

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS ISI KONTEN DAN
KREDIBILITAS SUMBER INFORMASI DENGAN MINAT MEMBACA
BERITA DI AKUN INSTAGRAM @CEGATANSEMARANG PADA
MASYARAKAT KOTA SEMARANG**



SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu

(S1) Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Agus Yudi Raya

31001500270

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS BAHASA DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2021

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agus Yudi Raya

Nim : 31001500270

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

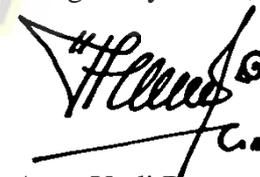
**“Hubungan Antara Kualitas Isi Konten Dan Kredibilitas Sumber
Informasi Dengan Minat Membaca Berita Di Akun Instagram
@Cegatansemarang Pada Masyarakat Kota Semarang”**

Adalah benar-benar murni hasil penelitian dan karya saya sendiri, bukan hasil karya orang lain atau jiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata karya yang saya tulis itu terbukti bukan hasil saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab

Semarang, 29 Desember 2021

Yang menyatakan,



Agus Yudi Raya
31001500270

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Hubungan Antara Kualitas Isi Konten Dan Kredibilitas Sumber Informasi Dengan Minat Membaca Berita Di Akun Instagram @Cegatansemarang Pada Masyarakat Kota Semarang**

Nama Penyusun : Agus Yudi Raya
 NIM : 31001500270
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata I
 Semarang, 29 Desember 2021

Dosen Pembimbing :

1. **Mubarok., S.Sos., M.Si.** (.....)
 NIK. 2111 08 002
2. **Made Dwi Adnjani., M.Si., M.I.Kom** (.....)
 NIK. 2111 09 006

**Mengetahui,
 Dekan**



Kurniawan Yudhi Nugroho, S.Pd., M.Pd.
 NIK. 210813021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Hubungan Antara Kualitas Isi Konten Dan Kredibilitas Sumber Informasi Dengan Minat Membaca Berita Di Akun Instagram @Cegatansemarang Pada Masyarakat Kota Semarang**

Nama Penyusun : Agus Yudi Raya

NIM : 31001500270

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata I

Semarang, 29 Desember 2021

Ketua Dosen Penguji :

Dian Marhaeni Kurdaningsih, S.Sos., M.Si. (.....) 
NIK. 2111 08 001

Anggota Dosen Penguji 1 :

Mubarok., S.Sos., M.Si. (.....) 
NIK. 2111 08 002

Anggota Dosen Penguji 2 :

Made Dwi Adnjani., M.Si., M.I.Kom (.....) 
NIK. 2111 09 006



**Mengetahui,
Dekan**

Kurniawan Yudhi Nugroho, S.Pd., M.Pd.
NIK. 210813021

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agus Yudi Raya
Nim : 31001500270
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa ~~Tugas Akhir~~/Skripsi/Tesis/Disertasi* dengan judul :

**“Hubungan Antara Kualitas Isi Konten Dan Kredibilitas Sumber Informasi
Dengan Minat Membaca Berita Di Akun Instagram @Cegatansemarang
Pada Masyarakat Kota Semarang”**

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 29 Desember 2021

Yang menyatakan,



Agus Yudi Raya

31001500270

MOTTO

*“Tidak ada alasan untuk tidak percaya bahwa tidak akan ada perubahan
di masa depan”*

(Arie Selinger-Ukai Sensei)

*“Bukan karena jadi pemimpin kita akan diakui oleh semua orang, tapi
karena diakui semua orang lah kita bisa jadi pemimpin”*

(Itachi Uchiha)

*“Masa depan adalah milik orang-orang yang percaya akan keindahan
mimpi dan cita-citanya”*

(Hinata Shoyo)

*“Jika ada seseorang yang menungguku untuk menyerah, maka dia akan
menunggu selamanya”*

(Naruto Uzumaki)

“Kegagalan yang sesungguhnya ialah pada saat kita berhenti mencoba”

(Ussopp – One Piece)

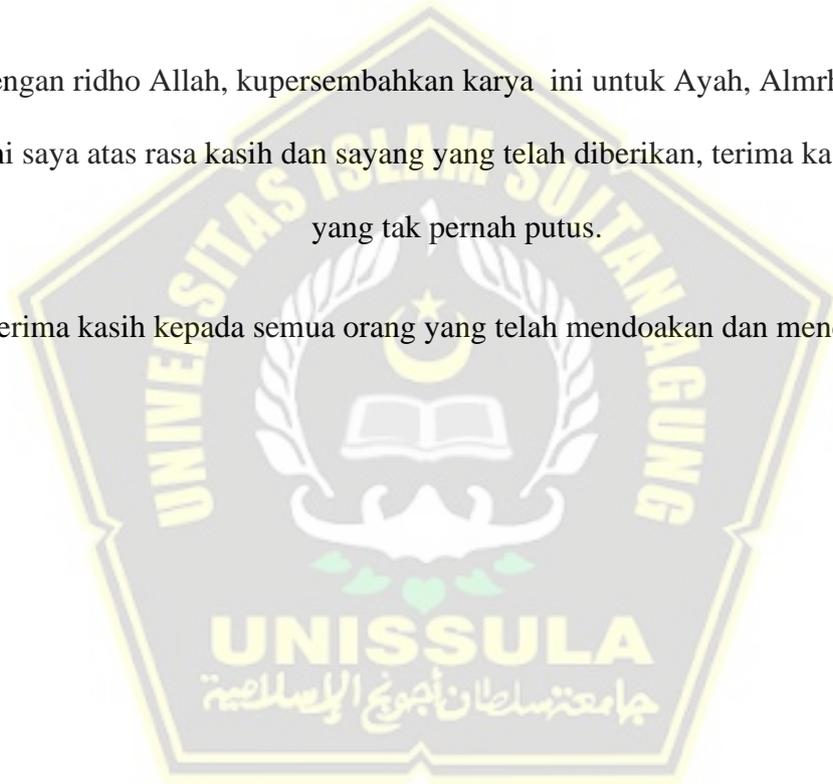
HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, terimakasih atas rahmat-Mu,

Sehingga perjalanan yang panjang ini bisa dilalui. Dalam setiap sujud.. ku panjatkan doa agar diberi kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dengan ridho Allah, kupersembahkan karya ini untuk Ayah, Almrh Ibu dan Suami saya atas rasa kasih dan sayang yang telah diberikan, terima kasih atas doa yang tak pernah putus.

Terima kasih kepada semua orang yang telah mendoakan dan mendukung.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah S.W.T, sang pemilik sang pencipta alam semesta, sang penguasa diatas segala penguasa, yang maha melindungi yang maha penyayang, yang maha pengasih, yang maha memelihara, yang maha melihat, yang maha mendengarkan, yang maha mengatur, menetapkan dan memberikan rahmat kepada hamba-Nya. Dengan karunia-Nya penulis dapat mendapatkan ilmu dan menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam tercurahkan untuk Nabi Muhammad SAW sebagai penuntun umat manusia hingga akhir zaman.

Maka dari itu, pada kesempatan kali ini, penulis menghaturkan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak dengan ikhlas telah membantu dan mendukung skripsi ini. Rasa terima kasih yang sangat dalam penulis tunjukan kepada:

1. Allah SWT atas kemudahan dan kelancaran yang telah diberikan dari awal hingga akhir penulis mengerjakan skripsi, Alhamdulillah rabbil alamin.
2. Bapak dan Ibu saya tercinta, terima kasih tak terhingga atas segala apa yang telah di berikan dan di perjuangkan untuk anakmu, yang selalu mendoakan agar senantiasa diberi kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan studinya.
3. Bapak Kurniawan Yudhi Nugroho, S.Pd., M.Pd selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Bapak Urip Mulyadi, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Ka. Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Bapak Mubarak, S.Sos., M.Si, selaku dosen pembimbing I yang telah menjadi penyemangat sekaligus membimbing penulis sehingga bisa terselesaikannya skripsi ini.
6. Ibu Made Dwi Adnjani, S,Sos., M.Si.,MIKom selaku dosen pembimbing II yang sudah memberi bimbingan yang baik serta perhatiannya sehingga penulis lebih optimis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Serta untuk semua Dosen Ilmu Komunikasi dan para Staff FBIK yang telah memberikan banyak ilmu dan bantuan selama kuliah dan pengerjaan skripsi

8. Adit Jedot, DJ Opik, Ridwan, Agus Tain, Dinar, Afif Wibu, Indra, Yusfa, Takia Enji, Putra dan tak lupa juga SURYA16 yang menjadi teman ngopi dan berdiskusi tentang segala problematika hidup ini.
9. The best BONGLET dan CATUR Sterr yang sudah setia menemani ketidakjelasan kelakuan penulis selama masih melaksanakan progam studi.
10. Harjo, Mateo, Gandol, Dewa, Omed, Kodro, Damen, Lord Arif, Jijay dan seluruh teman-teman dari “bolo sambat” yang sudah meluangkan waktunya untuk sambat bareng dengan penulis.
11. Haming, Ajeng, Andaru, Anin, Yossi, Tata, Sasa dan Ravi sudah menjadi teman kerja dalam mengisi kekosongan waktu penulis serta Cici Tania dan Koh Tomi yang sudah memberikan fasilitas pekerjaan yang nyaman di Kopi Kangen Pringgading sehingga penulis bisa lebih tenang dalam masa pembuatan tugas akhir.
12. Teman-teman seperjuangan prodi Ilmu Komunikasi 2015 yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi, bangga bisa mengenal kalian.
13. Untuk para responden-respondenku yang sudah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner terima kasih banyak tanpa kalian skripsi ini tidak akan berjalan lancar.
14. Yang terakhir adalah pada diri saya sendiri karena sudah kuat menahan dan menerima segala bentuk komentar, cacian, makian, dan segala hal yang berpotensi menurunkan semangat dan mental. Anda yang terbaik.

Diharapkan skripsi ini dapat bermanfaat serta memberikan kontribusi yang positif terhadap perkembangan dan peningkatan kualitas ilmu pengetahuan di bidang komunikasi.

ABSTRAK

HUBUNGAN ANTARA KUALITAS ISI KONTEN DAN KREDIBILITAS SUMBER INFORMASI DENGAN MINAT MEMBACA BERITA DI AKUN INSTAGRAM @CEGATANSEMARANG PADA MASYARAKAT KOTA SEMARANG

Agus Yudi Raya

Akun Instagram @*cegatansemarang* merupakan salah satu akun penyedia informasi yang terjadi disekitar kota semarang. Akun ini menyediakan berbagai macam informasi baik itu berupa kasus kecelakaan, kriminalitas, ataupun kejadian-kejadian lain yang terjadi di Kota Semarang. Adapun permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana hubungan antara kualitas isi konten dan kredibilitas sumber informasi dengan minat membaca berita di akun instagram @*cegatansemarang* pada masyarakat kota semarang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara kualitas isi konten dan kredibilitas sumber informasi dengan minat membaca berita di akun instagram @*cegatansemarang* pada masyarakat kota semarang. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivisme dengan menggunakan teori kegunaan dan gratifikasi (*Uses and Gratification Theory*) yang membahas mengenai orang secara aktif mencari media tertentu dan muatan tertentu untuk menghasilkan kepuasan tertentu. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan hasil berupa angka yang diolah menggunakan program SPSS 25 dengan teknik analisis uji korelasi rank Spearman dan uji regresi linear sederhana serta menggunakan teknik probability sampling untuk penyebaran kuesionernya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas isi konten akun instagram @*cegatansemarang* memiliki hubungan dengan tingkat kredibilitas sumber informasi dan berhubungan juga dengan minat membaca berita yang dibuktikan dengan uji regresi linear sederhana dengan variabel kredibilitas sumber informasi diperoleh hasil bahwa t hitung $>$ t tabel, yaitu 3,967 lebih besar dari 1,664 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima dan minat membaca berita diperoleh hasil bahwa t hitung $>$ t tabel, yaitu 3,915 lebih besar dari 1,664 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian hasil dari penelitian ini sesuai dengan teori kegunaan dan gratifikasi (*Uses and Gratification Theory*) bahwa khalayak yang aktif sehingga bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, melainkan bagaimana media memenuhi kebutuhan khalayak. Dalam penelitian ini, peran komunikator yaitu akun instagram @*cegaatansemarang* merupakan akun penyedia informasi yang dianggap memiliki kredibilitas yang cukup untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat atau khalayak. Sehingga kaitannya adalah peranan akun instagram @*cegatansemarang* dalam memberi kepercayaan pada masyarakat atau khalayak yang membaca berita yang disajikan.

Kata Kunci: *Kualitas Isi Konten, Kredibilitas Sumber, Minat Membaca Berita*

ABSTRACT

**THE RELATIONSHIP BETWEEN THE QUALITY OF CONTENT
AND THE CREDIBILITY OF INFORMATION SOURCES WITH
INTEREST IN READING THE NEWS IN THE @CEGATANSEMARANG
INSTAGRAM ACCOUNT IN THE COMMUNITY OF THE CITY OF
SEMARANG**

Agus Yudi Raya

Instagram account @cegatansamarang is one of the information provider accounts that occur around the city of Semarang. This account provides various kinds of information in the form of cases of accidents, crimes, or other events that occur in the city of Semarang. The problem in this research is how is the relationship between the quality of the content and the credibility of the source of information with the interest in reading news on the @cegatansamarang Instagram account in the Semarang city community.

This study aims to determine how big the relationship between the quality of the content and the credibility of the sources of information with the interest in reading news on the Instagram account @cegatansamarang in the Semarang city community. The paradigm used in this study is the positivism paradigm using the Uses and Gratification Theory which discusses people actively seeking certain media and certain content to produce certain satisfactions. This research is quantitative with the results in the form of numbers that are processed using the SPSS 25 program with Spearman rank correlation test analysis techniques and simple linear regression tests and using probability sampling techniques for distributing questionnaires.

The results of this study indicate that the quality of the content of the Instagram account @cegatansamarang has a relationship with the level of credibility of the source of information and is also related to the interest in reading news as evidenced by a simple linear regression test with the credibility of the source of information. greater than 1.664, which means H_0 is rejected and H_1 is accepted and interest in reading news shows that $t_{count} > t_{table}$, which is 3.915 greater than 1.664 which means H_0 is rejected and H_1 is accepted. Thus the results of this study are in accordance with the Uses and Gratification Theory that an active audience is not how the media changes the attitudes and behavior of the audience, but how the media fulfills the needs of the audience. In this study, the role of the communicator, namely the Instagram account @cegatansamarang, is an information provider account that is considered to have sufficient credibility to provide information needed by the community or audience. So that the connection is the role of the @cegatansamarang Instagram account in giving confidence to the public or audiences who read the news presented.

