

Terpaan Media Sosial Instagram Akun @Pemol.id Terhadap Minat Followers Menggunakan Aplikasi PEMOL (Pemulung Online) Di Kota Pekanbaru

Hernida¹, Anuar Rasyid²
Universitas Riau^{1,2}
hernidanida75@gmail.com

Abstract: *This study aims to determine how big the influence of social media exposure on Instagram account @Pemol.id on the interest of followers using the Pemol application (Online scavengers) in Pekanbaru City. This study uses an explanative quantitative research method with a simple random sampling technique and uses the Slovin formula to get a total of 100 respondents. The questionnaire is distributed in the form of a google form. The data analysis technique used simple linear regression and coefficient of determination (R^2). Researchers analyzed the data using the SPSS for windows version 24 application. Based on the results of a simple linear regression analysis, the coefficient value in this study was $Y = 15.333 + 0.741 X$. The constant number (a) was 15.333 and the variable coefficient X was 0.741. Meanwhile, the t -count is 11,357 which is bigger than the t table of 1.664. Where H_0 is rejected and H_a is accepted with a significance of 0.05, it can be said that there is an influence between exposures to social media Instagram @Pemol.id on followers' interest in using the Pemol application (Online Scavengers) in Pekanbaru City is in the medium category.*

Keywords: *Exposure, Instagram, The Pemol Application.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan media sosial pada akun Instagram @Pemol.id terhadap minat followers menggunakan aplikasi Pemol (Pemulung Online) di Kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif eksplanatif dengan teknik simple random sampling dan menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh jumlah responden sebanyak 100 orang. Kuesioner disebar dalam bentuk google form. Teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana dan koefisien determinasi (R^2). Peneliti menganalisis data menggunakan aplikasi SPSS for windows versi 24. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, nilai koefisien dalam penelitian ini adalah $Y = 15,333 + 0,741 X$. Angka konstanta (a) adalah 15,333 dan koefisien variabel X adalah 0,741. Sedangkan t hitung sebesar 11.357 lebih besar dari t tabel sebesar 1,664. Dimana H_0 ditolak dan H_a diterima dengan signifikansi 0,05 maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara terpaan media sosial Instagram @Pemol.id terhadap minat followers menggunakan aplikasi Pemol (Pemulung Online) di Kota Pekanbaru adalah dalam kategori sedang.

Kata kunci: Terpaan, Instagram, Aplikasi Pemol.

Pendahuluan

Media sosial adalah sebuah medium di internet yang memungkinkan penggunanya untuk merepresentasikan diri dan melakukan interaksi, bekerjasama, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial virtual (Dinda 2019). Penggunaan media sosial tidak hanya digunakan untuk mempermudah aktivitas sehari-hari penggunanya, namun dapat juga digunakan atau diimplementasikan ke berbagai sektor ekonomi, seperti media sosial dimanfaatkan untuk memasarkan atau memperkenalkan suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan, pemerintah, atau organisasi tertentu. Salah satu aplikasi layanan pengelolaan sampah daur ulang yang memperkenalkan aplikasinya melalui media sosial yaitu aplikasi Pemol (Pemulung Online) merupakan aplikasi yang memanfaatkan media sosial sebagai media penyebar informasi untuk menyampaikan pesan. Aplikasi Pemol atau singkatan dari Pemulung Online menerapkan konsep digital, berusaha meningkatkan kesejahteraan dan memberikan dampak positif bagi lingkungan hidup secara berkelanjutan. Aplikasi Pemol mulai dikembangkan pada Januari 2019 dan dibangun atas keresahan terhadap lingkungan yang semakin tidak terawat oleh permasalahan sampah. Aplikasi Pemol ini menyediakan layanan penjemputan sampah secara online, mulai dari sampah nonorganik hingga sampah organik yang akan didaur ulang, sampah ini dijual kepada driver penjemput sampahnya atau ditabung hingga menghasilkan sesuatu yang memiliki nilai guna (Sumber: <https://www.kompas.tv/amp/article/132217/videos/melalui-Pemol-mudahkan-konsumen-menabung-sampah>).

