

**PENGARUH TERPAAN KONTEN DAN KUALITAS KONTEN DI AKUN
INSTAGRAM @BANGONIM TERHADAP PERILAKU PROSOSIAL
FOLLOWERS PADA KONFLIK PALESTINA – ISRAEL**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Syarat Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



Oleh:

MEIRIKA ZUHAIRINA

32802000063

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS BAHASA DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG**

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Meirika Zuhairina

NIM : 32802000063

Fakultas : Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

**“PENGARUH TERPAAN KONTEN DAN KUALITAS KONTEN DI AKUN
INSTAGRAM @BANGONIM TERHADAP PERILAKU PROSOSIAL
FOLLOWERS PADA KONFLIK PALESTINA – ISRAEL”**

Adalah benar-benar murni hasil dari penelitian dan karya saya sendiri, bukan hasil jiplakan karya orang lain. Apabila di kemudian hari ternyata karya yang saya tulis terbukti bukan hasil karya saya sendiri ataupun 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 ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 14 Agustus 2024

Pembuat Pernyataan



Meirika Zuhairina
NIM: 32802000063

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten dan Kualitas Konten pada Akun Instagram @Bangonim terhadap Perilaku Prososial Followers pada Konflik Palestina – Israel
Nama : Meirika Zuhairina
NIM : 32802000063
Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi


Telah Diperiksa dan Dinyatakan Sah Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Semarang, 14 Agustus 2024

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Fikri Shofin Mubarak, SE., M.I.Kom
NIK. 211121019



(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi



Trinitaah, S.Sos, M.Si
NIK. 2111090088

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten dan Kualitas Konten pada Akun Instagram @Bangonim terhadap Perilaku Prososial Followers pada Konflik Palestina – Israel

Nama : Meirika Zuhairina

NIM : 32802000063

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Telah Diperiksa dan Dinyatakan Sah Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Semarang, 14 Agustus 2024

Menyetujui,

Dosen Penguji :

Ketua Penguji

1. **Dian Marhaeni Kurdaningsih, S.Sos., M.Si** (.....)
NIK. 211108001

Anggota Dosen Penguji

1. **Urip Mulyadi, S.Ikom., M.Ikom** (.....)
NIK. 211115018

2. **Fikri Shofin Mubarak, SE., M.I.Kom** (.....)
NIK. 211121019

Mengetahui,

Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi


Primaiah, S.Sos., M.Si
NIK. 2111090088

MOTO

“Everybody Knows What to do When Things Go Right”

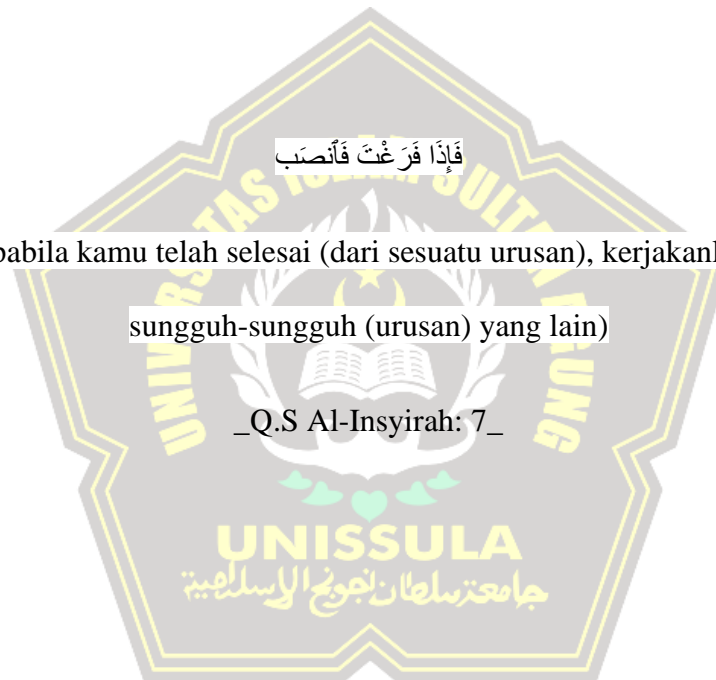
(Semua Orang Tahu Apa yang Dilakukan Ketika Sesuatunya Berjalan dengan Baik)

Jay Idzes

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

(Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain)

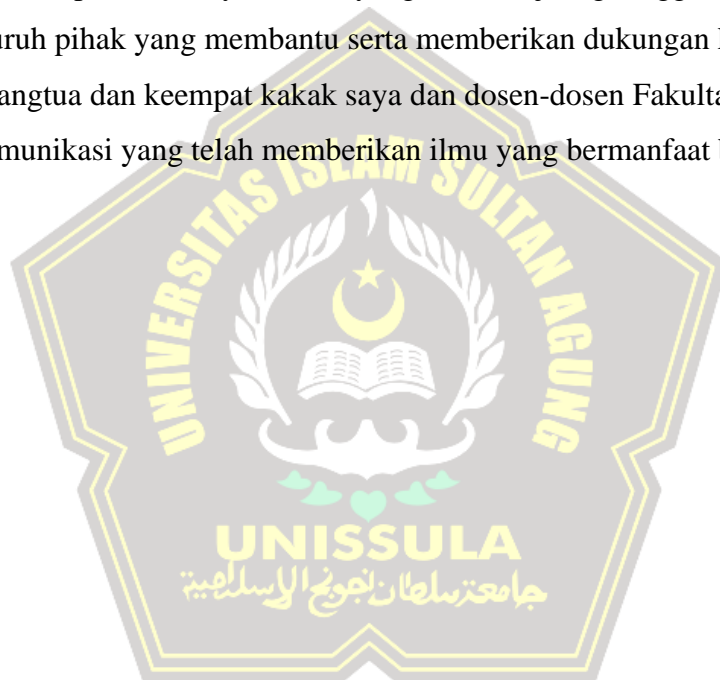
Q.S Al-Insyirah: 7



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang senantiasa memberikan kemudahan bagi saya dalam mengerjakan skripsi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

Terimakasih kepada diri saya sendiri yang telah berjuang hingga titik ini dan kepada seluruh pihak yang membantu serta memberikan dukungan kepada saya. Terutama orangtua dan keempat kakak saya dan dosen-dosen Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi saya.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT saya sampaikan atas rahmat dan nikmat-Nya dengan memberikan bekal ilmu sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan lancar guna sebagai salah satu syarat pendidikan Strata 1. Dalam hal ini akhirnya skripsi saya yang berjudul “PENGARUH TERPAAN KONTEN DAN KUALITAS KONTEN DI AKUN INSTAGRAM @BANGONIM TERHADAP PERILAKU PROSOSIAL *FOLLOWERS* PADA KONFLIK PALESTINA – ISRAEL” telah dapat diselesaikan pada tepat waktu. Skripsi ini disusun tentu dengan dukungan dan bantuan dari beberapa pihak. Karenanya, segala perjuangan yang telah dilalui hingga saat ini saya persembahkan kepada orang-orang yang selalu berada di belakang saya. Dan rasa terimakasih saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat ilmu dan kesehatan sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada orang tua saya, Ibu Mukaromah dan Bapak Kasmari serta keempat kakak saya yang selalu memanjatkan doa untuk saya dan memberikan kehidupan yang bahagia karena cinta dan kasih sayang.
3. Kepada Ibu Trimannah, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi UNISSULA.
4. Kepada Bapak Fikri Shofin Mubarak SE, M.I.Kom, selaku kepala prodi Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan motivasi dalam pelaksanaan skripsi.

5. Kepada seluruh dosen dan staff Tata Usaha Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi atas ilmu yang diberikan dan kemudahan dalam menjalani pendidikan di Ilmu Komunikasi UNISSULA.
6. Kepada followers akun @bangonim yang dengan sukarela memberikan jawaban atas kuesioner dalam penelitian ini.
7. Kepada saudara sekaligus sahabat saya atas nama Sherly Anggun yang selalu jadi tempat curhat dan berbagi keluh kesah selama perkuliahan.
8. Kepada idola – idola saya; Nathan Tjoe-A-On, Rafael Struick, Jay Idzes, Rizki Ridho, Park Jihoon, dan Kim Taerae yang selalu menjadi *support system* saya dalam mencapai sesuatu.
9. Kepada teman – teman angkatan 2020 yang telah menemani saya selama menjalani pendidikan di bangku kuliah. Semoga kalian mendapat kemudahan atas segalanya.
10. Kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi dan tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Demikian skripsi ini dapat diselesaikan. Namun, saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna serta terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang saya miliki. Untuk kedepannya, saya harap skripsi ini bermanfaat untuk banyak pihak

Semarang, 14 Agustus 2024



Meirika Zuhairina
32802000063

ABSTRAK

PENGARUH TERPAAN KONTEN DAN KUALITAS KONTEN DI AKUN INSTAGRAM @BANGONIM TERHADAP PERILAKU PROSOSIAL FOLLOWERS PADA KONFLIK PALESTINA – ISRAEL

Meirika Zuhairina

32802000063

Di era teknologi yang semakin modern membuat informasi yang didapatkan menjadi lebih massif. Karena itu semakin banyaknya muncul hoaks dalam sosial media termasuk pada konflik Palestina – Israel. Bahkan pihak Israel menggunakan propaganda untuk mendapatkan dukungan publik seperti alasannya melakukan genosida karena Hamas yang memulainya. Dengan Instagram sebagai media sosial yang terkenal akan hedonismenya dengan menampilkan gaya hidup penggunanya apakah dapat dijadikan sebagai media menyebarkan edukasi dengan informasi yang sebenarnya terjadi pada konflik palestina israel. Peneliti melihat bahwa Bangonim sebagai seorang yang aktif dalam membantu masyarakat Palestina juga berupaya meningkatkan perilaku prososial masyarakat terutama yang berada di Indonesia dengan berusaha memberikan konten berkualitas. Karena itu tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan konten dan kualitas konten di akun instagram @bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel. Penelitian ini merupakan bentuk penelitian kuantitatif dengan paradigma positivisme yang ingin melihat sebab akibat dari realitas sosial. Penelitian ini menggunakan teori Kultivasi. Dengan sampel sebanyak 100 followers akun Instagram @bangonim yang diperoleh dari teknik *purposive sampling*. Dengan pengujian menggunakan uji regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa terdapat pengaruh terpaan konten dan kualitas konten di akun Instagram @bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel. Pada hasil Uji T diketahui bahwa terpaan konten berpengaruh terhadap perilaku prososial dengan menunjukkan nilai T hitung sebesar 3.276. Sedangkan pengaruh kualitas konten terhadap perilaku prososial menunjukkan nilai T hitung sebesar 4.182. Kedua variabel ini memiliki nilai T hitung yang lebih besar daripada T tabelnya yaitu 0,1984 dengan signifikansi masing – masing bernilai 0,001 yang juga lebih kecil dari 0,05. Pada hasil Uji F, variabel pengaruh terpaan konten dan variabel kualitas konten terhadap variabel perilaku prososial diketahui nilai F hitung sebesar 54.764 nilai ini lebih besar dari F tabel yaitu 2,70 dan signifikansi $0,001 < 0,05$. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa terpaan konten dan kualitas konten berpengaruh secara bersama – sama terhadap perilaku prososial sebesar 52,1%.

Kata Kunci: Terpaan Konten, Kualitas Konten, Perilaku Prososial, Instagram.

ABSTRACT

THE EFFECT OF EXPOSURE TO CONTENT AND THE QUALITY OF CONTENT ON THE @BANGONIM INSTAGRAM ACCOUNT ON SOCIAL BEHAVIOR FOLLOWERS IN THE PALESTINE – ISRAEL CONFLICT

Meirika Zuhairina

32802000063

In the era of increasingly modern technology, the obtained becomes more massive. Because of this, more and more hoaxes appear on social media, including on the Palestine-Israel conflict. Even Israel uses propaganda to gain public support, such as the reason it carried out genocide because Hamas started it. With Instagram as a social media that is famous for its hedonism by displaying the lifestyle of its users, can it be used as a medium for disseminating education with information that actually occurred in the Israeli Palestinian conflict. Bangonim, as someone who is active in helping the Palestinian people, also tries to increase social behavior of the people, especially those in Indonesia, by trying to provide quality content. Therefore, the aim of this research is to find out how much influence exposure to content and quality of content on the @bangonim Instagram account has on followers' social behavior of the Palestine-Israel conflict. This research is a form of quantitative research with a positivism paradigm that wants to see the causes and effects of social reality. This research uses the S-O-R theory. With a sample of 100 followers of the @bangonim Instagram account obtained from a purposive sampling technique.

The data was tested using a multiple linear regression test and the results showed that there was an influence of exposure to content and quality of content on the @bangonim Instagram account on followers' social behavior of the Palestine-Israel conflict. The results of the T Test show that content exposure has an effect on social behavior by showing a calculated T hitung of 3.276. Meanwhile, the influence of content quality on social behavior shows a calculated T hitung of 4.182. These two variables have a calculated T hitung that is greater than the T tabel, namely 0.1984 with a significance of 0.001 respectively, which is also smaller than 0.05. In the F Test results, the variable influence of content exposure and content quality variables on the social behavior variable is known to be a calculated F hitung of 54.765, this value is greater than the F tabel, namely 2.70 and a significance of $0.001 < 0.05$. The coefficient of determination shows that exposure to content and content quality jointly influence social behavior by 52,1%.

Keywords: exposure to content, content quality, prosocial behavior, Instagram

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
MOTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.4.3 Manfaat Sosial.....	9
1.5 KERANGKA TEORI.....	10
1.5.1 Paradigma Penelitian.....	10
1.5.2 Penelitian Terdahulu	11
1.5.3 Landasan Teori.....	15
1.6 VARIABEL DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	21
1.6.1 Variabel Penelitian	21
1.6.2 Hipotesis Penelitian.....	22

1.7	DEFINISI KONSEPTUAL DAN DEFINISI OPERASIONAL	23
1.7.1	Definisi Konseptual.....	23
1.7.2	Definisi Operasional.....	27
1.8	METODOLOGI PENELITIAN	28
1.8.1	Lokasi Penelitian.....	28
1.8.2	Metodologi Penelitian	28
1.8.3	Populasi dan Sampel	28
1.8.4	Teknik Pengumpulan Sampling.....	30
1.8.5	Sumber Data.....	30
1.8.6	Teknik Perolehan Data.....	31
1.8.7	Teknik Pengolahan Data	32
1.8.8	Analisis Data	33
1.8.9	Validitas dan Reliabilitas	36
1.8.10	Uji Hipotesis	38
BAB II.....		40
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....		40
2.1	Profil Bang Onim	40
2.1.1	Bang Onim Sebagai Relawan	40
2.2	Gambaran Umum Instagram Bang Onim.....	42
2.2.1	Konten Akun Instagram @Bang Onim.....	42
2.2.2	<i>Followers</i> Akun Instagram @Bangonim	44
2.3	Gambaran Umum Konflik Israel – Palestina.....	45
2.3.1	Konflik 7 Oktober 2023	45
2.3.2	Konflik Israel – Palestina di Sosial Media.....	45
BAB III		47
TEMUAN DATA		47
3.1	Karakteristik Responden	47
3.2	Terpaan Konten	50
3.2.1	Durasi	50
3.2.2	Frekuensi	52
3.2.3	Atensi	54

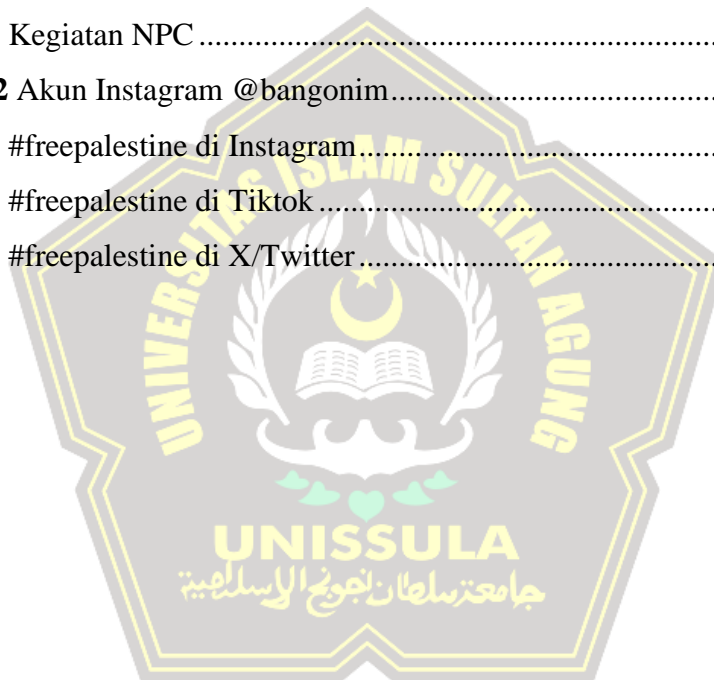
3.3	Kualitas Konten	56
3.3.1	Akurat.....	56
3.3.2	Tepat Waktu	57
3.3.3	Relevan.....	59
3.3.4	Lengkap.....	60
3.4	Perilaku Prososial	61
3.4.1	Sharing	62
3.4.2	Cooperative	63
3.4.3	Donating	64
3.4.4	Helping	65
3.4.5	Honesty	67
3.5	Interval Kelas	67
3.5.1	Interval Kelas Variabel Terpaan Konten (X1).....	68
3.5.2	Interval Kelas Kualitas Konten	69
3.5.3	Interval Kelas Perilaku Prososial	70
3.6	TABULASI SILANG.....	71
3.6.1	Tabulasi Silang Variabel X1 dengan Variabel Y.....	71
3.6.2	Tabulasi Silang Variabel X2 dengan Variabel Y.....	72
BAB IV	73
HASIL DAN PEMBAHASAN	73
4.1	Uji Validitas	73
4.2	Uji Reliabilitas.....	75
4.3	Uji Asumsi Klasik	76
4.3.1	Uji Normalitas.....	76
4.3.2	Uji Multikolinearitas	77
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas	78
4.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	78
4.5	Uji Hipotesis.....	80
4.5.1	Uji T (Uji Parsial).....	81
4.5.2	Uji F (Uji Simultan)	82
4.6	Pembahasan	83

