

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era sekarang ini, berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat dan semakin canggih dapat memberikan berbagai keuntungan dalam aspek kehidupan dan sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia. Kemajuan teknologi merupakan salah satu faktor yang paling penting dan memiliki peran sentral dalam kehidupan masyarakat saat ini, yang dapat membuat orang percaya hubungan sinergis antara masyarakat dan teknologi sebab dapat membuat masyarakat ketergantungan akan hal tersebut. Menurut Susanto (2002), Teknologi Informasi dan Komunikasi adalah sebuah media atau alat bantu yang digunakan untuk transfer data baik itu untuk memperoleh suatu data atau informasi maupun memberikan informasi kepada orang lain serta dapat digunakan untuk alat berkomunikasi baik satu arah ataupun dua arah (Darimi, 2017).

Salah satu bentuk dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini yaitu Internet. Menurut Onno W. Purbo Purbo (Prihatna, 2005), Internet merupakan sebuah media yang digunakan untuk mengefesiesikan sebuah proses komunikasi yang disambungkan dengan berbagai aplikasi, seperti Web, VoIP, E-mail. Internet membuat dunia seakan melebihi kapasitas di luar ambang batas dan semua orang pun kini dapat berperan dalam menyiarkan apa saja (Purbo, 2006).

Berdasarkan hasil laporan terbaru Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) terkait penetrasi internet Indonesia pada 2024 yang mencapai

79,50%. Dan jika dikelompokkan berdasarkan usia, penetrasi internet tertinggi berada di kelompok generasi millennial usia 28 – 43 tahun dengan persentase 93,17%, kemudian disusul kelompok Gen Z usia 12 – 27 tahun dengan persentase 87,02%, lalu Kelompok Gen X usia 44-59 tahun dengan persentase sebesar 83,69%, Kelompok Baby Boomers berusia 60-78 tahun dengan persentase sebesar 60,52%, kemudian kelompok Post Gen Z umur 55 tahun ke atas dengan persentase 48,10%, dan kelompok berusia 79 tahun ke atas dengan persentase 32% (Nurhanisah, 2024). Penggunaan internet dapat digunakan dari berbagai rentang usia, domisili, pendidikan, maupun jenis kelamin. Selain itu, perkembangan ponsel pintar atau smartphone saat ini juga dapat mempermudah mengakses internet serta aplikasi khususnya media sosial (Hastuti, Soetikno, & Heng, 2021). Sowmya dan Roja (2017) mengungkapkan bahwa kini manusia terlalu mengandalkan internet dan tidak sedikit remaja beranggapan bahwa media sosial merupakan hal yang penting bagi kehidupan mereka (Hastuti, Soetikno, & Heng, 2021).

Dengan perkembangan internet dan media sosial kini, pada saat yang sama juga dunia saat ini sedang dimarakkan oleh Fenomena *Korean Wave* atau yang biasa disebut dengan *Hallyu*. Fenomena *Korean Wave* sendiri merupakan suatu istilah dimana adanya penyebaran budaya modern Korea ke berbagai penjuru dunia yang kemudian diterima masyarakat sehingga berakibat pada peningkatan daya tarik masyarakat dunia terhadap budaya korea. Fenomena ini tentu juga telah masuk ke Indonesia melalui internet dan media sosial, hal ini dapat dilihat dari tingkat antusias masyarakat yang tinggi hingga membentuk suatu komunitas di media sosial mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan budaya *korean wave* sehingga

mereka dapat selalu memberikan berita terkini kepada para penggemarnya, seperti akun instagram @officialkvibes. Akun instagram ini merupakan salah satu akun komunitas pecinta *K-Pop* dimana komunitas ini mengomunikasikan keadaan dan membagikan berbagai informasi berita terkini dan teraktual mengenai *K-Pop* dengan membagikan foto – foto dan berita selengkapnya dan mengunggahnya untuk para pengikutnya, sehingga kemudian para penggunanya dapat menganalisis berita tersebut secara emosional, baik emosi positif maupun emosi negatif seperti sedih, kecewa, marah, dan sebagainya. Hal ini sangat memungkinkan para pengikut untuk memposisikan ulang pengalaman menyedihkan seperti pada kenalan, teman dan keluarganya. Hal ini juga di pengaruhi oleh bagaimana para pengguna akan merespon hal tersebut dan mempelajari hal tersebut.