Aplikasi Pemol dapat diunduh atau didownload di *Google Play* untuk pengguna Android dan dapat melalui web untuk pengguna IOS dengan mengunjungi order.Pemol.id. Sebanyak 10 ribu yang telah mendownload aplikasi Pemol di *google play* pada bulan Desember 2021. Aplikasi Pemol yang bergerak dibidang *startup* dirancang khusus oleh Nora Sianiar sekaligus sebagai pendiri dan ketua dari perusahaan Bank Sampah Tuah Di Bangarna (TDB) di Kota Pekanbaru Provinsi Riau yang lokasinya berada di Jl. Bakti 8 Tengkarang Barat, Marpoyan Damai. Bank Sampah Tuah Di Bangarna (TDB) merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pengumpulan sampah secara kolektif. Kenggunaan dari TDB yaitu merupakan satu-satunya bank sampah yang berbasis website di Kota Pekanbaru Riau dengan menciptakan inovasi baru yaitu aplikasi Pemol sebagai tempat penukaran sampah dapat berupa saldo. Saldo dapat ditukarkan menjadi saldo pulsa, listrik, pembayaran BPJS dan dijadikan uang tunai (riauonline.co.id). Bank Sampah TDB menciptakan inovasi baru yaitu aplikasi digital yaitu aplikasi Pemol (Pemulung Online) pertama yang ada di Kota Pekanbaru Riau.

Adapun platform media sosial yang digunakan oleh aplikasi Pemol adalah platform media sosial instagram. Salah satu media sosial yang semakin pesat perkembangannya adalah Instagram. Media sosial yang kerap sekali digunakan oleh masyarakat Indonesia. Jumlah pengguna instagram hingga Juli 2021 sebesar 91,77 juta pengguna. Pengguna terbesar terdapat pada kelompok usia 18-24 tahun yaitu 36,4%. (Sumber: katadata.co.id, 2021). Pengguna internet di Indonesia yang menggunakan setiap platform (berbasis survei) yaitu

salah satunya platform Instagram menjadi nomor 3 teratas yang paling banyak digunakan, setelah YouTube dan WhatsApp sebagai platform media sosial dimana jumlah pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 86,6% dari jumlah populasi (Sumber: diakses pada 18 November 2021).

Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media penyebar informasi di manfaatkan oleh suatu aplikasi layanan pengelolaan sampah daur ulang yang aktif memberikan informasi lingkungan berbasis online yang bernama aplikasi Pemol (Pemulung Online) dengan menggunakan akun Instagram @Pemol.id. Sebelumnya pada 25 Januari 2021 nama akun Instagram @Pemol.id adalah @Pemol.app. Akun @Pemol.id ini bergabung di Instagram sejak 27 September 2019. Akun Instagram @Pemol.id sangat aktif membagikan informasi edukasi lingkungan tentang bagaimana mengelola sampah, cara mendaur ulang sampah dengan hastag dibagian profil yaitu #PilahSampahmu dan himbauan pengurangan penggunaan plastik, dengan tujuan untuk perubahan sosial lingkungan yang lebih baik kedepannya.

Konten dalam Instagram @Pemol.id menerepa *followers*-nya dengan foto dan video untuk mengajak *followers* akunya untuk menabung sampah dan memilih sampah atau mendaur ulang sampah dengan beberapa pembahasan, mulai dari pembahasan mengenai sampah plastik, sampah tekstil atau polimer, dan sampah makanan. Beberapa macam postingan yang diunggah sesuai dengan pembahasan yang telah mereka rancang seperti postingan untuk menabung sampah, himbauan hemat kertas, mengelola *Bubble Wrap* sisa belanja online dan berbagai macam daur ulang sampah lainnya. tidak hanya itu, Instagram akun @Pemol.id juga memposting cara menjual sampah melalui aplikasi Pemol (Sumber: <https://www.instagram.com/Pemol.id/>). Sejak tahun 2019 hingga kini akun @Pemol.id telah menerpa *followers*-nya dengan konten mengenai edukasi sampah dan cara mendaur ulang sampah 513 postingan foto dan video, 160 *Instagram stories* yang diposting di *highlight stories* akun tersebut (diakses pada tanggal 26 November 2021).