Keywords: Content Quality, Source Credibility, Interest in Reading News

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Batasan Masalah.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Kerangka Teori.....	8
1.6.1 Paradigma Penelitian.....	8
1.6.2 State of The Art.....	9
1.6.3 Teori Penelitian.....	11
1.6.4 Kerangka Teori.....	14
1.6.5 Hipotesis Penelitian.....	15
1.6.6 Definisi Konseptual.....	15
1.6.7. Definisi Operasional.....	18
1.7 Metodologi Penelitian.....	19
1.7.1 Tipe Penelitian.....	19
1.7.2 Jenis dan Sumber Data.....	19
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data.....	20
1.7.4 Populasi dan Sampel.....	20
1.7.5 Teknik Sampling.....	22
1.7.6 Skala Pengukuran.....	22
1.7.7 Teknik Pengolahan Data.....	23
1.7.8 Teknik Analisis Data.....	24

1.7.9 Uji Validitas	24
1.7.10 Uji Reliabilitas.....	25
BAB II PROFIL OBJEK PENELITIAN	26
2.1. Gambaran Umum Kota Semarang.....	26
2.2. Visi Dan Misi Kota Semarang.....	32
2.3. Gambaran Umum Akun Instagram @Cegatansemarang.....	33
2.4. Visi dan Misi Akun Instagram @Cegatansemarang.....	35
BAB III TEMUAN HASIL PENELITIAN	37
3.1 Karakteristik Responden.....	37
3.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
3.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
3.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
3.2. Deskriptif Variabel Kualitas Isi Konten di Akun Instagram	
@cegatansemarang (X1).....	40
3.2.1 Kategorisasi Kualitas Isi Konten Di Akun Instagram	
@Cegatansemarang.....	46
3.3 Deskriptif Variabel Kredibilitas Sumber Informasi (X2).....	48
3.3.1. Kategorisasi Variabel Kredibilitas Sumber Informasi	53
3.4 Deskriptif Variabel Minat Membaca Berita (Y1)	55
3.4.1 Kategorisasi Variabel Minat Membaca Berita	60
3.5. Tabulasi Silang Antar Variabel	62

3.5.1 Analisis Tabulasi Silang Kualitas Isi Konten Dan Minat Membaca Berita	62
3.5.2 Analisis Tabulasi Silang Kredibilitas Sumber Informasi Dan Minat Membaca Berita.....	63
BAB IV PEMBAHASAN.....	64
4.1. Uji Validitas	64
4.2. Uji Reliabilitas	66
4.3. Karakteristik Variabel.....	68
4.3.1. Variabel Kualitas Isi Konten.....	68
4.3.2. Variabel Kredibilitas Sumber Informasi	69
4.3.3. Variabel Minat Membaca Berita	70
4.4. Analisa Regresi Linear Sederhana.....	71
4.5. Uji T	72
4.6. Pembahasan	76
BAB V PENUTUP	82
5.1. Kesimpulan	82
5.2. Saran	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 State Of The Art	11
Tabel 1.2 Skala Likert	23
Tabel 3.1 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 3.2 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 3.3 Tabel Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 3.4 Persentase Yang Menyatakan Struktur Berita Yang Disajikan Oleh Akun Instagram @Cegatansemarang Mudah Dipahami	41
Tabel 3.5 Persentase Yang Menyatakan Berita Di Akun Instagram @Cegatansemarang Memiliki Informasi Tambahan	42
Tabel 3.6 Persentase Yang Menyatakan Kejelasan Penyebab Dan Akibat Peristiwa Yang Diberikan.....	43
Tabel 3.7 Persentase Yang Menyatakan Akun Instagram @Cegatansemarang Memiliki Ciri Khas Tersendiri Dalam Melihat Suatu Berita	44
Tabel 3.8 Persentase Yang Menyatakan Adanya Kronologi Yang Gelap Dan Jelas	45
Tabel 3.9 Skala Interval Variabel Kualitas Isi Konten	48
Tabel 3.10 Persentase Yang Menyatakan Sumber Berita Yang Disajikan Sangat Terpercaya	48
Tabel 3.11 Persentase Yang Menyatakan Berita Yang Disajikan Berdasarkan Fakta Di Lapangan.....	49
Tabel 3.12 Persentase Yang Menyatakan Kejelasan Sumber Berita.....	50

Tabel 3.13 Persentase Yang Menyatakan Berita Dipublikasikan Oleh Orang Netral Dan Profesional	51
Tabel 3.14 Persentase Yang Menyatakan Sumber Informasi Adalah Tokoh Masyarakat Atau Saksi	52
Tabel 3.15 Skala Interval Variabel Kredibilitas Sumber Informasi	54
Tabel 3.16 Persentase Yang Menyatakan Pengikut Akun Instagram @Cegatansemarang	55
Tabel 3.17 Persentase Yang Menyatakan Minat Untuk Terus Membaca Berita Yang Disajikan Oleh Akun Instagram @Cegatansemarang	56
Tabel 3.18 Persentase Yang Menyatakan Keinginan Untuk Bertindak Lebih Jauh Terkait Berita Yang Disajikan	57
Tabel 3.19 Persentase Yang Menyatakan Adanya Simpati Pada Korban Kejadian	58
Tabel 3.20 Persentase Yang Menyatakan Keinginan Untuk Menjadi Relawan Dalam Penyajian Berita.....	59
Tabel 3.21 Skala Interval Variabel Minat Membaca Berita	61
Tabel 3.22 Tabulasi Silang Antara Kualitas Isi Konten (X1) Dan Minat Membaca Berita(Y).....	62
Tabel 3.23 Tabulasi Silang Antara Kredibilitas Sumber Informasi(X2) Dan Minat Membaca Berita(Y)	63
Tabel 4.1 Uji Validitas Kualitas Isi Konten	65
Tabel 4.2 Uji Validitas Kredibilitas Sumber Informasi	65
Tabel 4.3 Uji Validitas Minat Membaca Berita	66

Tabel 4.4 Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Hasil Pengukuran Variabel Kualitas Isi Konten..	68
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Hasil Pengukuran Variabel Kredibilitas Sumber Informasi	69
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Pengukuran Variabel Minat Membaca Berita.....	70
Tabel 4.8 Besarnya Hubungan Kualitas Isi Konten Dengan Kredibilitas Sumber Informasi	71
Tabel 4.9 Besarnya Hubungan Kualitas Isi Konten Dengan Minat Membaca Berita.....	72
Tabel 4.10 Uji Kualitas Isi Konten Akun Instagram @Cegatansemarang – Tingkat Kredibilitas Sumber Informasi	73
Tabel 4.11 Uji Kualitas Isi Konten Akun Instagram @Cegatansemarang – Minat Membaca Berita	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. penetrasi pengguna internet di Indonesia	1
Gambar 1.2. pengguna social media instagram di indonesia	3
Gambar 1.3. akun @cegatansemarang	5
Gambar 1.4. Variabel Penelitian	16
Gambar 2.1. pemandangan salah satu sudut kota semarang	32
Gambar 2.2. logo akun instagram @cegatansemarang	34

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman, media konvensional seperti televisi, radio, koran dan majalah mulai mengalami transformasi digital dalam membagikan informasi. Sistem komunikasi dengan teknologi digital ini merupakan pendistribusian berita menggunakan komputerisasi dan jaringan internet. Internet merupakan kependekan dari internconnection-networking, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) internet adalah jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi di seluruh dunia melalui telepon atau satelit berinternet. Berikut gambar diagram penetrasi pengguna internet di Indonesia yang dilakukan oleh APJII.



Gambar 1.1

Penetrasi Pengguna Internet Di Indonesia

Sumber: wearesocial.com / diakses pada 15 februari 2020

Pukul 01.12 wib

Internet menjadi jembatan penghubung dalam jaringan komunikasi termasuk dalam berbagi informasi. Pengguna internet Di Indonesia berdasarkan hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) selama periode Maret hingga April 2019 dari 264 juta penduduk Indonesia, sekitar 171,17 juta jiwa menggunakan internet. Hal ini menunjukkan lebih dari setengah populasi penduduk Indonesia menggunakan internet.

Dengan hasil data tersebut, semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia maka pertukaran jaringan komunikasi dan informasi menjadi semakin berkembang pula. Salah satu bentuk media digital yang menggunakan internet dalam jaringan komunikasi dan informasi ialah media sosial. Media sosial yang merupakan media yang digunakan untuk berintraksi, berbagi, dan berpartisipasi dengan pengguna satu dengan pengguna lainnya. Media sosial merupakan situs yang paling diminati pengguna internet di seluruh dunia (Cam & Isbulan, 2012:14).

Media sosial juga bisa digunakan dalam kepentingan individu, kelompok, organisasi, maupun perusahaan. Salah satu contoh media sosial yang diminati oleh individu, kelompok, organisasi maupun perusahaan adalah Instagram. Instagram merupakan media sosial yang menyediakan berbagai informasi berupa gambar dan video secara cepat lewat aplikasi yang dapat diakses oleh orang lain. Lewat media sosial ini, orang juga bisa mendapatkan informasi berupa gambar dan video yang disajikan. Hal ini banyak dimanfaatkan untuk menyebarkan dakwah dan berita-berita terkini atau sekarang (Wilya, 2018:58).

Ada empat fungsi media sosial, yaitu yang pertama sebagai penyentral isu. Kedua, sebagai alat partisipasi untuk mendukung sebuah gerakan. Ketiga, sebagai alat interaksi dalam pertukaran informasi dan yang keempat, sebagai 3 alat informasi untuk mencari atau menerima informasi dengan mudah dan cepat (Hamid, 2014:201-203).



Gambar 1.2

Pengguna Social Media Instagram di Indonesia
 Sumber: wearesocial.com / diakses pada 15 februari 2020
 Pukul 01.12 wib

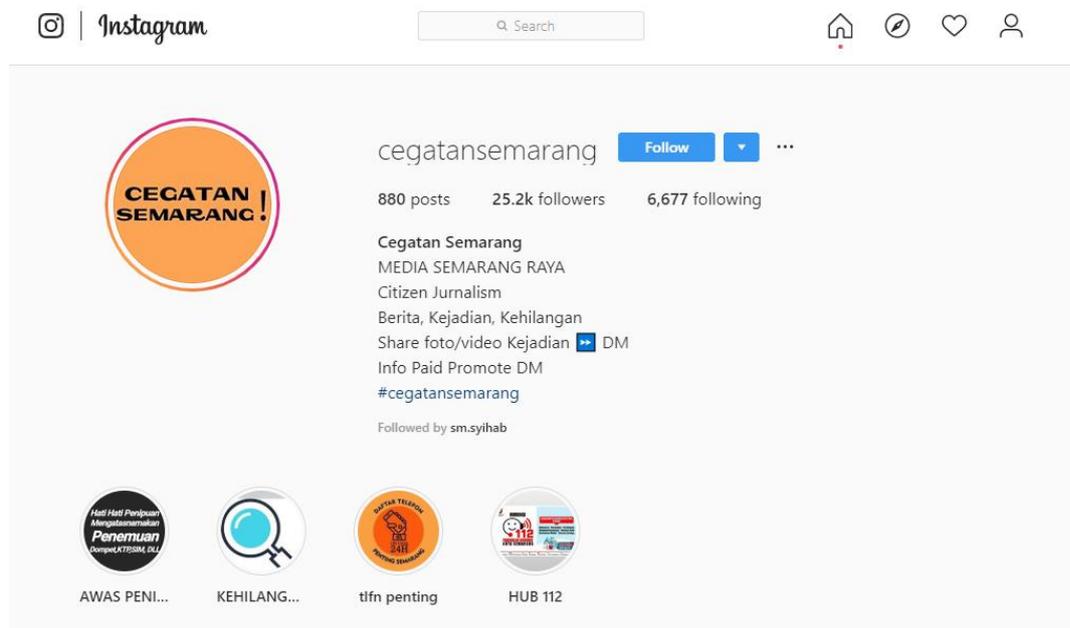
Berdasarkan hasil survei dari Hootsuite dan We Are Social pada bulan Januari tahun 2019, menyebutkan bahwa Indonesia memiliki 62 juta jumlah pengguna aktif bulanan dari 268,2 juta populasi Indonesia, dan pengguna aktif Instagram dari total populasi Indonesia sekitar 29 persen. Hal ini, menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia cukup banyak dalam menggunakan dan mengakses media sosial Instagram.

Seperti yang kita ketahui bersama bahwasannya perkembangan media sosial di Semarang sudah tidak asing lagi, seperti Instagram contohnya, masyarakat Semarang sudah tidak asing lagi dengan berbagai akun yang menyajikan konten informasi di Instagram. Berbagai akun penyaji konten informasi seputar Semarang juga sudah memiliki banyak pengikut atau follower bahkan hingga puluhan ribu jumlahnya.

Seperti yang sudah di sebutkan di atas bahwa banyak akun penyaji konten informasi di Semarang dan juga memiliki follower yang sama banyaknya, ini dapat menimbulkan keraguan untuk percaya(kredibilitas) di benak masyarakat khususnya yang berdomisili di kota Semarang apakah berita yang disajikan benar-benar terjadi atau tidak. Dalam kajian komunikasi, kredibilitas dapat dilihat dalam tiga perspektif yakni kredibilitas media, kredibilitas isi/pesan dan kredibilitas sumber/komunikatornya. Kredibilitas media dapat dilihat dari bagaimana pengguna menggunakan berbagai ragam media mulai dari radio, koran, televisi, internet dan lain sebagainya, sementara kredibilitas pesan/isi adalah terkait dengan kualitas isi media, akurasi dan update dari informasi yang ditulis tersebut..

Banyaknya akun-akun yang bergenre sama pun menimbulkan kebingungan masyarakat untuk memilih dan memilah akun manakah yang dapat di percaya, karena seperti yang kita tahu bersama bahwa berita berbentuk video yang di upload di Instagram sangat terbatas durasinya yakni hanya berkisar 1 menit saja, dengan durasi yang sesingkat itu bisa disimpulkan bahwa berita yang di sajikan tidak lengkap dan bisa dikatakan apa adanya.

Salah satu media informasi yang menggunakan Instagram adalah @cegatansemarang akun media informasi ini mulai hadir ditengah warga Kota Semarang dan sekitarnya sejak 17 mei 2019. Akun ini memberikan berbagai informasi seputar kejadian yang ada di Kota Semarang dan sekitarnya baik itu berupa kriminalitas, kecelakaan lalu lintas, kuliner, event, dan lain sebagainya.



Gambar 1.3

Akun @cegatansemarang

Sumber: instagram.com /diakses pada 15 februari 2020

Pukul 01.12 wib

Akun @cegatansemarang memiliki pengikut sebanyak 25.276.000 pengikut. Informasi yang di unggah kebanyakan berupa video dan ada beberapa yang hanya berupa foto. Rata-rata jumlah views atau penonton dalam setiap unggahan video adalah 1000 – 8000 penonton dari 25.276.000 pengikut. Data ini menunjukkan bahwa akun @cegatansemarang memiliki penonton yang cukup

banyak dan eksistensi yang cukup tinggi dalam media social khususnya di masyarakat Kota Semarang dan sekitarnya.

Informasi-informasi yang diunggah dalam akun Instagram @*cegatansemarang* merupakan informasi berita berbentuk hard news yang seharusnya diunggah secara aktual atau sesegera mungkin agar berita tersebut tidak basi. Namun, banyak juga yang merupakan soft news seperti informasi seperti akan diselenggarakannya sebuah event atau yang lainnya.

Selanjutnya informasi berita berupa video yang di unggah melalui hanya berdurasi maksimal 60 detik dengan format video yang terdapat keterangan, dan potongan gambar namun tidak ada hal semacam wawancara atau sebagainya dan juga keterangan yang di berikan pun bisa dibilang belum memenuhi 5W+1H. Yang paling menonjol adalah masalah sumber informasinya yang bisa dibilang masih ambigu apakah itu berasal dari sumber yang terpercaya atau tidak. Hal ini menunjukkan bahwa berita yang disampaikan memiliki informasi yang terbatas. Padahal dalam sebuah berita dalam bentuk hard news harus memiliki 5W+1H yang cenderung to the point dan lugas. (Fatih, 2012:9).

