

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Masa ini teknologi memiliki dampak signifikan terhadap perubahan produksi, konsumsi, dan distribusi mengenai informasi. Perlu adanya keterlibatan teknologi dalam proses tersebut. Modifikasi informasi adalah proses dimana kemajuan teknologi memungkinkan transformasi atau perubahan terhadap cara komunikasi yang terikat ruang dan waktu menjadi cara komunikasi yang tak ada batasnya. Dengan demikian, keberadaan teknologi membuat adanya media baru, dan memberikan masyarakat pilihan dalam mencari serta menggunakan sumber informasi guna memenuhi kebutuhannya (Dewdney dan Ride, 2006: 8 & 20).

Untuk memenuhi perubahan ekspektasi audiens, yang mencakup pembaca online dan cetak, media massa tradisional seperti televisi, radio, maupun media cetak harus beradaptasi dengan media baru. Pada kenyataannya, perubahan media baru mengacu pada pergeseran dalam penciptaan, konsumsi, dan distribusi media. Kata kunci seperti digitalitas, interaktivitas, hipertekstualitas, penyebaran, dan virtualitas terkait erat dengan media baru (Lister, 2003: 13).

Proses media digital semuanya ditransformasikan (diubah) menjadi angka-angka sesuai konsep digitalisasi. Hal ini menghasilkan sumber online, disk digital, atau memori penyimpanan yang dapat dikonversi dan dilihat pada layar monitor atau diperoleh dalam bentuk "hard copy". Kapasitas teks dalam media baru untuk memungkinkan pengguna "menulis kembali ke dalam teks" dikenal sebagai ide interaktif. Di sisi lain, gagasan penyebaran media baru lebih berfokus pada

bagaimana proses produksi dan distribusi media terdesentralisasi dan sangat bergantung pada upaya individu. Batasan media baru sering kali dibandingkan dengan media digital, namun media baru perlu lebih fokus pada praktik, sedangkan media dibandingkan teknologi tertentu (medianya).

Semakin majunya masyarakat yang ditandai dengan meningkatnya kecerdasan, pemikiran kritis, dan kebebasan dalam mengakses informasi, khususnya di perkotaan, transformasi media tradisional menjadi media digital memberikan dampak signifikan terhadap keberadaan media. Namun perlu diingat kembali bahwa kemunculan media baru tidak menjadikan media lama menjadi tertinggal atau usang. Sebaliknya, terdapat hubungan simbiosis antara keduanya, di mana keduanya saling melengkapi, mempengaruhi, dan memperkaya melalui cara-cara yang inovatif dan kreatif. Hasilnya, setiap hal penting yang diberitakan menjadi lebih mudah dipahami maknanya, hubungannya, dan juga interaksinya bagi publik/pemirsa.

Melihat perkembangan masyarakat yang semakin maju, masyarakat mulai mengenal dan menggunakan media sosial yakni berupa berbagai *platform* sebagai sumber informasi. Pada *platform* tersebut masyarakat dapat membaca atau melihat berita secara lebih mudah dan tidak terbatas jarak dan waktu. Dalam istilah ini tidak hanya terpaku pada media mainstream seperti koran atau televisi. Kehadiran media sosial dan *platform* online lainnya telah melahirkan persepsi yang variatif terhadap berita. Dalam *platform tersebut* media sosial yang cenderung digunakan oleh masyarakat, yakni contohnya *WhatsApp, Instagram, Facebook, Tiktok, Telegram, Twitter, dan Facebook Messenger*.

Masing-masing *platform* media sosial ini tertentu terdapat kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Lalu yang menggunakannya pun sangatlah beragam, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa hingga orang tua. Menurut UICI.ac.id, Instagram merupakan platform yang banyak dimanfaatkan baik oleh kalangan remaja maupun lansia. Aplikasi ini dilaporkan memiliki 86,5% penggunanya, dan penggunanya berada dalam rentang usia 16-64 tahun.

Sebagian besar *platform* Instagram di manfaatkan sebagai *platform* untuk berbagi momen melalui foto atau video. Selain itu, pengguna Instagram tidak hanya memiliki kemampuan untuk berbagi momen mereka dengan orang lain, tetapi juga mengikuti akun pengguna lain dan melihat konten yang mereka bagikan. Aplikasi ini juga menawarkan fitur Stories, di mana pengguna dapat berbagi cerita sementara yang hilang setelah 24 jam. Namun, pengguna memiliki opsi untuk melihat cerita ini di arsip atau menyimpannya sebagai sorotan. Selain memungkinkan pengguna untuk membagikan momen-momen kehidupan, dalam instagram pun pengguna bisa mengikuti trend terbaru, dan juga bisa menjadi medium untuk mempromosikan bisnis atau produk. Selain itu Instagram pun bisa dijadikan sebagai tempat membaca berita. Baik berita yang ada di wilayah tempat tinggal sekitar pengguna, bahkan hingga berita yang ada di mancanegara, karena *platform* instagram ini tidak memiliki batasan wilayah, waktu, maupun jarak jangkauannya.

Media tentu saja memainkan peran penting dalam mempengaruhi opini publik, baik di berbagai komunitas mengenai berbagai permasalahan ataupun kejadian. Cara media dapat mempengaruhi persepsi sangatlah beragam,

contohnya dengan cara seperti framing, dimana media dapat memilih dan menyajikan informasi dengan cara media tertentu untuk membentuk sudut pandang masyarakat, bisa dimuat dalam bentuk pemilihan kata, gambar, dan video yang disajikan. Selain itu media juga dapat menentukan isu yang dianggap penting dan patut publik perhatikan atau bisa disebut *agenda setting*, dan bisa juga melalui *spiral of silence* dimana media dapat membuat publik ragu untuk memberikan pendapat karena merasa pendapatnya tidaklah populer. Lalu yang terakhir Reinforcement yakni media dapat memperkuat persepsi yang sudah ada, hal ini terjadi sebab sebuah media hanya memperkuat dan relevan dengan persepsi yang sudah ada.