Terpaan media merupakan kondisi dimana khalayak diterpa oleh pesan media, atau isi dari pesan dari media tersebut menerpa khalayaknya. Menurut (Ardianto 2014), terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Menurut Ardianto (Ardianto 2014) terpaan media dapat diukur dengan beberapa dimensi yaitu frekuensi (seberapa seringnya seseorang mengkonsumsi isi pesan pada media), durasi (seberapa lama seseorang mengkonsumsi isi pesan pada media), dan atensi (tingkat perhatian diberikan seseorang saat mengkonsumsi isi pesan pada media). Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. Penggunaan jenis media meliputi media audio, audiovisual, media cetak, dan media online (Ardianto, 2014). Terpaan media ini sebagai salah satu acuan yang membuat khalayaknya menjadi berminat menggunakan media. Menurut Jogiyanto dalam (Akhmad, 2018) Minat adalah suatu keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku (*behavioral*) jika mempunyai keinginan atau minat (*behavioral intention*) untuk melakukannya. Minat berhubungan dengan perilaku-perilaku atau tindakan-tindakan, akan

tetapi minat dapat berubah menurut waktu, semakin lebar interval waktu, semakin dimungkinkan terjadi perubahan-perubahan minat seseorang.

Proses terjadinya minat pada seseorang menurut Charles yang dikutip oleh (Widodo, 2007) dideskripsikan pada awalnya sebelum terlibat didalam suatu aktivitas, seseorang mempunyai perhatian terhadap suatu objek atau suatu situasi tertentu. Perhatian ini akan menimbulkan keinginan untuk terlibat didalam aktivitas. Secara skematis proses terbentuknya minat dimulai dari perhatian. Perhatian yang tercipta karena adanya stimulus atau pesan yang disampaikan oleh komunikor kepada khalayak kemudian setelah terjadi perhatian lalu kemudian keterlibatan. Definisi keterlibatan menurut Setiadi (Setiadi, 2005) adalah tingkat kepentingan pribadi yang dirasakan atau minat yang dibangkitkan oleh stimulus di dalam situasi spesifik jangkauan kehadirannya, konsumen bertindak dengan sengaja untuk meminimumkan resiko dan memaksimalkan manfaat yang diperoleh dari pembelian dan pemakaian/penggunaan. Selanjutnya sampai kepada tahap minat yang mana minat sendiri menurut (Crow and Crow, 1973) menyatakan bahwa dengan adanya minat memungkinkan adanya keterlibatan yang lebih besar dari objek yang bersangkutan. Karena minat berfungsi sebagai pendorong yang kuat. Dari beberapa pengertian minat dapat disimpulkan bahwa minat merupakan keinginan yang tinggi yang dimiliki oleh individu untuk tertarik pada suatu objek karena adanya perhatian dalam hal ini pesan stimulus melalui postingan foto dan video yang disampaikan oleh instagram akun @Pemol.id berupa aplikasi layanan pengelolaan sampah daur ulang yaitu aplikasi Pemol (Pemulung Online).

Teori yang terkait dalam penelitian ini yaitu Teori S-O-R (Stimulus - Organisme – Response) yang dikemukakan oleh Hovland, et.al pada tahun 1953. Keberadaan atau kemunculan teori ini karena adanya pengaruh dari ilmu psikologi dalam ilmu komunikasi. Teori ini objek materialnya adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi afeksi dan konasi (McQuail, 2010). Onong Uchjana Efendy (2003) menjelaskan unsur atau elemen penting dalam model komunikasi S-O-R itu ada tiga. Adapun keterkaitan dari tiga elemen yang penting yang membantu peneliti dalam memecahkan permasalahan dalam penelitian, yaitu *Stimulus* (S), merupakan pesan yang disampaikan kepada komunikan berupa postingan foto dan video yang disebabkan melalui akun @Pemol.id, *Organisme* (O), yaitu penerima pesan yang memberikan perhatian terhadap stimulus yang disampaikan kepadanya berupa *followers* instagram @Pemol.id dan *Response* (R), merupakan akibat atau efek perubahan sikap dari *followers* setelah diterpa pesan oleh akun @Pemol.id yang bergantung pada proses terhadap individu. Asumsi dasar teori S-O-R adalah bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan Stimulus (komunikator) yang berkomunikasi dengan organisme (komunikan).