Dari fenomena diatas, mendorong penulis untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul: “Hubungan antara kualitas isi konten dan kredibilitas sumber informasi dengan minat membaca berita di akun instagram @*cegatansemarang* pada masyarakat kota semarang”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana hubungan antara kualitas isi konten dengan minat membaca berita di akun instagram @*cegatansemarang* pada masyarakat kota semarang?
2. Bagaimana hubungan antara kredibilitas sumber informasi dengan minat membaca berita di akun instagram @*cegatansemarang* pada masyarakat kota semarang?

1.3 Tujuan Penelitian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui hubungan antara kualitas isi konten dengan minat membaca berita di akun instagram @*cegatansemarang* pada masyarakat kota semarang.
2. Untuk mengetahui hubungan antara kredibilitas sumber informasi dengan minat membaca berita di akun instagram @*cegatansemarang* pada masyarakat kota semarang.

1.4 Batasan Masalah

Pembatasan masalah diperlukan untuk membatasi ruang lingkup penelitian dikarenakan adanya keterbatasan waktu, tempat, dan teori. Pada peneltitina ini peneliti hanya fokus untuk mengetahui Hubungan antara kualitas isi konten dan kredibilitas sumber informasi dengan minat membaca berita di akun instagram @*cegatansemarang* pada masyarakat kota semarang.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian ilmu tentang komunikasi, khususnya tentang Hubungan antara kualitas isi konten dan kredibilitas sumber informasi dengan minat membaca berita di akun instagram @cegatansemarang pada masyarakat kota semarang,

1.5.2 Praktis

Penelitian ini dapat menambah wawasan penulis tentang Hubungan antara kualitas isi konten dan kredibilitas sumber informasi dengan minat membaca berita di akun instagram @cegatansemarang pada masyarakat kota semarang, serta dapat juga menjadi masukan bagi admin akun @cegatansemarang untuk meningkatkan kualitas isi konten berita yang disajikan kepada masyarakat kota semarang.

1.5.3 Sosial

Penelitian ini bermanfaat bagi kehidupan masyarakat, karena selain memberi informasi baru, penelitian ini juga membantu para pengguna media sosial aktif dalam memilah-milih berita dari sumber yang terpercaya seperti akun media sosial Instagram @cegatansemarang.

1.6 Kerangka Teori

1.6.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah kerangka pikir yang umum mengenai teori dan fenomena yang mengandung dasar, isu utama, desain penelitian, serta serangkaian metode untuk menjawab suatu pertanyaan penelitian (Asfi, 2017:1) Paradigma

yang digunakan peneliti yaitu paradigma positivisme, merupakan metode yang dasar yang digunakan untuk penelitian pendekatan kuantitatif. Paradigma positivisme yaitu suatu proses linier atau proses sebab akibat yang mencerminkan pengiriman pesan (komunikator, encoder) untuk mengubah pengetahuan (sikap perilaku) penerima pesan (komunikasikan, decoder) yang pasif (Zikri, 2017:33).

1.6.2 State of The Art

Tabel 1.1

Komponen	Penelitian I	Penelitian II	Penelitian III
Nama Peneliti, Sumber (tahun)	Alfian Parsha Purnama, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2017)	Dimas Novian Randy Wibowo Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Bahasa Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang (2019)	Aryo Rachmadhani Pratama Soenarno Suharyono Mukhammad Khalid Mawardi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang (2015)
	Pengaruh Kualitas	Hubungan Aktualitas Nilai	Analisis Pengaruh

Judul	Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial	Berita Dan Kualitas Konten Dengan Minat Masyarakat Menonton Berita Net. Jawa Tengah Di Instagram	Kualitas Informasi Dan Kredibilitas Sumber Terhadap Kegunaan Informasi Dan Dampaknya Pada Adopsi Informasi
Metode Penelitian	Kuantitatif	kuantitatif	kuantitatif
Hasil Penelitian	Kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan penggunaan media sosial di buktikan dengan hasil regresi.	terbukti ada hubungan aktualitas nilai berita dan kualitas konten terhadap minat menonton berita NET. Jawa Tengah di Instagram.	Kredibilitas Sumber memiliki pengaruh langsung sebesar 0,209 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,461 terhadap Adopsi Informasi.

Perbedaan penelitian yang penulis kerjakan saat ini ada di objek dan masalahnya, yang meneliti tentang Hubungan antara kualitas isi konten dan kredibilitas sumber informasi dengan minat membaca berita di akun instagram @cegatansemarang pada masyarakat kota semarang. Di mana peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teori kegunaan dan gratifikasi (Uses and Gratification Theory).

1.6.3 Teori Penelitian

1.6.3.1 Uses And Gratification Theory

Penelitian ini menggunakan teori kegunaan dan gratifikasi (Uses and Gratification Theory). Teori ini menyatakan bahwa orang secara aktif mencari media tertentu dan muatan (isi) tertentu untuk menghasilkan kepuasan (atau hasil) tertentu. Teori ini berpusat pada khalayak media yang menekankan seorang konsumen media yang aktif. Teoretikus dari teori ini menganggap khalayak sebagai orang aktif karena mereka mampu untuk mempelajari dan mengevaluasi berbagai jenis media untuk mencapai tujuan komunikasi (Richard dan Lynn, 2009: 101). Menurut Katz dan Gurevitch menyatakan bahwa terdapat lima asumsi dasar teori ini, antara lain:

- a. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan.
- b. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu.
- c. Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan.

- d. Khalayak mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada para peneliti.
- e. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak.

1) Audiens aktif dan berorientasi pada tujuan ketika menggunakan media.

Dalam perspektif penggunaan dan kepuasan Audiens dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi, namun tingkat keaktifan setiap individu tidaklah sama. Dengan kata lain tingkat keaktifan Audiens merupakan variabel. Perilaku komunikasi Audiens mengacu pada target dan tujuan yang ingin dicapai serta berdasarkan motivasi; Audiens melakukan pilihan terhadap isi media berdasarkan motivasi, tujuan, dan kebutuhan personal mereka.

2) Inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan Audiens.

Asumsi ini berhubungan dengan kebutuhan terhadap kepuasan yang dihubungkan dengan pilihan media tertentu yang ditentukan oleh Audiens sendiri. Karena sifatnya yang aktif maka Audiens mengambil inisiatif.

3) Media bersaing dengan sumber kepuasan lain.

Media dan Audiens tidak berada dalam ruang hampa yang tidak menerima pengaruh apa-apa. Keduanya menjadi bagian dari masyarakat yang lebih luas, dan hubungan antara media dan Audiens dipengaruhi oleh masyarakat. Media bersaing dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya dalam hal pilihan, perhatian dan penggunaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan seseorang.

4) Audiens sadar sepenuhnya terhadap ketertarikan, motif, dan penggunaan media.

Kesadaran diri yang cukup akan adanya ketertarikan dan motif yang muncul dalam diri yang dilanjutkan dengan penggunaan media. Audiens melakukan pilihan secara sadar terhadap media tertentu yang akan digunakannya.

5) Penilaian isi media ditentukan oleh Audiens.

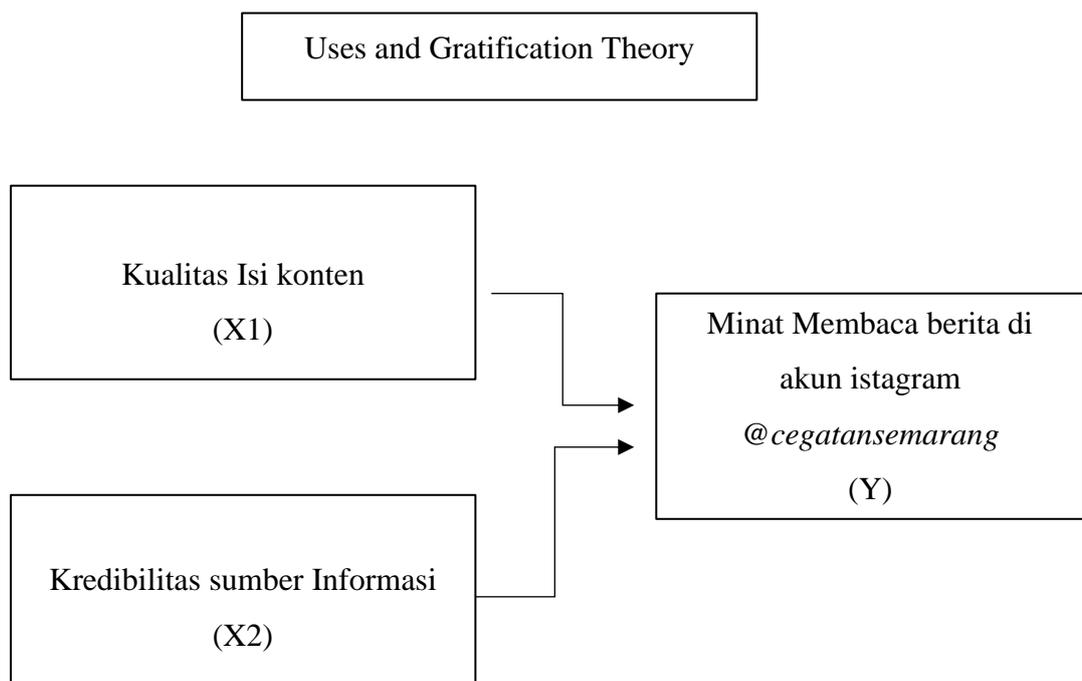
Isi media hanya dapat dinilai oleh Audiens sendiri. Program televisi yang dianggap tidak bermutu bisa menjadi berguna bagi Audiens tertentu karena merasakan mendapatkan kepuasan dengan penonton program tersebut. Menurut J.D. Rayburn dan Philip Palmgreen, seseorang yang membaca surat kabar tertentu tidak berarti ia merasa puas dengan surat kabar yang dibacanya karena mungkin hanya surat kabar itu saja yang tersedia. Ia akan segera beralih ke surat kabar lain jika ia mendapat kesempatan memperoleh surat kabar lain.

Menurut Swanson, Teori ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada khalayak, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan terhadap khalayak media. Khalayak yang dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam asumsi ini tersirat pengertian bahwa komunikasi massa berguna (utility); komunikasi media diarahkan oleh motif (intentionality); perilaku media mencerminkan kepentingan dari preferensi (selectivity); dan khalayak sebenarnya keras kepala (stubborn). Karena penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi. Model ini digambarkan sebagai adramatic break with effects tradition of the past, suatu loncatan dramatis dari model jarum hipodermik (Ardial, 2014:224).

Katz menggambarkan logika yang mendasari penelitian mengenai media uses and gratifications sebagai berikut: (1) Kondisi sosial psikologis seseorang akan menyebabkan adanya (2) kebutuhan, yang menciptakan (3) harapan-harapan terhadap (4) media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa kepada (5) perbedaan pola penggunaan media (atau keterlibatan dalam aktivitas lainnya) yang akhirnya akan menghasilkan (6) pemenuhan kebutuhan dan (7) konsekuensi lainnya, termasuk yang tidak diharapkan sebelumnya (Daryanto, 2016: 145).

Model uses and gratification menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, melainkan bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk memenuhi tujuan khusus.

1.6.4 Kerangka Teori



Gambar 1.4 Variabel Penelitian

1.6.5 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:85) hipotesis dalam penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada suatu penelitian berupa bentuk pertanyaan yang telah dinyatakan oleh peneliti. Dikatakan sebagai jawaban sementara dikarenakan jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dalam penelitian adalah:

Ho1 : Tidak terdapat hubungan antara kualitas isi konten dengan minat membaca berita di akun instagram @*cegatansemarang* pada masyarakat kota semarang.

Ha1 : Terdapat hubungan antara kualitas isi konten dengan minat membaca berita di akun instagram @*cegatansemarang* pada masyarakat kota semarang..

Ho2 : Tidak terdapat hubungan antara kredibilitas sumber informasi dengan minat membaca berita di akun instagram @*cegatansemarang* pada masyarakat kota semarang.

Ha2 : Terdapat hubungan antara kredibilitas sumber informasi dengan minat membaca berita di akun instagram @*cegatansemarang* pada masyarakat kota semarang.

1.6.6 Definisi Konseptual

Untuk lebih memudahkan dalam pengukuran konsep, maka suatu konsep dijabarkan dalam bentuk definisi operasional. Definisi konseptual adalah penjelasan mengenai arti suatu konsep. Definisi ini menunjukkan bahwa teori merupakan kumpulan construct atau konsep (*concept*), definisi (*definition*), dan proporsi (*proposition*) yang menggambarkan suatu fenomena yang terjadi secara sistematis melalui penentuan hubungan antar variabel.

1.6.6.1. Kualitas Isi Konten (X1)

Ketika berbicara baik buruknya kualitas berita, secara implisit standar normatif yang dijadikan dasar penilaian. Standar ini umumnya dikaitkan dengan fungsi sosial dan fungsi politik dari jurnalisme konvensional maupun digital. (Kuskridho, 2017:8). Anderson merumuskan kriteria kualitas konten yang diringkasnya dalam 5C (dalam Kuskridho, 2017:16-17) yaitu antara lain:

a. Comprehensibility

Merupakan kejernihan struktur penceritaan berita dalam format tulisan, audio, atau audio visual, atau kombinasi ketiganya, yang mudah dimengerti oleh khalayak atau penonton.

b. Context

Adalah memberi khalayak informasi tambahan yang melatarbelakangi suatu peristiwa atau kejadian.

c. Causality

Adalah hubungan sebab akibat dalam pemberitaan yang menjadi salah satu elemen yang penting bagi khalayak untuk memahami logika sebuah peristiwa atau suatu isu pemberitaan.

d. Comparativeness

Sebuah liputan berita dianggap berkualitas buruk jika untuk sebuah tujuan perbandingan sebuah peristiwa atau isu liputan hanya memakai kaca mata ideologis tunggal.

e. Comprehensiveness

Adalah sebuah isu atau peristiwa berita ketika berita tersebut membahas banyak tahapan, kronologi, atau urutan kejadian beserta aspek yang bisa dikembangkan dari isu tersebut.

1.6.6.2 Kredibilitas Sumber Informasi (X2)

Literatur yang ada mengenai sumber informasi telah menunjukkan bahwa kredibilitas sumber informasi menentukan efektivitas suatu komunikasi. Kredibilitas sumber didefinisikan sebagai hal pengidentifikasian suatu sumber informasi agar dianggap sebagai kredibel oleh pembaca (Metzger and Flanagin, 2013). Sedangkan menurut Cambridge Dictionary, Kredibilitas Sumber informasi diartikan sebagai sejauh mana orang percaya dan kepercayaan pada orang - orang dan organisasi - organisasi lain yang memberitahu mereka mengenai produk atau jasa tertentu. Komunikasi yang dilakukan melalui dalam media internet, di mana banyaknya informasi saling dipertukarkan menjadikan sumber informasi semakin sulit untuk diketahui asalnya. Berbagai alasan hal tersebut terjadi, salah satu alannya adalah privasi. Terdapat 2 dimensi dari Kredibilitas Sumber informasi, yaitu Kepercayaan dan Keahlian.

1.6.6.3 Minat (Y)

Menurut Crow and Crow (dalam Djaali, 2014:121) mengatakan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

1) Motif individu

Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk melakukan sesuatu hal seperti, membaca, menulis, mendengarkan, melihat dan yang lainnya.

