivisme yang akan digunakan sebagai paradigmanya. Dimana paradigma positivisme ini yaitu bermula dari tradisi sains (ilmu alam). Melihat fenomena sosial sama dengan fenomena alam. Kenyataan bersifat real (objektif) dan universal maka kita bisa mengetahui kenyataan melalui observasi dan pengukuran.

Positivisme dipandang sebagai paradig utama dan dominan karena paling umum digunakan dalam studi bisnis dan akuntansi. Paradigma ini memiliki dua ciri utama: independen dan objektivitas. Dengan kata lain, peneliti melihat objek yang diteliti sebagai sesuatu yang objektif.

Paradigma positivisme sekedar memperhatikan “permukaan” yang terlihat dan tidak memahami maknanya dengan dalam. Paradigma ini bertujuan yaitu guna memperoleh generalisasi yang faktanya ada hal-hal

layaknya tindakan manusia yang tidak bisa digeneralisasi dan selalu ada unsur subjektivitas.

Di samping itu, penelitian ini juga mengimplementasikan pendekatan kuantitatif sebagai metode analisisnya.. Berdasarkan pendahuluan, rumusan masalah, dan teori sebelumnya, pendekatan kuantitatif digunakan di penelitian ini. Dengan tujuan untuk menjelaskan data sebagaimana adanya.

Ada yang dinamakan variabel di dalam penelitian ini. Variabel adalah gejala yang memiliki karakteristik yang berbeda. Teori objektif digunakan untuk menganalisis bagaimana variabel berhubungan satu sama lain. Sasaran penelitian ini adalah gejala dan variabelnya sudah ditentukan jauh sebelum penelitian dilakukan.

Pengamatan dan pengukuran gejala adalah hal yang sangat penting. Instrumen disusun sesuai indikator variabel yang diteliti digunakan untuk mengumpulkan data dan kemudian menghasilkan data kuantitatif.

### **3) Metode Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini sendiri menggunakan metode survei, di mana peneliti memanfaatkan kuesioner yang didasarkan pada penelitian utama yang dibagikan kepada populasi tertentu. Sugiyono (2005) mendefinisikan kuesioner sebagai teknik mengumpulkan data dengan responden harus menjawab pertanyaan atau pernyataan tertulis. Studi ini akan menggunakan kuesioner tertutup, yang berarti peneliti telah

memberikan pertanyaan dengan pilihan jawaban. Jawaban seperti ya atau tidak, sangat setuju, setuju, kurang setuju, dan sebagainya dapat digunakan.

Selanjutnya, peneliti akan mengkategorikan responden berdasarkan jawaban mereka atas setiap pertanyaan. Untuk melakukan survei, anda harus mempertimbangkan skala kuesioner yang akan digunakan. Ukuran yang berjenjang dikenal sebagai skala.

Tujuan dari metode survei adalah guna memberi gambaran lengkap mengenai satu hal kasus. Metode survei pun dibidang penting karena dapat membantu untuk mengumpulkan data hasil kreativitas dari pertanyaan atau pernyataan yang didasarkan pada data. Peneliti menggunakan sampel atau responden, mengajukan banyak pertanyaan tentang topik penelitian, mengumpulkan data, dan menulis proses secara akurat.

#### **4) Jenis dan Sumber Data**

##### **a) Jenis Data**

Data kuantitatif atau numerik dari intensitas dan isi media tokoh BTS digunakan dalam penelitian ini. Data numerik kemudian diolah menggunakan pengujian variabel.

##### **b) Sumber Data**

###### **(1) Sumber Data Primer**

Survei dan kuesioner yang diberikan kepada pengikut (*followers*) akun *Instagram* CoppaMagz yang merupakan mahasiswa Jurnalistik

UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2021, merupakan sumber data utama dari penelitian ini.

## (2) Sumber Data Sekunder

Selain dari data awal primer yang disebutkan diatas, data tambahan berasal dari penelitian yang dilakukan melalui akun *Instagram* CoppaMagz.

## 5) Populasi dan Sampel

Populasi terdiri dari individu, hewan, objek, tumbuhan, peristiwa, dan nilai-nilai yang menjadi objek data memiliki atribut khusus yang relevan dengan fokus penelitian yang sedang dilakukan (Hadari Nawawi: 1983). Populasi studi ini adalah pengikut (*followers*) akun *Instagram* CoppaMagz yang merupakan mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2021. Alasan memilih mahasiswa Jurnalistik karena relevansi dan signifikannya terhadap tujuan penelitian. Lalu, alasan memilih angkatan 2021, karena dianggap representatif untuk mendapatkan pemahaman terkait topik yang sedang saya teliti. Berdasarkan survei kuisioner pra penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa jumlah mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2021 yang menjadi *followers* akun *Instagram* CoppaMagz berjumlah 57 orang.