Banyak agensi yang menaungi artis *K-Pop* tersebut mulai membuka akun media sosial resmi di berbagai macam platform yang mendunia saat ini, salah satunya seperti instagram untuk memberikan informasi terbaru terkait artis yang mereka naungi. Walaupun begitu, masih banyak pula masyarakat yang membuat akun tidak resmi khusus para penggemar artis tersebut sebagai bentuk antusias pengguna media sosial terhadap artis yang mereka idolakan tersebut. Istilah artis *K-Pop* atau biasa disebut *Idol K-Pop* dalam dunia hiburan Korea bermakna selebriti korea yang menjalani pelatihan berbulan – bulan bahkan bertahun – tahun untuk mengasah bakat dan kemampuannya agar dapat menghasilkan berbagai genre musik terbaik sehingga dapat menghibur dan menarik minat para masyarakat pada bakat yang di miliknya sehingga diharapkan menjadi panutan dan idola oleh masyarakat.

Dengan hal ini, banyak netizen Indonesia yang memberi pujian serta mengidolakan para artis dari Korea tersebut sebab bakat memukau yang dimiliki mereka dalam menari, bernyanyi, dan akting. Namun, tidak sedikit saat ini artis *K-Pop* yang juga mendapat kritikan, respon negatif, bahkan yang terparah yaitu ancaman yang bermacam nyawa dari netizen. Hal ini biasanya terjadi sebab adanya tindakan yang menyinggung, perilaku yang dianggap tidak pantas, kritik penampilan fisik (*Body Shaming*), persaingan antar penggemar *idola*, komentar propokatif (*Trolling*), kasus atau skandal yang muncul, dan sebagainya.

Kesalahan kecil baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja yang dilakukan artis *K-Pop* bisa menjadi kontroversi hingga mengancam karirnya di dunia hiburan hingga merugikan agensi yang menaunginya. Ujaran Kebencian (*Hate Speech*) yang dilontarkan oleh netizen melalui media sosial juga dapat mengancam psikis dan mental artis *K-Pop* tersebut, seperti menjadi pendiam, depresi, suka menyendiri, menangis, tidak terbuka atau tidak ingin menceritakan pengalaman ke orang terdekat, maka hal ini dapat dikategorikan sebagai kasus perundungan siber (*cyberbullying*). Secara definisi, *cyberbullying* adalah perlakuan untuk mempermalukan, menakut-nakuti, atau melukai yang merugikan pihak yang lemah dengan menggunakan sarana komunikasi Teknologi dan Informasi (Rahayu, 2012). Bahkan yang lebih parah lagi, hal ini pun tidak sedikit yang berakhir dengan kejadian bunuh diri (Adawiyah & Munir, 2021). Salah satunya seperti kasus bunuh diri yang sempat menghebohkan jagat maya yang dilakukan oleh salah satu artis ternama di Korea, yaitu Sulli.

Choi Jinri atau sulli (nama panggung) merupakan mantan anggota grup *K-Pop* F(x) naungan agensi *SM Entertainment* yang lahir pada 29 Maret 1994. Ia dikenal sebagai penyanyi juga aktris terkenal, ia memiliki banyak prestasi seperti menciptakan solo debutnya untuk soundtrack di drama “*Goblin*”, “*Sailor Moon*” and “*Dorothy*”, ia juga terjun ke dunia akting di film “*Hotel Del Luna*”, “*The Pirates*”, “*Fashion King and Real*”, hingga ia mendapatkan penghargaan pada aktingnya di drama TV “*To The Beautiful You*” sebagai Bintang Baru Terbaik di *SBS Drama Awards* 2012. Walaupun ia tumbuh dengan bakat yang luar biasa, sulli mengalami depresi berat dan tekanan dari media sosial, sulli juga tidak menutupi dan menunjukkan penyakit mental yang diidapnya.

Namun, kebanyakan netizen malah cuek dan tidak peduli, bahkan mereka juga semakin menjadi menyerangnya secara verbal dengan selalu mengisi kolom komentar pada foto sulli pada akun media sosial instagramnya yaitu @jelly\_jilli dengan kata - kata yang mengandung kata kasar, hinaan, SARA, dan ancaman lainnya pada kolom komentarnya seperti “Kamu terlahir kotor”, “Artis tidak laku”, “Pantas saja dia menjadi seperti ini, ibunya saja sudah bercerai sebanyak 3 kali”, “Kamu memang lebih pantas mati, kesian orang tua mu memiliki anak aneh seperti mu”, dan sebagainya. Sulli selalu mendapat cacian dari netizen terkait segala hal mengenai dirinya, seperti kekasihnya, apa yang dikenakannya, dan segala hal yang dilakukan selalu salah dimata sebagian netizen (Hadijah, 2019). Sebab hal tersebut, sulli tidak dapat menahan tekanan tersebut sehingga ia memutuskan untuk bunuh diri dengan cara gantung diri dan dinyatakan meninggal di kediamannya pada 14 Oktober 2019 di kediamannya di Seoul. Kemudian pada tanggal 15 Oktober 2019,

SM Entertainment secara resmi mengumumkan berita tersebut ke media melalui twitternya @smtownglobal dan sehari setelahnya mereka juga menginformasikan bahwa upacara pemakaman dilakukan secara tertutup dan jasad Sulli dimakamkan di rumah pemakaman di Sincheon, Korea selatan (Hadijah, 2019).