4.6.1	Pembahasan dengan Teori Kultivasi.....	85
BAB V.....		87
PENUTUP.....		87
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Keterbatasan Penelitian	88
5.3	Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA		91



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sosial Media Paling Banyak Digunakan	2
Gambar 1.2 Hoax Konflik Palestina – Israel di Instagram @turnbackhoaxid	3
Gambar 1.3 Akun Instagram @bangonim.....	5
Gambar 1.4 Kondisi Gaza Selama Penyerangan Israel	6
Gambar 1.5 Persentase Aksi Boikot Produk Pro Israel	7
Gambar 2.1 Kegiatan NPC	41
Gambar 2. 2 Akun Instagram @bangonim.....	42
Gambar 2.3 #freepalestine di Instagram	46
Gambar 2.4 #freepalestine di Tiktok	46
Gambar 2.5 #freepalestine di X/Twitter	46



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 State of the Arts.....	11
Tabel 1. 2 Kerangka Pemikiran.....	22
Tabel 1.3 Definisi Operasional.....	27
Tabel 1.4 Ukuran Skala Jawaban Responden	32
Tabel 1.5 Kategori Nilai Reliabilitas.....	37
Tabel 3.1 Karakteristik Responden berdasarkan usia	47
Tabel 3. 2 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	48
Tabel 3.3 Karakteristik Responden berdasarkan konten Instagram yang disukai	48
Tabel 3.4 Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi follower @bangonim	49
Tabel 3.5 Karakteristik responden berdasarkan konten @bangonim yang disukai	49
Tabel 3.6 Persentase responden dalam berlama-lama untuk melihat konten-konten di akun Instagram @bangonim.....	50
Tabel 3.7 Persentase responden menghabiskan waktu untuk menonton video yang diunggah @bangonim dari awal hingga selesai selama lebih dari 1 menit	51
Tabel 3.8 Persentase responden menghabiskan waktu untuk membaca komentar followers di akun @bangonim lebih dari 2 menit	52
Tabel 3.9 Persentase responden dalam sehari sering mengakses Instagram @bangonim.....	52
Tabel 3.10 Persentase responden dalam melihat unggahan akun Instagram @bangonim untuk mencari informasi tentang konflik Israel – Palestina.....	53
Tabel 3.11 Persentase responden sering memberikan like pada unggahan tentang konflik Palestina di akun @bangonim	54
Tabel 3.12 Persentase responden selalu fokus memahami konten dari akun Instagram @bangonim mengenai konflik Israel – Palestina.....	54

Tabel 3.13 Persentase responden memfollow akun Instagram @bangonim agar tidak ketinggalan informasi mengenai konflik Israel – Palestina	55
Tabel 3.14 Persentase responden bahwa informasi yang menampilkan kejadian konflik Israel – Palestina memang sesuai dengan keadaan sebenarnya	56
Tabel 3.15 Persentase responden bahwa akun Instagram @bangonim selalu memeriksa informasi yang disampaikan	57
Tabel 3.16 Persentase responden bahwa akun Instagram @bangonim selalu up to date dalam memberikan informasi konflik Israel Palestina	57
Tabel 3.17 Persentase responden bahwa informasi yang disajikan dengan cepat diakses kapan pun.....	58
Tabel 3.18 Persentase responden bahwa informasi yang disajikan sesuai dengan apa yang saya cari	59
Tabel 3.19 Persentase responden bahwa Informasi mengenai konflik Israel – Palestina di akun @bangonim menambah literasi	59
Tabel 3. 20 Persentase responden bahwa informasi pada akun Instagram @bangonim lengkap dan detail	60
Tabel 3.21 Persentase responden bahwa informasi kejadian konflik Israel – Palestina dari masa lalu tersedia pada akun Instagram @bangonim	61
Tabel 3.22 Persentase responden bahwa Konten @bangonim membuat tertarik untuk mendiskusikan konflik Palestina – Israel dengan teman	62
Tabel 3.23 Persentase responden setelah mengikuti akun Instagram @bangonim sering share/repost informasi mengenai konflik Palestina – Israel ke media sosial	62
Tabel 3.24 Persentase responden konten Instagram @Bangonim membuat sering bekerjasama dengan komunitas Palestina	63
Tabel 3.25 Persentase responden bahwa setelah mengikuti akun Instagram @Bangonim sering memberikan donasi untuk Palestina dalam bentuk apapun	64
Tabel 3.26 Persentase responden bahwa konten di akun Instagram @bangonim membuat saya sering membeli produk yang mendukung Palestina.....	65
Tabel 3.27 Persentase responden bahwa karena konten @Bangonim ikut dalam aksi boikot produk Israel untuk mendukung Palestina	65

Tabel 3.28 Persentase responden bahwa sering menyuarakan aksi bela Palestina di sosial media baik membuat postingan maupun berkomentar yang baik.....	66
Tabel 3.29 Persentase responden bahwa konten @Bangonim membuat ikut merasakan perjuangan rakyat Palestina	67
Tabel 3.30 Skala Interval Kelas Terpaan Konten.....	68
Tabel 3.31 Skala Interval Kelas Kualitas Konten	69
Tabel 3.32 Skala Interval Kelas Perilaku Prososial	70
Tabel 3.33 Tabel Silang Variabel X1 dengan Variabel Y.....	71
Tabel 3.34 Tabel Silang Variabel X2 dengan Variabel Y.....	72
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Terpaan Konten (X1)	73
Tabel 4.2 Uji Validitas Kualitas Konten (X2).....	74
Tabel 4.3 Uji Validitas Perilaku Prososial (Y).....	74
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas.....	75
Tabel 4.5 Uji Normalitas	76
Tabel 4.6 Uji Multikolinearitas	77
Tabel 4.7 Uji Heteroksidasitas	78
Tabel 4.8 Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
Tabel 4.9 Tabel ANOVA	82
Tabel 4.10 Tabel Koefisien Determinasi.....	83

BAB I

PENDAHULUAN

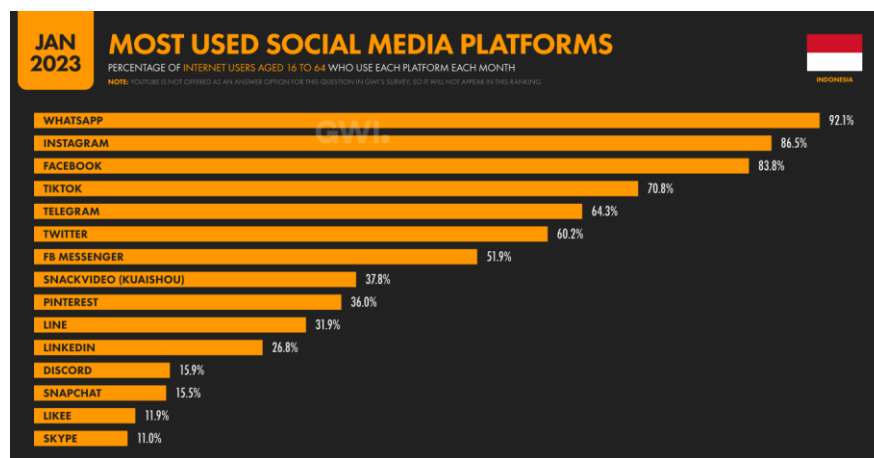
1.1 LATAR BELAKANG

Sekarang ini kemajuan era sudah masuk pada era digital terlebih adanya media sosial yang seolah menyatu dengan kehidupan manusia. Sosial media menjadi tempat dimana penggunanya bisa dengan mudah berinteraksi dan berbagi informasi dengan bantuan internet seperti jejaring sosial, dan dunia virtual. Hal itu terbukti dalam hasil penelitian We Are Social Hootsuite terbit di Januari 2019, jumlah pengguna jejaring sosial di Indonesia meraih 150 juta pengguna ataupun setara dengan 56% dari seluruh jumlah penduduk. Mobilitas manusia juga terasa lebih efisien dengan adanya sosial media. Informasi dari penjuru dunia menjadi lebih cepat terakses sehingga wawasan manusia tidak hanya berkuat pada hal yang terjadi di lingkungannya saja. Sosial media adalah salah satu bentuk teknologi digital dimana semua orang dapat saling terhubung, berbagi pesan, dan berinteraksi secara virtua (Nasrullah, 2017). Media sosial saat ini cukup mampu untuk mengikis jarak antar manusia sehingga cukup efektif dalam melakukan komunikasi.

Salah satu sosial media yang menjadi pilihan utama untuk berinteraksi digital adalah Instagram. Media sosial ini dijadikan pilihan untuk membagikan momen terbaik seseorang dalam bentuk foto maupun video. Platform Instagram diciptakan oleh Kevin Systorm pada tahun 2010. Saat ini berdasarkan informasi yang didapatkan dari We Are Social, pengguna Instagram sudah mencapai 1,6 miliar per Juli 2023 dan di Indonesia sendiri sebanyak 103,3 pengguna. Hal ini menjadikan

Jumlah pengguna Instagram di Indonesia merupakan yang paling tinggi ke-4 di dunia. Sosial media yang menjadi urutan kedua sebagai sosial media paling favorit berdasarkan laporan We Are Social ini bukan hanya dijadikan media untuk memamerkan kegiatan tetapi juga sebagai media informasi.

Gambar 1.1 Sosial Media Paling Banyak Digunakan



Sumber : <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>

Karena fitur yang beragam dan menarik membuat konten baik foto maupun video yang dihasilkan juga selaras dengan canggihnya aplikasi ini. Tidak hanya konten hiburan tetapi juga banyak konten edukasi. Informasi dari seluruh dunia sangat mudah untuk diakses melalui sosial media salah satunya adalah Instagram. Wawasan manusia tentang kejadian yang ada di dunia luar menjadi lebih luas. Masyarakat dengan mudah melihat apa yang terjadi di dunia salah satunya pada konflik yang tengah terjadi di Palestina tepatnya di Gaza. Konflik merupakan situasi yang didalamnya terdapat pertentangan kepentingan karena adanya perbedaan tujuan antara individu dengan kelompok sosial yang menimbulkan ancaman dan kekerasan (Soekanto, 2013:91). Dengan banyaknya konten tentang

konflik ini banyak pula persepsi yang bermunculan mengenai penyebab terjadinya konflik. Mulai dari persepsi yang mengatakan konflik ini merupakan konflik agama, konflik perebutan wilayah, atau bahkan ada yang mengatakan bahwa ini merupakan konflik politik.

Gambar 1.2 Hoax Konflik Palestina – Israel di Instagram @turnbackhoaxid



Sumber: <https://www.instagram.com/turnbackhoaxid/>

Dengan cepatnya informasi yang beredar membuat social media menjadi platform yang tidak luput dari berita hoax seperti yang dilansir pada akun Instagram @turnbackhoaxid yang juga sering menemukan berita hoax terkait konflik Palestina – Israel. Terlebih bukan hanya mobilitas masyarakat Gaza yang diblokade tetapi internet juga sempat diputus beberapa hari dan aktivis yang tengah berada di Gaza sangat dibatasi pergerakannya. Beberapa aktivis yang sering membagikan informasi mengenai keadaan Gaza tidak lepas dari ancaman. Hal inilah yang membuat informasi dari Gaza sangat minim dan banyak tersebar hoax di media sosial karena propaganda Israel. Karena itu masyarakat dunia butuh seseorang yang berani dalam menyiarkan kebenarannya lewat konten di sosial media. Kemudian dari konten-konten tersebut akan membangun respon dari masyarakat sehingga dukungan untuk Palestina akan semakin meluas.

Salah satu aktivis kemanusiaan yang terus menyuarakan kebenaran akan Palestina dengan membagikan kondisi terbaru dari Gaza melalui akun Instagram pribadinya adalah Bang Onim. Media sosial Instagram yang kerap dianggap media “narsis” nampaknya tidak segalanya tentang hiburan saja. Seperti pada studi yang dikerjakan oleh (Salsabila Putri Vidi *et al.*, 2021) jika seseorang yang menggunakan Instagram cenderung menunjukkan gaya hidup yang mewah dan mengikuti trend agar dinilai memiliki “value” oleh orang lain. Meskipun begitu, masih banyak akun yang memberikan informasi yang bermanfaat untuk masyarakat luas.

Bang Onim yang memiliki nama asli Abdillah Onim merupakan seorang wartawan TV One yang sudah menjadi relawan untuk Palestina semenjak 2009 bahkan dirinya telah membangun NPC (Nusantara Palestina Center) yang bergerak untuk membantu masyarakat Palestina terutama anak-anak dalam aspek pendidikan dan kemanusiaan. Bang Onim membagikan kesehariannya sebagai relawan pada sosial media Instagram yaitu @bangonim dan saat ini menjadi penyalur bantuan dari masyarakat Indonesia ke Palestina lewat NPC yang telah ia dirikan. Karena inilah selama terjadi genosida Israel terhadap Gaza membuat akun @bangonim menjadi perbincangan dunia maya. Saat ini akun @bangonim telah memiliki 1,2 juta pengikut (per Februari 2024).

Gambar 1.3 Akun Instagram @bangonim



Sumber: <https://www.instagram.com/bangonim/>

Melihat apa yang terjadi di Gaza membuat masyarakat dunia seakan terbuka mata hatinya dan berbondong-bondong memberikan kepedulian terhadap Gaza. Hashtag #FreePalestine selalu digaungkan sebagai bentuk dukungan dunia. Genosida yang dilakukan Israel nampaknya memupuk sosial awareness dari masyarakat dunia. Definisi perilaku sosial menurut Elizabeth B. Hurlock (dalam (Rufaedah & Masruroh, 2022) yaitu aktivitas fisik dan mental yang dilakukan satu individu terhadap individu lain, ataupun kebalikannya, bertujuan untuk menyediakan kebutuhan pribadi ataupun individu lain berdasarkan pada aturan sosial yang ada. Seorang makhluk sosial tentu kesadaran terhadap lingkungan masyarakat sangat penting bukan hanya untuk memahami dan berempati tetapi membantu orang lain yang membutuhkan. Dengan mulai munculnya dukungan dari masyarakat dunia ini lambat laun akan memunculkan perdamaian yang diharapkan dapat setidaknya memberikan rasa ketenangan kepada masyarakat Palestina karena setidaknya seluruh dunia berempati dan mendukung penuh masyarakat Palestina.

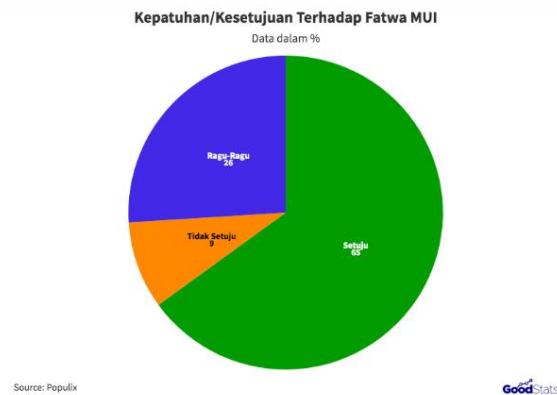
Gambar 1.4 Kondisi Gaza Selama Penyerangan Israel



Sumber: <https://www.cnnindonesia.com/internasional/>

Kepedulian terhadap sosial ini tak hanya dapat dilakukan di dunia nyata tetapi juga bisa dilakukan pada dunia maya. Berdasarkan studi yang dilaksanakan oleh Aprinta & Dwi, (2020) tentang keterkaitan antara penggunaan media sosial dan tingkat kepekaan sosial, Intensitas penggunaan sosial media dapat mengurangi kepedulian terhadap lingkungan sekitar karena seseorang akan cenderung bersikap individual. Bangonim sebagai seorang yang aktif dalam membantu masyarakat Palestina juga berupaya membentuk perilaku prososial masyarakat terutama yang berada di Indonesia. Salah satu bentuk perilaku prososial di dunia maya yaitu dengan selalu memposting dukungan terhadap Palestina dan mendukung aksi boikot. Pada realitanya menurut survei dari Populix, masyarakat yang setuju akan boikot hanya mencapai 65%. Artinya masih ada 45% lainnya yang tidak setuju dan ragu-ragu. Dan Observatorium Palestina untuk Pelanggaran Hak Digital Palestina mendokumentasikan 1009 kasus konten pro Israel seperti hasutan kekerasan.

Gambar 1.5 Persentase Aksi Boikot Produk Pro Israel



Sumber: <https://goodstats.id/article/>

Menurut Prasolova (dalam Setiawan et al., (2019)) perilaku sosial sangat berkaitan dengan situasi sosial yang membuat individu menjadi tahu kondisi sekelilingnya. Intensitas penggunaan sosial Dari banyaknya *followers* yang mengikuti akun Instagram Bang Onim perilaku yang ditunjukkan *followers* bisa saja berbeda-beda sesuai dengan pemaknaan *followers* terhadap konten dari Bang Onim itu sendiri. Mungkin ada yang hanya memberikan rasa simpati kepada apa yang terjadi di Gaza atau ikut dalam menggaungkan kebenaran seperti yang dilakukan Bang Onim.

Melalui akun Instagram @bangonim yang tengah menjadi pembicaraan di berbagai media sebagai pemberi informasi kepada seluruh dunia terutama di Indonesia, membuat masyarakat memperoleh kebutuhan dalam pemenuhan informasi mengenai konflik Palestina-Israel. Informasi tersebut akan dapat memupuk rasa peduli terhadap sosial yang kemudian dijadikan satu hal untuk mendukung penuh kemerdekaan Palestina. Dengan ini, mengacu pada pembahasan pada latar belakang yang dimaksud penulis terdorong untuk meneliti lebih jauh

bagaimana pengaruh terpaan konten dan kualitas konten di akun instagram @bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mendalami dan mengulas lebih jauh pengaruh terpaan konten dan kualitas konten di akun instagram @bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Seperti apa yang tertera pada konteks masalah yang telah diuraikan maka dirumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terpaan konten di akun Instagram @bangonim berpengaruh terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel?
2. Apakah kualitas konten di akun @bangonim berpengaruh terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel?
3. Apakah terpaan konten dan kualitas konten di akun Instagram @bangonim berpengaruh terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina-Israel?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Penentuan tujuan dengan mengacu dari perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Guna mengukur sejauh mana dampak terpaan konten di akun Instagram @bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel.