Menurut Sugiyono (2008: 118), Sampel yaitu sebuah bagian dari seluruh yang dimiliki oleh sebuah populasi. Dalam penelitian ini, peneliti

menetapkan kriteria sampel yang merupakan mahasiswa Jurusan Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2021 dan juga menjadi pengikut akun Instagram CoppaMagz. Menurut Arikunto (2006:112), "apabila subjeknya kurang dari seratus, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan populasi. Tetapi, jika jumlah subjek besar, dapat diambil antara 10-15% atau 15-25% atau lebih." Pendapat ini sejalan dengan pendapat Roscoe dalam Sugiyono (2011:90), yang menyatakan bahwa "ukuran sampel layak dalam penelitian adalah antara 30 hingga 500." Dari total populasi sebanyak 57 individu, berdasarkan pendapat yang disampaikan sebelumnya, semua sampel yang diambil dari keseluruhan populasi tersebut. Dengan demikian, jumlah populasi yang menjadi subjek penelitian ini adalah 57 orang.

## 6) Teknik Pengumpulan Data

### Survei/kuesioner

Dengan menggunakan fitur *Google Form*, survei atau kuesioner dibuat melalui internet. *Google Form* dipilih sebagai alat untuk menyusun kuesioner karena dapat mempermudah pengolahan data dan meningkatkan keteraturan, sehingga pengukuran menjadi lebih tepat dan efisien.

## 7) Validitas dan Reliabilitas

### a) Validitas

Validitas didefinisikan sebagai tingkat yang tepat dan cermat dan menjadi suatu alat ukur saat melakukan fungsi ukurannya (Azwar 1986). Pada uji validitas kuesioner, ada dua kategori: validitas faktor, serta validitas *item*. Validitas faktor diukur jika *item* disusun memakai dua faktor atau lebih, yang berarti ada yang sama antar faktor satu dan faktor lainnya. Validitas *item* diukur melalui pengkorelasi skor *item* dalam satu faktor dengan skor total faktor. Untuk menguji validitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS Statistic 26 dengan teori respon butir.

### b) Reliabilitas

Reliabilitas yaitu alat penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan informasi bisa dipercaya menjadi alat untuk mengumpulkan data dan mampu mengungkap informasi nyata dilapangan (Sugiharto dan Sitinjak, 2006). Karena instrumen dalam penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat, dapat digunakan rumus *Alpha Cronbach* untuk menguji reabilitas instrumen.

Uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach*:

$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan

$r_{11}$  = Nilai reliabilitas yang dicari

$n$  = jumlah item pertanyaan yang diuji

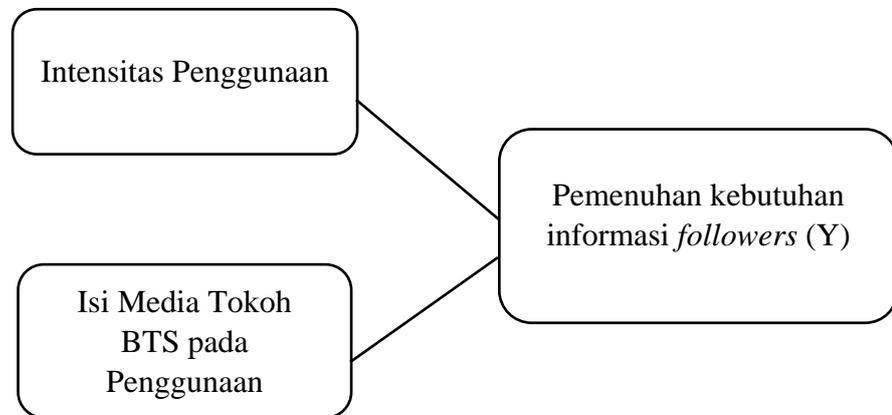
$\sum \sigma_t^2$  = Jumlah skor varian tiap-tiap item

$\sigma_t^2$  = varian total

## 8) Teknik Analisis Data

Data dipilih lalu dikonsentrasikan menurut kategori penelitian. Tujuannya adalah untuk membuat proses pengolahan dan pengambilan kesimpulan lebih mudah. Tahap ini, seluruh kuesioner yang diberikan dari responden dikumpul sesuai dengan kriteria yang dipenuhi.

Selanjutnya, analisis regresi dilakukan untuk melakukan seleksi data yang bertujuan untuk menentukan keterkaitan (hubungan atau pengaruh) dari satu atau lebih variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (dependen).



Variabel bebas (independen)

Variabel terikat (dependen)

**Gambar 1.1. Grafik Variabel**

Didasarkan pada grafik variabel tersebut maka rumus yang digunakan adalah Rumus Analisis Regresi Linier Berganda (Nazir, 2014:406):

$$Y = a_0 + a_1 x_1 + e_1$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

X<sub>1</sub> = variabel independen

a<sub>0</sub> = *intercept*

a<sub>1</sub> = estimator dari parameter atau koefisien regresi