2) Motif sosial

Motif sosial dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan aktivitas tertentu.

3) Motif emosional

Bahwa minat mempunyai hubungan yang erat kaitannya dengan emosi. Jika seseorang mendapatkan kesuksesan pada suatu aktifitas akan menimbulkan perasaan senang dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya jika seseorang mendapatkan kegagalan pada suatu aktivitas maka akan menghilangkan minat pada hal tersebut.

1.6.7. Definisi Operasional

1.6.7.1. Kualitas Konten (X2)

a) Comprehensibility (Komprehensifilitas)

- b) Context (Konteks)
- c) Causality (Kasualitas)
- d) Comparativeness (Komparatif)
- e) Comprehensiveness (Komprehensif)

1.6.7.2. Kredibilitas Sumber Informasi (X2)

- a) Kepercayaan
- b) Keahlian

1.6.7.3. Minat (Y)

- a) Motif individu
- b) Motif sosial
- c) Motif emosional

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Metode penelitian ini menurut jenis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik atau angka (Suryani, 2016:109). Tipe penelitian pada penelitian ini menggunakan penelitian eksploratif. Penelitian eksploratif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendapat gambaran mengenai suatu topik penelitian yang nantinya akan diteliti lebih jauh (Morrisan, 2017:35).

1.7.2 Jenis dan Sumber Data

1.7.2.1 Data Primer

Data primer yang merupakan data yang secara khusus dikumpulkan untuk kebutuhan riset yang sedang berjalan (Nur Ahmad, 2018:37). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang dihasilkan dari menyebar kuesioner pengikut akun Instagram @cegatansemarang.

1.7.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah dikumpulkan tidak hanya untuk keperluan riset tertentu saja (Nur Ahmad, 2018:37). Dalam penelitian ini data diperoleh dari buku, jurnal, skripsi dan media online.

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner kepada responden pengikut akun Instagram @cegatansemarang. Kuesioner atau angket adalah metode pengumpulan data untuk memahami individu atau responden dengan cara memberikan sesuatu daftar pertanyaan tentang berbagai aspek (Susilo, 2018: 94).

1.7.4 Populasi dan Sampel

1.7.4.1 Populasi

Populasi merupakan sekelompok elemen atau kasus, baik individual, objek, atau peristiwa, yang berhubungan dengan kriteria spesifik dan merupakan sesuatu yang menjadi target generalisasi yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Saepul, 2012: 38).

Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut akun Instagram @cegatansemarang sebanyak 25.276.000 pengikut. Peneliti mengambil 25.276.000 pengikut akun Instagram @cegatansemarang menjadi populasi dalam penelitian karena setiap konten yang dibagikan @cegatansemarang akan tampil dalam beranda 25.276.000 pengikut tersebut. Oleh karena itu, 25.276.000 pengikut akun Instagram @cegatansemarang dirasa tepat untuk memberikan data mengenai penelitian ini, yaitu aktualitas nilai berita dan kualitas konten pada akun Instagram @cegatansemarang

1.7.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili) (Sugiyono, 2012 :62).

Sampel dalam penelitian ini adalah 100 pengikut akun Instagram @cegatansemarang. Karena jumlah populasi diketahui maka jumlah minimal sampel yang dibutuhkan ditentukan menggunakan rumus Slovin, yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir.

Ukuran sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{25.276.000}{1 + 25.276.000 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{25.276.000}{25.2761} = 99,99 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

1.7.5 Teknik Sampling

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau tujuan dan nilai guna individu terhadap penelitian atau didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan kriteria yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian (Ismail, 2018;46). Kriteria dalam penelitian ini adalah pengikut akun Instagram @cegatansemarang.

1.7.6 Skala Pengukuran

Dalam pengukurannya, variabel ini menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengatur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Rini, 2017:135). Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dimana responden dalam menentukan jawaban dengan mengikuti pertanyaan pertanyaan yang sebelumnya disusun melalui indikator-indikator yang ditentukan Jawaban setiap indikator instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari nilai tertinggi sampai nilai yang terendah. Skala Likert memiliki beberapa keuntungan, yaitu mudah untuk disusun dan responden mudah memahami bagaimana

menggunakan skala tersebut. Dalam skala Likert setiap jawaban diberi bobot tertentu, yaitu:

Tabel 1.2. Skala Likert

Keterangan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

1.7.7 Teknik Pengolahan Data

Proses pengumpulan data yang akan dilakukan adalah:

- Editing

Yaitu pengecekan atau pengoreksian data yang telah terkumpul, tujuannya untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan lapangan dan bersifat koreksi.

- Coding

Yaitu pemberian nilai berupa angka pada jawaban pertanyaan untuk memperoleh data kuantitatif.

- Tabulasi

Yaitu pengelompokan data atas jawaban – jawaban dengan teratur dan teliti, kemudian dihitung dan dijumlahkan dan disajikan dalam bentuk table. Berdasarkan table tersebut akan dipakai untuk membuat data agar didapat hubungan atau pengaruh anantara variabel-variabel yang telah ada.

1.7.8 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016:147) yang dimaksud teknik analisis data adalah Kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Untuk keperluan analisis data, peneliti menggunakan teknik korelasi, rank Spearman dan analisis regresi linier sederhana yang dibantu oleh *SPSS 25*. Teknik korelasi rank Spearman digunakan untuk menguji hubungan dua variabel ordinal yang bersifat simetris, dan sumber data kedua variabel adalah berbeda. Nilai korelasi Spearman berada antara $-1 \leq r \leq 1$ (Martono,2016:261).

Sedangkan teknis analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk menunjukkan besar pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Analisis regresi dapat digunakan untuk melakukan prediksi

seberapa tinggi nilai variabel dependen bila nilai variabel independen diubah-ubah (Sugiyono,2012:261).

1.7.9 Uji Validitas

Validitas merupakan sebuah alat yang digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2012:172). Pengujian validitas dilakukan dengan Teknik korelasi *Pearson / Product Moment* dengan taraf signifikansi 5%. Jadi, suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

1.7.10 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Makin kecil kesalahan pengukuran, maka makin reliabel alat pengukur dan sebaliknya. Uji Reliabilitas juga di kenal sebagai pengujian sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azuar 2016:20).

Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah:

1. Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar daripada 0,60, maka kuesioner disebut reliabel atau terpercaya.
2. Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil daripada 0,60, maka kuesioner disebut tidak reliabel atau tidak terpercaya.

BAB II

PROFIL OBJEK PENELITIAN

2.1. Gambaran Umum Kota Semarang

Kota Semarang adalah salah satu kota penting yang terletak di pesisir utara Jawa dan sebagai hub utama penghubung Jakarta - Surabaya dan kota - kota di pedalaman selatan Jawa (Surakarta dan Yogyakarta). Kota Semarang memiliki ketinggian dari 2 meter bawah permukaan laut hingga 340 meter di atas permukaan laut dengan kemiringan lereng 0% - 45%. Kota Semarang merupakan kota yang memiliki kondisi topografi yang unik berupa wilayah dataran rendah yang sempit dan wilayah perbukitan yang memanjang dari sisi barat hingga sisi timur Kota Semarang. Wilayah dataran rendah di Kota Semarang sangat sempit.

Wilayah dataran rendah pada wilayah barat Kota Semarang hanya memiliki lebar 4 kilometer dari garis pantai, sedangkan pada wilayah timur Kota Semarang wilayah dataran rendah semakin melebar hingga 11 kilometer dari garis pantai. Wilayah dataran rendah ini merupakan dataran banjir dari sungai - sungai besar yang mengalir di Kota Semarang, seperti Kali Garang (Banjir Kanal Barat), Kali Pengkol, dan Kali Bringin. Wilayah dataran rendah ini membentang di sisi utara Kota Semarang dan hampir mencakup 40% total wilayah Kota Semarang. Wilayah dataran rendah ini dikenal sebagai kota bawah (Semarang Ngisor), sekaligus sebagai pusat aktivitas perekonomian kota. Dengan kondisi demikian, wilayah kota bawah seringkali dilanda banjir tahunan dan puncaknya ketika musim penghujan.

Sejumlah wilayah khususnya Semarang Utara, banjir ini kadang juga disebabkan luapan air pasang laut (banjir rob). Wilayah perbukitan di Kota Semarang ini membentang di sisi selatan. Perbukitan ini merupakan bagian dari rangkaian formasi pegunungan utara Jawa yang membentang dari Banten hingga Jawa Timur. Wilayah perbukitan di Kota Semarang dikenal sebagai kota atas (Semarang Dhuwur). Wilayah perbukitan ini juga merupakan kawasan hulu dari sungai - sungai besar yang mengalir di Kota Semarang.

Wilayah kota atas juga bagian dari bentang kaki gunung api Ungaran, yang terletak pada sisi selatan Kota Semarang. Kota bawah ini meliputi Kecamatan Tugu, Semarang Barat, Semarang Tengah, Semarang Selatan, Semarang Timur, Gayamsari, Pedurungan, Genuk, dan Semarang Utara. Kota bawah ini merupakan kawasan pusat kota dan jantung perekonomian Semarang.

Kota bawah juga berperan sebagai downtown, antara lain untuk pusat hiburan, perdagangan, pelayanan publik, dan pemerintahan. Kondisi topografi kota bawah yang mendukung, mendorong pertumbuhan ekonomi sangat cepat dan timbul perluasan wilayah perkotaan. Kota atas ini meliputi Kecamatan Gajahmungkur, Candisari, Banyumanik, Tembalang, Gunung Pati, Ngaliyan dan Mijen. Kini, wilayah kota atas merupakan pusat pertumbuhan baru di Kota Semarang. Salah satu sektor wilayah yang memiliki pertumbuhan yang spesifik terhadap differensiasi pusat aktivitas dan aglomerasi penduduk adalah sektor Banyumanik - Tembalang. Sarana prasara yang mendukung, sangat mendorong pertumbuhan dan minat investasi pada wilayah tersebut.

Pertumbuhan pada wilayah tersebut ditandai dengan berkembangnya permukiman, munculnya pusat perkenomian baru, dan eksistensi gedung pencakar langit. Salah satu alasan wilayah ini berkembang juga merupakan hasil kebijakan Pemerintah Kota Semarang memindahkan UNDIP dari Pleburan ke Tembalang, sebagai upaya pemerataan penduduk di Kota Semarang. Strategi ini juga dilakukan pada pemindahan kampus UNNES dari Kelud Raya ke Gunung Pati.

Kota Semarang dialiri oleh beberapa sungai/kali, meliputi Sungai Garang (Kanal Barat), Sungai Semarang, Sungai Kanal Timur, Sungai Sringin, Sungai Plumbon, Sungai Karanganyar, Sungai Bringin, Sungai Cilandak, dan Sungai Siangker. Beberapa sungai ini difungsikan sebagai sistem drainase untuk pengendali banjir di Kota Semarang, meliputi Sungai Garang, Sungai Semarang, Sungai Kanal Timur, Sungai Plumbon, dan Sungai Bringin. Sistem hidro-drainase di Kota Semarang sudah mengenali sistem kanalisasi seperti kota - kota di Belanda.

Sistem kanalisasi ini dilatarbelakangi oleh Pemerintah Hindia Belanda yang melakukan kanalisasi di Sungai Semarang dengan menyudet Sungai Semarang dengan Sungai Garang, untuk keperluan drainase banjir kota dan jalur lalu lintas kapal dagang. Sungai Semarang ini merupakan sungai yang mengalir ke wilayah pusat kota. Sungai Semarang mengalir dari kaki Bukit Bergota sisi barat - selatan Lawang Sewu - Jalur inspeksi Batan Miroto - Pecinan - Kota Lama - Muara Baru. Tahun 1885, Kanalisasi telah rampung dibangun oleh Pemerintah Hindia Belanda pada Sungai Garang (sisi barat kota). Sungai Garang ini merupakan Banjir Kanal Barat yang letaknya tepat di tengah wilayah Kota Semarang dan membagi Kota Semarang menjadi dua sisi, yaitu sisi barat dan sisi timur.

Tahun 1895, Kanalisasi baru telah diselesaikan oleh Pemerintah Belanda sebagai upaya pencegahan banjir yang semakin parah di Kota Semarang kala itu, yaitu dengan membangun Banjir Kanal Timur. Pembangunan Banjir Kanal Timur ini dilakukan dengan menyudet Sungai Plumbon yang mengalir di wilayah timur Kota Semarang. Pembangunan kanalisasi di Kota Semarang merupakan pembangunan kanalisasi pertama di Indonesia. Keberhasilan kanalisasi Kota Semarang ini mendorong pembangunan kanalisasi di kota - kota lain, seperti Jakarta, Surabaya, dan Padang. Hingga kini, ketiga sungai kanal tersebut masih menjadi sorotan Pemerintah Kota Semarang untuk melakukan normalisasi dan pengerukan, agar drainase perkotaan dapat berfungsi sebagaimana mestinya.

Kota Semarang memiliki kemiripan karakteristik kondisi fisik dengan kebanyakan kota yang ada di Belanda. Kemiripan ini berupa cekungan bawah laut, karena adanya depresi daratan sehingga membentuk ledokan yang tidak begitu luas. Depresi daratan ini disebabkan karena penurunan muka tanah dan land subsidence akibat eksploitasi airtanah berlebih. Jenis tanah aluvial juga berpengaruh dalam penurunan muka tanah di wilayah Kota Semarang. Adanya cekungan ini juga efek yang ditimbulkan karena aktivitas reklamasi pada pantai - pantai di Kota Semarang yang membentuk tanggul - tanggul laut. Beberapa wilayah di Kota Semarang, khususnya Semarang Utara memiliki ketinggian dibawah permukaan laut. Kondisi seperti ini memungkinkan timbulnya banjir cukup parah pada wilayah cekungan tersebut.

Kota Semarang memiliki garis pantai sepanjang 20 kilometer dengan tipologi pantai yang tidak beraturan. Pengaruh aktivitas manusia berperan dalam

perubahan tipologi pantai, seperti aktivitas reklamasi dan sedimentasi oleh sungai. Salah satu kawasan reklamasi yang cukup dikenali oleh masyarakat Kota Semarang adalah Pantai Marina.

Pertumbuhan Kota Semarang tidak lepas dari kondisi geografis Semarang yang merupakan wilayah pesisir dengan adanya pelabuhan. Pelabuhan menjadi cikal bakal pertumbuhan Kota Semarang hingga menjadi wilayah perkotaan saat ini. Bermula dari aktivitas perdagangan di pelabuhan menjadikan Kota Semarang merupakan wilayah strategis dalam pengembangan perekonomian dan kontribusi distribusi barang jasa sejak zaman pra-kolonialisme. Sungai - sungai yang mengalir di pusat kota dahulu merupakan kawasan pelabuhan. Salah satu sungai tersibuk sebagai jalur lalu lintas kapal dan perahu adalah sungai Semarang. Akibat sedimentasi sungai, sungai Semarang sudah tidak memungkinkan untuk jalur lalu lintas, kemudian pelabuhan direlokasi ke Muara Baru.

Sebagai pusat pemerintahan dan perekonomian regional Jawa Tengah, Kota Semarang telah bertransformasi dan berdinamika menuju kearah yang lebih baik lagi. Dalam kurun waktu perkembangannya, Kawasan metropolitan Semarang terus berkontribusi dan turut andil dalam finansial dan moneter yang vital di Indonesia. Sektor perdagangan dan perindustrian yang berkembang pesat menjadi kunci dasar pembangunan Kota Semarang.