2. Guna mengukur sejauh mana dampak kualitas konten di akun @bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel.
3. Guna mengukur sejauh mana dampak terpaan konten dan kualitas konten di akun instagram @bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Manfaat Akademis

Melalui penelitian ini, peneliti berkeinginan untuk bisa memberikan peran secara signifikan bagi mahasiswa pada pengembangan studi komunikasi, terutama pada studi komunikasi massa. Disamping itu, diharapkan penelitian ini juga mampu dijadikan rujukan atau acuan untuk studi-studi selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penulis berkeinginan melalui capaian penelitian yang dilakukan dapat menjadi bahan evaluasi kepada Bang Onim dalam membuat konten sesuai dengan realitas yang menjadi ciri khas dalam memberikan informasi tentang konflik Palestina dan Israel dan bisa mempengaruhi *followers* dalam membentuk perilaku prososial.

1.4.3 Manfaat Sosial

Penulis berkeinginan bahwa hasil penelitian dapat digunakan khalayak, sebagai bahan evaluasi saat memilih akun Instagram yang tepat dalam memberikan informasi mengenai konflik Palestina-Israel.

1.5 KERANGKA TEORI

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma sebagaimana dikemukakan Harmon (didalam Moleong, 2017:49) yaitu langkah berpikir atau menaksir sesuatu yang berhubungan pada realitas sosial. Paradigma inilah yang akan mengarahkan cara berpikir peneliti agar tidak terjadi kesalahpahaman pada penelitian yang dilakukan. Definisi lain dari Sugiyono, (2019:42) Paradigma penelitian adalah pendekatan berpikir yang akan mengungkap keterikatan diantara variable-variabel yang dianalisis.

Pada penelitian yang dilakukan, paradigma yang diterapkan adalah paradigma positivis yang masuk kedalam paradigma klasik. Paradigma positivis merupakan pola berpikir yang berlandaskan pada hubungan sebab akibat terhadap gejala sehingga berfokus pada beberapa variabel (Sugiyono, 2019). Karakteristik paradigma positivis menurut Donny Gahrul Adian, (2016:68) yaitu; 1) Bebas nilai: penelitian bersifat objektif yang mana gagasan peneliti tidak terlibat; 2) Fenomenalisme: peneliti mengamati gejala bukan yang terjadi dibalik fenomena; 3) Nominalisme: kebenaran berdasarkan nilai atau ukuran; 4) Reduksionisme: mereduksi kenyataan menjadi sebuah fakta yang dipersepsi; 5) Mekanisme: semua gejala dapat dijelaskan secara mekanis.

Menurut Lawrence Neuman, (2014:71) Paradigma positivis bertujuan untuk menemukan adanya hubungan sebab akibat yang mengatur perilaku manusia sehingga dapat mengontrol atau memprediksi peristiwa. Penelitian ini menggunakan paradigma positivis untuk menjelaskan adanya sebab akibat

antara variabel yaitu terpaan konten dan kualitas konten terhadap perilaku prososial.

1.5.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1 *State of the Arts*

No	Nama dan Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
1	Laila Choirunnisa (2018) - Pengaruh Terpaan “Sinetron Kisah Nyata Indosiar” Terhadap Perilaku Prososial Ibu Rumah Tangga (Studi Pada Ibu Rumah Tangga Di Perumahan Lembah Asri Magelang)	Teori Kultivasi	Penelitian kuantitatif survei	Hasil penelitian yaitu terdapat pengaruh terpaan “Sinetron Kisah Nyata Indosiar” Terhadap Perilaku Prososial Ibu Rumah Tangga dengan besaran pengaruh sebesar 22,9% yang termasuk pada kategori rendah.
2	Adilla Charisma Sukamtoputri (2020) - Pengaruh Pemberitaan Kegiatan Sosial BTS di Instagram terhadap	Teori Pembelajaran Sosial	Penelitian Kuantitatif Studi Asosiatif	Penelitian menunjukkan bahwa pemberitaan kegiatan sosial BTS di Instagram tidak

	Perilaku Prososial Penggemarnya (ARMY).			memiliki pengaruh terhadap perilaku prososial penggemar dengan menunjukkan hasil signifikansi $0,481 > 0,05$
3	Edy Prihantoro, Dwi Asih Haryanti, Noviawan Rasyid Ohorella, dan Susilowati Dyah Kusumaningtyas (2021) - Akun Instagram Sekolah Relawan Dan Pengaruhnya Terhadap Pembentukan Kepedulian Sosial Di Kalangan Generasi-Z	Teori <i>S-O-R</i> (<i>Stimulus – Organisme – Response</i>)	Penelitian kuantitatif eksplanatif	Penelitian tersebut menunjukkan hasil adanya pengaruh Instagram @sekolahrelawan terhadap tingkat kepedulian sosial di kalangan Generasi Z dengan nilai sebesar 61,8%.
4	Wahyu Eka Putri, Lintang Citra Christiani, Fakhrisa Nurtalitha Sari, Muhammad Pramuja (2024) – Pengaruh	Teori <i>Uses & Effect</i>	Penelitian kuantitatif eksplanatif	Penelitian mengungkapkan bahwa media sosial TikTok memengaruhi penggunaanya dengan

	Paparan Konten tiktok Pandawara Group terhadap Perilaku Sadar Lingkungan		menghasilkan berbagai efek termasuk efek kognitif, afektif, dan konatif. TikTok memberikan informasi tentang lingkungan, memicu kepedulian emosional, dan mendorong perilaku prososial seperti berpartisipasi dalam menjaga kebersihan.
--	---	--	--

Dalam upaya mengembangkan referensi dari kajian sebelumnya, ada beberapa hal sebagai kebaruan pada penelitian ini.

Kebaruan penelitian ini dibanding penelitian Laila Choirunnisa yang berjudul “Pengaruh Terpaan “Sinetron Kisah Nyata Indosiar” Terhadap Perilaku Prososial Ibu Rumah Tangga (Studi Pada Ibu Rumah Tangga Di Perumahan Lembah Asri Magelang)” yaitu media dan objek penelitian. Pada penelitian ini media dan objek penelitiannya adalah Instagram dari @bangonim sedang pada penelitian dari Laila Choirunnisa memiliki objek yang diteliti yaitu tayangan Sinetron Kisah Nyata Indosiar.

Kebaruan penelitian ini dengan penelitian Adilla Charisma Sukamtoputri dengan judul “Pengaruh Pemberitaan Kegiatan Sosial BTS di

Instagram terhadap Perilaku Prososial Penggemarnya (ARMY)” yaitu pada variabel penelitian. Variabel yang diteliti pada penelitian ini adalah terpaan konten, pemenuhan kualitas konten, dan perilaku prososial *followers* akun Instagram @bangonim. Sedangkan penelitian dari Adilla Charisma Sukamtoputri penelitiannya yaitu pemberitaan kegiatan sosial dan perilaku prososial.

Kebaruan penelitian ini dengan penelitian Edy Prihantoro, Dwi Asih Haryanti, Noviawan Rasyid Ohorella, dan Susilowati Dyah Kusumaningtyas yang “Akun Instagram Sekolah Relawan Dan Pengaruhnya Terhadap Pembentukan Kepedulian Sosial Di Kalangan Generasi-Z” yaitu terdapat di objek penelitian. Analisis objek pada penelitian ini adalah akun Instagram @bangonim, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Edy Prihantoro, Dwi Asih Haryanti, Noviawan Rasyid Ohorella, dan Susilowati Dyah Kusumaningtyas berfokus pada akun Instagram @sekolahrelawan.

Kebaruan penelitian ini dengan penelitian Wahyu Eka Putri, Lintang Citra Christiani, Fakhri Nurtalitha Sari, Muhammad Pramujaya yang berjudul “Pengaruh Paparan Konten tiktok Pandawara Group terhadap Perilaku Sadar Lingkungan” adalah pada variabelnya. Penelitian ini memiliki variabel terpaan konten, kualitas konten, dan perilaku prososial *followers* akun Instagram @bangonim. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Eka Putri, Lintang Citra Christiani, Fakhri Nurtalitha Sari, Muhammad Pramujaya memiliki variabel yaitu paparan konten dan perilaku sadar lingkungan.

1.5.3 Landasan Teori

1. Teori Kultivasi

Teori kultivasi, yang diperkenalkan oleh Profesor George Gerbner, dikembangkan saat ia menjabat sebagai Dekan di Annenberg School of Communication, Universitas Pennsylvania, Amerika Serikat. Analisis kultivasi sebagai pengembangan lanjut akan paradigma penelitian mengenai dampak dari media yang diperkenalkan terlebih dahulu oleh George Gerbner melalui 'cultural indicator'. Paradigma ini mengeksplorasi: a) proses institusional dalam pembuatan konten media, b) representasi atau kesan dari konten media, dan c) hubungan antara paparan pesan televisi dengan keyakinan dan perilaku audiens (Griffin, 2022). Kultivasi berarti penguatan atau perkembangan, yang mengacu pada bagaimana paparan media, terutama televisi, dapat memperkuat persepsi publik terhadap realitas sosial (Zuhri *et al.*, 2020).

Asumsi utama teori ini adalah bahwa kian bertambahnya waktu seseorang menonton TV, semakin besar kemungkinan mereka menganggap jika realitas sosial sesuai dengan gambaran yang disajikan oleh televisi. (Rohim, 2016:205). Seiring dengan berkembangnya media massa, teori kultivasi memainkan peran yang signifikan, terutama dalam hal fungsi media massa sebagai alat untuk menyebarkan informasi pada audiens luas. Media massa menjadi komponen penting dalam komunikasi massa yang memungkinkan masyarakat memperoleh informasi. Hal inilah yang akan

mempengaruhi opini masyarakat yang dapat menciptakan efek pada perubahan perilaku.

Pada awalnya teori kultivasi digunakan hanya untuk melihat efek dari televisi tetapi tidak memungkinkan untuk diaplikasikan pada media yang lebih modern seperti media sosial. Meskipun secara fisik atau fitur media dapat berbeda dan terus berkembang, esensi dari konten dan konsep kecanduan yang muncul akibat konsumsi media umumnya tetap konsisten (Straubhaar *et al.*, 2015). Teori kultivasi adalah tahap lanjutan dalam studi efek media yang melibatkan penelitian tentang bagaimana institusi media memproduksi konten, bagaimana media membentuk citra (kesan) dari isinya, serta bagaimana interaksi dari tayangan konten televisi mempengaruhi persepsi dan perilaku audiens (Morgan & Signorielli dalam Junaidi, 2018)

2. Media Massa

Kata media berasal dari Bahasa Latin “medius” yang berarti “tengah” atau “perantara” (Arsyad, 2015). Sederhananya, media pada komunikasi adalah perangkat sebagaimana untuk penyebarluasan komunikasi ataupun pesan selama proses komunikasi. Media dalam media massa yaitu hasil dari teknologi modern. Menurut Cangara (dalam Saragih, (2019)) media massa berperan sebagai alat untuk menyebarluaskan pesan kepada publik melalui berbagai saluran komunikasi. Fungsi media massa yaitu untuk mempengaruhi sikap atau perilaku manusia (Nurudin, 2014) Media massa tidak memiliki hambatan ruang dan waktu serta memiliki khalayak yang luas dan beragam. Terdapat tiga

bentuk media massa yaitu; 1) Media massa cetak; 2) Media massa elektronik; 3) Media massa online.

Ciri dari media massa juga dapat ditemukan pada kehidupan sehari-hari. Sebagaimana yang dikemukakan Cangara (dalam Saragih, (2019)) ciri-ciri media massa yaitu:

1. Memiliki lembaga: Media dikelola oleh kelompok orang dan mencakup seluruh proses dari pengumpulan hingga publikasi.
2. Memiliki sifat *one way* (satu arah): Sedikit atau tiada dialog diantara pengirim dan penerima pesan, dan interaksi yang terjadi umumnya membutuhkan waktu serta dapat tertunda.
3. Meluas dan serempak: tidak terhambat jarak serta waktu dikarenakan mempunyai kecepatan. Penyebaran pesan yang masif dengan khalayak yang menerima pesan dalam satu waktu.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis: Media menggunakan perangkat contohnya televisi, radio, surat kabar, serta sejenisnya.

3. Media Sosial

Salah satu inovasi teknologi terbaru yang sedang tren di era sekarang yaitu sosial media. Media ini diperuntukkan untuk menjalin komunikasi dengan individu lain tanpa batasan waktu dan jarak. karena pesan yang disampaikan akan langsung diterima pada waktu yang sama. Media sosial menurut Nabila (dalam Aulia Nanda Pratiwi, (2022)) adalah media online dengan menggunakan teknologi web yang memberi perubahan pada proses

komunikasi yang awalnya bersifat satu arah menjadi dua arah karena terjadinya interaksi.

Definisi media sosial juga dikemukakan oleh (Ardiansah & Maharani, 2021) yakni media yang mempermudah interaksi antar sesama dan sering digunakan untuk membangun citra diri. Secara sederhana media sosial yaitu alat atau sarana berkomunikasi dari hasil teknologi modern berbasis web yang mempermudah interaksi manusia karena tidak terhalang jarak dan waktu.

4. Intagram

Semakin berkembangnya teknologi membuat media sosial menjadi lebih variatif. Satu dari sekian platform sosial media terpopuler adalah Instagram yang terkenal akan fitur foto dan videonya, seperti yang dikemukakan Atmoko (2012:3) bahwa Instagram adalah sosial media yang berbasis fotografi. Platform media sosial ini diciptakan oleh Kevin Systorm pada tahun 2010 dan mampu mendapatkan 25 ribu pengguna pada hari pertama. Instagram berasal dari kata "insta," yang berarti kamera polaroid, dan "gram," yang berasal dari "telegram" yang berarti mengirim pesan dengan cepat pada pihak lain. Instagram dimanfaatkan untuk mengabadikan momen penting dalam hidup penggunanya. Tidak hanya untuk memamerkan momen berharga, menurut Atmoko dalam (Nugraha & Listiani, 2015) Instagram dapat memberi inspirasi penggunanya dalam menumbuhkan kreativitas dengan adanya fitur yang canggih sehingga foto akan lebih indah.

5. Terpaan Konten

Terpaan mempunyai definisi sebagai aktivitas yang terjadi antara individu atau kelompok orang untuk mendengar, melihat, membaca, atau mengalami dan memperhatikan pesan-pesan media (Ardianto *et al.*, 2014). Terpaan terjadi ketika khalayak terkena pesan yang disebarkan media secara intensif. Menurut Slater (dalam Kurnia Hayuning Budhi, (2021:55)) terpaan media adalah suatu proses sejauh mana khalayak memahami dan menangkap isi pesan pada konten yang disampaikan oleh media. Terpaan media cukup berperan karena dapat menambah kebutuhan informasi mengenai suatu realita.

Terpaan media yang diterima khalayak memiliki efek sesuai dengan konten yang diterima. Konten dalam Business Dictionary memiliki tiga arti (Haq & Sukmono, 2022:6) yaitu:

1. Teks dalam dokumen atau publikasi apa pun, dengan fokus pada kesegaran, keterbacaan, relevansi, dan cara penyampaian informasi.
2. Makna utama pesan atau wacana yang diterima pembaca.
3. Unsur yang 'mengikat' situs web agar pengunjung ingin terus kembali.

6. Kualitas Konten

Berdasarkan KBBI, konten memiliki arti informasi – informasi yang dapat ditemukan melalui sebuah media pada produk elektronik. Konten merujuk pada informasi atau hiburan yang ada di sebuah halaman situs web atau informasi yang disajikan pada sosial media seperti Youtube, Instagram,

serta Facebook dari individu maupun kelompok (Basarah & Romaria, 2020). Manusia sangat memerlukan informasi untuk memahami peristiwa yang terjadi dengan cara yang valid. Informasi yang diterima harus memiliki kualitas sehingga mudah dipahami dan menambah wawasan. Semakin berkualitasnya informasi maka semakin mempengaruhi keputusan dari penerima pesan (Raminda dan Ardini, 2014).

Menurut Ong et al. (dalam (Asyifa, 2020:14)) kualitas konten yaitu pengukuran kualitas pada konten sebuah informasi. Apabila kualitas konten tidak terpenuhi akan berdampak kurang baik bagi penerima pesan. Kualitas konten merupakan konten yang memiliki nilai dari karakteristik, konten, bentuk, dan waktu tertentu untuk penerima pesan (Mulyadi et al. 2018). Karena itu suatu konten yang efektif apabila memiliki dampak yang lebih besar dibanding harganya. Ini terlihat pada informasi yang didapat pada konten @bangonim yang hanya memerlukan kuota internet untuk dapat mengaksesnya.