Karena dalam pengaruh media bisa memiliki dua sisi yang akan ditimbulkan, yakni positif dan negatif. Dimana dampak positifnya adalah media dapat membantu mendapatkan informasi dan pengetahuan mengenai isu dan peristiwa yang terjadi, dan dapat membantu memahami suatu hal dari berbagai persepektif dan juga pandangan. Namun disisi lain media juga terdapat sisi negatif, contohnya pada persepsi dimana media dapat memanipulasi dan menyesatkan pemikiran pembaca. Selain hal tersebut media juga dapat memperkuat stereotip dan prasangka.

Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan nasional yang berkelanjutan. SDM yang berkualitas tidak hanya menjadi motor penggerak bagi pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menjadi fondasi bagi terciptanya masyarakat yang sejahtera dan berdaya saing. Pemerintah baik di tingkat pusat maupun daerah, terus menggalakkan berbagai

program dan kebijakan untuk meningkatkan kualitas SDM, terutama melalui sektor pendidikan dan kesehatan. Berbagai upaya tersebut seringkali disampaikan kepada masyarakat melalui berbagai platform media, termasuk media sosial

Salah satu akun berita pemerintahan yang ada di Instagram adalah akun dari Instagram @kabupaten.bogor. Merupakan akun pemerintahan wilayah yang memberikan berita-berita seputar informasi yang ada di Wilayah Kabupaten Bogor, dan isi beritanya pun sangatlah beragam. Berita-berita tersebut tentu saja sesuai dengan visi dan misi yang ada di Kabupaten Bogor. Visi Kabupaten Bogor adalah “Terwujudnya Kabupaten Bogor Termaju, Ternyaman dan Berkeadaban” dan memiliki lima misi yakni, mewujudkan masyarakat berkualitas, mewujudkan perekonomian daerah yang berdaya saing dan berkelanjutan, mewujudkan tata kelola pemerintahan daerah yang baik, mewujudkan pembangunan daerah yang merata, berkeadilan, dan berkelanjutan.

Salah satu upaya perwujudan misi Kabupaten Bogor yang pertama adalah Terwujudnya Kabupaten Bogor termaju, dimana Pemerintah Kabupaten Bogor berkolaborasi bersama Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (DPPKB) serta stake holder terkait untuk meningkatkan sumber daya manusianya yang ditingkatkan melalui banyak aspek, salah satunya juga pada tingkatan Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) dimana dibuatkan wadah untuk peningkatan sumber daya manusia, yang bernama PIK-R (Pusat Informasi dan Konseling Remaja) merupakan kegiatan yang dikelola dari, oleh, dan untuk remaja. Dan Program adanya PIK-R ini salah satunya untuk merencanakan masa depan, menghadapi tantangan hidup, mencari solusi, pemahaman tentang

pendewasaan usia, dan tentu saja sebagai wadah informasi pada berita diwilayahnya mengenai pengembangan diri dan masa depan. Dalam akun tersebut tercatat sampai saat peneliti menulis Maret 2024 sudah sebanyak 116 Ribu pengguna yang mengikuti akun tersebut.

Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang populer di kalangan remaja memainkan peran penting dalam penyebaran informasi terkait program-program pemerintah. Salah satu akun yang aktif dalam menyebarkan informasi tersebut adalah @kabupaten.bogor, yang secara rutin membagikan berita terkait berbagai program pemerintah Kabupaten Bogor, termasuk yang berhubungan dengan peningkatan SDM melalui pendidikan dan kesehatan.

Remaja sebagai kelompok usia yang berada dalam tahap perkembangan penting, memiliki karakteristik yang unik dalam menerima dan merespon informasi. Persepsi mereka terhadap berita yang mereka terima dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas informasi, cara penyampaian, serta relevansi informasi dengan kehidupan mereka sehari-hari. Dalam konteks ini, anggota ekstrakurikuler PIK (Pusat Informasi dan Konseling Remaja) SMAN 1 Cigombong menjadi subjek yang menarik untuk dikaji. Sebagai remaja yang aktif dalam kegiatan ekstrakurikuler yang berfokus pada pendidikan dan kesehatan, persepsi mereka terhadap informasi yang disampaikan melalui media sosial dapat memberikan gambaran tentang sejauh mana efektivitas komunikasi pemerintah dalam mempengaruhi pandangan dan sikap remaja terkait isu-isu penting tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan dan seberapa besar keeratan hubungan antara berita peningkatan SDM yang disampaikan melalui Instagram @kabupaten.bogor dengan persepsi remaja, khususnya anggota PIK SMAN 1 Cigombong, terhadap pendidikan dan kesehatan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana media sosial dapat digunakan secara efektif dalam menyampaikan informasi yang penting bagi pengembangan SDM di kalangan remaja, serta bagaimana persepsi remaja terhadap informasi tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor komunikasi.

Karena PIK-R sendiri merupakan wadah utama yang dikelola oleh remaja dan akan disampaikan pada remaja juga, maka tentunya akan lebih banyak mencari informasi melalui banyak platform baik digital maupun bukan sebelum akan diinformasikan secara lebih luas. Saat mencari dan membaca informasi tentunya setiap individu memiliki pemahaman yang berbeda-beda setelah membaca informasi tersebut. Salah satunya adalah PIK-Remaja yang ada di bagian Bogor Selatan yakni PIK-Remaja SMAN I Cigombong yang memiliki segudang prestasi contohnya Juara Duta Genre Putra Kabupaten Bogor tahun 2018, juara duta genre putri jalur pendidikan tahun 2019, juara genre putra terfavorit tahun 2019, dan yang lainnya.