Pertumbuhan kota yang sangat tinggi juga dikarenakan berkembangnya sektor jasa dalam arus perekonomian Kota Semarang dan akan terus mengalami peningkatan. Pertumbuhan perekonomian ini sangat mendorong meningkatnya daya beli masyarakat, arus modal, indeks kepercayaan konsumen, dan minat

investasi. Semakin kondusifnya iklim bisnis di Kota Semarang menyebabkan tumbuhnya kawasan perkantoran dan perdagangan. Sebagai upaya regionalisasi dan keperluan tata ruang wilayah, berkembang kawasan bisnis terpadu atau CBD (Central Business District) di Kota Semarang yang diperuntukan untuk kawasan ekonomi terpadu.

Kota Semarang memiliki kawasan CBD utama, yaitu Golden Triangle Bussiness District. Golden Triangle Bussiness District merupakan kawasan bisnis terpadu yang terletak di Semarang Pusat yang memiliki tiga segmen sub-CBD, meliputi: Simpang Lima City Center (SLCC), Pemuda Central Bussiness District (PCBD), dan Gajahmada Golden Triangle (GGT). Selain Golden Triangle Bussiness District, Kota Semarang juga memiliki kawasan CBD yang masih berkembang tersebar di beberapa lokasi, meliputi: Kawasan CBD Peterongan, Kawasan CBD Majapahit, Kawasan CBD Setiabudi, Kawasan CBD Tembalang, dan Kawasan CBD Jenderal Sudirman - Kalibanteng. Pengembangan Kawasan CBD ini disebabkan karena kondisi pusat kota mulai menunjukkan kejenuhan, sehingga terjadi perluasan pusat bisnis.



Gambar 2.1

Pemandangan salah satu sudut kota Semarang

Sumber: jateng.idntimes.com / diakses pada senin, 24 februari 2020

Pukul 15.21 wib

2.2. Visi Dan Misi Kota Semarang

Kota Semarang memiliki Visi dan Misi yang tercantum dalam RPJMD Kota Semarang Tahun 2016-2021, yaitu dengan Visi “Semarang Kota Metropolitan yang Religius, Tertib dan Berbudaya”. Adapun Misi Kota Semarang Tahun 2016 – 2021 sebagai berikut :

1. Mewujudkan Kehidupan Masyarakat yang Berbudaya dan Berkualitas.
2. Mewujudkan Pemerintahan yang Semakin Handal untuk Meningkatkan Pelayanan Publik.
3. Mewujudkan Kota Metropolitan yang Dinamis dan Berwawasan.
4. Memperkuat Ekonomi Kerakyatan Berbasis Keunggulan Lokal.

2.3. Gambaran Umum Akun Instagram @Cegatansemarang

Akun Instagram @cegiatansemarang merupakan salah satu akun penyedia informasi yang terjadi disekitar kota semarang. Akun ini menyediakan berbagai macam informasi baik itu berupa kasus kecelakaan, kriminalitas, ataupun kejadian-kejadian lain yang terjadi di Kota Semarang dan tak jarang juga akun ini mengiklankan atau mempromosikan suatu produk atau yang biasa dikenal sebagai endorsement.

Akun Instagram @cegiatansemarang ini dibuat pada 17 Mei 2017 lalu oleh seseorang yang merupakan warga asli Kota Semarang yakni Praditya Bagus Wardhana atau biasa disapa Pradit yang sekaligus menjadi admin akun tersebut hingga saat ini dan terus update seputar kejadian-kejadian yang terjadi di Kota Semarang dan sekitarnya. Followernya pun terus bertambah hingga menginjak angka 25.276.000 dan masih terus bertambah setiap harinya.

Awalnya Pradit selaku pembuat sekaligus admin dari akun Instagram @cegiatansemarang sempat kebingungan untuk menentukan nama yang tepat mengingat banyak akun-akun Instagram penyedia informasi di Kota Semarang, hingga akhirnya Pradit memilih nama cegatan semarang karena terinspirasi dari dari akun media lain yang belum ada di Kota Semarang dan pada awalnya akun @cegiatansemarang sendiri lebih condong menginformasikan seputar Razia yang ada di Kota Semarang namun lambat laun dialihkan menjadi media yang menginformasikan seputar kecelakaan, kebakaran, kehilangan, pencurian, tawuran, begal dan kejadian lainnya. Untuk logo akun @cegiatansemarang sendiri tidak memiliki filosofi khusus dan logo dibuat sesederhana mungkin agar mudah

diingat oleh masyarakat Kota Semarang pada khususnya dan masyarakat daerah lain pada umumnya.



Gambar 2.2

logo akun Instagram @cegatansemarang

sumber: admin akun Instagram @cegatansemarang / diakses pada pukul 14.05 wib

Dalam menjalankan akun @cegatansemarang Praditya tidak mencari berita sendiri melainkan dibantu oleh beberapa relawannya yang juga memberikan informasi terbaru kepadanya untuk di update ke akun @cegatansemarang. Relawan-relawan tersebut tidak hanya berasal dari Kota Semarang namun juga berasal dari daerah lain dan mereka berkomunikasi melalui sebuah grup whatsapp dan di grup whatsapp ini Pradit juga menjadi adminnya secara langsung.

Dalam berkomunikasi melalui grup whatsapp ada beberapa kode yang digunakan untuk melambangkan suatu kejadian tertentu. Diantaranya adalah:

- 1) 65 : kebakaran
- 2) 33 : kecelakaan
- 3) 10.2 : meluncur / menuju lokasi
- 4) Kotak merah : pemadam kebakaran

Dan masih banyak lagi, kode yang digunakan tidak semua serta merta dibuat dengan kesepakatan anggota grup melainkan juga ada yang merujuk kode-kode dari pihak kepolisian.

Akun @*cegatansemarang* aktif selama 24 jam nonstop mengingat akun tersebut menyajikan informasi kejadian-kejadian yang hangat dan baru saja terjadi seputar Kota Semarang. Hal inilah yang menjadi motivasi Pradit membuat akun @*cegatansemarang* ini dari awal dan adanya dukungan dari para relawannya membuat akun tersebut perlahan-lahan menjadi besar dan cukup familiar di masyarakat Kota Semarang.

2.4. Visi dan Misi Akun Instagram @Cegatansemarang

Akun Instagram @*cegatansemarang* tidak dibuat tanpa adanya visi dan misi, Pradit selaku pembuat sekaligus admin dari akun tersebut juga memiliki visi dan misi yang diusung guna keberlangsungan keaktifan akun tersebut.

Visi dan misi dari akun Instagram @*cegatansemarang* yaitu:

Visi: Menjadi media online yang terkekemuka dan professional untuk memberikan informasi berdasarkan fakta.

Misi:

1. Memberikan akses informasi dan wawasan kepada masyarakat.

2. Memberikan informasi secara online dan berdasarkan fakta yang ada.

BAB III

TEMUAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan menyajikan data yang diperoleh melalui kuesioner yang telah diberikan kepada follower akun instagram @cegatansemarang yang bersedia menjadi responden penelitian. Data yang disajikan dalam bentuk tabel - tabel menggambarkan perbandingan persentase jawaban responden dari berbagai pilihan jawaban yang telah tersedia. Temuan yang diperoleh melalui kuesioner tersebut akan dijabarkan secara deskriptif dengan menggunakan tabel frekuensi.

3.1 Karakteristik Responden

3.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Hasil penelitian diperoleh usia responden paling muda berusia 14 - 17 tahun dan responden paling tua berusia 26 - 29 tahun yang disajikan dalam tabel seperti berikut :

Tabel 3.1**Tabel Presentase Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1	14-17	1	1%
2	18-21	29	29%
3	22-25	65	65%
4	26-29	5	5%
	Total	100	100%

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui persentase karakteristik responden berdasarkan interval usia diketahui bahwa persentase terbesar adalah responden yang berusia 22 - 25 tahun sebanyak 65 orang dengan persentase 65%, disusul jumlah responden yang berusia 18 - 21 tahun sebanyak 29 orang dengan persentase 29%. Responden terbanyak ketiga yakni responden dengan usia 26 - 29 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 5% dan responden yang berusia 14 - 17 sebanyak 1 orang dengan persentase 1% yang menjadi responden terakhir.

Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 22 - 25 tahun dengan persentase 65% dikarenakan hasil temuan dari pengisian kuesioner terbanyak terdapat pada rentang usia 22 - 25 tahun.

3.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut merupakan deskripsi jenis kelamin responden selengkapnya dalam bentuk tabel di bawah ini :

Tabel 3.2

Tabel Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase(%)
1	Laki-laki	62	62%
2	Perempuan	38	38%
	Total	100	100%

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui hasil karakteristik responden laki-laki sebanyak 62 orang dengan persentase 62% dan responden perempuan sebanyak 38 orang dengan persentase 38%. Hal ini menunjukkan bahwa responden (*follower*) akun instagram @cegatansemarang dalam penelitian ini didominasi responden berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 62%, dikarenakan temuan dari pengisian kuesioner mayoritas responden adalah laki-laki.

3.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut merupakan deskripsi jenis kelamin responden selengkapnya dalam bentuk tabel di bawah ini :

Tabel 3.3

Tabel Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase(%)
1	Pelajar/Mahasiwa	53	53%
2	Wiraswasta	24	24%
3	Karyawan	23	23%
	Total	100	100%

Sumber: diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui hasil persentase responden berdasarkan latar belakang pekerjaan yaitu didominasi oleh pelajar/mahasiswa dengan persentase sebanyak 53% dan diikuti pekerjaan wiraswasta sebanyak 24%, sedangkan pekerjaan karyawan sebanyak 23%.

Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden (*follower*) akun instagram @cegatansemarang yang mengisi kuesioner dalam penelitian ini merupakan berlatar belakang dengan status pelajar atau mahasiswa. Hal ini dikuatkan dengan data tabel “Penetrasi Pengguna Internet Berdasarkan Pekerjaan” menunjukkan bahwa pengguna terbanyak internet dan sosial media yaitu pelajar dan mahasiswa (Sandryones Palinggi:2018).

3.2. Deskriptif Variabel Kualitas Isi Konten di Akun Instragram

@cegatansemarang (X1)

Konten informasi instagram merupakan konten yang berisi berita-berita atau informasi yang sedang terjadi di sekitar masyarakat, mengingat banyak masyarakat yang menggunakan sosial media khususnya instagram sebagai sarana mendapatkan informasi terkini. Banyak akun-akun di instagram yang menyajikan informasi atau berita-berita terkini namun

peneliti hanya akan berfokus pada akun @*cegatansemarang*. Variabel dalam penelitian ini disajikan berdasarkan lima pernyataan yang berasal dari lima indikator yaitu comprehensibility, context, casuality, comparative, dan comprehensiveness.

Persepsi dari variabel kualitas isi konten akun instagram @*cegatansemarang* ini dapat dilihat dari uraian jawaban responden yang akan disajikan dalam tabel - tabel seperti berikut ini :

Tabel 3.4

Presentase Yang Menyatakan Struktur Berita Yang Disajikan Oleh
Akun Instagram @*Cegatansemarang* Mudah Dipahami

B

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase
1	Sangat tidak setuju	1	1%
2	Tidak setuju	1	1%
3	Netral	15	15%
4	Setuju	74	74%
5	Sangat setuju	9	9%
	Total	100	100%

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan di atas dapat diketahui sebagian besar responden setuju sebanyak 74% dan sangat setuju sebanyak 9% menyatakan bahwa struktur berita yang disajikan dapat dipahami dengan mudah. Dilanjutkan responden menyatakan netral sebanyak 15% sedangkan responden yang memberikan respon tidak setuju dan sangat tidak setuju sama - sama sebanyak 1%.

Dari hasil ini dapat dikatakan bahwa struktur berita yang disajikan dikemas dengan baik sehingga dapat dipahami dengan mudah oleh masyarakat atau follower akun tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwasanya struktur berita yang disajikan akun instagram @cegatansemarang mudah dipahami..

Tabel 3.5

Presentase Yang Menyatakan Berita Di Akun Instagram

@Cegatansemarang Memiliki Informasi Tambahan

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	22	22%
4	Setuju	67	67%
5	Sangat Setuju	11	11%
	Total	100	100%

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan di atas dapat diketahui sebagian besar responden sebanyak 67% setuju dan 22% responden menyatakan netral akun instagram @cegatansemarang memiliki informasi tambahan. Dilanjutkan responden menyatakan sangat setuju sebanyak 11% sedangkan responden yang memberikan respon tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0% atau tidak ada.

Dari hasil ini dapat dikatakan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa akun instagram @cegatansemarang memiliki informasi tambahan dalam setiap berita yang disajikan. Hal ini menunjukkan responden juga mengikuti atau menjadi follower akun instagram @cegatansemarang dan hasilnya mayoritas responden setuju bahwa akun instagram @cegatansemarang mempunyai informasi tambahan dalam setiap berita yang disajikan.

Tabel 3.6

Presentase Yang Menyatakan Kejelasan Penyebab Dan Akibat Suatu
Peristiwa Yang Diberitakan

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	23	23%
4	Setuju	56	56%
5	Sangat Setuju	19	19%
	Total	100	100%

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan di atas dapat diketahui sebagian besar responden sebanyak 56% setuju dan 23% responden menyatakan netral bahwa berita yang disajikan oleh akun instagram @cegatansemarang memiliki kejelasan mengenai penyebab dan akibat dari peristiwa yang berhubungan. Dilanjutkan responden menyatakan sangat setuju sebanyak 19% sedangkan responden yang memberikan respon tidak setuju hanya sebanyak 1% dan sangat tidak setuju sebanyak 0% atau tidak ada.

Dari hasil ini dapat dikatakan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa berita yang disajikan oleh akun instagram @cegatansemarang memiliki penyebab dan akibat yang jelas terkait dengan terjadinya peristiwa yang diberitakan.

Hal ini juga menunjukkan bahwa responden yang merupakan followers akun instagram @cegatansemarang teliti dan benar-benar mendetail dalam membaca atau menonton berita yang disajikan oleh akun instagram @cegatansemarang.

Tabel 3.7

Presentase Yang Menyatakan Akun Instagram @Cegatansemarang

Memiliki Ciri Khas Tersendiri Dalam Melihat Sebuah Berita

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	55	55%
4	Setuju	36	36%

5	Sangat Setuju	8	8%
	Total	100	100%

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan di atas dapat diketahui sebagian besar responden sebanyak 55% netral dan 36% responden menyatakan setuju bahwa berita yang disajikan oleh akun instagram @cegatansemarang memiliki ciri khas tersendiri dalam melihat dan menyajikan suatu berita. Dilanjutkan responden menyatakan sangat setuju sebanyak 8% sedangkan responden yang memberikan respon tidak setuju hanya sebanyak 1% dan sangat tidak setuju sebanyak 0% atau tidak ada.

Dari hasil ini dapat dikatakan bahwa mayoritas responden menyatakan netral bahwa akun instagram @cegatansemarang memiliki ciri khas tersendiri dalam melihat dan menyajikan suatu berita.

Hal ini juga menunjukkan bahwa responden yang merupakan followers akun instagram @cegatansemarang belum begitu mengerti perbedaan-perbedaan yang signifikan antara berita yang disajikan oleh akun instagram @cegatansemarang dengan akun penyedia berita lainnya.