7. Perilaku Prososial

Aktivitas yang membagikan keuntungan kepada sesama tanpa harus mendatangkan keuntungan langsung bagi pelakunya, dan dapat juga melibatkan risiko bagi pelaku disebut perilaku prososial (Baron & Byrne dalam Setyawan *et al.*, 2016). Sebagai makhluk sosial, manusia tidak lepas akan peran satu sama lain untuk saling membutuhkan. Karena itu sudah sepantasnya setiap manusia mempunyai rasa empati yang akan menimbulkan perilaku sosial yang dapat membagikan manfaat bagi orang lain. Perilaku prososial berkontribusi

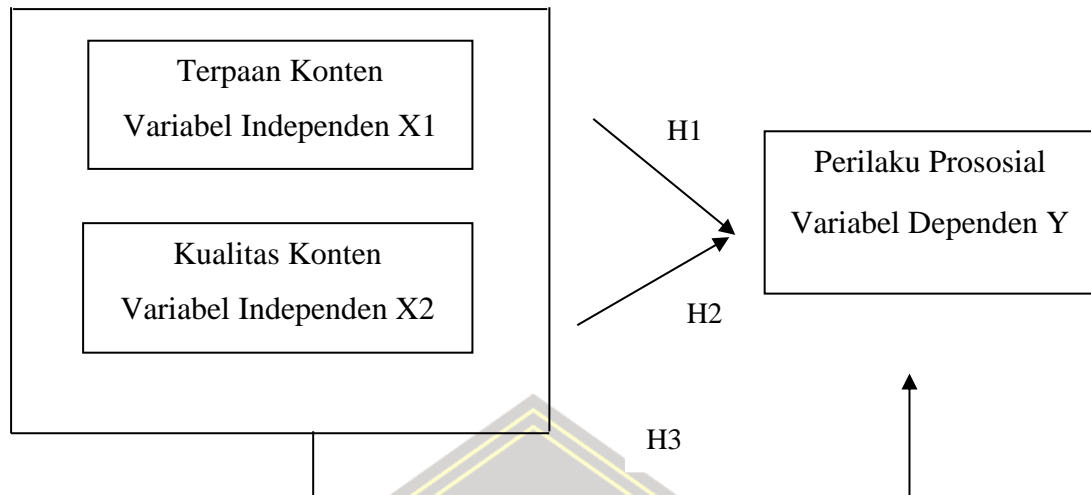
untuk menghasilkan rasa nyaman dan aman dalam masyarakat karena adanya rasa simpati dan empati sehingga antar manusia akan saling menghargai. Perilaku prososial timbul selain dari keadaan sosial dan pendidikan juga karena media sosial.

Perilaku tanpa paksaan yang bertujuan untuk membantu atau memberikan manfaat kepada sesama ataupun kelompok (Mussen & Eisenberg dalam Hariko, 2018). Perilaku prososial ini sebagai bentuk adaptasi seseorang agar dapat diterima dalam masyarakat sosial. Hal ini karena perilaku prososial akan memberikan suasana yang nyaman dan akan mencegah terjadinya konflik. Perilaku prososial mencakup tindakan altruistik yang tulus, serta tindakan membantu yang sepenuhnya didorong oleh hasrat pribadi. Menurut Staub (dalam Nurkholik, 2021) terdapat 3 aspek yang mendorong seseorang untuk melakukan perilaku prososial yaitu; selfgain (harapan untuk tidak mengalami kehilangan), individual values and rules (terdapat nilai-nilai dalam kehidupan bersosial yang harus dipatuhi), empathy (kemampuan untuk merasakan perasaan orang lain).

1.6 VARIABEL DAN HIPOTESIS PENELITIAN

1.6.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian yaitu sebuah pemikiran yang mencakup beberapa nilai atau kategori (Ibnu, 2003). Yang menjadi konsep pemikiran pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Kerangka Pemikiran

- a. Variabel independen pertama (X1) dalam penelitian kali ini yaitu terpaan konten (akun Instagram @bangonim)
- b. Variabel independen kedua (X2) dalam penelitian kali ini yaitu kualitas konten (akun Instagram @bangonim)
- c. Variabel dependen (Y) dalam penelitian kali ini yaitu perilaku prososial (*followers* akun Instagram @bangonim)

1.6.2 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban atau dugaan sementara berdasarkan pada perumusan masalah yang dilandasi fakta pada data yang dikumpulkan (Sugiyono, 2019:199). Berdasarkan pengertian tersebut maka hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Ha1 : terdapat pengaruh terpaan konten di akun Instagram @bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel.

Ho1 : tidak terdapat pengaruh terpaan konten di akun Instagram @bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel.

- b. Ha2 : terdapat pengaruh kualitas konten di akun @bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel.

Ho2 : tidak terdapat pengaruh kualitas konten di akun @bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel.

- c. Ha3 : terdapat pengaruh terpaan konten dan kualitas konten di akun Instagram @bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina-Israel.

Ho3 : tidak terdapat pengaruh terpaan konten dan kualitas konten di akun Instagram @bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina-Israel.

1.7 DEFINISI KONSEPTUAL DAN DEFINISI OPERASIONAL

1.7.1 Definisi Konseptual

1. Terpaan Konten

Menurut Ardianto *et al.*, (2014) Terpaan bisa diartikan sebagai aktivitas yang berlangsung antar individu maupun kelompok orang untuk mendengar, melihat, membaca, atau mengalami dan memperhatikan pesan-pesan media. Terpaan media cukup berperan karena dapat menambah kebutuhan informasi mengenai suatu realita. Terpaan konten berarti aktifitas penerimaan konten secara intensif pada pesan media.

Terpaan konten merupakan variabel yang mengukur durasi dan berapa lama khalayak mengkonsumsi media (Ardianto *et al.*, 2014). Peran terpaan konten cukup berpengaruh untuk memenuhi pengetahuan khalayak terhadap suatu realita sosial.

Terpaan konten menurut Ardianto *et al.*, (2014) memiliki beberapa indikator yaitu:

- 1) Frekuensi: dilihat dari seringnya khalayak melihat konten media
- 2) Atensi: dilihat dari perhatian yang diberikan oleh khalayak terhadap konten media
- 3) Durasi: dilihat dari seberapa lama waktu yang digunakan khalayak dalam melihat konten media.

2. Kualitas Konten

Informasi sangat penting bagi manusia untuk mengetahui kejadian-kejadian yang terjadi. secara valid. Informasi yang diterima harus memiliki kualitas sehingga mudah dipahami dan menambah wawasan. Menurut Ong *et al.* (2009:399) kualitas konten yaitu pengukuran kualitas pada konten sebuah informasi. Hal ini akan berdampak kurang baik apabila kualitas dari konten tidak terpenuhi. Kualitas konten merupakan informasi yang memiliki nilai dari karakteristik, konten, bentuk, dan waktu tertentu untuk penerima pesan (Mulyadi, 2018). Karena itu suatu informasi yang efektif apabila memiliki dampak yang melebihi harganya. Ini terlihat pada

informasi yang didapat pada konten @bangonim yang hanya memerlukan kuota internet untuk dapat mengaksesnya.

Menurut DeLone & McLean dalam (Muharsyah & Ekawati, 2022) kualitas konten memiliki beberapa indikator yaitu:

1. Akurat: informasi pada konten yang diterima sesuai dengan realita akan peristiwa yang sebenarnya.
 2. Tepat waktu: konten yang diterima sesuai dengan waktu dimana penerima pesan membutuhkan.
 3. Relevan: konten yang diterima sesuai dan memiliki keterkaitan dengan kebutuhan penerima pesan.
 4. Lengkap: isi konten yang diterima tidak memiliki maksud yang gamang sehingga penerima pesan menafsirkannya dengan tepat.
3. Perilaku Prososial

Aktivitas yang membagikan keuntungan kepada sesama tanpa harus mendatangkan keuntungan langsung bagi pelakunya, dan dapat juga melibatkan risiko bagi pelaku disebut perilaku prososial (Baron & Byrne dalam Setyawan *et al.*, 2016). Sedangkan menurut Shaffer (dalam Tartila & Aulia, 2021) Perilaku prososial mencakup perbuatan yang membawa keuntungan bagi pihak lainnya, seperti berbagi yang memberi manfaat lebih untuk orang lain daripada bagi diri sendiri, menghibur atau membantu seseorang mencapai tujuan mereka, atau membuat orang lain merasa senang melalui pujian atas perilaku atau

prestasi mereka. Pengertian lain dari (Bashori, 2017) Perilaku prososial adalah tindakan yang memberikan manfaat kepada orang lain dengan secara sukarela meringankan beban fisik atau psikologis mereka. Perilaku prososial dapat disimpulkan sebagai tindakan membantu yang memberikan manfaat bagi orang lain dengan cara yang tidak selalu menguntungkan diri sendiri dan dapat melibatkan risiko pribadi meliputi berbagai bentuk bantuan seperti berbagi dan memberikan dukungan.

Menurut Mussen & Eisenberg (dalam Zuhra, 2023), perilaku prososial memiliki 5 indikator yaitu:

1. *Sharing* (berbagi). Kesanggupan dalam membagikan perasaan dengan orang lain dalam situasi baik maupun buruk.
2. *Cooperative* (kerja sama). Kesanggupan dalam berkolaborasi bersama individu lain guna mencapai satu target seperti saling menolong.
3. *Helping* (menolong). Kesanggupan dalam menyalurkan sumbangan ataupun pertolongan bagi orang lain yang menghadapi kesusahan, entah secara emosional maupun materi.
4. *Donating* (menyumbang). Kesanggupan tanpa paksaan menyerahkan beberapa dari barang pribadi bagi pihak yang memerlukan.

5. *Honesty* (jujur). Kesanggupan guna melaksanakan sesuatu dengan jujur dan tulus kepada orang lain.

1.7.2 Definisi Operasional

Menurut Edi Suryadi *et al.*, (2019) Definisi Operasional yaitu menjelaskan konsep yang diukur menggunakan indikator setiap variabel.

Tabel 1.3 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Skala
Terpaan Konten	Frekuensi	Likert
	Atensi	
	Durasi	
Kualitas Konten	Akurat	Likert
	Tepat Waktu	
	Relevan	
	Lengkap	
Perilaku Prososial	<i>Sharing</i>	Likert
	<i>Cooperative</i>	
	<i>Donating</i>	
	<i>Helping</i>	
	<i>Honesty</i>	

1.8 METODOLOGI PENELITIAN

1.8.1 Lokasi Penelitian

Tempat penelitian digunakan guna memudahkan ataupun menegaskan tempat sebagai fokus dalam penelitian. Lokasi yang dipilih adalah akun Instagram @bangonim. Karena itu lokasi dipilih sesuai dengan lokasi *followers* dari akun @bangonim berada.

1.8.2 Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang dipilih yaitu penelitian eksplanatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian yang dapat menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah secara general disebut penelitian kuantitatif. Hal ini dikarenakan data dari temuan riset dianggap sebagai representasi dari populasi secara umum (Kriyantono, 2014:55). Penelitian eksplanatif bertujuan untuk menguraikan motif dibalik terjadinya sebuah fenomena atau peristiwa. Penelitian jenis ini menjelaskan bagaimana satu variabel memengaruhi atau berhubungan dengan variabel lainnya (Bungin & Burhan, 2017). Tujuan dari jenis penelitian kuantitatif yang merupakan uraian yang tepat, benar, dan akurat mengenai fakta serta karakteristik suatu populasi atau objek (Kriyantono, 2014:67).

1.8.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan suatu bagian secara general terbentuk dari objek dan subjek dengan karakteristik yang tentukan peneliti guna sebagai bahan

referensi, yang selanjutnya disimpulkan (Sugiyono, 2019:215). Menurut Morissan & Hamid, (2017:109) populasi adalah sekumpulan subjek, variabel, konsep, atau fenomena. Populasi bukan hanya orang atau manusia tetapi juga karakteristik dari subjek maupun objek penelitian. Dengan ini ditentukan bahwa populasi pada penelitian ini yaitu seluruh *followers* dari akun Instagram @bangonim yang berjumlah 1.270.840 per Februari 2024.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian pada karakteristik data survei didasarkan pada populasi (Sugiyono, 2019:81). Karena itu dalam metode pengumpulan sampel harus memakai cara berdasarkan dengan kriteria yang ada. Sampel diambil dari seluruh populasi yaitu 1.270.840 yang diperoleh sampel sejumlah 100. Dalam menentukan sampel pada penelitian ini, digunakan rumus Slovin yaitu:

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

$$n = \frac{1.270.840}{1 + 1.270.840 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.270.840}{12.709,4} = 99,99 \quad \text{dibulatkan menjadi 100}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentase kelonggaran penelitian. Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar.

1.8.4 Teknik Pengumpulan Sampling

Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel digunakan teknik *nonprobability sampling* dengan *purposive sampling*. Teknik *nonprobability sampling* tidak memberi kesempatan yang sama bagi tiap-tiap anggota populasi (Sugiyono, 2019:82). Teknik pengambilan sampel pada teknik *purposive sampling* dilakukan karena ada pertimbangan tertentu yakni dengan karakteristik sudah menjadi *follower* @bangonim minimal 2 bulan. Sampel diambil dari daftar populasi yaitu *follower* akun Instagram @bangonim sejumlah 1.270.840.

1.8.5 Sumber Data

1. Data Primer

Berdasarkan Umi Narimawati (2008:98), data primer merujuk pada data yang diperoleh langsung dari sumber asli atau pertama. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner (angket) kepada responden. Data primer yang digunakan dalam studi ini terdiri dari opini followers akun Instagram @bangonim mengenai konten-konten terkait konflik Palestina-Israel yang diunggah di akun tersebut.

2. Data Sekunder

Berdasarkan Sugiyono, (2019:137) mendefinisikan data sekunder sebagai sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misal melalui pihak lain ataupun melalui dokumen. Data sekunder adalah informasi yang diperoleh melalui pihak ketiga atau

dokumen, bukan secara langsung oleh pengumpul data. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui kajian pustaka yang relevan dengan topik penelitian, termasuk buku dan jurnal yang dipublikasikan baik secara resmi maupun online.

1.8.6 Teknik Perolehan Data

Teknik perolehan data adalah langkah paling strategis yang digunakan sejalan dengan tujuan utama yaitu Agar bisa mendapatkan data yang relevan untuk studi yang akan dijalankan (Sugiyono, 2019) Teknik perolehan data yang digunakan yaitu:

1. Kuesioner

Daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis dan dikirimkan kepada responden untuk diisi dikenal sebagai pendekatan kuesioner. (Bungin & Burhan, 2017:133). Dalam penelitian bentuk metode kuesioner yang diaplikasikan yaitu Angket Langsung Tertutup. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara DM (direct message) kepada follower @bangonim di Instagram.

2. Skala Pengukuran

Skala Likert dipilih sebagai metode pengukuran dalam studi ini. Sebagaimana dikemukakan Iskandar (2009:83), skala Likert dirancang guna mengukur sikap, pandangan, serta pemahaman seseorang atau kelompok pada suatu fenomena atau gejala sosial tertentu. Dalam penelitian ini, digunakan skala dari 1 hingga 5. Skala paling rendah, adalah 1,

menunjukkan "sangat tidak setuju," sebaliknya skala paling tinggi, yaitu 5, menunjukkan "sangat setuju."

Tabel 1.4 Ukuran Skala Jawaban Responden

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

1.8.7 Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan untuk memproses data yang siap disajikan yang kemudian akan melalui proses penarikan kesimpulan. Menurut Setyo, (2016:33) pengolahan data melalui beberapa metode yaitu:

1. Editing: kegiatan setelah terkumpulnya data melalui pertanyaan pada kuesioner untuk memperbaiki kualitas data dan kesesuaian dengan harapan peneliti.
2. Coding: kegiatan pemberian kode menggunakan komputer pada jawaban responden untuk mempermudah dalam proses menganalisa data.
3. Tabulating: tahap pemrosesan data dengan input data ke dalam format tabel sebelum melakukan pengamatan terhadap data yang telah dikumpulkan. Kemudian peneliti akan memberi keterangan dari data tersebut menjadi kalimat penjelasan.

Setelah melalui tahapan pengolahan data hingga tahap tabulating, data selanjutnya diproses menggunakan bantuan SPSS (Statistical Product and Service Solution) 29 dalam menganalisis korelasi, regresi, serta pengujian validitas dan reliabilitas.

1.8.8 Analisis Data

Analisis data adalah proses dalam mengelola data yang dikumpulkan dari wawancara, catatan, serta sumber-sumber lain. (Sugiyono, 2019). Dalam menganalisis data digunakan dengan menyusun data pada kategori yang telah disiapkan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2019). Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu metode dalam menjabarkan data yang telah dikumpulkan dengan cara menggambarkan data secara faktual, kesimpulannya bersifat umum atau general sehingga informasi yang didapat lebih mudah dipahami dan menciptakan suatu kesimpulan (Sugiyono, 2019:147). Data yang terkumpul nantinya akan dijabarkan meliputi data responden (usia, jenis kelamin, seberapa lama menjadi follower, dan lainnya).

2. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu satu dari pengujian sebelum dilakukan suatu analisis regresi. Pengujian ini diterapkan guna mengidentifikasi apakah data yang terkumpul berdistribusi normal ataupun tidak (Ghozali, 2016). Data yang dikumpulkan akan diuji menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov

pada SPSS. Dalam pengujian Kolmogorov-Smirnov data terdistribusi normal apabila:

- a. Apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05 data dapat dianggap mengikuti distribusi normal.
- b. Apabila nilai Asymp. Sig (2-tailed) kurang dari 0,05 data dianggap tidak mengikuti distribusi normal.

3. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas diaplikasikan pada analisis regresi yang bertujuan guna melihat apakah terdapat hubungan yang kuat antara masing – masing variabel independent. Pada pengujian ini menggunakan Variance Inflation Factor (VIF). Metode regresi linear yang ideal sebaiknya tidak memiliki hubungan antar variabel independent (Ghozali, 2016). Dasar dalam pengambilan Uji Multikolinearitas yaitu:

- a. Dilihat dari nilai tolerance: Jika nilai Tolerance $> 0,10$ maka tidak terjadi Multikolinearitas
- b. Dilihat dari VIF: Jika nilai VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi Multikolinearitas

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskeda digunakan untuk mengidentifikasi terjadinya ketidaksamaan varians serta residual dari pengamatan-pengamatan dalam model regresi. Jika pada varians dan residual dari satu pengamatan berbeda disebut heteroskedastisitas. Begitu pula sebaliknya jika varians dan residualnya tetap disebut homoskedastisitas. Menurut Ghozali, (2016)

metode regresi linear yang ideal yaitu jika heteroskedastisitas tidak terjadi. Pengujian ini menggunakan SPSS. Cara menentukan apakah model regresi linier berganda menunjukkan adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan menilai scatter plot atau nilai prediksi variabel terikat yang disebut SRESID dengan sisa ZPRED.