Merujuk pada proses utama pembentukan persepsi yang dicetuskan oleh Alex Sobur (2003) dimana terdapat Seleksi, Persepsi, dan Penarikan kesimpulan setelah membaca berita yang ada pada akun instagram @kabupaten.bogor tersebut. Lalu dikaitkan juga dengan Teori SOR (*Stimulus-Organism-Respon*)

yang dipergunakan dalam penelitian ini, dimana setiap pembaca yang diberikan stimulus yakni berita pada instagram @kabupaten.bogor, dan pembaca yang disebut *organism* atau Remaja anggota Ekstrakurikuler PIK-R SMAN 1 Cigombong, dimana masing-masing respon berupa persepsi atau pandangan yang berbeda-beda setiap individunya.

Dalam Penelitian ini peneliti menggunakan korelasional kuantitatif, yang bertujuan untuk mengetahui adakah hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya (Arikunto.S,2005:56). Penelitian asosiatif atau korelasional dilakukan untuk mengamati dan mengetahui hubungan dua variabel atau lebih (Widodo, 2017).

Pada desain penelitian ini, menggunakan cross-sectional, dimana faktor penyebab atau risiko dan variabel atau kasus yang diakibatkannya diukur atau dikumpulkan secara bersamaan (Notoatmodjo, 2012). Penelitian ini memilih metode kuantitatif, yang khusus ditujukan untuk memperoleh pengetahuan atau menyelesaikan permasalahan yang dihadapi secara cermat dan sistematis. Data yang dikumpulkan berbentuk numerik, baik berupa rangkaian maupun kumpulan angka (Nasehudin & Gozali, 2012: 68). Istilah "kuantitatif" digunakan dalam metodologi penelitian ini, karena melibatkan perubahan aspek kualitas menjadi data kuantitatif selama pengumpulan dan analisis data. Pendekatan ini dilakukan untuk menghilangkan subjektivitas dalam temuan penelitian.

## 1.2 Rumusan Masalah

Didalam penelitian ini, peneliti mengemukakan rumusan masalah yang dijabarkan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Adakah hubungan berita peningkatan sumber daya manusia dengan persepsi remaja tentang pendidikan dan kesehatan?
2. Seberapa besar tingkat keeratan hubungan antara berita peningkatan sumber daya manusia pada akun instagram @kabupaten.bogor dengan pembentukan persepsi remaja tentang pendidikan dan kesehatan di kalangan anggota PIK SMAN 1 Cigombong ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Adakah hubungan berita peningkatan sumber daya manusia dengan persepsi remaja tentang pendidikan dan kesehatan?
2. Untuk Mengetahui Seberapa besar tingkat keeratan hubungan antara berita peningkatan sumber daya manusia pada akun instagram @kabupaten.bogor dengan pembentukan persepsi remaja tentang pendidikan dan kesehatan di kalangan anggota PIK SMAN 1 Cigombong ?

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kontribusi Akademik**

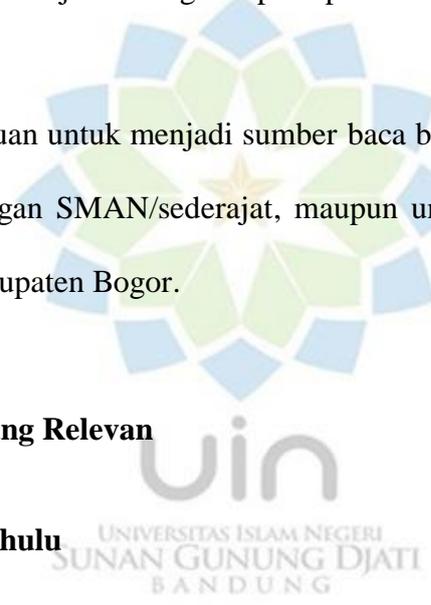
Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adakah korelasi antara berita @kabupaten.bogor dengan persepsi remaja dan seberapa besar tingkat keeratan hubungan tersebut. Penelitian difokuskan pada Anggota Ekstrakurikuler PIK-Remaja SMAN 1 Cigombong, Kabupaten Bogor. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman di bidang komunikasi dan membuka jalan untuk eksplorasi lebih jauh mengenai persepsi remaja.

### **1.4.2 Secara praktis**

Penelitian ini bertujuan untuk menjadi sumber baca bagi remaja dan organisasi kepemudaan dilingkungan SMAN/ sederajat, maupun untuk melengkapi literatur mengenai berita di Kabupaten Bogor.

## **1.5 Hasil Penelitian Yang Relevan**

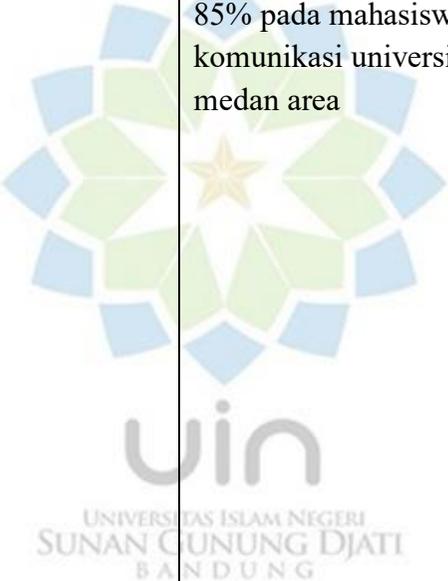
### **1.5.1 Penelitian Terdahulu**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG

No	Nama dan Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	<p><b>Nama :</b> Lisaningsih (UIN Sunan Gunung Djati Bandung)</p> <p><b>Skripsi (2016) :</b> Persepsi mahasiswa jurnalistik terhadap tayangan reportase investigasi trans tv (studi deskriptif kuantitatif pada mahasiswa jurnalistik semester VIII angkatan tahun 2012)</p>	<p>Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif</p>	<p>Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 60 responden diperoleh skor rata-rata secara keseluruhan yakni 83.5% dan dikategorikan baik</p>	<p>Meneliti persepsi dari objek penelitian terhadap berita sebagai salah satu variabel yang akan diteliti pada skripsi dan juga merupakan penelitian kuantitatif</p>	<p>Perbedaannya penelitian sebelumnya menggunakan objek mahasiswa sedangkan penelitian saat ini menggunakan objek remaja</p>

No	Nama dan Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
2.	<p><b>Nama :</b> Ayu Shafa Rizki (UIN Sunan Gunung Djati Bandung)</p> <p><b>Skripsi (2015) :</b> Hubungan Program Berita Net 10 Dengan Persepsi Mahasiswa Mengenai Citizen Journalism</p>	Kuantitatif korelasional	Hasilnya terdapat hubungan antara program berita dengan persepsi mahasiswa	Persamaannya meneliti mengenai hubungan persepsi dengan persepsi mahasiswa	Perbedaannya objek yang diteliti pada penelitian program berita dengan persepsi mahasiswa, sedangkan penelitian merupakan remaja

No	Nama dan Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
3.	<p><b>Nama :</b> Oscar Geoffrey (Universitas Medan Area)</p> <p><b>Skripsi (2023) :</b> Persepsi Mahasiswa Terhadap Berita Di Media Sosial Instagram Medantalks</p>	Metode Kuantitatif Deskriptif	<p>Hasil penelitian sebesar 85% pada mahasiswa ilmu komunikasi universitas medan area</p> 	Persamaannya meneliti seberapa besar persepsi manusia setelah diterpa berita dari instagram	Perbedaannya objek yang diteliti pada penilitian sebelumnya adalah mahasiswa yang peneliti adalah remaja

No	Nama dan Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
4.	<p><b>Nama :</b> Annisa, Kamsih</p> <p><b>Jurnal (2015) :</b> Hubungan Persepsi Terhadap Iklan Rokok Dengan Perilaku Merokok Pada Remaja</p>	Kuantitatif Korelasional	<p>Hasil penelitian sebesar 39.2% terdapat hubungan antara tayangan iklan rokok terhadap perilaku merokok pada remaja</p>	Persamaannya meneliti hubungan tayangan dengan persepsi remaja	Perbedaannya rujukan mengambil iklan sedangkan penelitian mengambil pada instagram

No	Nama dan Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
5.	<p><b>Nama :</b> Saleh, Philip Cragg.</p> <p><b>Jurnal (2017):</b> The Immediate of instagram post on changing the viewers perception towards travel destination</p>	<p>Menggunakan Metode Kuantitatif Deskriptif</p>	<p>Terdapat pengaruh bagaimana objek yang dibagikan melalui instagram dapat mempengaruhi persepsi viewers</p>	<p>Persamaannya mengenai persepsi dan media yang digunakan sama yakni instagram</p>	<p>Perbedaannya pada penelitian sebelumnya objeknya yakni destinasi wisata, sedangkan penelitian mengambil mengenai berita instagram pemeritahan</p>

## 1.6 Kerangka Pemikiran

### 1.6.1 Kerangka Teoritis

#### a. Teori Perbedaan Individu (Individual Theory)

Teori ini dikemukakan oleh Melvin D. Defleur yang dikenal dengan “Teori Perbedaan Individu Komunikasi Massa” atau sederhananya Teori Perbedaan Individu. Teori ini mengeksplorasi adanya stimulus dalam pesan media dan menyoroti perbedaan yang ada di antara individu, termasuk perbedaan fisik dan psikologis. Menurut teori ini, individu menjadi target media massa ketika mereka terstimulus, sehingga menimbulkan dampak tertentu. Teori ini menyatakan bahwa individu sebagai bagian dari target *audiens* media massa, secara selektif memberikan stimulus pada pesan-pesan yang selaras dengan minat, sikap, dan nilai-nilai mereka. Respons mereka terhadap pesan-pesan ini dipengaruhi oleh keunikan psikologis mereka masing-masing. Akibatnya, dampak media massa terhadap khalayak massa tidak konsisten melainkan bervariasi akibat adanya perbedaan struktur psikologis masing-masing individu.

Anggapan mendasar dari teori ini menyatakan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dalam psikologi individu. Perbedaan tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh perbedaan biologis, tetapi juga karena faktor-faktor seperti beragamnya pengetahuan, pengalaman, lingkungan, dan unsur-unsur lainnya. Selain itu, kesenjangan dalam sikap, nilai, dan keyakinan semakin membedakan satu individu dengan individu lainnya. Teori ini mencakup rangsangan yang menimbulkan interaksi berbeda dengan karakteristik unik setiap individu. Mengingat adanya perbedaan individu, maka wajar jika kita mengantisipasi

dampak yang berbeda-beda berdasarkan ketidaksamaan tersebut (Effendi, 1993: 275-276).

Maka dari itu peneliti ingin mengetahui adakah hubungan dan seberapa besar tingkat keeratan hubungan berita pada akun instagram @kabupaten.bogor dengan persepsi remaja penelitian terhadap Anggota Ekstrakurikuler PIK-Remaja SMAN 1 Cigombong.

Perspektif perbedaan individu menekankan bahwa sikap dan cara berpikir pribadi-psikologis individu mempengaruhi bagaimana stimulus dari lingkungan dipilih dan diinterpretasikan. Setiap orang mempunyai potensi biologis dan belajar dari lingkungan yang bervariasi (Rahmat, 2007:81).