Tabel 3.8

Presentase Yang Menyatakan Adanya Kronologi Yang Lengkap Dan Jelas

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	4	4%
3	Netral	27	27%
4	Setuju	55	55%

5	Sangat Setuju	14	14%
	Total	100	100%

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan di atas dapat diketahui sebagian besar responden sebanyak 55% setuju dan 27% responden menyatakan netral bahwa berita yang disajikan oleh akun instagram @cegatansemarang memiliki kronologi yang lengkap dan jelas. Dilanjutkan responden menyatakan sangat setuju sebanyak 14% sedangkan responden yang memberikan respon tidak setuju hanya sebanyak 4% dan sangat tidak setuju sebanyak 0% atau tidak ada.

Dari hasil ini dapat dikatakan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa berita yang disajikan oleh akun instagram @cegatansemarang memiliki kronologi yang lengkap dan jelas.

Hal ini juga menunjukkan bahwa responden yang merupakan followers akun instagram @cegatansemarang mengerti betul bagaimana sebuah kronologi terjadi dan apa saja aspek-aspek yang harus diperhatikan dalam sebuah kronologi.

3.2.1 Kategorisasi Kualitas Isi Konten Di Akun Instagram @Cegatansemarang

Berdasarkan rumus temuan-temuan penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan tentang konten berita akun instagram @cegatansemarang menurut responden penelitian dengan rumus sebagai berikut :

$$I = \frac{R}{K}$$

keterangan:

I = Interval kelas

R = Selisih skor tertinggi dan skor terendah

K = Jumlah kelas

Secara keseluruhan variabel terpaan program terdiri dari 4 pernyataan dengan perhitungan interval kelas untuk variabel ini adalah sebagai berikut:

Jumlah pernyataan : 5

Skor maksimal yang mungkin dapat dicapai : 5

Skor minimal yang mungkin dapat dicapai : 1

Jumlah kelas : 3

$$I = \frac{R}{K} = \frac{25 - 5}{3} = \frac{20}{3} = 6,6 = 7$$

Dengan hasil perhitungan di atas, maka masing-masing dibatasi nilai sebagai berikut:

21 – 28 = Tinggi

13 – 20 = Sedang

5 – 12 = Rendah

Setelah diketahui interval kelas dari variabel kualitas isi konten, maka tabel distribusi nilai kategorisasi dapat disusun pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.9

Skala Interval Variabel Kualitas Isi Konten

Nilai		Jumlah	Presentase
Tinggi	21 – 28	61	61%
Sedang	13 – 20	39	39%
Rendah	5 – 12	0	0%

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui jumlah responden dalam penelitian ini memiliki nilai tinggi sebesar 61% dan nilai sedang 39%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas isi konten terbilang tinggi.

3.3 Deskriptif Variabel Kredibilitas Sumber Informasi (X2)**Tabel 3.10**

Presentase Yang Menyatakan Sumber Berita Yang Disajikan

Sangat Terpercaya

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	24	24%
4	Setuju	52	52%
5	Sangat Setuju	22	22%
	Total	100	100%

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden sebanyak 52% setuju dan 24% menyatakan netral bahwa sumber berita yang disajikan oleh akun instagram @cegatansemarang sangat terpercaya. Dilanjutkan responden sebanyak 22% menyatakan sangat setuju sedangkan responden yang memberikan respon tidak setuju sebanyak 1% dan sangat tidak setuju sebanyak 0% atau tidak ada.

Dari hasil ini dapat dikatakan mayoritas responden setuju bahwa sumber berita yang disajikan oleh akun instagram @cegatansemarang sangat terpercaya. Dalam hal ini dikarenakan penyajian berita disertai dengan adanya keterangan saksi dan bukti-bukti yang ada di tempat kejadian berlangsung sehingga para khalayak mengerti betul apakah berita itu benar-benar terjadi atau hoax.

Tabel 3.11

Presentase Yang Menyatakan Berita Yang Disajikan Berdasarkan
Fakta Di Lapangan

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	13	13%
4	Setuju	45	45%
5	Sangat Setuju	42	42%
	Total	100	100%

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden sebanyak 45% setuju dan 42% menyatakan sangat setuju bahwa berita yang

disajikan oleh akun instagram @cegatansemarang berdasarkan fakta yang ada di lapangan. Dilanjutkan responden sebanyak 13% menyatakan netral sedangkan responden yang memberikan respon tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0% atau tidak ada.

Dari hasil ini dapat dikatakan mayoritas responden setuju bahwa akun instagram @cegatansemarang menyajikan berita berdasarkan fakta yang sedang terjadi di lapangan. Dalam hal ini menunjukkan bahwa akun instagram @cegatansemarang benar-benar memperhatikan keaslian berita yang disajikan mengingat akun instagram @cegatansemarang merupakan salah satu akun intagram pemberi informasi terbesar di Semarang.

Tabel 3.12

Presentase Yang Menyatakan Kejelasan Sumber Berita

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	20	20%
4	Setuju	65	65%
5	Sangat Setuju	13	13%
	Total	100	100%

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden sebanyak 65% setuju dan 13% menyatakan sangat setuju bahwa responden merasa sumber berita yang disajikan oleh akun instagram @cegatansemarang sangat jelas. Dilanjutkan responden sebanyak 20% menyatakan netral sedangkan responden

sebanyak 2% memberikan respon tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 0% atau tidak ada.

Dari hasil ini dapat dikatakan mayoritas responden setuju bahwa responden merasa sumber berita yang disajikan oleh akun instagram @cegatansemarang sangat jelas. Dalam hal ini dikarenakan akun instagram @cegatansemarang selalu memberikan keterangan dalam setiap postingannya yang mencakup aspek-aspek penting dalam berita seperti adanya kronologi, saksi, dan aspek penting lainnya sehingga para khalayak merasa jelas jika membaca ataupun menonton video berita yang disajikan oleh akun instagram @cegatansemarang.

Tabel 3.13

Presentase Yang Menyatakan Berita Dipublikasikan Oleh Orang Netral Dan Profesional

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	4	4%
3	Netral	41	41%
4	Setuju	44	44%
5	Sangat Setuju	11	11%
	Total	100	100%

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden sebanyak 44% menyatakan setuju, 41% netral dan 11% sangat setuju bahwa yang mempublikasikan berita di akun instagram @cegatansemarang merupakan orang yang netral dan profesional. Kemudian responden sebanyak 4% menyatakan tidak

setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0% atau tidak ada.

Dari hasil ini dapat dikatakan mayoritas responden menyatakan setuju bahwa yang mempublikasikan berita di akun instagram @cegatansemarang merupakan orang yang netral dan profesional. Dalam hal ini dikarenakan berita-berita yang disajikan tidak merujuk pada suatu kasus tertentu dan tidak mencakup tempat tertentu melainkan meluas di manapun suatu peristiwa terjadi bahkan tak jarang menginformasikan kejadian yang terjadi di luar kota Semarang namun masih berdekatan dengan kota Semarang.

Tabel 3.14

Presentase Yang Menyatakan Sumber Informasi Merupakan Tokoh Masyarakat Atau Saksi

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	7	7%
3	Netral	23	23%
4	Setuju	37	37%
5	Sangat Setuju	33	33%
	Total	100	100%

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden sebanyak 37% menyatakan setuju, 33% sangat setuju dan 23% netral bahwa sumber informasi atau berita di akun instagram @cegatansemarang merupakan tokoh

masyarakat atau saksi. Kemudian responden sebanyak 7% menyatakan tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0% atau tidak ada.

Dari hasil ini dapat dikatakan mayoritas responden menyatakan setuju bahwa yang mempublikasikan berita di akun instagram @cegatansemarang merupakan tokoh masyarakat atau saksi. Dalam hal ini dikarenakan dalam setiap keterangan dalam berita-berita yang disajikan disebutkan dari mana dan dimana suatu kejadian itu berlangsung dan juga menyertakan saksi-saksi dalam kejadian tersebut.

3.3.1. Kategorisasi Variabel Kredibilitas Sumber Informasi

Berdasarkan rumus temuan-temuan penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan tentang konten berita akun instagram @cegatansemarang menurut responden penelitian dengan rumus sebagai berikut:

$$I = \frac{R}{K}$$

keterangan:

I = Interval kelas

R = Selisih skor tertinggi dan skor terendah

K = Jumlah kelas

Secara keseluruhan variabel terpaan program terdiri dari 4 pernyataan dengan perhitungan interval kelas untuk variabel ini adalah sebagai berikut:

Jumlah pernyataan : 5

Skor maksimal yang mungkin dapat dicapai : 5

Skor minimal yang mungkin dapat dicapai : 1

Jumlah kelas : 3

$$I = \frac{R}{K} = \frac{25 - 5}{3} = \frac{20}{3} = 6,6 = 7$$

Dengan hasil perhitungan di atas, maka masing-masing dibatasi nilai sebagai berikut:

19 – 26 = Tinggi

11 – 18 = Sedang

5– 12 = Rendah

Setelah diketahui interval kelas dari variabel kredibilitas sumber informasi, maka tabel distribusi nilai kategorisasi dapat disusun pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.15

Skala Interval Variabel Kredibilitas Sumber Informasi

Nilai		Jumlah	Presentase
Tinggi	19-26	70	70%
Sedang	11-18	30	30%
Rendah	5-12	0	0%

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui jumlah responden dalam penelitian ini memiliki nilai tinggi sebesar 70% dan nilai sedang 30%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kredibilitas sumber informasi terbilang tinggi.

3.4 Deskriptif Variabel Minat Membaca Berita (Y1)

Tabel 3.16

Presentase Yang Menyatakan Pengikut Akun Instagram

@Cegatansemarang

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	10	10%
3	Netral	19	19%
4	Setuju	23	23%
5	Sangat Setuju	47	47%
	Total	100	100%

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden sebanyak 47% menyatakan sangat setuju, 23% setuju dan 19% netral bahwa mereka merupakan pengikut akun instagram @cegatansemarang. Kemudian responden sebanyak 10% menyatakan tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1%.

Dari hasil ini dapat dikatakan mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka merupakan pengikut akun instagram @cegatansemarang. Dalam hal ini dikarenakan responden memiliki rasa ingin tahu yang mendorong mereka untuk mengikuti akun instagram @cegatansemarang.

Tabel 3.17

Presentase Yang Menyatakan Minat Untuk Terus Membaca Berita Yang
Disajikan Oleh Akun Instagram @Cegatansemarang

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	44	44%
4	Setuju	47	47%
5	Sangat Setuju	6	6%
	Total	100	100%

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden sebanyak 47% menyatakan setuju, 44% menyatakan netral dan 6% menyatakan sangat setuju bahwa mereka memiliki minat untuk terus membaca berita yang disajikan oleh akun instagram @cegtansemarang. Kemudian responden sebanyak 2% menyatakan tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1%.

Dari hasil ini dapat dikatakan mayoritas responden menyatakan setuju bahwa mereka memiliki minat untuk terus membaca berita yang disajikan oleh akun instagram @cegtansemarang. Dalam hal ini dikarenakan responden merasa puas dan nyaman dalam membaca berita yang disajikan oleh akun instagram @cegtansemarang.

Tabel 3.18

Presentase Yang Menyatakan Keinginan Untuk Bertindak Lebih Jauh
Terkait Berita Yang Disajikan

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	4	4%
3	Netral	59	59%
4	Setuju	32	32%
5	Sangat Setuju	5	5%
	Total	100	100%

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden sebanyak 59% menyatakan netral, 32% menyatakan setuju dan 5% menyatakan sangat setuju bahwa responden ingin bertindak lebih jauh terkait berita yang disajikan oleh akun instagram @cegtansemarang. Kemudian responden sebanyak 4% menyatakan tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0% atau tidak ada.

Dari hasil ini dapat dikatakan mayoritas responden menyatakan netral bahwa mereka ingin bertindak lebih jauh terkait berita yang disajikan oleh akun instagram @cegtansemarang. Dalam hal ini dikarenakan responden tidak selalu memiliki waktu luang untuk ikut terlibat dalam kejadian yang diberitakan dan kebanyakan responden hanya ingin tahu tentang informasi terkini yang sedang terjadi.

Tabel 3.19

Presentase Yang Menyatakan Adanya Simpati Pada Korban Kejadian

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	27	27%
4	Setuju	63	63%
5	Sangat Setuju	9	9%
	Total	100	100%

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden sebanyak 63% menyatakan setuju, 27% menyatakan netral dan 9% menyatakan sangat setuju bahwa responden simpati terhadap korban pada berita yang disajikan oleh akun instagram @cegtansemarang. Kemudian responden sebanyak 1% menyatakan tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0% atau tidak ada.

Dari hasil ini dapat dikatakan mayoritas responden menyatakan setuju bahwa responden merasa simpati terhadap korban pada berita yang disajikan oleh akun instagram @cegtansemarang. Dalam hal ini dikarenakan kebanyakan berita yang disajikan oleh akun instagram @cegtansemarang berisi tentang kriminalitas dan laka lantas dan hal ini juga menjadi contoh bahwa manusia adalah makhluk sosial yang peduli akan sesamanya.

Tabel 3.20

Presentase Yang Menyatakan Keinginan Menjadi Relawan Dalam
Penyajian Berita

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2	Tidak Setuju	6	6%
3	Netral	52	52%
4	Setuju	33	33%
5	Sangat Setuju	7	7%
	Total	100	100%

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden sebanyak 52% menyatakan netral, 33% menyatakan setuju dan 7% menyatakan sangat setuju bahwa responden ingin menjadi relawan dalam penyajian berita yang disajikan oleh akun instagram @cegtansemarang. Kemudian responden sebanyak 6% menyatakan tidak setuju dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2%.

Dari hasil ini dapat dikatakan mayoritas responden menyatakan netral untuk menjadi relawan dalam penyajian berita yang disajikan oleh akun instagram @cegtansemarang. Dalam hal ini dikarenakan responden tidak selalu memiliki waktu luang untuk ikut menjadi relawan dan juga karena suatu peristiwa atau kejadian tidak bisa diprediksi kapan akan terjadi.

3.4.1 Kategorisasi Variabel Minat Membaca Berita

Berdasarkan rumus temuan-temuan penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan tentang konten berita akun instagram @cegatansemarang menurut responden penelitian dengan rumus sebagai berikut:

$$I = \frac{R}{K}$$

keterangan:

I = Interval kelas

R = Selisih skor tertinggi dan skor terendah

K = Jumlah kelas

Secara keseluruhan variabel terpaan program terdiri dari 4 pernyataan dengan perhitungan interval kelas untuk variabel ini adalah sebagai berikut:

Jumlah pernyataan : 5

Skor maksimal yang mungkin dapat dicapai : 5

Skor minimal yang mungkin dapat dicapai : 1

Jumlah kelas : 3

$$I = \frac{R}{K} = \frac{25 - 5}{3} = \frac{20}{3} = 6,6 = 7$$

Dengan hasil perhitungan di atas, maka masing-masing dibatasi nilai sebagai berikut:

19 – 26 = Tinggi

11 – 18 = Sedang

5– 12 = Rendah

Setelah diketahui interval kelas dari variabel minat membaca berita, maka tabel distribusi nilai kategorisasi dapat disusun pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.21

Skala Interval Variabel Minat Membaca Berita

Nilai		Jumlah	Presentase
Tinggi	19-26	47	47%
Sedang	11-18	52	52%
Rendah	5-12	1	1%

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui jumlah responden dalam penelitian ini memiliki nilai tinggi sebesar 47%, nilai sedang 52% dan nilai rendah 1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel minat berwisata berita terbilang sedang.