Dasar pengambilan Uji Heteroskedastisitas yaitu:

- a. Apabila pola terbentuk dengan konsisten, misal pola yang terbentuk dari titik-titik teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), dengan ini dapat dikatakan adanya heteroskedastisitas.
 - b. Tidak terjadi heteroskedastisitas jika tidak terdapat pola yang jelas atau titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.
5. Analisis Regresi Linear Berganda

Model analisis regresi linear akan menunjukkan hubungan antara dua variabel dimana variabel independent dianggap mempengaruhi variabel dependen (Suyono, 2015:5). Ada dua bentuk analisis regresi linear, yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Metode regresi linear berganda diterapkan pada penelitian yang akan dilakukan yaitu analisis yang diaplikasikan jika lebih dari satu variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat (Suyono, 2015).

Tipe dasar persamaan dari model analisis regresi linear berganda yaitu:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat (Perilaku Prososial)

$X_1, X_2, X_k =$ Variabel Bebas (Terpaan Konten, Kualitas Konten)

$a =$ Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_k =$ parameter populasi sebagai dasar dalam menentukan prediksi yang menunjukkan penurunan atau peningkatan variabel Y.

1.8.9 Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas (*Validity*)

Validitas merupakan derajat ketetapan diantara data yang sebenarnya terjadi pada obyek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2019:177). Dalam penelitian ini, pengujian validitas melalui Koefisien korelasi (r) yang dihitung dibandingkan dengan nilai referensi r yang diperoleh pada tabel dengan $\alpha = 5\%$. Item pertanyaan kuesioner dikatakan valid, jika (Edi Suryadi *et al.*, 2019:185-186).

Dimana

r_{hit} = hasil hitung koefisien korelasi

r_{tab} = nilai r pada α yang ditetapkan.

2. Reliabilitas (*Reliability*)

Reliabilitas (*reliability*) merupakan proses pengujian yang digunakan sebagai penilaian seberapa jauh konsistensi instrumen untuk menaksir konsep atau konstruk yang dimaksud, memastikan bahwa instrumen tersebut memberikan hasil yang stabil dan dapat diandalkan ketika diaplikasikan dalam pengukuran sesuatu yang sama dengan perbedaan kondisi (Suryadi *et al.*,

2019:184). Rumus yang digunakan yaitu Koefisien Alpha dari Cronbach (Price, 2017:233 (dalam Suryadi et al., 2019:188) sebagai berikut.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_x^2} \right)$$

Di mana

α = koefisien alfa

k = banyak item

σ_i^2 = item varian i

σ_x^2 = varian total

Uji reliabilitas bisa dilakukan dengan simultan (bersama-sama) pada semua item pertanyaan. Apabila nilai koefisien alpha > 0,60 (6%) bisa dinilai reliabel, kebalikannya apabila nilai koefisien alpha < 0,60 (6%) dapat dikatakan tidak reliabel ((Ghozali, 2006:42). Nilai ini dapat diketahui dengan rumus koefisien alpha cronbach yang nilainya berkisar antara 0 (tidak ada realibilitas) sampai 1 (realibilitas sangat tinggi). Menurut Astuti, (2018) kategori nilai koefisien alpha Cronbach yaitu:

Tabel 1.5 Kategori Nilai Reliabilitas

Nilai Alpha Cronbach	Kategori Reliabilitas
0,90 – 1,00	Sangat Tinggi
0,70 – 0,89	Tinggi
0,40 – 0,69	Cukup
0,20 – 0,39	Rendah
0,00 – 0,19	Sangat Rendah

1.8.10 Uji Hipotesis

Penggunaan pengujian hipotesis guna memverifikasi kebenaran dugaan penelitian. Pada penelitian yang dilakukan, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan Uji T dan Uji F. Uji T (uji parsial) bertujuan untuk mengevaluasi dampak masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kesimpulan dari Uji T adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai t hitung melebihi dari t tabel dan probabilitas (α) kurang dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_{a1} serta H_{a2} diterima. Ini menunjukkan jika variabel independen mempunyai pengaruh signifikan secara individual terhadap variabel dependen.
- b. Apabila nilai t hitung kurang dari t tabel dan probabilitas (α) lebih dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 serta H_2 ditolak. Artinya variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan pada aspek individu terhadap variabel dependen.

Sedangkan Uji F (uji simultan) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama atau keseluruhan terhadap variabel dependen. Pengambilan kesimpulan pada Uji F yaitu:

- a. Jika F hitung $>$ F tabel dan probabilitas (α) $<$ 0,05 maka H_0 ditolak, H_3 diterima. Variabel independen secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan probabilitas (α) $> 0,05$ maka H_0 diterima, H_3 ditolak. Variabel independent secara keseluruhan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.



BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

2.1 PROFIL BANG ONIM

Bang Onim atau yang memiliki nama panjang Abdullah Onim adalah salah satu relawan untuk Palestina yang berasal dari Indonesia tepatnya dari Halmahera Utara, Maluku pada 12 Juni 1979. Ia merupakan salah satu relawan yang aktif menyebarkan kejadian asli dari Palestina lewat sosial media Instagram maupun Youtube. Pria berusia 45 tahun ini sudah menetap di Palestina sejak 2009 sebagai relawan pada organisasi MER-C atau Medical Emergency Rescue Committee. Pada 2011 Bang Onim menikah dengan seorang perempuan Palestina yang membuatnya menjadi pernikahan pertama orang Indonesia di Jalur Gaza. Sejak 2009 ia telah melewati berbagai peristiwa invasi dari Israel hingga puncaknya pada bulan Oktober 2023 lalu yang membuatnya harus pulang sejenak ke Indonesia.

2.1.1 Bang Onim sebagai Relawan

Awal kisah Bang Onim sebagai relawan untuk Palestina yaitu ketika bergabung dengan MER-C (Medical Emergency Rescue Committee) yang bergerak guna melaksanakan kegiatan kemanusiaan di tanah Palestina dari 2000 – 2012. Pada 2009 ia berangkat ke Palestina dan terjun langsung untuk menyalurkan berbagai bantuan dan memiliki peran penting salah satunya dalam pembangunan Rumah Sakit Indonesia di Gaza Utara pada masa ia menjadi ketua cabang Jalur Gaza.

Setelah 10 tahun menjadi relawan di MER-C, dilansir dari website npc.id Bang Onim mendirikan organisasi sejenis yaitu NPC (Nusantara Palestina Center). NPC ini lebih berfokus pada pendidikan dan bantuan kemanusiaan karena itu target bantuan lebih pada anak-anak Palestina. NPC resmi dibentuk pada 8 Maret 2018 dengan menyelenggarakan berbagai kegiatan kemanusiaan seperti edukasi, *charity*, pemberdayaan, dan *emergency*. Selain memberikan pendidikan kepada anak-anak Palestina, NPC juga selalu terbuka untuk siapa saja yang ingin menyalurkan bantuan untuk masyarakat Palestina dan setiap kegiatannya selalu diabadikan Bang Onim lewat Instagram maupun Youtube pribadinya.

Gambar 2.1 Kegiatan NPC



Sumber: <https://npc.id/pangan/>

Ketika invasi besar yang dilakukan Israel pada Oktober 2023 lalu, Bang Onim tetap melakukan misi kemanusiaannya walaupun jalur bantuan dari luar negeri ditutup oleh pihak Israel. Dia bekerja sama dengan berbagai penyedia

kebutuhan pokok di Gaza untuk menyalurkan kepada masyarakat. Selama invasi tersebut beberapa kali nyawa Bang Onim dan keluarga sempat terancam seperti kesaksiannya di berbagai podcast seperti di Close the Door. Dan pada akhirnya ia sekeluarga dievakuasi ke Indonesia dengan melalui serangan dari pihak Israel di perbatasan menuju Gerbang Rafah.

2.2 GAMBARAN UMUM INSTAGRAM BANG ONIM

2.2.1 Konten Akun Instagram @Bang Onim

Bang Onim adalah satu dari sekian aktivis yang namanya cukup tersohor terlebih sejak invasi Israel pada Oktober 2024 lalu. Instagram pribadinya menjadi media untuk membagikan peristiwa yang sedang terjadi di Gaza dan berbagai kegiatan kemanusiaan. Platform Instagram yang terkenal sebagai sosial media yang “narsis” dimanfaatkan Bang Onim sebagai media yang edukatif dan bermanfaat.

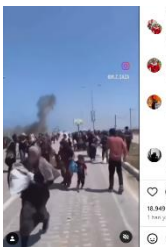


Gambar 2. 2 Akun Instagram @bangonim




Sumber: <https://www.instagram.com/bangonim/>

Akun Instagram @bangonim dibuat sejak 2016 yang hampir setiap hari mengunggah konten di Instagram dan mendapat ribuan like dan ratusan komen dari para pengikut. Fokus dari konten Instagram Bang Onim yaitu kejadian real time di Palestina, Daily Content keluarga, dan konten kemanusiaan.

DAFTAR KONTEN INSTAGRAM @bangonim

No	Konten	Fokus Konten	Likes	Komen
1.		Peristiwa Konflik Gaza	18.949	707
2.		Konten Kemanusiaan	14.075	276
3.		Daily Content	5.223	45

4.		Dakwah Islami	1.024	3
----	---	----------------------	-------	---

2.2.2 Followers Akun Instagram @Bangonim

Sebagai satu dari sekian sosial media yang paling banyak penggunanya, Instagram memiliki karakteristiknya sendiri. Sosial media ini sering kali digunakan untuk mengekspresikan kegiatan sehari-hari penggunanya lewat foto ataupun video yang diabadikan. Selain konten untuk memamerkan kehidupan pribadi, banyak pengguna Instagram yang mengunggah konten yang edukatif sehingga dapat memberi pengaruh kepada orang lain. Sistem komunikasi pada Instagram yaitu dengan menjadi pengikut atau memiliki pengikut yang dapat berinteraksi dengan memberikan like atau komen pada suatu postingan.

Instagram menjadi sosial media yang memiliki koneksi cukup luas hingga membuat penggunanya mudah dalam mencari tahu unggahan terkini pada akun Instagram yang di-follow. Akun Instagram @bangonim menjadi pengguna yang aktif membagikan kabar terbaru mengenai Palestina dan info terkait bantuan serta donasi. Saat ini memiliki 1.270.840 per Februari 2024.

2.3 GAMBARAN UMUM KONFLIK ISRAEL – PALESTINA

2.3.1 Konflik 7 Oktober 2023

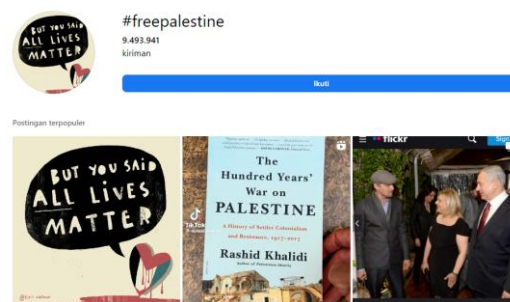
Konflik Israel – Palestina hingga saat ini masih berlangsung dengan fokus invasi pada daerah Gaza yang berakar karena penyerangan Hamas pada Israel pada 7 Oktober 2023. Invasi sekarang menjadi salah satu yang paling besar dalam kurun 75 tahun terjadi konflik. Berdasarkan data dari Kementerian Kesehatan Gaza yang termuat pada berita di CNBC Indonesia korban meninggal hingga 5 Maret 2024 mencapai 30.631 dengan 72.043 lainnya merupakan korban luka (<https://www.cnbcindonesia.com/news/>). Karena itu masyarakat dunia menganggap bahwa invasi Israel ini merupakan genosida. Jika menilik pada 75 tahun silam, awal konflik Israel – Palestina terjadi karena adanya perebutan wilayah dan menimbulkan pro kontra siapa pemilik asli tanah tersebut dari berbagai pihak.

2.3.2 Konflik Israel – Palestina di Sosial Media

Blokade yang dilakukan oleh Israel tidak hanya pada mobilitas masyarakat tetapi juga pada dunia maya. Pihak Israel memutus internet di Gaza beberapa kali dan menyebarkan berbagai hoax di media sosial karena mereka sadar bahwa media sosial memiliki peran penting di kehidupan manusia saat ini. Meskipun media barat cenderung berpihak pada Israel tetapi masyarakat dunia mulai sadar dengan genosida yang terjadi. Mereka selalu menyerukan kebenaran seperti menyertakan hastag #freepalestine di berbagai sosial media contohnya Tiktok, Instagram, Twitter, dan lainnya. Dengan adanya media

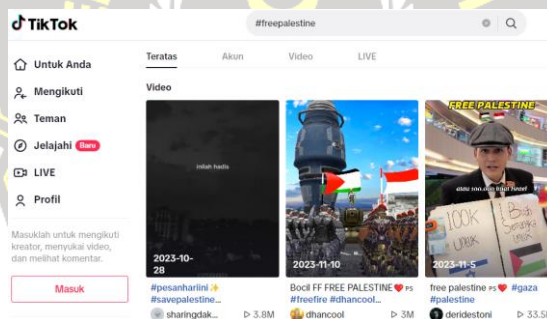
sosial ini membuat setiap orang bisa menjadi jurnalis yang dapat menyebarkan informasi sekecil apapun. Media sosial selain menjadi platform untuk menyebarkan informasi juga sebagai media untuk memberikan dukungan kepada para korban.

Gambar 2.3 #freepalestine di Instagram



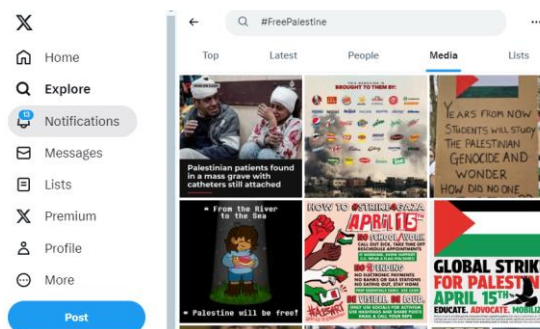
Sumber: instagram.com

Gambar 2.4 #freepalestine di Tiktok



Sumber: tiktok.com

Gambar 2.5 #freepalestine di X/Twitter



Sumber: X.com

BAB III

TEMUAN DATA

3.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN

Penelitian ini dilakukan pada akun Instagram @bangonim yang dalam penyebaran kuesioner dimulai sejak 5 Mei 2024 dengan menyebarkan kuesioner kepada *followers* melalui DM (*direct message*). Dengan jangka waktu dan lokasi yang dipilih akhirnya peneliti mendapat 100 responden berdasarkan sampel yang dipilih. Bab ini menyajikan gambaran umum tentang responden yang didapatkan dari tanggapan yang mereka berikan dalam kuesioner sebagai subjek penelitian. Sebagai berikut merupakan uraian mengacu pada usia, jenis kelamin, konten Instagram yang disukai, berapa lama menjadi follower @bangonim, konten @bangonim yang disukai.

Tabel 3.1 Karakter Responden dilihat dari usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	<17	0	0%
2	18 – 23	66	66%
3	24 – 29	33	33%
4	>30	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Mengacu pada tabel usia 3.1 ditemukan jika mayoritas usia responden yaitu berada pada rentang 18 – 23 tahun dengan jumlah 66 dan persentase 66%.

33 orang dengan persentase 33% berusia pada rentang 24 – 29 tahun, dan 1 orang dengan persentase 1% berada di usia lebih dari 30 tahun.

Tabel 3. 2 Karakter Responden dilihat dari jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	24	24%
2	Perempuan	76	76%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Tabel 3.2 dengan karakter sesuai jenis kelamin didapatkan bahwa mayoritas pengisi kuesioner adalah perempuan yaitu sejumlah 76 responden dengan persentase 76%. Kemudian terdapat juga responden laki-laki sebanyak 24 responden memiliki prosentase 24%.

Tabel 3.3 Karakter Responden dilihat dari konten Instagram yang disukai

No	Konten Instagram	Jumlah	Persentase
1	Education	60	60%
2	Vlog	11	11%
3	Beauty	7	7%
4	Sport	5	5%
5	Lainnya	17	17%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Karakteristik responden berdasar pada konten Instagram yang disukai mayoritas menyukai konten education sebanyak 60 dengan persentase 60%. Adapun yang menyukai konten vlog yaitu 11 responden dengan persentase 11%, konten beauty sebesar 7 responden memiliki persentase 7 %, dan konten sport

sebesar 5 responden memiliki persentase 5%. 17 responden dengan persentase 17% menyukai konten lain seperti memasak, random, daily life, kemanusiaan, dan dakwah.

Tabel 3.4 Karakter responden berdasarkan lama menjadi follower @bangonim

No	Lama menjadi follower	Jumlah	Persentase
1	Kurang dari 2 bulan	0	0%
2	Lebih dari 2 bulan	100	100%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Mengacu pada tabel 3.4 mayoritas responden sebanyak 100 responden dengan persentase 100% telah menjadi follower Instagram @bangonim selama lebih dari 2 bulan. Dan tidak ada responden yang menjadi follower kurang dari 2 bulan.

Tabel 3.5 Karakter responden sesuai dengan konten @bangonim paling disukai

No	Konten @bangonim	Jumlah	Persentase
1	Peristiwa Konflik Palestina – Israel	56	56%
2	Konten Kemanusiaan	42	42%
3	Daily Content	1	1%
4	Dakwah Islam	1	1%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Karakteristik responden sesuai dengan konten Instagram @bangonim yang disukai mayoritas menyukai konten peristiwa konflik Palestina – Israel sebesar 56 responden memiliki persentase 56%. Adapun yang menyukai konten

kemanusiaan yaitu 42 responden memiliki persentase 42%, daily content sebesar 1 responden memiliki persentase 1%, dan konten dakwah Islam sebesar 1 responden memiliki persentase 1%.