Pada penelitian terdahulu yakni penelitian oleh Shindy Jafrianti dengan judul “Pengaruh Terpaan Akun Instagram @zerowaste.id_official Dalam Mengkampanyekan Gaya Hidup Nol Sampah Terhadap Sikap Ramah Lingkungan Followers” Jurnal JOM FISIP 2021. Dimana hasil penelitiannya terdapat terpaan dari postingan akun instagram @zerowaste.id_official yang mengkampanyekan gaya hidup nol sampah sebagai stimulus yang menghasilkan sebuah respon berupa sikap yaitu sikap ramah lingkungan pada followers akun instagram @zerowaste.id_official. Hal ini sejalan dengan teori yang digunakan yaitu teori S-R dimana teori ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat non-verbal,

gambar dan tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu.

Berdasarkan latar belakang diatas Maka dari itu, salah satu alasan peneliti mengangkat judul ini adalah untuk melihat bagaimana sebuah media sosial Instagram dari akun @Pemol.id bisa menjadi akun yang dapat memberikan pengaruh melalui isi pesan-pesan dan informasi online yang dapat menarik minat *followers*nya dalam menggunakan aplikasi Pemol (Pemulung Online). Oleh sebab itu peneliti tertarik mengambil judul yaitu “Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Akun @Pemol.id Terhadap Minat Followers Menggunakan Aplikasi Pemol (Pemulung Online) Di Kota Pekanbaru”.

Metode

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, yaitu penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan serta merupakan sebuah representasi dari populasi yang ada. Analisis data kuantitatif adalah analisis yang berupa data yang diperoleh dari responden yang telah dikumpulkan, kemudian dianalisis dan diolah menggunakan teori statistik sebagai alat pemecahan masalah yang dihadapi, sehingga metode ini akan memberikan kepastian dalam mengambil keputusan (Sugiyono, 2010). Peneliti lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi (Kriyantono, 2010). Selain itu, jenis atau tipe riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksplanasi. Eksplanasi dimaksudkan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan perbedaan, atau pengaruh suatu variabel dengan yang lain (Silalahi, 2012).

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh *followers* aktif instagram @Pemol.id. Diketahui *followers* instagram @Pemol.id per November 2021 berjumlah 109 ribu.

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010:91). Pengumpulan sampel menggunakan Teknik Probability Sampling, dimana pada penelitian ini pengambilan sampel memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sementara jenis sampling yang digunakan adalah teknik Simple Random Sampling merupakan teknik yang pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan starta yang ada dalam populasi itu setiap unit sampling sebagai unsur populasi yang terpencil memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel atau untuk mewakili populasi dalam penelitian ini (Sugiyono, 2018)

Teknik Pengukuran Data

Secara umum Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur tersebut jika digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2010). Pada penelitian ini digunakan Skala *Likert* untuk mengukur data dari responden. Skala

Likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap. Objek sikap ini biasanya telah ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh periset. Indikator-indikator dari variabel sikap terhadap suatu objek merupakan titik tolak dalam membuat pernyataan yang harus diisi responden (Kriyantono, 2008).