**Gambar 1.1**  
*Skema The Individual Difference Theory*



(Effendy, 2003:275)

### b. Teori *Stimulus-Organism-Respon* (SOR)

Teori *Stimulus-Organisme-Respon* telah ada sejak tahun 1930, dan banyak dimanfaatkan oleh para peneliti. Terlepas dari kenyataan bahwa pencipta asli teori ini masih belum diketahui, telah ditetapkan bahwa teori ini ada hubungannya dengan penelitian psikologis yang dipelopori oleh Skinner. Teori ini mengemukakan bahwa efek yang dihasilkan adalah respon yang berbeda terhadap stimulus tertentu, memungkinkan antisipasi dan evaluasi keselarasan antara pesan dan respon komunikasi. Sebagaimana dikemukakan McQuaili (Bungin, 2008:277), unsur kunci pada teori SOR meliputi (a) pesan/stimulus, (b) penerima/penerima, dan akibat yang ditimbulkan (respon).

Teori SOR sangat bergantung pada stimulasi dan komunikasi. Tanpa kedua elemen ini, efektivitasnya akan berkurang sehingga dampaknya minimal. Hovland Janis menyoroti tiga variabel kunci yang perlu dipertimbangkan ketika menganalisis sikap baru: perhatian, pemahaman, dan penerimaan.

**Gambar 1.2**

#### *Skema Teori Stimulus-Organism-Respon (SOR)*



(Effendy, 2003:275)

Penjelasan proses pada gambar di atas menguraikan urutan perubahan sikap yang terjadi dalam diri individu, yakni :

- 1) Stimulus/respon yang diberikan terhadap organisme dapat diterima ataupun ditolak. Jika ditolak, maka proses terhenti, menandakan bahwa stimulus tidak memiliki pengaruh terhadap individu dan tidak ada perhatian dari organisme. Sebaliknya, jika stimulus diterima oleh organisme maka menandakan terdapat komunikasi dan perhatian dari organisme tersebut.
- 2) Langkah selanjutnya melibatkan pemahaman stimulus berdasarkan kemampuan organisme, yang memungkinkan kelanjutan proses.
- 3) Terakhir, organisme harus secara efektif menerima apa yang telah diproses guna menumbuhkan kemauan untuk mengubah sikap (Mar'at, 1984:26).

Maka dalam penggunaa Teori SOR ini memungkinkan adanya hubungan berita sebagai stimulus, yang berupa berita pada akun instagram @kabupaten.bogor. Organism adalah Anggota Ekstrakurikuler PIK-Remaja SMAN 1 Cigombong, Kabupaten Bogor dan respon adalah pandangan yang akan diberikan oleh persepsi remaja pada saat atau setelah distimulus berita tersebut.

### 1.6.2 Kerangka Konseptual

Pada penelitian ini memiliki kategori penelitian Remaja usia 15-18 tahun, anggota ekstrakurikuler PIK-R SMAN 1 Cigombong, mengikuti instagram @kabupaten.bogor, dan membaca berita di instagram @kabupaten.bogor. Pada penelitian ini meneliti melalui teknik data primer yakni terlibat langsung dengan responden, dan juga didukung oleh data sekunder yakni data tambahan berupa buku, jurnal, maupun artikel yang relevan. Maka dalam penelitian ini ingin melihat adakah hubungan dan seberapa besar tingkat keeratan persepsi dari anggota PIK-Remaja SMAN 1 Cigombong, baik saat atau setelah membaca berita pada akun @kabupaten.bogor. Tentunya dengan menghubungkannya pada Teori Perbedaan Individu (*Individual Differences Theory Of Mass Communication*) dan Teori *Stimulus-Organism-Respon* (SOR).

### 1.7 Operasionalisasi Variabel Penelitian

#### 1.7.1 Variabel Independen (X)

Pada penelitian ini variabel independen atau variabel bebasnya yang akan mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau sebab adanya variabel dependen (Sugiyono, 2022). Yakni dimana variabel independen dalam penelitian ini adalah Berita Instagram @kabupaten.bogor dengan aspek yang akan dijabarkan dalam tabel yang akan disajikan

#### 1.7.2 Variabel Dependen (Y)

Dalam penelitian ini variabel dependen atau variabel terikat yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah Persepsi Anggota PIK-Remaja. Maka variabel X dan Y dalam penelitian ini dirinci pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.3