3.2 TERPAAN KONTEN

Berikut ini merupakan hasil jawaban responden dari masing-masing indikator terpaan konten:

3.2.1 Durasi

Tabel 3.6 Persentase responden dalam berlama-lama untuk melihat konten-konten di akun Instagram @bangonim

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	16	16%
4	Setuju	40	40%
5	Sangat Setuju	43	43%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Sesuai pada table 3.6, sebanyak 1% responden menyatakan tidak setuju dalam berlama-lama untuk melihat konten-konten di akun Instagram @bangonim. Sedangkan sebanyak 16% netral, 40% setuju, dan 43% menyatakan sangat setuju dalam berlama-lama untuk melihat konten-konten di akun Instagram @bangonim. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden

sangat setuju dalam berlama-lama untuk melihat konten-konten di akun Instagram @bangonim.

Tabel 3.7 Persentase responden menghabiskan waktu untuk menonton video yang diunggah @bangonim dari awal hingga selesai selama lebih dari 1 menit

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	13	13%
4	Setuju	54	54%
5	Sangat Setuju	32	32%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Berdasar pada data diatas, sebanyak 1% responden mengungkapkan tidak setuju dalam menghabiskan waktu untuk menonton video yang diunggah @bangonim dari awal hingga selesai selama lebih dari 1 menit. Sedangkan 13% netral, 54% setuju, dan 32% sangat setuju. Ini menunjukkan mayoritas responden setuju dalam menghabiskan waktu untuk menonton video yang diunggah @bangonim dari awal hingga selesai selama lebih dari 1 menit.

Tabel 3.8 Persentase responden menghabiskan waktu untuk membaca komentar followers di akun @bangonim lebih dari 2 menit

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2	Tidak Setuju	5	5%
3	Netral	42	42%
4	Setuju	30	30%
5	Sangat Setuju	21	21%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Mengacu dari tabel 3.8, sebanyak 2% *followers* mengungkapkan sangat tidak setuju dalam menghabiskan waktu untuk membaca komentar *followers* di akun @bangonim lebih dari 2 menit. Sedangkan sebanyak 5% tidak setuju, 30% netral, 42% setuju, dan 21% sangat setuju. Ini menunjukkan mayoritas responden netral dalam menghabiskan waktu untuk membaca komentar *followers* di akun @bangonim lebih dari 2 menit.

3.2.2 Frekuensi

Tabel 3.9 Persentase responden dalam sehari sering mengakses Instagram @bangonim

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	24	24%
4	Setuju	49	49%
5	Sangat Setuju	23	23%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Mengacu pada data diatas, sebesar 2% *followers* mengungkapkan sangat tidak setuju jika dalam sehari sering mengakses Instagram @bangonim. Sedangkan sebanyak 2% tidak setuju, 24% netral, 49% setuju, serta 23% lainnya sangat setuju. Ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju jika sehari sering mengakses Instagram @bangonim.

Tabel 3.10 Persentase responden dalam melihat unggahan akun Instagram @bangonim untuk mencari informasi tentang konflik Israel – Palestina

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	12	12%
4	Setuju	46	46%
5	Sangat Setuju	40	40%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Berdasar pada tabel 3.10, sebesar 2% *followers* mengungkapkan tidak setuju dalam melihat unggahan akun Instagram @bangonim untuk mencari informasi tentang konflik Israel – Palestina. Sedangkan sebanyak, 12% netral, 46% setuju, dan 40% sangat setuju. Ini diketahui jika sebagian besar *followers* setuju dalam melihat unggahan akun Instagram @bangonim untuk mencari informasi tentang konflik Israel – Palestina.

Tabel 3.11 Persentase responden sering memberikan like pada unggahan tentang konflik Palestina di akun @bangonim

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	14	14%
4	Setuju	46	46%
5	Sangat Setuju	39	39%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Sesuai dengan tabel, sebesar 1% *followers* mengungkapkan tidak setuju jika sering memberikan *like* pada unggahan tentang konflik Palestina di akun @bangonim. Sedangkan sebanyak 14% netral, 46% setuju, dan 39% sangat setuju. Karenanya diketahui sebagian besar *followers* setuju jika sering memberikan *like* pada unggahan tentang konflik Palestina di akun @bangonim.

3.2.3 Atensi

Tabel 3.12 Persentase responden selalu fokus memahami konten dari akun Instagram @bangonim mengenai konflik Israel – Palestina

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	13	13%

4	Setuju	44	44%
5	Sangat Setuju	42	42%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Mengacu pada tabel tersebut, sebesar 1% *followers* mengungkapkan tidak setuju jika selalu fokus memahami konten dari akun Instagram @bangonim mengenai konflik Israel – Palestina. Sedangkan sebanyak 13% netral, 44% setuju, dan 42% sangat setuju. Dengan ini menjelaskan sebagian besar *followers* setuju jika selalu fokus memahami konten dari akun Instagram @bangonim mengenai konflik Israel – Palestina.

Tabel 3.13 Persentase responden memfollow akun Instagram @bangonim agar tidak ketinggalan informasi mengenai konflik Israel – Palestina

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	20	20%
4	Setuju	36	36%
5	Sangat Setuju	43	43%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Tabel 3.13 menjelaskan jika sebanyak 1% *followers* menyatakan tidak setuju jika memfollow akun Instagram @bangonim agar tidak ketinggalan informasi mengenai konflik Israel – Palestina. Sedangkan sebanyak 20%

netral, 36% setuju, dan 43% sangat setuju. Ini menjelaskan sebagian besar *followers* sangat setuju jika memfollow akun Instagram @bangonim agar tidak ketinggalan informasi mengenai konflik Israel – Palestina.

3.3 KUALITAS KONTEN

Berikut ini merupakan hasil jawaban responden dari masing-masing indikator terpaan konten:

3.3.1 Akurat

Tabel 3.14 Persentase responden bahwa informasi yang menampilkan kejadian konflik Israel – Palestina memang sesuai dengan keadaan sebenarnya

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	12	12%
4	Setuju	46	46%
5	Sangat Setuju	42	42%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Sesuai dari data diatas, sebanyak 12% responden menyatakan netral bahwa informasi yang menampilkan kejadian konflik Israel – Palestina memang sesuai dengan keadaan sebenarnya. Sedangkan sebanyak 46% setuju, dan 42% sangat setuju. Ini menjelaskan sebagian besar *followers* setuju bahwa informasi yang menampilkan kejadian konflik Israel – Palestina memang sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Tabel 3.15 Persentase responden bahwa akun Instagram @bangonim selalu memeriksa informasi yang disampaikan

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	22	22%
4	Setuju	50	50%
5	Sangat Setuju	23	23%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Sesuai dengan data diatas, sebesar 1% *followers* mengungkapkan tidak setuju bahwa akun Instagram @bangonim selalu memeriksa informasi yang disampaikan. Sedangkan sebanyak 22% netral, 50% setuju, dan 23% sangat setuju. Ini menjelaskan sebagian besar *followers* setuju jika akun Instagram @bangonim selalu memeriksa informasi yang disampaikan.

3.3.2 Tepat Waktu

Tabel 3.16 Persentase responden bahwa akun Instagram @bangonim selalu up to date dalam memberikan informasi konflik Israel Palestina

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	27	27%
4	Setuju	40	40%

5	Sangat Setuju	33	33%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Berdasarkan tabel, sebanyak 23% responden menyatakan netral bahwa akun Instagram @bangonim selalu *up to date* dalam memberikan informasi konflik Israel Palestina. Sedangkan sebanyak 40% setuju, dan 33% sangat setuju. Hal ini menjelaskan sebagian responden setuju bahwa akun Instagram @bangonim selalu *up to date* dalam memberikan informasi konflik Israel Palestina.

Tabel 3.17 Persentase responden bahwa informasi yang disajikan dengan cepat diakses kapan pun

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	22	22%
4	Setuju	51	51%
5	Sangat Setuju	26	26%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Tabel 3.17 diketahui bahwa sebanyak 1% *followers* menyatakan tidak setuju bahwa informasi yang disajikan dengan cepat diakses kapan pun. Sedangkan sebanyak 22% netral, 51% setuju, dan 26% sangat setuju. Hal ini menjelaskan jika sebagian besar *followers* setuju apabila informasi yang

disajikan pada akun Instagram @bangonim dapat dengan cepat diakses kapan pun.

3.3.3 Relevan

Tabel 3.18 Persentase responden bahwa informasi yang disajikan sesuai dengan apa yang saya cari

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	21	21%
4	Setuju	50	50%
5	Sangat Setuju	27	27%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Mengacu dengan perolehan data, sebesar 1% *followers* mengungkapkan tidak setuju informasi yang disajikan sesuai dengan apa yang dicari. Sedangkan sebanyak 21% netral, 50% setuju, dan 27% sangat setuju. Hal ini diketahui sebagian besar *followers* setuju jika informasi yang disajikan cocok dengan apa yang dicari.

Tabel 3.19 Persentase responden bahwa Informasi mengenai konflik Israel – Palestina di akun @bangonim menambah literasi

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	27	27%

4	Setuju	50	50%
5	Sangat Setuju	23	23%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Sesuai dengan tabel 3.19, sebanyak 27% responden menyatakan netral mengenai konflik Israel – Palestina di akun @bangonim menambah literasi. Sedangkan sebanyak 50% setuju dan 23% sangat setuju. Hal ini menjelaskan sebagian besar *followers* setuju bahwa informasi mengenai konflik Israel – Palestina di akun @bangonim menambah literasi.

3.3.4 Lengkap

Tabel 3. 20 Persentase responden bahwa informasi pada akun Instagram @bangonim lengkap dan detail

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	7	7%
4	Setuju	61	61%
5	Sangat Setuju	21	21%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Tabel 3.10 menunjukkan sebanyak 1% responden menyatakan tidak setuju bahwa informasi pada akun Instagram @bangonim lengkap dan detail. Sedangkan sebanyak 7% netral, 61% setuju, dan 21% sangat setuju. Hal ini

menjelaskan sebagian besar *followers* setuju bahwa informasi pada akun Instagram @bangonim lengkap dan detail.

Tabel 3.21 Persentase responden bahwa informasi kejadian konflik Israel – Palestina dari masa lalu tersedia pada akun Instagram @bangonim

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	24	24%
4	Setuju	54	54%
5	Sangat Setuju	22	22%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Berdasar pada tabel, sebanyak 24% responden menyatakan netral bahwa informasi kejadian konflik Israel – Palestina dari masa lalu tersedia pada akun Instagram @bangonim. Sedangkan sebanyak 54% setuju dan 22% sangat setuju. Hal ini menjelaskan sebagian besar *followers* setuju bahwa informasi kejadian konflik Israel – Palestina dari masa lalu tersedia pada akun Instagram @bangonim.

3.4 PERILAKU PROSOSIAL

Berikut ini merupakan hasil jawaban responden dari masing-masing indikator perilaku prososial:

3.4.1 Sharing

Tabel 3.22 Persentase responden bahwa Konten @bangonim membuat tertarik untuk mendiskusikan konflik Palestina – Israel dengan teman

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	13	13%
4	Setuju	42	42%
5	Sangat Setuju	45	45%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Mengacu pada tabel, sebanyak 13% responden menyatakan netral bahwa konten @bangonim membuat tertarik untuk mendiskusikan konflik Palestina – Israel dengan teman. Sedangkan sebanyak 42% setuju, dan 45% sangat setuju. Hal ini menjelaskan sebagian besar *followers* sangat setuju bahwa konten @bangonim membuat tertarik untuk mendiskusikan konflik Palestina – Israel dengan teman.

Tabel 3.23 Persentase responden setelah mengikuti akun Instagram @bangonim sering share/repost informasi mengenai konflik Palestina – Israel ke media sosial

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	18	18%

4	Setuju	39	39%
5	Sangat Setuju	42	42%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Sesuai dengan tabel, sebanyak 1% responden menyatakan tidak setuju bahwa setelah mengikuti akun Instagram @bangonim sering *share/repost* informasi mengenai konflik Palestina – Israel ke media sosial. Sedangkan sebanyak 18% netral, 39% setuju, dan 42% sangat setuju. Hal ini menjelaskan sebagian besar *followers* sangat setuju bahwa setelah mengikuti akun Instagram @bangonim sering *share/repost* informasi mengenai konflik Palestina – Israel ke media sosial.

3.4.2 Cooperative

Tabel 3.24 Persentase responden konten Instagram @Bangonim membuat sering bekerjasama dengan komunitas Palestina

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	10	10%
4	Setuju	56	56%
5	Sangat Setuju	34	34%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Sesuai dengan tabel, sebanyak 10% responden menyatakan netral bahwa konten Instagram @Bangonim membuat saya sering bekerjasama dengan komunitas Palestina. Sedangkan sebanyak 56% setuju, dan 34% sangat setuju. Hal ini menjelaskan sebagian besar *followers* setuju bahwa konten Instagram @Bangonim membuat saya sering bekerjasama dengan komunitas Palestina.

3.4.3 Donating

Tabel 3.25 Persentase responden bahwa setelah mengikuti akun Instagram @Bangonim sering memberikan donasi untuk Palestina dalam bentuk apapun

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	17	17%
4	Setuju	39	39%
5	Sangat Setuju	44	44%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Sesuai dengan tabel, sebanyak 17% responden menyatakan netral bahwa setelah mengikuti akun Instagram @Bangonim sering memberikan donasi untuk Palestina dalam bentuk apapun. Sedangkan sebanyak 39% setuju, dan 44% sangat setuju. Hal ini menjelaskan sebagian besar *followers* sangat setuju bahwa setelah mengikuti akun Instagram @Bangonim sering memberikan donasi untuk Palestina dalam bentuk apapun.

Tabel 3.26 Persentase responden bahwa konten di akun Instagram @bangonim membuat saya sering membeli produk yang mendukung Palestina

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	12	12%
4	Setuju	51	51%
5	Sangat Setuju	39	39%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Mengacu pada tabel, sebanyak 1% *followers* mengungkapkan tidak setuju bahwa konten di akun Instagram @bangonim membuat sering membeli produk yang mendukung Palestina. Sedangkan sebanyak 12% netral, 51% setuju, dan 39% sangat setuju. Hal ini menjelaskan sebagian besar *followers* setuju bahwa konten di akun Instagram @bangonim membuat sering membeli produk yang mendukung Palestina.

3.4.4 Helping

Tabel 3.27 Persentase responden bahwa karena konten @Bangonim ikut dalam aksi boikot produk Israel untuk mendukung Palestina

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	27	27%
4	Setuju	41	41%

5	Sangat Setuju	30	30%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas, sebanyak 2% responden menyatakan tidak setuju bahwa karena konten @Bangonim ikut dalam aksi boikot produk Israel untuk mendukung Palestina. Sedangkan sebanyak 27% netral, 41% setuju, dan 30% sangat setuju. Hal ini menjelaskan sebagian besar *followers* sangat setuju bahwa karena konten @Bangonim ikut dalam aksi boikot produk Israel untuk mendukung Palestina.

Tabel 3.28 Persentase responden bahwa sering menyuarakan aksi bela Palestina di sosial media baik membuat postingan maupun berkomentar yang baik

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	10	10%
4	Setuju	41	41%
5	Sangat Setuju	49	49%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas, sebanyak 10% *followers* netral bahwa sering menyuarakan aksi bela Palestina di sosial media baik membuat postingan maupun berkomentar yang baik. Sedangkan sebanyak 41% setuju, dan 49% lainnya sangat setuju. Hal ini menjelaskan sebagian besar *followers* sangat setuju

bahwa sering menyuarakan aksi bela Palestina di sosial media baik membuat postingan maupun berkomentar yang baik.

3.4.5 Honesty

Tabel 3.29 Persentase responden bahwa konten @Bangonim membuat ikut merasakan perjuangan rakyat Palestina

Skala	Nilai	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	16	16%
4	Setuju	53	53%
5	Sangat Setuju	31	31%
Jumlah		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas, sebanyak 16% responden netral bahwa Konten @Bangonim membuat ikut merasakan perjuangan rakyat Palestina. Sedangkan sebanyak 53% setuju, dan 31% sangat setuju. Hal ini menjelaskan sebagian besar *followers* sangat setuju bahwa konten @Bangonim membuat saya ikut merasakan perjuangan rakyat Palestina.

3.5 INTERVAL KELAS

Berdasarkan penyebaran kuesioner kepada 100 responden, dapat ditarik kesimpulan mengenai pengaruh terpaan konten dan kualitas konten di akun instagram @bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel. Kemudian digunakan rumus untuk menghitung interval yaitu:

$$I = \frac{(A - B)}{K}$$

Keterangan:

I : Interval kelas

A : Skor tertinggi

B : Skor terendah

K : Jumlah kelas

3.5.1 Interval Kelas Variabel Terpaan Konten (X1)

Variabel terpaan konten dibagi atas tiga kelas yakni rendah, sedang, serta tinggi. Variabel terpaan konten memiliki 8 instrumen pada skor maksimum 40 serta skor minimum 8, dengan ini maka hasil penentuan kelas intervalnya sebagai berikut:

$$I = \frac{(40 - 8)}{3}$$

$$I = 10,6 \text{ dibulatkan} = 11$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka interval kelas bterpaan konten sebanyak 11 dan dapat dibentuk kategori sebagai berikut:

Tabel 3.30 Skala Interval Kelas Terpaan Konten

Nilai		Jumlah	Persentase
Rendah	8 – 18	1	1%
Sedang	19 – 29	26	26%
Tinggi	30 – 40	73	73%
Total		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Mengacu pada perolehan data ditemukan jumlah responden dalam penelitian ini nilai terendah sebanyak 1%, nilai sedang sebanyak 26%, dan nilai tinggi sebanyak 73%. Hal ini menunjukkan variable terpaan konten terbilang tinggi.