Teknik Analisa Data

Penelitian ini menggunakan teknik Analisis Regresi Linear Sederhana untuk menganalisis data. Analisis regresi berguna untuk mendapatkan pengaruh antara variabel prediktor terhadap variabel kriteriumnya atau meramalkan pengaruh variabel prediktor terhadap variabel kriteriumnya (Husaini, 2006). Menurut Kriyantono (Kriyantono, 2020) jika terdapat data dari dua variabel riset yang sudah diketahui yang mana variabel bebas X dan yang mana variabel terikat Y, sedangkan nilai-nilai Y lainnya dapat dihitung atau diprediksi berdasarkan suatu nilai X tertentu. Rumus bentuk persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dan menggunakan Uji Koefisien Determinasi. Analisis Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu atau $R^2 = 0$. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen atau variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel dependen atau terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu atau $R^2 = 1$, berarti variabel independen atau variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen atau variabel terikat (Ghozali, 2013).

Besarnya pengaruh terpaan media sosial Instagram akun @Pemol.id dapat ditunjukkan oleh koefisien determinasi. Menurut (Sugiyono 2013) analisis koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Hasil dan Pembahasan

Penelitian yang penulis lakukan melalui penyebaran kuisioner akan penulis uraikan dalam bab ini. Adapun hasil yang penulis dapatkan yaitu pada halaman depan kuisioner terdapat beberapa pertanyaan terkait data pribadi yang harus diisi oleh responden, nama responden, jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Dalam hal ini digunakan untuk menjelaskan latar belakang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dan dianggap dapat mewakili dari keseluruhan jumlah populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* instagram @Pemol.id. Gambaran umum responden dapat dijelaskan sebagai berikut:

Berdasarkan data sebanyak 100 responden yang memberikan penilaiannya dalam penelitian ini, terlihat responden dalam rentang 18-19 tahun. Dapat dilihat bahwa responden yang paling banyak mengisi kuisioner adalah responden yang berusia 22 – 25 tahun, yang mencapai persentase 39% atau sebanyak 39 orang. Persentase terendah adalah responden dengan usia 46 – 49 tahun yaitu sebesar 1% atau sebanyak 1 orang. Sedangkan responden berusia 18 – 21 tahun dengan persentase 27% atau sebanyak 27 orang. Responden berusia 26

– 29 tahun dengan persentase 17% atau sebanyak 17 orang. Responden berusia 30 – 33 tahun dengan persentase 6% atau sebanyak 6 orang. Responden berusia 34 – 37 tahun dengan persentase 6% atau sebanyak 6 orang. Responden berusia 38 – 41 tahun dengan persentase 2% atau sebanyak 2 orang. Responden berusia 42 – 45 tahun dengan persentase 2% atau sebanyak 2 orang. Kemudian, berdasarkan jenis kelamin bahwa responden didominasi oleh perempuan dengan persentase 68% atau sebanyak 68 responden dan diikuti responden laki-laki dengan persentase 32% atau 68 responden. Kemudian berdasarkan pekerjaan terdapat jumlah persentase responden dengan pekerjaan sebagai mahasiswa mendominasi sebesar 42% atau sebanyak 42 responden.

Didapatkan hasil penelitian ini memiliki signifikansi sebesar 0,00 yang artinya lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dengan artian terdapat pengaruh terpaan media sosial instgarm akun @Pemol.id terhadap minat *followers* menggunakan aplikasi Pemol (Pemulung Online) di Kota Pekanbaru. Berdasarkan nilai R menunjukkan korelasi antara variabel dependen yakni 0,754 dan dari model summary diketahui nilai R^2 sebesar 0,658 yang berarti pengaruh akun instagram @Pemol.id terhadap minat *followers* menggunakan aplikasi Pemol (Pemulung Online) di Kota Pekanbaru termasuk dalam kategori sedang. Apabila interval koefisien 40% - 59,99% adalah termasuk tingkat pengaruh sedang (Sugiyono, 2010).