3.5.Tabulasi Silang Antar Variabel

3.5.1 Analisis Tabulasi Silang Kualitas Isi Konten Dan Minat Membaca berita

Tabel 3.22

Tabulasi Silang Antara Kualitas Isi Konten (X1) dan Minat Membaca
Berita(Y)

Variabel	Kualitas Isi Konten (X1)						
		Tinggi		Sedang		Rendah	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Minat Membaca Berita (Y1)	Tinggi	35	%	24	%	1	0%
	Sedang	13	%	27	%	0	0%
	Rendah	0	%	0	%	0	0%
Total		100%					

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Tabel silang antara X1 terhadap Y menunjukkan bahwa kualitas isi konten mempengaruhi minat membaca berita di akun instagram @cegatansemarang tinggi – tinggi sebesar 35%, sedang – tinggi sebesar 13%, tinggi – sedang sebesar 24% dan sedang – sedang sebesar 27%, tinggi – rendah sebesar 1%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas isi konten mempengaruhi minat membaca berita di akun instagram @cegatansemarang menunjukkan garis linear yang positif.

3.5.2 Analisis Tabulasi Silang Kredibilitas Sumber Informasi Dan Minat Membaca Berita

Tabel 3.23

Tabulasi Silang Antara Kredibilitas Sumber Informasi (X2) Dan Minat
Membaca Berita (Y)

Variabel	Kredibilitas Sumber Informasi (X2)						
		Tinggi		Sedang		Rendah	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Minat Membaca Berita (Y)	Tinggi	43	%	26	%	1	0%
	Sedang	4	%	26	%	0	0%
	Rendah	0	%	0	%	0	0%
Total		100%					

Sumber : diolah dari hasil penelitian

Tabel silang antara X2 terhadap Y menunjukkan bahwa kredibilitas sumber informasi mempengaruhi minat membaca berita di akun instagram @cegatansemarang tinggi – tinggi sebesar 43%, sedang – tinggi sebesar 4%, tinggi – sedang sebesar 26% dan sedang – sedang sebesar 26%, tinggi – rendah sebesar 1%. Hal ini menunjukkan bahwa kredibilitas sumber informasi mempengaruhi minat membaca berita di akun instagram @cegatansemarang menunjukkan garis linear yang positif.

BAB IV

PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti akan menguji data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas serta menganalisisnya menggunakan analisis regresi linier dan menghubungkannya dengan teori. Dalam melakukan analisis ini peneliti menggunakan alat bantu dalam menganalisis data yaitu dengan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 25.

4.1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini, uji validitas adalah untuk menguji validitasnya data kuesioner. Apabila semua pada taraf signifikansi 5% maka apabila r hitung $>$ r tabel, maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid dan apabila r hitung $<$ r tabel, maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid. Berikut adalah pengujian validitas antar variabel dengan r tabel 0,195 (Azuar, 2016:16).

Tabel 4.1

Uji Validitas Kualitas Isi Konten

Kualitas Isi Konten			
Butir Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Ket
X1.1	.704**	0.195	Valid
X1.2	.709**	0.195	Valid
X1.3	.723**	0.195	Valid
X1.4	.669**	0.195	Valid
X1.5	.737**	0.195	Valid

Tabel 4.2

Uji Validitas Kredibilitas Sumber Informasi

Kredibilitas Sumber Informasi			
Butir Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Ket
X2.1	.783**	0.195	Valid
X2.2	.693**	0.195	Valid
X2.3	.716**	0.195	Valid
X2.4	.633**	0.195	Valid
X2.5	.807**	0.195	Valid

Tabel 4.3

Uji Validitas Minat Membaca Berita

Minat Membaca Berita			
Butir Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Ket
Y1.1	.769**	0.195	Valid
Y1.2	.779**	0.195	Valid
Y1.3	.611**	0.195	Valid
Y1.4	.502**	0.195	Valid
Y1.5	.732**	0.195	Valid

Dapat dilihat pada tabel 4.1, 4.2, dan 4.3 di atas pada setiap pernyataan pada variabel kualitas isi konten, kredibilitas sumber informasi dan minat membaca berita menunjukkan bahwa nilai r Hitung selalu lebih besar dari nilai r Tabel. Jadi bisa disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut dapat dikatakan bahwa r Hitung lebih besar dari r Tabel, maka akibatnya bahwa butir pernyataan yang mewakili setiap variabel adalah valid.

4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya, sekaligus untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut sudah reliabel. Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah apabila hasil koefisien Alpha lebih besar daripada 0,60, maka kuesioner disebut reliabel dan apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil daripada 0,60, maka kuesioner disebut tidak reliabel (Azuar, 2016:20). Berikut adalah pengujian reliabilitas semua variabel :

Tabel 4.4

Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
1	(X1)	.749	0,6	Reliabel
2	(X2)	.775	0,6	Reliabel
3	(Y1)	.705	0,6	Reliabel

Dapat dilihat pada tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa nilai alpha pada variabel kualitas isi konten adalah 0,749 lebih besar dari standart reliabilitas yaitu 0,60 maka akibatnya dapat dikatakan reliabel dan variabel kredibilitas sumber informasi didapatkan *cronbach alpha* 0,775 lebih besar dari standart reliabilitas 0,60 sehingga akibatnya variabel tersebut dinyatakan reliabel. Sedangkan variabel minat membaca berita memiliki nilai *cronbach alpha* 0,705 lebih besar dari standart reliabilitas 0,60 sehingga akibatnya variabel minat membaca berita dapat dinyatakan reliabel.

4.3.Karakteristik Variabel**4.3.1. Variabel Kualitas Isi Konten**

Pada dimensi ini kualitas isi konten merupakan konten yang memberikan pesan informasi mengenai berita terkini wilayah kota Semarang dan sekitarnya.

Tabel 4.5

Statistik Deskriptif Hasil Pengukuran Variabel Kualitas Isi Konten

Atribut	Bobot	Jumlah Responden				
		X1	X2	X3	X4	X5
Sangat Setuju	5	9	11	19	8	14
Setuju	4	74	67	56	36	55
Netral	3	15	22	23	55	27
Tidak Setuju	2	1	0	2	1	4
Sangat Tidak Setuju	1	1	0	0	0	0
Total		100	100	100	100	100

4.3.2. Variabel Kredibilitas Sumber Informasi

Pada dimensi ini aspek tingkat kepercayaan menunjukkan berita yang disajikan sesuai dengan fakta yang sebenarnya.

Tabel 4.6

Statistik Deskriptif Hasil Pengukuran Variabel Kredibilitas
Sumber Informasi

Atribut	Bobot	Jumlah Responden
---------	-------	------------------

		X1	X2	X3	X4	X5
		1	2	3	4	5
Sangat Setuju	5	22	42	13	11	33
Setuju	4	52	45	64	44	37
Netral	3	24	13	21	41	23
Tidak Setuju	2	2	0	2	4	7
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0	0	0
Total		100	100	100	100	100

4.3.3. Variabel Minat Membaca Berita

Pada dimensi ini minat membaca berita menunjukkan bahwa responden merasa mudah memahami akan berita yang disajikan sehingga menarik adanya minat untuk terus membaca dan mengikuti berita dari akun instagram @cegatansemarang.

Tabel 4.7

Statistik Deskriptif Hasil Pengukuran Variabel Minat Membaca
Berita

Atribut	Bobot	Jumlah Responden
---------	-------	------------------

		X1	X2	X3	X4	X5
		1	2	3	4	5
Sangat Setuju	5	47	6	5	9	7
Setuju	4	23	47	32	63	33
Netral	3	19	44	59	27	52
Tidak Setuju	2	10	2	4	1	6
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	0	0	2
Total		100	100	100	100	100

4.4. Analisa Regresi Linear Sederhana

Hal ini dapat diketahui dengan melihat hasil perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Rumus } Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen yang diprediksi

X = Variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

a = Nilai intercept (konstan)

b = Koefisien variabel independent

Tabel 4.8

Besarnya Hubungan Kualitas Isi Konten Dengan Kredibilitas

Sumber Informasi dari hasil analisa regresi sederhana

odel	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.485 ^a	.235	.227	2.318

a. Predictors: (Constant), SUMX1

Besarnya nilai korelasi/hubungan (R) pada variabel kualitas isi konten yaitu sebesar 0,485. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,235 yang mengandung pengertian bahwa besarnya pengaruh variabel bebas kualitas isi konten terhadap variabel terikat.

adalah sebesar 23,5%

Tabel 4.9

Besarnya Hubungan Kualitas Isi Konten Dengan Minat Membaca Berita

dari hasil analisa regresi sederhana

odel	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.645 ^a	.416	.410	2.026

a. Predictors: (Constant), SUMX2

Besarnya nilai korelasi/hubungan (R) pada variabel kualitas isi konten yaitu sebesar 0,645. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,416 yang mengandung pengertian bahwa besarnya pengaruh variabel

variabel kualitas isi konten terhadap variabel terikat minat membaca berita adalah sebesar 41,6%.

4.5.Uji t

Pengujian hipotesis menggunakan uji t untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait secara parsial dengan ketentuan angka sig $< \alpha = 0,05$, jika t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan jika t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Tabel 4.10

**Uji Kualitas Isi Konten Akun Instagram @Cegatansemarang –
Tingkat Kredibilitas Sumber Informasi**

		Coefficients ^a				T tabel	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t		Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	7,646	1,927		3,967	,000	1,664

	Konten akun instagram @cegatansemarang	,553	,101	,485	5,489	,000	
a. Dependent Variable: Tingkat kredibilitas sumber informasi							

Y Tingkat kredibilitas sumber informasi = 7,646 + 0,553 isi Konten akun instagram @cegatansemarang

Nilai konstanta sebesar 7,646 mengandung arti bahwa nilai konsisten variable kualitas isi konten akun instagram @cegatansemarang adalah sebesar 7,646. Sedangkan koefisien regresi kualitas isi konten akun instagram @cegatansemarang sebesar 0,553, menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai kualitas isi konten akun instagram @cegatansemarang maka nilai tingkat kredibilitas sumber informasi bertambah sebesar 0,553. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Hasil dari tabel diatas menunjukkan bahwa t hitung > t tabel, yaitu 3,967 lebih besar dari 1,664 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Serta $sig < \alpha$ yaitu 000 lebih kecil dari 0,05 yang membuktikan bahwa variabel bebas kualitas isi konten akun instagram @cegatansemarang memiliki pengaruh terhadap variabel terikat tingkat kredibilitas sumber informasi.

Tabel 4.11
Uji Kualitas Isi Konten Akun Instagram @Cegatansemarang –
Tingkat Minat Membaca Berita

Coefficients ^a							T tabel
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5,829	1,489		3,915	,000	1,664
	Konten akun instagram @cegatansemarang	,626	,075	,645	8,351	,000	

a. Dependent Variable: Minat membaca berita	
---	--

$$Y \text{ Minat membaca berita} = 5,829 + 0,626 \text{ Konten akun instagram}$$

@cegatansemarang

Nilai konstanta sebesar 5,829 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel kualitas isi konten akun instagram @cegatansemarang adalah sebesar 1,489. Sedangkan koefisien regresi kualitas isi konten akun instagram @cegatansemarang sebesar 0,626, menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai kualitas isi konten akun instagram @cegatansemarang maka nilai bertambah sebesar 0,626. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah hubungan variabel X terhadap Y adalah positif.

Hasil dari tabel diatas menunjukkan bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, yaitu 3,915 lebih besar dari 1,664 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Serta $\text{sig} < \alpha$ yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang membuktikan bahwa variabel bebas kualitas isi konten akun instagram @cegatansemarang memiliki pengaruh terhadap variabel terikat minat membaca berita.

4.6.Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data dan SPSS 25 sebagai alat analisis data, peneliti juga akan menghubungkan antara hasil penelitian yang sudah diolah dengan teori yang digunakan sehingga dapat menjawab tujuan dari penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan teori kegunaan dan gratifikasi (Uses and Gratification Theory). Teori ini menyatakan bahwa orang secara aktif mencari

media tertentu dan muatan (isi) tertentu untuk menghasilkan kepuasan (atau hasil) tertentu. Teori ini berpusat pada khalayak media yang menekankan seorang konsumen media yang aktif. Teoretikus dari teori ini menganggap khalayak sebagai orang aktif karena mereka mampu untuk mempelajari dan mengevaluasi berbagai jenis media untuk mencapai tujuan komunikasi (Richard dan Lynn, 2009: 101). Menurut Katz dan Gurevitch menyatakan bahwa terdapat lima asumsi dasar teori ini, antara lain:

- f. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan.
- g. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu.
- h. Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan.
- i. Khalayak mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada para peneliti.
- j. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak.

Seperti halnya konten akun instagram @cegatans Semarang yang merupakan variabel kunci seseorang akan secara aktif mencari media tertentu dan mengandung muatan (isi) tertentu untuk menghasilkan kepuasan (atau hasil) tertentu. Pada hal ini khalayak yang dimaksud adalah para pengikut atau followers akun instagram @cegatans Semarang. Dengan proses komunikasi yang berlangsung akan mendapatkan tindakan dari komunikasi kemudian tahap berikutnya mereka memahami pesan apa yang disampaikan. Khalayak disini berperan sebagai orang aktif karena mereka mampu untuk mempelajari dan mengevaluasi berbagai jenis

media untuk mencapai tujuan komunikasi sehingga akhirnya dapat memberikan penilaian mengenai isi media.

Pembahasan lebih lanjut mengenai teori ini ditujukan pada Teori ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada khalayak, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan terhadap khalayak media. Khalayak yang dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam asumsi ini tersirat pengertian bahwa komunikasi massa berguna (*utility*); komunikasi media diarahkan oleh motif (*intentionality*); perilaku media mencerminkan kepentingan dari preferensi (*selectivity*); dan khalayak sebenarnya keras kepala (*stubborn*). Karena penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi. Pada penelitian ini logika juga berperan penting untuk mengelola informasi yang didapat dari akun instagram @cegatans Semarang. logika yang mendasari penelitian mengenai media uses and gratifications sebagai berikut: (1) Kondisi sosial psikologis seseorang akan menyebabkan adanya (2) kebutuhan, yang menciptakan (3) harapan-harapan terhadap (4) media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa kepada (5) perbedaan pola penggunaan media (atau keterlibatan dalam aktivitas lainnya) yang akhirnya akan menghasilkan (6) pemenuhan kebutuhan dan (7) konsekuensi lainnya, termasuk yang tidak diharapkan sebelumnya. Dalam penelitian ini konten yang disajikan oleh akun instagram @cegatans Semarang dapat menggiring khalayak mencapai kepuasan karena kebutuhannya terkait informasi dapat terpenuhi sehingga masyarakat menjadi percaya pada informasi yang disajikan oleh akun instagram @cegatans Semarang dan minat untuk terus membaca atau mengikuti

setiap informasi yang disajikan oleh akun instagram @cegatansemarang pun akan semakin meningkat di masyarakat.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa teori kegunaan dan gratifikasi (Uses and Gratification Theory) dinyatakan sangat berpengaruh bagi responden dalam penelitian kali ini. Uses and Gratification Theory dapat dibuktikan melalui penelitian yang telah dibuat, bahwa tingkat kegunaan informasi yang diberikan oleh akun instagram @cegatansemarang merupakan suatu yang positif dan memberikan respon yang positif pula. Respon yang diberikan oleh khalayak atau komunikasi dari akun instagram @cegatansemarang adalah berupa terpenuhinya kebutuhan informasi pada masyarakat sehingga meningkatkan kepercayaan serta minat untuk terus membaca atau mengikuti informasi yang disajikan oleh akun instagram @cegatansemarang maka dengan demikian dapat menyebabkan respon yang sesuai dengan apa yang diberikan. Dalam penelitian yang menggunakan Uses and Gratification Theory ini juga menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, melainkan bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk memenuhi tujuan khusus.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data, peneliti juga akan menghubungkan antara hasil penelitian yang sudah diolah dengan teori yang digunakan sehingga dapat menjawab tujuan penelitian ini. Penelitian ini dilakukan dengan membagi kuesioner kepada 100 responden. Setelah itu alat analisis yang digunakan adalah IBM SPSS

25, pada pengujian validitas menunjukkan bahwa korelasi antara setiap masing-masing indikator.