3.5.2 Interval Kelas Kualitas Konten

Variabel kualitas konten dibagi atas tiga kelas yakni rendah, sedang, serta tinggi. Variabel kualitas konten memiliki 8 instrumen pada skor maksimum 40 serta skor minimum 8, dengan ini maka hasil penentuan kelas intervalnya sebagai berikut:

$$I = \frac{(40 - 8)}{3}$$

$$I = 10,6$$

dibulatkan= 11

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka interval kelas kualitas konten sebanyak 11 dan dapat dibentuk kategori sebagai berikut:

Tabel 3.31 Skala Interval Kelas Kualitas Konten

Nilai		Jumlah	Persentase
Rendah	8 – 18	0	0%
Sedang	19 – 29	21	21%
Tinggi	30 – 40	79	79%
Total		100	100%

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Mengacu pada tabel diatas menunjukkan jumlah responden dalam penelitian ini nilai terendah sebanyak 0%, nilai sedang sebanyak 21%, dan nilai tinggi sebanyak 79%. Hal ini menunjukkan variable kualitas konten terbilang tinggi.

3.5.3 Interval Kelas Perilaku Prososial

Variabel perilaku prososial dibagi atas tiga kelas yakni rendah, sedang, dan tinggi. Variabel perilaku prososial memiliki 8 instrumen pada skor maksimum 40 serta skor minimum 8, dengan ini maka hasil penentuan kelas intervalnya sebagai berikut:

$$I = \frac{(40 - 8)}{3}$$

$$I = 10,6$$

dibulatkan= 11

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka interval kelas perilaku prososial sebanyak 11 dan dapat dibentuk kategori sebagai berikut:

Tabel 3.32 Skala Interval Kelas Perilaku Prososial

Nilai	Jumlah	Persentase	
Rendah	8 – 18	0	0%
Sedang	19 – 29	14	14%
Tinggi	30 – 40	86	86%
Total	100	100%	

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui jumlah responden dalam penelitian ini nilai terendah sebanyak 0%, nilai sedang sebanyak 14%, dan nilai tinggi sebanyak 86%. Hal ini menunjukkan variable kualitas konten terbilang tinggi.

3.6 TABULASI SILANG

3.6.1 Tabulasi Silang Variabel X1 dengan Variabel Y

Tabel 3.33 Tabel Silang Variabel X1 dengan Variabel Y

Variabel	Perilaku Prososial (Y)						
		Rendah		Sedang		Tinggi	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Terpaan	Rendah	0	0%	1	1%	0	0%
Konten (X1)	Sedang	0	0%	12	12%	14	14%
	Tinggi	0	0%	1	1%	72	72%
	Total	100%					

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Dari tabel 3.37 diketahui bahwa terpaan konten dari Instagram @bangonim terhadap perilaku prososial pada *followers* 1% berada pada kolom sedang-rendah 12% berada pada kolom sedang-sedang, selanjutnya terdapat 1% berada pada kolom sedang-tinggi. Kemudian di tataran tinggi-sedang terdapat 14% dan yang terakhir yaitu kolom tinggi-tinggi yang terdapat 72%. Dari hasil tabulasi silang table 3.37 dapat disimpulkan bahwa terpaan konten dari akun Instagram @bangonim terhadap perilaku prososial pada *followers* masih tergolong tinggi.

3.6.2 Tabulasi Silang Variabel X2 dengan Variabel Y

Tabel 3.34 Tabel Silang Variabel X2 dengan Variabel Y

Variabel	Perilaku Prososial (Y)						
		Rendah		Sedang		Tinggi	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Terpaan Konten (X1)	Rendah	0	0%	0	0%	0	0%
	Sedang	0	0%	9	9%	12	12%
	Tinggi	0	0%	5	5%	74	74%
	Total	100%					

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Mengacu dari tabel diatas menunjukkan jika kualitas konten dari Instagram @bangonim terhadap perilaku prososial pada *followers* 9% berada pada kolom sedang-sedang, selanjutnya terdapat 5% berada pada kolom sedang-tinggi. Kemudian di tataran tinggi-sedang terdapat 12% dan yang terakhir yaitu kolom tinggi-tinggi yang terdapat 74%. Dari hasil tabulasi silang table 3.38 dapat disimpulkan bahwa kualitas konten dari akun Instagram @bangonim terhadap perilaku prososial pada *followers* masih tergolong tinggi.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 UJI VALIDITAS

Pengujian validitas dalam penelitian ini diterapkan guna menilai validitas data kuesioner. Dalam penelitian ini, pengujian validitas melalui hasil perhitungan koefisien korelasi (r) dibandingkan dengan nilai r yang diperoleh pada tabel dengan $\alpha = 5\%$. Data kuesioner dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel dan apabila r hitung $<$ r tabel maka data kuesioner dikatakan tidak valid. Diketahui bahwa penelitian ini terdapat 100 responden dengan ini r tabel = 0,195. Berikut adalah uji validitas antar variabel pada r tabel.

Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Terpaan Konten (X1)

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X.1	0,487	0,195	Valid
X.2	0,524	0,195	Valid
X.3	0,491	0,195	Valid
X.4	0,485	0,195	Valid
X.5	0,606	0,195	Valid
X.6	0,620	0,195	Valid
X.7	0,630	0,195	Valid
X.8	0,585	0,195	Valid

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Tabel 4.2 Uji Validitas Kualitas Konten (X2)

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X.1	0,628	0,195	Valid
X.2	0,668	0,195	Valid
X.3	0,632	0,195	Valid
X.4	0,570	0,195	Valid
X.5	0,634	0,195	Valid
X.6	0,626	0,195	Valid
X.7	0,559	0,195	Valid
X.8	0,543	0,195	Valid

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Tabel 4.3 Uji Validitas Perilaku Prososial (Y)

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y.1	0,617	0,195	Valid
Y.2	0,493	0,195	Valid
Y.3	0,441	0,195	Valid
Y.4	0,526	0,195	Valid
Y.5	0,598	0,195	Valid
Y.6	0,590	0,195	Valid
Y.7	0,532	0,195	Valid
Y.8	0,669	0,195	Valid

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Mengacu dari tabel 4.1 uji validitas terpaan konten, tabel 4.2 pada pengujian validitas kualitas konten, serta tabel 4.3 pada pengujian validitas perilaku prososial, dapat diketahui bahwa semua hasil validitas nilai r hitung selalu lebih besar

dibanding nilai r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa item penelitian yang diterapkan yaitu kuesioner pada penelitian ini yang dimanfaatkan guna menilai variabel terpaan konten, kualitas konten, dan perilaku prososial sesuai dan dapat dikatakan valid.

4.2 UJI RELIABILITAS

Reliabilitas (reliability) mengacu pada evaluasi untuk mengukur sejauh mana konsistensi instrumen dalam mengukur konsep atau konstruk yang dimaksud. (Suryadi et al., 2019:184). Uji reliabilitas dapat dilaksanakan dengan cara bersamaan untuk semua item pertanyaan. Apabila nilai koefisien alpha $> 0,60$ (6%) maka dinyatakan reliabel, sedangkan apabila nilai koefisien alpha $< 0,60$ (6%) maka dinyatakan tidak reliabel (Ghozali, 2016:42).

Tabel 4.4 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Alpha	Keterangan
1.	Terpaan Konten	0,716	Reliabel
2.	Kualitas Konten	0,782	Reliabel
3.	Perilaku Prososial	0,733	Reliabel

Sumber: Dihasilkan dari data penelitian, 2024

Sesuai dengan tabel 4.4 uji reliabilitas ditemukan jika nilai alpha terpaan konten yaitu 0,716, kualitas konten dengan nilai 0,782 serta perilaku prososial sebesar 0,733. Karena signifikansi alpha untuk setiap variabel melebihi koefisien alpha yang ditetapkan sebesar 0,60, hal ini menunjukkan bahwa hasil pengukuran adalah reliabel dan dapat dipercaya, sehingga alat ukur yang diterapkan pada penelitian ini mempunyai konsistensi yang memadai.

4.3 UJI ASUMSI KLASIK

4.3.1 UJI NORMALITAS

Pengujian normalitas ialah salah satu metode uji sebelum dilakukan suatu analisis regresi. Pengujian ini bertujuan guna menentukan apakah data yang dikumpulkan mempunyai distribusi normal atau tidak. (Ghozali, 2016). Data yang dikumpulkan akan diuji menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov pada SPSS. Data dinilai berdistribusi normal jika nilai Asymp. Sig (2 – tailed) melebihi nilai 0,05.

Tabel 4.5 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.16937404	
Most Extreme Differences	Absolute	.086	
	Positive	.086	
	Negative	-.051	
Test Statistic		.086	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.068	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.070	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.064
		Upper Bound	.077

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 334431365.

Tabel 4.5 Nilai Asymp. Sig (2-tailed) yang tercatat sebesar 0,070, yang lebih tinggi dari batas signifikan 0,05, menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini mengikuti distribusi normal, sehingga memenuhi asumsi normalitas yang diperlukan untuk analisis lebih lanjut.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas diaplikasikan pada analisis regresi yang bertujuan guna melihat adanya keterkaitan yang kuat antara masing – masing variabel independent. Pada pengujian ini menggunakan Variance Inflation Factor (VIF). Metode regresi linear yang ideal sebaiknya tidak memiliki hubungan dari masing-masing variabel independent (Ghozali, 2016). Dasar dalam pengambilan Uji Multikolinearitas yaitu:

- a. Dilihat dari nilai tolerance: Jika nilai Tolerance > 0,10 dengan itu tidak terjadi Multikolinearitas
- b. Ditinjau dari VIF: Jika nilai VIF < 10,00 dengan itu tidak terjadi Multikolinearitas

Tabel 4.6 Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.562	2.241		4.712	.000		
	Terpaan Konten	.317	.097	.342	3.276	.001	.444	2.251
	Kualitas Konten	.397	.095	.437	4.182	.000	.444	2.251

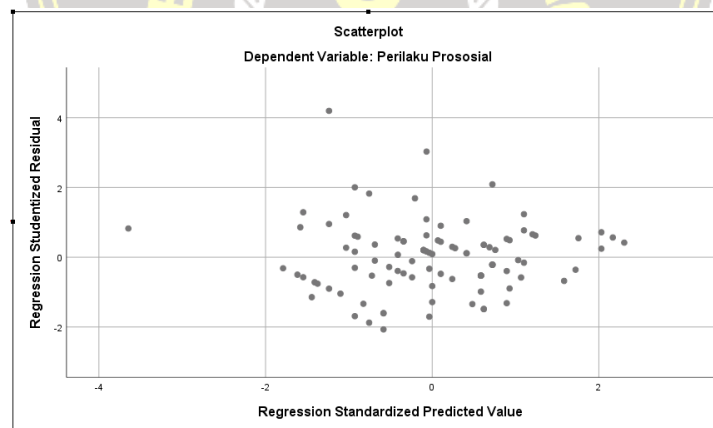
a. Dependent Variable: Perilaku Prososial

Sesuai pada tabel 4.6 nilai tolerance menunjukkan angka 0,444 melebihi dari 0,10 serta nilai VIF menunjukkan 2,251 lebih kecil dari 10,00. Hal ini memiliki arti bahwa data tidak terjadi multikolinearitas.

4.3.3 UJI HETEROKSIDASITAS

Uji Heteroksida digunakan untuk melihat apakah terjadi ketidaksamaan varians serta residual dari satu pengamatan. Jika pada varians dan residual pada suatu penelitian berbeda disebut heteroksidasitas. Begitu pula sebaliknya jika varians dan residualnya tetap disebut homoskedastisitas. Cara menentukan ada tidaknya heteroskedastisitas pada model regresi linier berganda dilakukan dengan melihat scatter plot atau nilai prediksi variabel terikat yang disebut SRESID dengan sisa ZPRED. Tidak terjadi heteroksidasitas apabila tidak terdapat pola yang jelas atau titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Tabel 4.7 Uji Heteroksidasitas



Pada tabel 4.7 menunjukkan tidak adanya heteroksidasitas dilihat dari penyebaran titik – titik yang berada di atas dan di bawah angka 0 serta tidak adanya pola yang jelas.

4.4 ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda yaitu analisis yang digunakan jika beberapa variabel bebas mempunyai efek pada variabel terikat

(Suyono, 2015). Bentuk persamaan dari model analisis regresi linear berganda pada penelitian ini yaitu:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (Perilaku Prososial)

X₁, X₂, X_k = Variabel Independen (Terpaan Konten, Kualitas Konten)

a = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_k$ = parameter populasi sebagai penentu prediksi yang menunjukkan peningkatan atau penurunan variabel Y.

Tabel 4.8 Analisis Regresi Linear Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10.562	2.241		4.712	.000
	Terpaan Konten	.317	.097	.342	3.276	.001
	Kualitas Konten	.397	.095	.437	4.182	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Prososial

Sesuai tabel 4.5 maka diperoleh persamaan model analisis regresi linear berganda pada penelitian ini yaitu:

$$Y = 10.562 + 0.342X_1 + 0,437X_2 + e$$

Dengan ini maka penjelasan dari rumus tersebut yaitu:

- a. Perolehan nilai konstan yaitu sebesar 10.562 yang artinya apabila tidak ada terpaan konten (X₁) dan kualitas konten (X₂) (bernilai 0), maka nilai perilaku prososial sebesar 10.562.

- b. Perolehan nilai koefisien regresi variabel X1 yaitu sebesar 0,342 dengan nilai positif (+) yang artinya apabila variabel terpaan konten (X1) terdapat penambahan 1%, maka variabel perilaku prososial (Y) akan bertambah sebesar 0,342.
- c. Perolehan nilai koefisien regresi variabel X2 yaitu sebesar 0,437 dengan nilai positif (+) yang artinya apabila variabel kualitas konten (X2) terdapat penambahan 1% maka variabel perilaku prososial (Y) akan bertambah sebesar 0,437.

4.5 UJI HIPOTESIS

Dalam penelitian ini, diterapkan dua uji hipotesis, yaitu uji parsial (uji T) dan uji simultan (uji F). Uji T diaplikasikan ketika mengevaluasi sejauh mana setiap variabel independen memberikan dampak atau pengaruhnya pada variabel dependen, sehingga dapat diidentifikasi kontribusi masing-masing variabel dalam model penelitian. Sedangkan Uji F berfungsi untuk mengevaluasi dampak gabungan atau keseluruhan dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan hipotesis awal yaitu:

1. Ha1 : terdapat pengaruh terpaan konten di akun Instagram @bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel.
Ho1 : tidak terdapat pengaruh terpaan konten di akun Instagram @bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel.
2. Ha2 : terdapat pengaruh kualitas konten di akun @bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel.

Ho2 : tidak terdapat pengaruh kualitas konten di akun @bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel.

3. Ha3 : terdapat pengaruh terpaan konten dan kualitas konten di akun Instagram @bangonim secara bersama-sama terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina-Israel.

Ho3 : tidak terdapat pengaruh terpaan konten dan kualitas konten di akun Instagram @bangonim secara bersama-sama terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina-Israel.

4.5.1 Uji T (Uji Parsial)

Dalam penelitian ini, diketahui bahwa $t(a; n-k) = t(5\% ; 100 - 3) = t(0,05 ; 97)$, didapat perolehan nilai t tabel = 0,1984.

Seperti yang tertera pada tabel 4.5 ditemukan bahwa variabel terpaan konten (X1) memiliki nilai t hitung sebesar $3.276 > t$ tabel 0,1984 dengan signifikansi $0,001 < 0,05$. Dengan ini dapat dikatakan bahwa variabel terpaan konten (X1) berpengaruh terhadap perilaku prososial (Y). Jadi Ho1 ditolak dan Ha1 diterima artinya “terdapat pengaruh terpaan konten di akun Instagram @bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel.”

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel kualitas konten (X2) sebesar $4.182 > t$ tabel 0,1984 menggunakan signifikansi $0,001 < 0,05$. Dengan itu dapat dikatakan jika variabel kualitas konten (X2) memiliki pengaruh terhadap perilaku prososial (Y). Jadi Ha2 diterima dan Ho2 ditolak yang memiliki arti

“terdapat pengaruh kualitas konten di akun @bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel.”

4.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Tabel 4.9 Tabel ANOVA

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	526.088	2	263.044	54.764	.000 ^b
	Residual	465.912	97	4.803		
	Total	992.000	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Prososial

b. Predictors: (Constant), Kualitas Konten, Terpaan Konten

Dalam penelitian ini, diketahui bahwa $F(k; n-k) = F(3; 100 - 3) = F(3; 97)$. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai F_{tabel} yang diperoleh adalah 2,70.

Sesuai pada tabel 4.6 bahwa variabel pengaruh terpaan konten (X1) dan variabel kualitas konten (X2) terhadap variabel perilaku prososial diketahui nilai f hitung sebesar 54,764 nilai ini lebih besar dari f tabel yaitu 2,70 dan signifikansi $0,001 < 0,05$. Dengan ini kesimpulan yang didapat yaitu “terdapat pengaruh terpaan konten dan kualitas konten di akun Instagram @bangonim secara bersama-sama terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina-Israel.” Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.10 Tabel Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728 ^a	.530	.521	2.19162

a. Predictors: (Constant), Kualitas Konten, Terpaan Konten

Sesuai output yang diperoleh dari tabel 4.10 bahwa koefisien determinasi pengaruh variabel terpaan konten (X1) dan variabel kualitas konten (X2) secara simultan terhadap perilaku prososial (Y) menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,521. Karenanya dapat disimpulkan jika variabel terpaan konten (X1) dan variabel kualitas konten (X2) mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap perilaku prososial (Y) sebesar 52,1%. Sedangkan 47,9% lainnya berpengaruh pada variabel lain.

4.6 PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dan SPSS 25 untuk analisis, peneliti akan mengaitkan hasil yang telah diolah dengan teori Kultivasi untuk mencapai tujuan penelitian ini.

Menurut Ardianto dan Erdinaya (2017) Terpaan dapat didefinisikan sebagai aktivitas yang terjadi antara individu atau kelompok orang untuk mendengar, melihat, membaca, atau mengalami dan memperhatikan pesan-pesan media. Terpaan konten media sosial cukup berpengaruh dalam menambah wawasan seseorang tentang suatu realitas sosial karena terpaan mengukur seberapa intens seseorang mengkaji konten yang sering ia lihat. Dan nantinya akan menimbulkan

respon dari khalayak yang terkena paparan konten termasuk pada kehidupan sosial pengguna.