Untuk skor rata-rata setiap kategori pada variabel X yaitu Terpaan Media (akun instagram @Pemol.id). dari tiga indikator yang ada pada indikator tersebut seperti frekuensi, durasi maupun atensi masing-masing indikator berada dalam kategori sangat berpengaruh. Indikator yang memiliki nilai skor rata-rata paling tinggi pada variabel ini adalah indikator 3,24 yang termasuk dalam kategori setuju. Indikator yang memiliki nilai skor rata-rata paling rendah pada variabel ini adalah frekuensi sebesar 2,61 dengan kategori kurang setuju (KS). Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti, pengaruh variabel bebas (terpaan media sosial instagram @Pemol.id) terhadap variabel terikat (minat *followers* menggunakan aplikasi Pemol (Pemulung Online) tergolong dalam tingkat pengaruh sedang. Hal ini sesuai dengan teori S-O-R (Stimulus-Organisme-Response) dimana teori ini mengasumsikan bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan Stimulus (komunikator) yang berkomunikasi dengan organisme (komunikan). Dimana stimulus merupakan pesan yang disampaikan kepada komunikan berupa postingan foto atau video pada akun instagram @Pemol.id. Organisme yaitu penerima pesan yang memberikan perhatian terhadap stimulus yang disampaikan kepada dalam hal ini organisme merupakan *followers* yang menerima pesan media dari akun instagram @Pemol.id sedangkan respons merupakan akibat atau efek perubahan sikap bergantung pada proses terhadap individu dalam hal ini efek atau akibat dari pesan stimulus dari akun Instagram @Pemol.id berupa foto dan video yang diterima oleh organisme atau *followers*. Dimana terpaan pesan dari postingan foto dan video yang dipublikasi melalui akun instagram @Pemol.id yang menjadi stimulus memberikan sebuah respon terhadap organisme atau *followers* berupa minat menggunakan aplikasi Pemol (Pemulung Online) di Kota Pekanbaru. Dengan diperoleh hasil sebesar 56,8% yang termasuk dalam kategori sedang yang memperlihatkan bahwa terdapat beberapa pengaruh yang cukup besar antara terpaan media sosial instagram akun @Pemol.id terhadap minat *followers* menggunakan aplikasi Pemol (Pemulung Online) di Kota Pekanbaru.

Hasil penelitian ini juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya namun juga terdapat beberapa perbedaan lokasi dan objek. Namun terdapat kesamaan antara penelitian sejenis terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Shindy Jafrianti dari Universitas Riau dengan judul “pengaruh terpaan akun isntagram @zerowaste.id_official dalam mengkampanyekan gaya hidup nol sampah terhadap sikap ramah lingkungan *followers*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh akun instagram eksposur dalam mengkampanyekan gaya hidup nol sampah dari media sosial pada akun @zerowaste.id_official terhadap sikap ramah lingkungan *followers*. Penelitian ini melalui pengujian terhadap 398 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima dengan tingkat signifikansi 0.000. Pengaruh variabel bebas (terpaan akun instagram @zerowaste.id_official) terhadap variabel terikat (sikap ramah lingkungan followers) sebesar 40,7% yang tergolong dalam tingkat pengaruh sedang. Penelitian Shindy Jafrianti tersebut menjadi pedoman bagi penulis teliti. Penelitian ini memiliki variabel dan indikator yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, namun teori berbeda dengan yang digunakan oleh peneliti. Teori yang digunakan oleh Shindy Jafrianti adalah teori SR dan memiliki objek yang berbeda dengan peneliti lakukan sehingga memiliki hasil yang berbeda pula.

Penelitian yang juga relevan dengan penelitian terdahulu oleh Putri Raudatul Munawwaroh dengan judul “Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram @Exploresiak Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Siak Sri Indrapura” Jurnal JOM FISIP 2018. Dimana hasil penelitiannya terdapat pengaruh paparan media pada akun Instagram terhadap minat kunjungan wisatawan @Explorsiak ke Siak Sri Indrapura sebesar 50,8% dan tergolong sedang. Hal ini sejalan dengan teori S-O-R, bahwa stimulus atau pesan yang disampaikan yang dalam penelitian ini adalah terpaan media dari akun instagram @Exploresiak akan merangsang orang lain untuk memberikan respon. Respon dalam penelitian ini berupa persepsi followers terhadap akun Instagram @Exploresiak untuk melakukan minat kunjungan ke Siak Sri Indrapura.