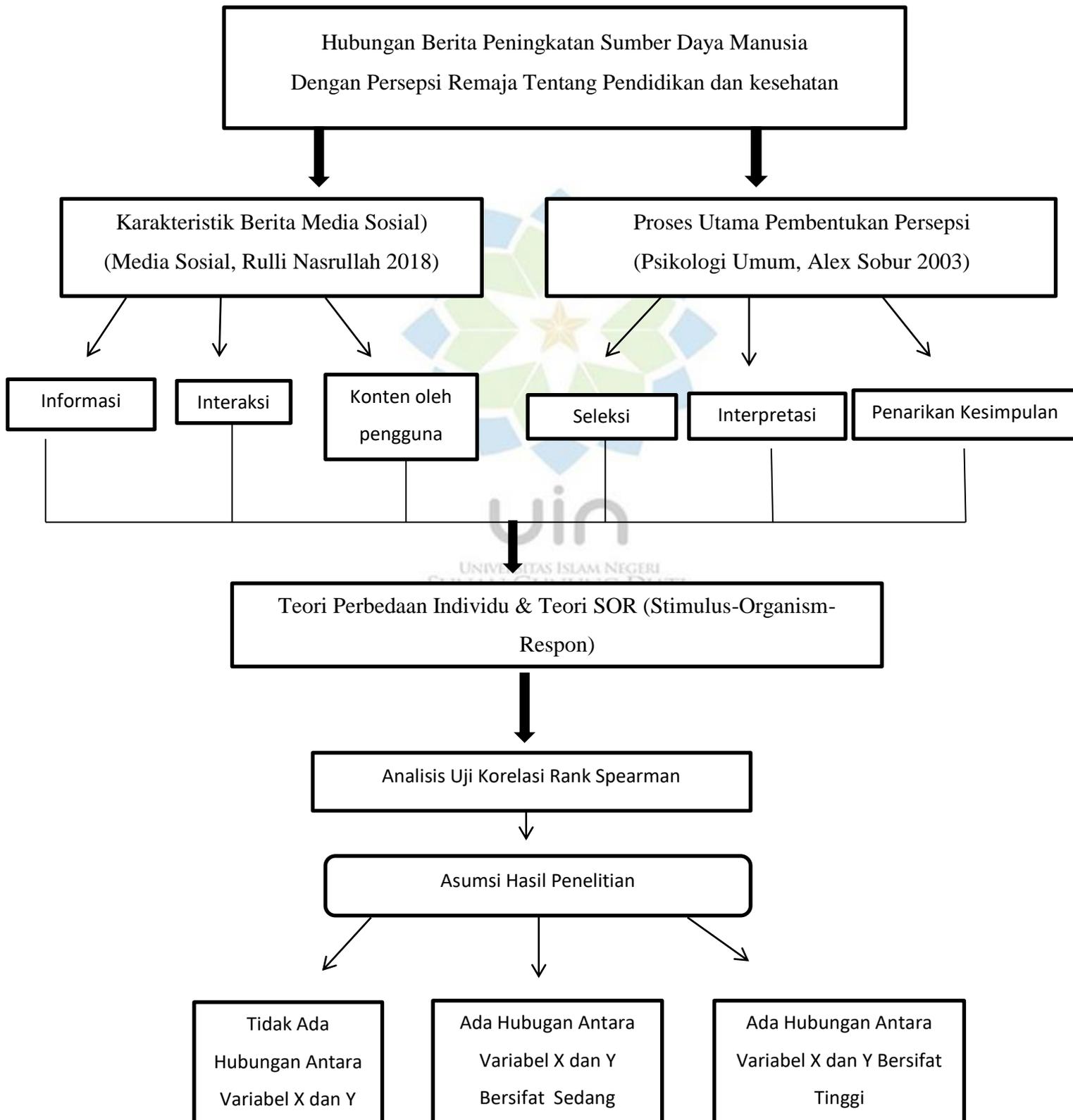
## Variabel, Sub Variabel dan Indikator Variabel X dan Y

Variabel	Sub Variabel	Indikator
Berita Instagram @kabupaten.bogor  (X)	a. Informasi	- Informatif - Penting - Menarik
	b. Interaksi	- Frekuensi - Durasi
	c. Konten oleh pengguna	- Jelas - Mudah dimengerti
Persepsi Anggota PIK- Remaja  (Y)	a. Seleksi	- Sensasi - Perhatian - Berpikir
	b. Interpretasi	- Penafsiran - Pengetahuan - Pengalaman
	c. Penarikan Kesimpulan	Tanggapan/Sikap

### 1.7.3 Skema Penelitian

Adapun Skema Penelitian sebagai berikut :

Gambar 1.3 Skema Penelitian



## 1.8 Hipotesis

Pada penelitian mengenai “Hubungan Berita Peningkatan Sumber Daya Manusia Pada Akun Instagram @kabupaten.bogor dengan Pembentukan Persepsi Remaja anggota ekstrakurikuler PIK-R SMAN 1 Cigombong, Kabupaten Bogor” Maka adanya hipotesis penelitian yakni :

H0 : Tidak ada Hubungan Berita Peningkatan Sumber Daya Manusia Pada Akun Instagram @kabupaten.bogor dengan Pembentukan Persepsi Remaja anggota ekstrakurikuler PIK-R SMAN 1 Cigombong, Kabupaten Bogor.

H1 : Ada Hubungan Berita Peningkatan Sumber Daya Manusia Pada Akun Instagram @kabupaten.bogor dengan Pembentukan Persepsi Remaja anggota ekstrakurikuler PIK-R SMAN 1 Cigombong, Kabupaten Bogor Bersifat Sedang

H2 : Ada Hubungan Berita Peningkatan Sumber Daya Manusia Pada Akun Instagram @kabupaten.bogor dengan Pembentukan Persepsi Remaja anggota ekstrakurikuler PIK-R SMAN 1 Cigombong, Kabupaten Bogor Bersifat Tinggi

## 1.9 Paradigma dan Pendekatan

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah positivisme, yaitu cara berpikir yang mengedepankan aspek empiris pengetahuan, khususnya pengetahuan ilmiah. Positivisme umumnya melibatkan pernyataan faktual berdasarkan persepsi (sensasi). Dengan memanfaatkan pendekatan kuantitatif, data disajikan dalam bentuk numerik dan dianalisis menggunakan metode statistik (Sugiyono, 2014:7).

Dalam Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu melakukan penelitian untuk memperoleh pengetahuan atau mengatasi permasalahan yang ada secara cermat dan sistematis. Data yang dikumpulkan disajikan dalam format numerik, membentuk rangkaian atau kumpulan angka (Nasehudin & Gozali, 2012: 68)

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif, karena melibatkan perubahan aspek kualitas menjadi data numerik selama pengumpulan dan analisis data. Sumber utama data primer penelitian ini terdiri dari tanggapan peserta ekstrakurikuler PIK-Remaja SMAN 1 Cigombong Kabupaten Bogor, yang berinteraksi dengan postingan berita di akun Instagram @kabupaten.bogor. Selain itu, sumber data sekunder berupa buku dan penelitian terdahulu. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan metode statistik, sehingga menghasilkan angka-angka kuantitatif baik untuk pengumpulan maupun analisis data.