Terpaan yang dilakukan @bangonim sangat berguna bagi pengikutnya untuk mendapatkan berita terbaru dan yang sebenarnya terkait konflik Palestina – Israel sehingga *followers* bisa ikut serta menyuarakan hak kemanusiaan meskipun sebatas pada media sosial sebagai bentuk kepedulian dan empati. Hal ini dibuktikan pada hasil penelitian yang diketahui bahwa nilai t hitung variabel terpaan konten (X1) sebesar 3.276 melebihi dari t tabel 0,1984. Artinya terpaan yang dilakukan @bangonim memiliki andil yang besar pada perilaku prososial *followers*.

Kualitas konten merupakan informasi yang memiliki nilai dari karakteristik, konten, bentuk, dan waktu tertentu untuk penerima pesan (Mulyadi et al. 2018). Semakin berkualitasnya informasi maka semakin mempengaruhi keputusan dari penerima pesan (Raminda dan Ardini, 2014). Dalam hal ini akun Instagram @bangonim dalam meningkatkan perilaku prososial masyarakat dapat tercapai apabila informasi yang diberikan akurat dan terpercaya. Terlebih di era sosial media yang tersebar banyak berita palsu. Akun @bangonim dapat menjadi pilihan utama bagi *followers* untuk update berita terkini mengenai konflik Palestina – Israel. Tidak hanya sekadar berempati dengan peristiwa yang terjadi tetapi ikut berkontribusi membagikan informasi dari konten Instagram @bangonim secara lebih meluas. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis bahwa bahwa nilai t hitung variabel kualitas konten (X2) sebesar 4.182 > t tabel 0,1984. Artinya kualitas konten yang disajikan pada akun Instagram @bangonim dapat mempengaruhi perilaku prososial *followers*.

Terpaan konten yang sering didapat dengan kualitas konten dari konten yang sesuai dengan kebutuhan followers dalam mendapatkan berita terbaru dan terpercaya mengenai konflik Palestina – Israel, sangat berpengaruh pada perilaku prososial dari *followers* dilihat dari hasil analisis yang menunjukkan bahwa terpaan konten dan kualitas konten secara simultan memiliki pengaruh terhadap perilaku prososial diketahui dari nilai *f* hitung sebesar 54,764 nilai ini lebih besar dari *f* tabel yaitu 2,70.

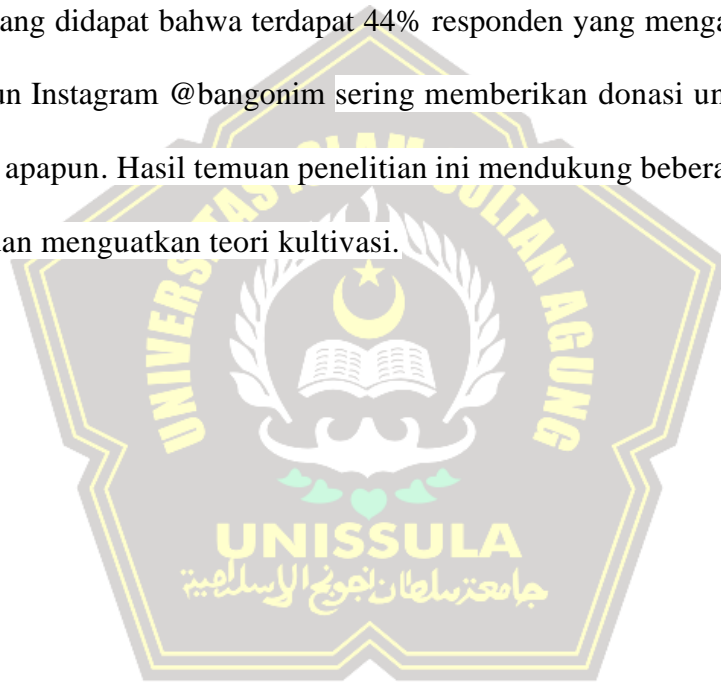
4.6.1 Pembahasan dengan Teori Kultivasi

Penelitian yang dilakukan ini mengacu pada satu teori komunikasi massa yaitu teori Kultivasi. Model teori yang dikemukakan oleh Profesor George Gerbner awalnya hanya memperlihatkan dampak dari tayangan kekerasan televisi pada persepsi dan perilaku manusia (Junaidi, 2018). Dengan kemajuan teknologi membuat teori ini juga mengalami perkembangan. Tidak hanya digunakan untuk meneliti tayangan televisi tetapi juga dapat digunakan pada konten media lainnya seperti sosial media. Meskipun secara fisik atau fitur media dapat berbeda dan terus berkembang, esensi dari konten dan konsep kecanduan yang muncul akibat konsumsi media umumnya tetap konsisten (Straubhaar *et al.*, 2015).

Dalam penelitian ini yang menjadi terpaan konten dari akun Instagram @bangonim yang memberikan informasi mengenai peristiwa konflik Palestina – Israel memiliki kekuatan untuk mempengaruhi perilaku seseorang. Konten tersebut ditujukan kepada *followers* yang menjadi akan terus terpapar selama ingin memenuhi kebutuhan akan informasi. Hal ini ditunjukkan dengan adanya 43% *followers* yang

sangat setuju mengikuti akun @bangonim agar tidak ketinggalan informasi terkait konflik Palestina – Israel.

Teori Kultivasi ini juga sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari terpapar konten dan kualitas konten terhadap perilaku prososial *followers*. Hal ini menunjukkan bahwa ketika *follower* sering mendapat paparan dari konten mengenai konflik Palestina – Israel maka ia akan cenderung memiliki perilaku peduli dengan apa yang terjadi di Palestina. Seperti data yang didapat bahwa terdapat 44% responden yang mengatakan setelah mengikuti akun Instagram @bangonim sering memberikan donasi untuk Palestina dalam bentuk apapun. Hasil temuan penelitian ini mendukung beberapa penelitian sebelumnya dan menguatkan teori kultivasi.



BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian “Pengaruh Terpaan Konten dan Kualitas Konten Di Akun Instagram @Bangonim terhadap Perilaku Prososial *Followers* pada Konflik Palestina – Israel” adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini didapatkan hasil bahwa H_{a1} dapat diterima dengan pembuktian dari hasil analisis regresi linear berganda bahwa nilai t hitung variabel terpaan konten (X_1) sebesar $3.276 > t$ tabel $0,1984$ dengan signifikansi $0,001 < 0,05$. Dengan ini dapat dikatakan bahwa variabel terpaan konten (X_1) berpengaruh terhadap perilaku prososial (Y). Artinya “terdapat pengaruh terpaan konten di akun Instagram @bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel.” Koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa pengaruh variabel X_1 terhadap Y bersifat positif. Semakin sering terpaan konten yang diterima *followers* maka semakin tinggi tingkat perilaku prososial.
2. Kualitas konten mempunyai pengaruh secara positif terhadap perilaku prososial. Dapat dilihat pada output regresi linear berganda bahwa dengan t hitung variabel kualitas konten (X_2) sebesar $4.182 > t$ tabel $0,1984$ dengan signifikansi $0,001 < 0,05$. Dengan ini dapat dikatakan bahwa variabel kualitas konten (X_2) berpengaruh terhadap perilaku prososial (Y). Jadi H_{a2} diterima yang artinya artinya “terdapat pengaruh kualitas konten di akun

@bangonim terhadap perilaku prososial *followers* pada konflik Palestina – Israel.” Semakin berkualitas konten yang diberikan maka semakin tinggi tingkat perilaku prososial *followers*.

3. Dari hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terpaan konten dan kualitas konten berpengaruh positif terhadap perilaku prososial. Variabel pengaruh terpaan konten (X1) dan variabel kualitas konten (X2) terhadap variabel perilaku prososial diketahui nilai f hitung sebesar 54,764 nilai ini lebih besar dari f tabel yaitu 2,70 dan signifikansi $0,001 < 0,05$. Ini berarti H_{a3} dapat disetujui serta H_{o3} ditolak. Koefisien determinasi pengaruh variabel terpaan konten (X1) dan variabel kualitas konten (X2) secara simultan terhadap perilaku prososial (Y) menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,521. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa variabel terpaan konten (X1) dan variabel kualitas konten (X2) mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap perilaku prososial (Y) sebesar 52,1% dengan 47,9% lainnya berpengaruh pada variabel lain.

5.2 KETERBATASAN PENELITIAN

Berdasarkan pengalaman langsung selama penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang dialami, yang perlu diperhatikan oleh peneliti di masa depan.

Sejumlah keterbatasan pada penelitian yang dilakukan, antara lain :

1. Karena keterbatasan waktu dan lokasi, penelitian ini hanya mencapai 100 responden yang pastinya belum cukup untuk menjelaskan situasi yang sebenarnya.

2. Subjek penelitian semata-mata difokuskan kepada *followers* akun Instagram @bangonim dimana hanya satu dari sekian akun yang memberikan informasi terkait konflik Palestina – Israel.
3. Pengumpulan data responden dilakukan dengan DM (direct message) pada media Instagram yang memiliki fitur undangan untuk pertama kali memberi pesan artinya tidak semua bersedia untuk menerima DM dari orang yang tidak dikenal.

5.3 SARAN

Mengacu pada penelitian yang sudah dilaksanakan, berikut adalah saran-saran yang dapat diberikan:

1. Bagi pemilik akun Instagram @bangonim yang relevan dengan penelitian ini, diharapkan bisa konsisten dalam memberikan informasi yang berkualitas dengan memperlihatkan peristiwa yang terpercaya. Serta tetap *up to date* karena dengan terus memberikan terpaan konten kepada *followers* dapat meningkatkan perilaku prososial sehingga banyak masyarakat yang berempati terhadap konflik Palestina – Israel.
2. Temuan dari studi ini mampu digunakan sebagai landasan untuk penelitian berikutnya yang menggunakan metode, objek, atau subjek yang sama. Pada penelitian ini variabel terpaan konten dan kualitas konten berpengaruh terhadap perilaku prososial sebanyak 52,1% maka diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan pembaharuan terhadap penelitian ini terutama misal pada pemilihan variabel agar penelitian selanjutnya bisa

lebih variatif karena masih terdapat 47,9% yang berpengaruh pada variabel lainnya seperti kebutuhan informasi, literasi *followers*, dan lainnya

3. Bagi *followers* akun Instagram @bangonim diharapkan untuk selalu mengawasi konten – konten yang diberikan agar @bangonim dapat mempertahankan eksistensi dan konsistensinya untuk memberi terpaan konten dengan informasi yang berkualitas dan terpercaya.



DAFTAR PUSTAKA

- Adian, D.G. 2016. *Pengantar fenomenologi*. Depok: Penerbit Koekoesan.
- Aprinta, G. & Dwi, E. 2020. Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Tingkat Kepekaan Sosial di Usia Remaja. *The Messenger*, 5(December): 118–138.
- Ardiansah, I. & Maharani, A. 2021. *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM*. CV. Cendekia Press.
- Ardianto, E., Komala, L.K. & Karyanti, S. 2014. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arsyad 2015. Peran Media Pendidikan Dalam Meningkatkan Kemampuan Bahasa Arab Siswa Madrasah. *Jurnal Ilmiah Didaktika*, 16: 44.
- Astuti, D.B. 2018. *Validitas dan Reliabilitas Penelitian Dengan Analisis dengan NVIVO, SPSS dan AMOS*.
- Asyifa, N.N. 2020. Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas informasi, Kualitas Layanan Dan Kemudahan Pengguna Terhadap Kepuasan Pengguna sistem informasi Akademik Mahasiswa (SIAM) Universitas Brawijaya. *jurnal ilmiah mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 10–27. Tersedia di <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7184>.
- Aulia Nanda Pratiwi 2022. Pengaruh Social Media Marketing Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Trail Di Cv. Greentech Kawasaki Cabang Bangun Jaya. *Hirarki : Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(2): 659–668.
- Basarah, F.F. & Romaria, G. 2020. Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial. *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)*, 5(2): 22.
- Bashori, K. 2017. Menyemai perilaku prososial di sekolah. *Sukma: Jurnal Pendidikan*, 1(1): 57–92.
- Bungin & Burhan 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Edi Suryadi, Darmawan, D. & Mulyadi, A. 2019. *Metode penelitian komunikasi : dengan pendekatan kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ghozali 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Griffin, E.M. 2022. *A first look at communication theory*. McGraw-hill.
- Haq, A.A. & Sukmono, F.G. 2022. Manajemen Konten Media Sosial Instagram Pada Akun Unofficial Kampus @Hitz.Umy Dan @Uiistory. *Jurnal UMY*, 1–17. Tersedia di <https://etd.umy.ac.id/id/eprint/31537/4/Bab I.pdf>.
- Hariko, R. 2018. Pengembangan perilaku prososial siswa melalui pelayanan bimbingan dan konseling. *Seminar Konseling 2017*. Fakultas Ilmu Pendidikan UNP.
- Junaidi, J. 2018. Mengenal Teori Kultivasi dalam Ilmu Komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 4(1): 42.
- Kriyantono, R. 2014. *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.
- Kurnia Hayuning Budhi 2021. PENGARUH TERPAAN KONTEN AKUN INSTAGRAM @RINTIKSEDU TERHADAP MINAT MENDENGARKAN PODCAST RINTIK SEDU. 3(1): 54–59.
- Lawrence Neuman, W. 2014. *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*.
- Moleong, L.J. 2017. Metodologi penelitian kualitatif (Revisi). Bandung: PT remaja rosdakarya.
- Morissan, M.A. & Hamid, F. 2017. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta. Kencana Prenada Media Grup. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Muharsyah, A. & Ekawati, R.K. 2022. Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Tokopedia Dengan Model Delone And Mclean Di Kota Palembang. *JuSiTik : Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi Komunikasi*, 4(2): 20–27.
- Mulyadi 2018. *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasrullah, R. 2017. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraha, R.A. & Listiani, E. 2015. *Using Celebrities to Increase Brand Awareness Wedezig ! Prosiding Manajemen Komunikasi (Februari, 2015*, Tersedia di <http://dx.doi.org/10.29313/v0i0.379>.
- Nurkholik, M. 2021. *Pengaruh Bimbingan Agama Islam Terhadap Perilaku Prososial Anak Di Yayasan Sahabat Bumi Bintaro Tangerang Selatan, Skripsi S1 (Strata satu)*.
- Nurudin 2014. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Rohim, S. 2016. *Teori Komunikasi Perspektif Ragam dan Aplikasi Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Rufaedah, E.A. & Masruroh, L. 2022. EFEKTIVITAS LAYANAN BIMBINGAN KELOMPOK DALAM UPAYA MENUMBUHKAN SIKAP PROSOSIAL

SISWA DI MADRASAH ALIYAH NEGERI SE-KABUPATEN
INDRAMAYU. *al-Afkar, Journal For Islamic Studies*, 400–413.

- Salsabila Putri Vidi, N., Rahmawati, U., Novitasari, D., Ki Ratu Penghulu No, J., Sari Baturaja OKU, K. & Baturaja Ji Ki Ratu Penghulu No, U. 2021. FENOMENA GAYA HIDUP HEDONISME DI INSTAGRAM (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Baturaja). *Jurnal Massa*, 02: 188–196.
- Saragih, M.Y. 2019. MEDIA MASSA DAN JURNALISME: Kajian Pemaknaan Antara Media Massa Cetak dan Jurnalistik. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(1): 12.
- Setiawan, R., Almusawa, Y. & Prestiana, N.D.I. 2019. Pengaruh Kesadaran Sosial dan Komitmen Organisasi terhadap Perilaku Kewargaan Organisasional pada Perawat di Rumah Sakit Umum Daerah Kota Bekasi. *SOUL: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 11(1): 13–26.
- Setyawan, M.S., Erlyani, N. & Dewi, R.S. 2016. Peranan social loafing terhadap perilaku prososial buruh perusahaan air mineral X. *Jurnal Ecopsy*, 3(3).
- Setyo, P.E. 2016. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen “best autoworks.” *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6): 755–764.
- Soekanto, S. 2013. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Straubhaar, J., LaRose, R. & Davenport, L. 2015. *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology*. Cengage Learning. Tersedia di <https://books.google.co.id/books?id=jUR-BAAAQBAJ>.
- Sugiyono 2019. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suyono 2015. *Analisis Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tartila, M.F. & Aulia, L.A.-A. 2021. Kecerdasan Interpersonal dan Perilaku Prososial. *Jurnal Psikologi: Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, 8(1): 53–66.
- Zuhra, A. 2023. Hubungan Dukungan Sosial dengan Perilaku Prososial Remaja di SMA Panca Budi Medan.
- Zuhri, S., Fajriah, N., Wibowo, R.T.H., Prakoso, A.A.D., Indriani, R.O., Windari, A.T., Thomas, C., Auliya, A.Z., Annisa, M. & Yusuf, M. 2020. *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat*. Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan

INTERNET

7amleh.org. (2023, November 1). Retrieved from Palestinian Digital Rights Violations in War: Silencing Voices, Disinformation, and Incitement: <https://7amleh.org/2023/11/01/briefing-on-the-palestinian-digital-rights-situation-since-october-7th-2023> diakses pada 21 Mei 2024

Hootsuite (We Are Social). (2023). *Digital Report Indonesia 2023*. Retrieved from We Are Social: <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/> diakses pada 24 November 2023

<https://www.instagram.com/bangonim/> diakses 9 Februari 2024

<https://npc.id/> diakses pada 14 Maret 2024

Rahman, R. (2023, Desember 22). *Perang Gaza adalah "konflik paling berbahaya" bagi para jurnalis*. Retrieved from Antaranews.com: <https://www.antaranews.com/berita/3882879/perang-gaza-adalah-konflik-paling-berbahaya-bagi-para-jurnalis> diakses pada 23 Desember 2023