Selanjutnya penelitian yang relevan dengan penelitian terdahulu oleh Rizkynata Adam Satria, Suharyono dan Rizal dengan judul “Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Followers Aktif Akun Instagram Vans Indonesia yang menggunakan sepatu merek Vans)” Dimana hasil penelitiannya dari hasil analisis regresi linier berganda dan analisis regresi parsial. Hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa variabel bebas dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap variabel terikat yaitu ditunjukkan dengan nilai F hitung sebesar 37,498 dengan signifikansi F sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Besarnya kontribusi dari kedua variabel bebas tersebut secara bersama-sama terhadap variabel terikat adalah 38,8%, tesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa variabel Terpaan Media Sosial Instagram (X_1) berpengaruh signifikan secara Parsial terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y), dan hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa variabel Perceived Value (X_2) berpengaruh signifikan secara Parsial terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y) adalah terbukti.

Penelitian yang juga relevan dengan penelitian terdahulu oleh Rustono Farady Marta dan Denise Monica William dengan judul “Studi Terpaan Media Pemasaran Melalui Posting Instagram Terhadap Ekuitas Merek Pelanggan Sumoboo! (Analisis Eksplanatif pada

Komunitas Food Blogger #WTFoodies)”. Dimana hasil penelitiannya bahwa pengaruh antara terpaan dari Instagram sebagai media sosial terhadap ekuitas merek adalah positif dan signifikan. Terpaan media memberikan kontribusi sebesar 21,1% terhadap ekuitas merek, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain dari konsep komunikasi pemasaran yang belum diteliti.

Simpulan

Berdasarkan hasil penulisan secara keseluruhan tanggapan responden terhadap masing-masing indikator pada variabel (X) terpaan media sosial instagram @Pemol.id dengan jumlah total hasil dari rekapitulasi setelah ditambah dan dibagi 3 mendapatkan total sebesar 2,83 dalam kategori setuju. Masing-masing indikator untuk variabel X yaitu Terpaan Media (akun instagram @Pemol.id) dari tiga indikator yang ada pada tabel, indikator frekuensi dan durasi berada dalam kategori setuju (S) dengan skor sebesar 2,61 dan 2,65 dan indikator atensi berada dalam kategori setuju (S) dengan skor sebesar 3,24.

Secara keseluruhan tanggapan responden terhadap masing-masing indikator pada variabel (Y) minat menggunakan dengan jumlah total hasil dari rekapitulasi setelah ditambah dan dibagi 3 mendapatkan total sebesar 3,12 termasuk dalam kategori Setuju. Masing-masing indikator untuk variabel Y yaitu Minat Menggunakan dari tiga indikator yang ada pada tabel, indikator perhatian berada dalam kategori sangat setuju (SS) dengan skor 3,37, indikator minat berada dalam kategori (S) dengan skor sebesar 3,06, sedangkan indikator keterlibatan berada dalam kategori setuju (S) dengan skor 2,94.

Nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 15.333 + 0,741 X$. Bilangan konstanta (a) sebesar 15.333 dan koefisien variabel X sebesar 0,741. Sementara t hitung sebesar 11.357 lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,664. Berdasarkan perhitungan statistik yang diperoleh, maka hipotesis untuk penelitian ini yaitu H_a terdapat pengaruh yang cukup besar antara terpaan media sosial instagram @Pemol.id (X) terhadap minat followers menggunakan aplikasi Pemol (Pemulung Online) di Kota Pekanbaru (Y).