### **1.10 Pola Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian korelasional asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara suatu variabel dengan variabel lainnya (Sukmadinata, 2005: 56). Penelitian asosiatif korelasional dapat menghitung dampak atau hubungan atau kualitas antara variabel disiplin, motivasi, dan kompetensi. Dikemukakan oleh Sugiyono (2013:13), metode penelitian kuantitatif berpijak pada filosofi positivisme, yaitu fokus mempelajari populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data melalui instrumen penelitian,

melakukan analisis data kuantitatif/statistik, dan menguji hipotesis yang telah ditentukan.

Tujuan utama penelitian korelasional ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Pada Penelitian ini menggunakan analisis statistik non-parametrik, yang cocok untuk data ilmu sosial dan dapat diterapkan pada tingkatan atau peringkat dibandingkan skor numerik pasti, sehingga ideal untuk ukuran sampel kecil. Teknik analisis statistik non parametrik yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional Rank Spearman (Sugiyono, 2016:224).

## **1.11 Populasi dan Sampel**

### **1.11.1 Populasi**

Populasi mengacu pada hal luas dan mencakup objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang diidentifikasi peneliti untuk dipelajari dan dianalisis selanjutnya (Sugiyono, 2012: 80). Definisi ini menggaris bawahi bahwa populasi tidak hanya mencakup jumlah objek atau subjek yang diselidiki, tetapi juga mencakup semua atribut yang terkait. Penelitian ini ingin membuktikan adakah persepsi yang ditimbulkan remaja Anggota Ekstrakurikuler PIK-Remaja SMAN 1 Cigombong setelah membaca berita di instagram @kabupaten.bogor. Oleh karena itu yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah 38 Anggota Ekstrakurikuler PIK-Remaja SMAN 1 Cigombong.

### 1.11.2 Sampel

Sampel adalah suatu cara yang digunakan untuk memilih sebagian dari populasi untuk tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, remaja peserta ekstrakurikuler PIK-Remaja di SMAN 1 Cigombong Kabupaten Bogor dipilih sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu sebagaimana diuraikan oleh Sugiyono (2016:85).

Peneliti memilih teknik ini ketika melakukan penelitian kuantitatif yang tidak melibatkan generalisasi, seperti yang diungkapkan oleh Sugiyono (2016:85). Berdasarkan Sugiyono (2015), total sampling adalah suatu metode yang digunakan ketika seluruh populasi diambil sebagai sampel, disebut juga dengan sensus. Teknik ini diterapkan bila populasinya kurang dari 100 individu. Oleh karena itu, dalam penelitian ini seluruh remaja peserta Ekstrakurikuler PIK-Remaja SMAN 1 Cigombong Kabupaten Bogor yang berjumlah 38 orang akan dijadikan sampel. Berikut daftar nama jumlah Anggota Ekstrakurikuler PIK-Remaja SMAN 1 Cigombong, yang disajikan lewat tabel dibawah ini

**Tabel 1.4**  
**Jumlah Anggota**  
**Ekstrakurikuler PIK-Remaja SMAN 1 Cigombong**  
 (Data Internal)

No	Nama Anggota	Kelas
1.	Cahaya Djulhijjah	X
2.	Chelsa Puanita G.A	X
3.	Balqis Shofura Anis	X
4.	Listyana Utami	X
5.	Jihan Laely Fauziah	X
6.	Destiyanti Laila Fadillah	X
7.	Shafrina Mulyani	X
8.	Farhan Sayyidan	X
9.	Sabrina Nur Aisyah	X
10.	Dani Anwar Al hasbi	X
11.	Fadlan Muhammad	X
12.	Zhaskya Putrisyalma i	X
13.	Eliya Indry April Liyani	X
14.	Diki Suherdi	X
15.	Nadine Syaira	X

16.	Muhammad Stenmy Sanuspati Koto	X
17.	Santi Nurahma Aprilia	X
18.	Yoan Joy Peachy	X
19.	Dwi Tantini	X
20.	Daffa Yudhi Pratama	X
21.	Sintia Salsabila	X
22.	Zahra Tussyita	X
23.	Felyzia Nur Arsyia	X
24.	Dinda Amelia	X
25.	Nada Savaira Rizqin	X
26.	Yusuf Subagya	X
27.	Siti Fadya Auliani	XI
28.	Novia intan Rahma Yanti	XI
29.	Nayla Ramadhani Subhkan	XI
30.	Riska Febrianti	XI
31.	Fiyona Nata Febriana	XI
32.	Nanjung Jaya Waluya	XI
33.	Dania nur Shinta	XI
34.	Bunga Mutiara	XII

35.	Regi Irawan	XII
36.	Siti Mayshitoh	XII
37.	Vivi Andriani	XII
38.	Firmansyah Maulana	XII

### 1.12 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dibedakan menjadi dua yakni, data primer dan data sekunder berdasarkan sumbernya. Data primer dikumpulkan melalui interaksi langsung antara peneliti dan responden. Sementara itu data sekunder diperoleh dari sumber selain data primer yang sering disebut dengan data pelengkap. Tujuan utama penggunaan teknik atau cara pengumpulan data dalam penelitian ini untuk mengungkap informasi faktual tentang variabel-variabel yang diteliti.