Adapun terdapat dua tujuan dari penelitian ini yaitu yang pertama, untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kualitas isi konten akun instagram @cegatans Semarang dengan minat membaca masyarakat kota Semarang dan yang kedua yaitu untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kredibilitas sumber informasi dengan minat membaca masyarakat kota Semarang.

Dari pengujian hipotesis pertama antara variabel kualitas isi konten akun instagram @cegatans Semarang terhadap variabel tingkat kredibilitas sumber informasi diperoleh hasil bahwa t hitung $>$ t tabel, yaitu 3,967 lebih besar dari 1,664 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Serta $sig < \alpha$ yaitu 000 lebih kecil dari 0,05 yang membuktikan bahwa variabel bebas kualitas isi konten akun instagram @cegatans Semarang memiliki hubungan terhadap variabel terikat tingkat kredibilitas sumber informasi.

Pada pengujian hipotesis kedua antara variabel konten akun instagram @cegatans Semarang terhadap variabel minat membaca berita diperoleh hasil bahwa t hitung $>$ t tabel, yaitu 3,915 lebih besar dari 1,664 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Serta $sig < \alpha$ yaitu 000 lebih kecil dari 0,05 yang membuktikan bahwa variabel bebas kualitas isi konten akun instagram @cegatans Semarang memiliki hubungan terhadap variabel terikat minat membaca berita.

Dari hasil analisa diatas menunjukkan bahwa pada jenis-jenis efek dalam teori pada penelitian ini menyatakan terbukti memiliki pengaruh terhadap kualitas isi konten akun instagram @cegatans Semarang, sehingga sesuai dengan teori Uses

and Gratification bahwa khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk memenuhi tujuan khusus sehingga bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, melainkan bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Dalam penelitian ini, peran komunikator yaitu akun instagram @cegaatansemarang merupakan akun penyedia informasi yang dianggap memiliki kredibilitas yang cukup untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat atau khalayak. Sehingga kaitannya adalah peranan akun instagram @cegaatansemarang (komunikator) dalam memberi kepercayaan pada masyarakat atau khalayak yang membaca berita yang disajikan (komunikasikan) dengan melalui berita dan informasi berdasarkan fakta yang ada dan tentunya dengan dukungan saksi mata membuat masyarakat atau khalayak yang membaca semakin percaya dan lebih aktif lagi untuk mengikuti setiap berita ataupun informasi terupdate yang diberikan karena kembali lagi pada teori Uses and Gratification yang menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, melainkan bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan untuk mengetahui Hubungan antara kualitas isi konten dan kredibilitas sumber informasi dengan minat membaca berita di akun instagram @cegansemarang pada masyarakat kota semarang, maka temuan penelitian dan hasil analisis yang telah peneliti lakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan antara variabel kualitas isi konten akun instagram @cegansemarang terhadap variabel tingkat kredibilitas sumber informasi diperoleh hasil bahwa t hitung $>$ t tabel, yaitu 3,967 lebih besar dari 1,664 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Serta $sig < \alpha$ yaitu 000 lebih kecil dari 0,05 yang membuktikan bahwa variabel bebas kualitas isi konten akun instagram @cegansemarang memiliki hubungan terhadap variabel terikat tingkat kredibilitas sumber informasi.
2. Terdapat hubungan antara variabel konten akun instagram @cegansemarang terhadap variabel minat membaca berita diperoleh hasil bahwa t hitung $>$ t tabel, yaitu 3,915 lebih besar dari 1,664 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Serta $sig < \alpha$ yaitu 000 lebih kecil dari 0,05 yang membuktikan bahwa variabel bebas kualitas isi konten akun instagram @cegansemarang memiliki hubungan terhadap variabel terikat minat membaca berita.

5.2. Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti setidaknya mendapatkan sesuatu yang bermanfaat dan berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi atau lembaga serta berbagai pihak terkait dalam penelitian ini. Adapun berbagai saran yang peneliti berikan setelah meneliti masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Instansi

Disarankan pemegang akun atau admin akun instagram @cegatansemarang tetap menjaga kualitas isi konten yang akan diberikan dan tetap konsisten dalam mengunggah konten informasi yang benar-benar berdasarkan fakta dan tidak dibuat-buat sehingga masyarakat menikmati dan terus aktif mengikuti konten berita atau informasi yang disajikan.

2. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini disarankan kepada masyarakat lebih aktif dan selektif lagi dalam mencari dan membaca berita dari platform manapun agar supaya tidak mudah tertipu dengan berita atau informasi yang sifatnya adalah hoax, pintar memilih platform media sosial terpercaya yang menyajikan informasi merupakan langkah awal memberantas hoax yang semakin lama semakin menjamur.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Disarankan penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi dan informasi tambahan untuk selanjutnya bisa dikembangkan kembali menjadi penelitian yang lebih luas dan kompleks salah satunya bisa menambahkan

variabel-variabel tertentu yang berkaitan dengan media sosial yang menyajikan berita dan informasi berdasarkan fakta dan bukan menyebarkan hoax.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdulhak, Ishak. (2012). *Penelitian Tindakan Dalam Pendidikan Nonformal*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Abraham. (2011). *Sukses Menjadi Artis dengan Youtube*. Surabaya: PT Jawa Pustaka Group.
- Azuar Juliandi, Irfan dan Saprihal Manurung. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU Press.
- Azwar, Saifuddin (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bambang, P., & Lina, M. J. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Budiargo, Dian. (2015). *Berkomunikasi ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Kotler, P., & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Martono, Nanang. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada.
- Nurudin. (2013). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Purhantara, Wahyu. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rohim, Syaiful. (2016). *Teori Komunikasi (Perspektif, Ragam dan Aplikasi)*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sufren, & Natanael, Y. (2013). *Mahir Menggunakan SPSS Secara Otodidak*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Zusnani, Ida. (2013). *Pendidikan Kepribadian Siswa SD-SMA*. Jakarta Selatan: Tugu Publisher.

Jurnal

David, Eribka Ruthellia, dkk. 2017. Pengaruh Content Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *E-Journal Acna Diurna*, Vol. VI No.1. Universitas Sam Ratulangi.

Goel, D., Islamia, J. M., & Singh, M. 2016. Impact of Students Attitudes Towards Social Media Use in Education on Their Academic Performance. *Journal of Management and Research*, Vol. 10 No.2, 1-14.

Natalia, Lia. 2010. Analisis faktor persepsi yang mempengaruhi minat konsumen untuk berbelanja pada giant hypermarket bekasi. *Jurnal manajemen*.

Hanifati, A. N. 2015. The Impact of Food Blogger toward Consumer's Attitude and Behavior in Choosing Restaurant. *Internasional Journal of Humanities and Management Sciences (IJHMS)*, Vol. 3, Issue 3, 153.

Setyo, Purnomo Edwin. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1, No. 6, 755-764.

Fatty, F., Muh, N., Andi, S. A. 2016. Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 5, No.2.

Skripsi

Litta Ayu Amartin. 2018. Pengaruh Akun Instagram @Explorebanten Terhadap Minat Berkunjung (Traveling) Ke Tempat Wisata Di Banten. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang-Banten.

Hartanto Setiabudi. 2018. Motif Subscriber Menonton Channel Youtube Presiden Joko Widodo. *Skripsi*. Fakultas Komunikasi dan Informatika: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Yelly Agesti. 2018. Pengaruh Konten Video Dance K-Pop Di Youtube Terhadap Komunitas Cover Dance Di Bandar Lampung. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik : Universitas Lampung Bandar Lampung.

Siti Nadila Tenri Ajeng Fitrya. 2017. Pengungkapan Identitas Diri Melalui Media Sosial: Studi Mengenai Etnografi Virtual Melalui Virtual Vlog. Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: Universitas Hasanuddin Makassar.

Sumber Internet

<https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>

<https://www.instagram.com/cegatans Semarang>

<https://www.jateng.idntimes.com/>

[https:// www.wearesocial.com/](https://www.wearesocial.com/)

LAMPIRAN

MATRIKS PENELITIAN

Pengaruh Konten YouTube “Tutorial Video Editing” Di *Channel* ”Daunnet Film” Terhadap Minat Belajar Edit Video Dan Peningkatan Kemampuan Edit Video Pada Subscriber.

NO	VARIABEL	INDIKATOR	TOLOK UKUR	SKALA
1	Konten Tutorial Video editing dalam YouTube	Kredibilitas seorang YouTuber	Kepercayaan dari penonton serta keahlian dalam membuat video	Linkert
		Isi konten menarik	Memiliki hal-hal yang baru dalam membuat konten tutorial	Linkert
		Isi konten dapat dimengerti	Cara penyampaian mudah dipahami	Linkert
		Isi konten dapat diterima	Memberi informasi	Linkert
2	Minat Belajar Video Editing	Dorongan dari dalam individu	Perhatian yang lebih besar terhadap informasi	Linkert

			tutorial video editing	
		Motif sosial	Adanya perasaan senang dan tertarik terhadap konten video editing	Linkert
		Faktor emosional	Kemauan dan hasrat belajar video editing	Linkert
3	Peningkatan Kemampuan Video Editing	Continuity Editing	Dapat membangun alur narasi antar gambar secara berkesinambungan	Linkert
		Dynamic Editing	Dapat membangun suasana tertentu dengan pemilihan backsound/transisi yang sesuai.	Linkert
		Paralel/Relational Editing	Dapat menciptakan	Linkert

			kesan atau membangun kesan terhadap dua atau lebih adegan secara logis yang berlangsung secara bersamaan.	
--	--	--	---	--

KUESIONER PENELITIAN

Hubungan Antara Kualitas Isi Konten Dan Kredibilitas Sumber Informasi Dengan Minat Membaca Berita Di Akun Instagram @Cegatansemarang Pada Masyarakat Kota Semarang

Identitas

Nama Lengkap :
Umur :
Jenis Kelamin :
Pekerjaan :

Petunjuk Pengisian

1. Dibawah ini terdapat soal mengenai Hubungan Antara Kualitas Isi Konten Dan Kredibilitas Sumber Informasi Dengan Minat Membaca Berita Di Akun Instagram @Cegatansemarang Pada Masyarakat Kota Semarang, dengan cara memilih salah satu dari lima jawaban yang tersedia untuk masing-masing pertanyaan.
2. Berilah **Tanda Centang** (✓) terhadap setiap pertanyaan yang diberikan dengan memilih salah satu dari : Sangat Tidak Setuju (**STS**), Tidak Setuju (**ST**), Netral (**N**), Setuju (**S**), Sangat Setuju (**SS**).
3. Isilah kuesioner dengan sejujur-jujurnya sesuai dengan keadaan Anda yang sebenarnya.

A. Kualitas Isi Konten (X1)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya mudah mengerti dengan struktur berita yang disajikan oleh akun Instagram @cegatansemarang.					
2	Saya merasa berita yang disajikan oleh akun Instagram @cegatansemarang memiliki informasi tambahan.					
3	Menurut saya berita yang disajikan akun Instagram @cegatansemarang selalu menjelaskan penyebab dan akibat dari peristiwa yang diberitakan.					
4	Menurut saya berita yang disajikan akun Instagram @cegatansemarang memiliki cirikhas tersendiri dalam memandang sebuah peristiwa					
5	Menurut saya berita yang disajikan akun @cegatansemarang memiliki kronologi yang lengkap dan jelas.					
B. Kredibilitas Sumber Informasi (X2)						

1	Menurut saya sumber berita yang disajikan oleh akun Instagram @cegatansemarang sangat terpercaya					
2	Saya menganggap berita yang disajikan oleh akun Instagram @cegatansemarang berdasarkan fakta di lapangan.					
3	Saya menganggap sumber berita yang disajikan oleh akun Instagram @cegatansemarang sangat jelas.					
4	Saya menganggap orang yang mempublikasikan berita di akun Instagram @cegatansemarang adalah orang yang netral dan profesional.					
5	Saya menganggap sumber informasi di akun Instagram @cegatansemarang merupakan tokoh masyarakat yang sudah sangat dipercaya atau saksi.					
C. Minat Membaca Berita (Y1)						
1	Saya adalah pengikut akun Instagram @cegatansemarang.					
2	Saya berminat untuk terus membaca berita yang disajikan oleh akun Instagram @cegatansemarang					

3	Setelah mengetahui suatu informasi dari akun Instagram @cegatansemarang saya ingin bertindak lebih jauh terkait berita yang disajikan.					
4	Saya merasa simpati dengan korban pada kejadian yang diinformasikan oleh akun Instagram @cegatansemarang.					
5	Saya ingin menjadi relawan dalam penyajian berita untuk diposting di akun Instagram @cegatansemarang.					

ANALISA REGRESI SEDERHANA

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables	Variables	Method
	Entered	Removed	
1	SUMX1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: SUMY

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.485 ^a	.235	.227	2.318

a. Predictors: (Constant), SUMX1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	161.979	1	161.979	30.134	.000 ^b
	Residual	526.771	98	5.375		
	Total	688.750	99			

a. Dependent Variable: SUMY

b. Predictors: (Constant), SUMX1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.646	1.927		3.967	.000
	SUMX1	.553	.101	.485	5.489	.000

a. Dependent Variable: SUMY

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables		Method
	Entered	Removed	
1	SUMX2 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: SUMY

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.645 ^a	.416	.410	2.026

a. Predictors: (Constant), SUMX2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	286.364	1	286.364	69.743	.000 ^b
	Residual	402.386	98	4.106		
	Total	688.750	99			

a. Dependent Variable: SUMY

b. Predictors: (Constant), SUMX2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.829	1.489		3.915	.000
	SUMX2	.626	.075	.645	8.351	.000

a. Dependent Variable: SUMY

ANALISA REGRESI BERGANDA

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables	Variables	Method
	Entered	Removed	
1	SUMX2, SUMX1 ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: SUMY
 b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.645 ^a	.416	.404	2.036

- a. Predictors: (Constant), SUMX2, SUMX1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	286.776	2	143.388	34.601	.000 ^b
	Residual	401.974	97	4.144		
	Total	688.750	99			

- a. Dependent Variable: SUMY
 b. Predictors: (Constant), SUMX2, SUMX1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.552	1.735		3.200	.002
	SUMX1	.041	.129	.036	.316	.753
	SUMX2	.601	.109	.619	5.488	.000

- a. Dependent Variable: SUMY