Nilai $R = 0,754$ yang berarti variabel terpaan media sosial instagram @Pemol.id memiliki hubungan dalam kategori sedang dengan variabel minat menggunakan aplikasi Pemol. Selanjutnya nilai koefisien determinasi R^2 adalah 0,568. Hal ini berarti dapat dijelaskan bahwa minat *followers* menggunakan aplikasi Pemol termasuk dalam kategori sedang dapat dipengaruhi oleh terpaan media sosial instagram akun @Pemol.id sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Referensi

Buku

- Agus, I. (2004). *Statistika Konsep Dasar Dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana.
- Ardianto, dkk. (2014). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisa Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husaini, U. (2006). *Pengantar Statistik*. Yogyakarta: Bumi Aksara.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif Dan Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- MA, Morissan. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pressman, R. S. (1997). *Rekayasa Perangkat Lunak: Pendekatan Praktis (Edisi Satu)*, Yogyakarta: Andi.
- Rasyid, A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi*. Pekanbaru: UR Press.
- Slamet, W. (2017). *Pengantar Perilaku Manusia*. Jakarta: EGC
- Severin, W J., and James W. Tankerd. (2007). *Teori-Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, Dan Terapan Di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Silalahi, U. (2012). *Metode penelitian sosial*. Bandung: Refika Aditama
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar Interpramata Mandiri.
- Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto R. (2010). *Pengantar Statistik*. Bandung: Alfabeta.
- Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Canada: O'Reilly Media. Inc.

Jurnal

- Angga, A, M. (2017). Strategi Komunikasi Sales Dalam Memasarkan Mobil Bekas Di Kota Manado (Studi Pada Showroom Mobil Bekas Di Wilayah Kecamatan Malalayang Kota Manado). *E-journal "Acta Diurna"*, 4(2), 67-68.
- Dinda, S, P., & Reni, N. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 73.
- Herlina, N. (2017). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat. *Jom Fisip*, 4(2), 1-12.
- Putri, R, M. (2018). Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram @Exploresiak Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Siak Sri Indrapura. *Jom Fisip*, 5 (1), 34-36.
- Rian, F. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Vapormxpku Dalam Meningkatkan Promosi Penjualan. *Jom Fisip*, 5 (11), 122-123

- Rizkynata, A. S., Suharyono, & Rizal, A. (2017). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Followers Aktif Akun Instagram Vans Indonesia Yang Menggunakan Sepatu Merek Vans). *Jurnal Administarsi Bisnis*, 50 (2), 90.
- Rouzatul, I., & Anisah, N. (2017). Pengaruh Price Discount Framing Terhadap Keputusan Wanita Membeli Produk Pakaian Wanita di Suzuyu Mall, Setui Benda Acah. *JIM (Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyia,,* 2 (2), 57-58.
- Rustono, F, Marta., & Denise, M, W. (2016). Studi Terpaan Media Pemasaran Melalui Posting Instagram Terhadap Ekuitas Merek Pelanggan Sumoboo! (Analisis Eksplanatif Pada Komunitas Food Blogger #Wtfoodies). *Jurnal Komunikasi*, 8 (1), 69-70.
- Shindy, J. (2021). Pengaruh Terpaan Akun Instagram @Zerowaste.Id_Official Dalam Mengampanyekan Gaya Hidup Nol Sampah Terhadap Sikap Ramah Lingkungan Followers. *Jom Fisip*, 8 (1). 4-5
- Setyo F, W. 2015. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6 (1): 445

Skripsi

- Akhmad, F. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. <https://eprints.umc.ac.id/62071/11/Naskah%20Publikasi-2.pdf>
- Oktavia, D. (2019). Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram @Sudutpayuhkumbuh Terhadap Kepuasan Followers Dalam Memperoleh Informasi Di Kota Peyukumbuh. Jurusan Ilmu Komunikasi. Universitas Riau Pekanbaru.
- Salsabila, A. 2019. Pengaruh Terpaan Pemberitaan Terorisme Di Media Online Terhadap Persepsi Mahasiswa Pada Pakaian Syar'i. Jurusan Jurnalistik. Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi. Universitas Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. <http://www.repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/49440/1/SALSABILA/%20%20AZHAR-FDK.pdf>
- Vany F.S. 2016. *Pengaruh Media Humas Tribatanews Riau Terhadap Citra Polda Riau*. Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Website:

- <https://Pemol.id> di akses pada tanggal 10 September 2021
- <https://tdbangarna.com> diakses pada tanggal 7 Maret 2022
- <https://andi.link/hootsui-we-are-social-indonesia-digital-report-2021/> Diakses pada tanggal 18 November 2021.