Pada penelitian ini, data dikumpulkan dari sumber primer dan sekunder. Untuk memperoleh data sekunder, peneliti merujuk pada artikel jurnal, website, dan sumber lain yang relevan untuk mendapatkan informasi tambahan. Sedangkan untuk data primer digunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Kuesioner menggunakan skala Likert untuk mengukur variabel yang mencerminkan tanggapan, sikap, dan perspektif individu atau kelompok. Selain kuesioner, Sugiyono mengemukakan bahwa ini adalah teknik pengumpulan data yang efektif, yaitu berupa serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Demikian pula Cholid n dan Abu Achmadi mendefinisikan kuesioner sebagai daftar pertanyaan yang berkaitan dengan suatu masalah atau bidang penelitian tertentu. Dalam kuesioner khusus ini, perhitungan

skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap peristiwa atau fenomena sosial. Menurut Sugiyono (2009:135), skala Likert yakni:

**Tabel 1.5**  
**Instrumen Skala Likert**

No	Instrumen	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Ragu-Ragu (R)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

### 1.13 Pengujian Kualitas Instrumen Penelitian

#### 1.13.1 Validitas

Validitas instrumen mengacu pada penilaian keakuratan suatu pertanyaan atau pernyataan. Untuk menilai validitas diperlukan uji validitas digunakan agar mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Tes ini membantu mengidentifikasi apa yang diukur dengan kuesioner dan bagaimana persepsinya. Suatu indeks dikatakan valid apabila  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan bernilai positif. Uji validitas dihitung dengan menggunakan rumus korelasi product moment.

Setelah itu, nilainya harus dibandingkan. Apabila hitung lebih besar dari nilai tabel, maka menunjukkan bahwa data tersebut signifikan dan sesuai untuk menguji hipotesis penelitian. Sebaliknya, jika  $t$  hitung lebih kecil dari nilai tabel, berarti data tersebut tidak signifikan dan tidak boleh dimasukkan dalam pengujian hipotesis penelitian. Selanjutnya pernyataan yang dianggap signifikan atau valid dilakukan uji reliabilitas. Untuk dapat dianggap valid suatu item instrumen maka nilai indeks validitasnya harus  $\geq 0,3$  (Sugiyono, 2013) dan koefisien korelasi Product Moment harus lebih besar dari nilai  $r$  tabel. Oleh karena itu, setiap pertanyaan yang tingkat korelasinya di bawah 0,3 perlu diperbaiki karena dianggap tidak valid.

### **1.13.2 Reliabilitas**

Reliabilitas adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau alat untuk mengukur suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliable apabila jawaban seseorang terhadap setiap pernyataan atau pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat seberapa skor yang diperoleh seseorang itu akan menjadi sama jika orang tersebut dihadapkan dengan tes yang sama dalam kesempatan yang berbeda. Untuk mengetahui uji reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach (Ebel & Frisbie, 1991).

Metode alpha cronbach ( $\alpha$ ) diukur berdasarkan skala alpha cronbach ( $\alpha$ ) dari 0,00 sampai 1,00. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan range yang sama, ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

**Tabel 1.6****Interpretasi Koefisien Korelasi**

Sumber : Arikunto, Suharsimi (2002:146)

<b>Koefisien Korelasi</b>	<b>Evaluasi</b>
0,81 - 1,00	Sangat Tinggi
0,61 – 0,80	Tinggi
0,41 – 0,60	Cukup
0,21 – 0,40	Rendah
0,00 – 0,20	Sangat Rendah

Uji Reabilitas memiliki karakteristik uji instrument dikatakan realibel apabila alpha positif lebih besar dari 0,7, dimana semakin besar nilai alpha maka alat ukur semakin handal. Setelah mendapatkan nilai reliabilitas instrumen (rb hitung), maka nilai tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Bila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ , 30 maka instrumen tersebut dikatakan reliabel, sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

**1.14 Analisis Statistik Nonparametrik**

Pengujian hipotesis dengan menggunakan statistik nonparametris sesuai dengan data-data ilmu sosial dan dapat digunakan bukan untuk skor eksak dalam sebuah keangkaan, melainkan merupakan tingkatan serta sesuai dengan sampel yang kecil. Metode nonparametris ini sesuai dengan penelitian ini dan menggunakan metode korelasi Rank Spearman (Sugiyono, 2016:224)

### 1.14.1 Korelasi Rank Spearman

digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel berskala ordinal, yaitu variabel bebas dan variabel terkait. Ukuran asosiasi yang menuntut seluruh variabel diukur sekurang-kurangnya dalam skala ordinal, membuat subjek/individu yang dipelajari dapat diranking dalam banyak rangkaian berturut-turut. Skala ordinal atau skala urutan digunakan jika terdapat hubungan, biasanya antar perbedaan ditandai " $\geq$ " yang berarti "lebih besar daripada", Maka koefisien yang berdasarkan ranking ini dapat menggunakan koefisien korelasi Rank Spearman, (Sugiyono, 2016 :245) :

Dalam Rank Spearman adapun langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Nilai pengamatan dalam dua variabel yang akan diukur hubungannya diberi peringkat. Bila data yang sama akan dihitung peringkat rata-rata
- b. Tiap pasang peringkat dihitung rata-ratanya
- c. Perbedaan tiap-tiap peringkat tersebut dikuadratkan dan dijumlahkan
- d. Derajat keyakinan dengan taraf nyata ( $n$ ) = 5%, dengan signifikansi 95%
- e. Pengukuran keeratan hubungan rank spearman

Dalam melihat hubungan antar kedua variabel, secara sistematis pedoman memberikan interpretasi koefisien korelasi didasarkan pada tabel berikut :

**Tabel 1.7**  
**Nilai Korelasi dan Tingkat Hubungan**

Sugiyono (2013:250)

No	Nilai Korelasi (r)	Tingkat Hubungan
1.	0,00-0,199	Sangat Rendah
2.	0,20-0,399	Rendah
3.	0,40-0,599	Sedang
4.	0,60-0,799	Kuat
5.	0,80-1,00	Sangat Kuat

#### 1.14.2 Uji koefisien determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui kontribusi yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0-1. Semakin kecil nilai  $R^2$  maka semakin kecil pula pengaruh yang diberikan oleh variabel X kepada variabel Y. Sebaliknya, apabila nilai  $R^2$  mendekati 1 maka pengaruh yang diberikan oleh variabel X kepada Variabel Y semakin besar.