Kabar duka tersebut menyebar luas hingga viral di seluruh media, baik di media massa maupun di media sosial, termasuk akun media sosial KVIBES yang selalu menyajikan berita dan kronologi untuk disajikan pada masyarakat terkait kasus ini di media sosial, salah satunya seperti di media sosial Instagramnya. Tidak hanya kasus sulli saja, masih banyak kasus bunuh diri lainnya yang diangkat menjadi pemberitaan. Hal ini tentunya akan menjadi informasi yang diketahui semua Masyarakat yang melihatnya terutama oleh semua pengikutnya. Maka dari itu, Dari semua hal yang telah dijelaskan diatas, dapat kita ketahui bahwa *hate speech* sangat berbahaya dan berefek negatif bagi setiap kesehatan mental para korbannya. Maka dari itu dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat membantu masyarakat pengguna sosial media untuk dapat lebih bijak dalam menggunakan internet dan bermedia sosial. Terlebih Masyarakat Indonesia, terkhususnya remaja haruslah menggambarkan sikap para masyarakat timur yang dikenal sangat santun dan sopan dalam bertutur kata, maka dari itu penting bagi kita untuk lebih memahami tentang berbijak dan berperilaku baik di dunia maya dan bermedia sosial.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Apakah ada pengaruh pemberitaan kasus bunuh diri artis *K-Pop* terhadap pembentukan karakter remaja *followers* akun instagram @officialkvibes?”. Hal ini dilakukan dalam studi empiris dan bagaimana konsepsi tersebut dalam menginformasikan keputusan metodologis dan etis.

## **C. Tujuan penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kasus bunuh diri tersebut dalam pembangunan karakter remaja pengikut akun media sosial Instagram @officialkvibes. Selain itu, dari hal tersebut peneliti juga dapat mengetahui bagaimana faktor – faktor pola pikir untuk pengembangan karakter baik pada diri sendiri maupun lingkungan sekitar.

## **D. Manfaat penelitian**

### **1. Secara Akademik**

Penelitian ini memiliki manfaat untuk membantu mengembangkan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan mengenai hal yang diteliti dengan teoritis. Selain itu, hal ini juga sebagai bentuk pembuktian teori yang digunakan pada penelitian ini masih relevan dengan penelitian atau tidak sama sekali. Maka dari itu, hal ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang tema penelitian ini.

## 2. Secara Praktis

Penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui bagaimana kasus bunuh diri yang dialami Sulli dapat mempengaruhi pembentukan karakter dari setiap para remaja yang menggunakan sosial media Instagram sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teori.

## E. Kajian Pustaka

### 1. Penelitian Sebelumnya

Tabel 1. 1 Perbandingan Skripsi

No.	Tahun	Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	2020	Nadiyah Viora Salsabila dan Niken Febrina Ernungtyas	Berkabung di Media Sosial: Persepsi Pemberitaan Kasus Kematian Artis <i>K-Pop</i> di Instagram	Paradigma konstruktivisme dan pendekatan kualitatif untuk memahami fenomena berkabung pada media sosial. Pengumpulan data pada	Setelah koding kualitatif pada transkrip wawancara, didapatkan tiga temuan utama. Pertama, berita duka cita di Instagram menjadi



				<p>penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai tiga orang remaja yang mengetahui kasus tersebut.</p>	<p>populer, viral dan booming. Kedua, warganet merasakan emosional ketika melihat informasi tersebut di Instagram. Ketiga, warganet bersimpati atas tindakan perundungan yang dialami oleh Sulli (Salsabila &amp; Ernungtyas, 2020).</p>
2	2022	Roro Irene Ayu Cahyaning	Peranan Media Sosial Instagram	Teori yang digunakan adalah teori	Analisis menunjukkan bahwa

		Marchellia dan Chontina Siahaan	Sebagai Media Komunikasi Remaja Penggemar <i>K-Pop</i>	uses and gratification. Metode yaitu metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan kuisisioner menggunakan google form.	instagram berperan penting dalam kegiatan komunikasi fans <i>K-Pop</i> khususnya peranan dari fitur di instagram yang sering digunakan fans <i>K-Pop</i> untuk berkomunikasi dengan fans lain di penjuru dunia. Selain itu, instagram sebagai media komunikasi fans <i>K-Pop</i> , membuat para remaja
--	--	---------------------------------------	---	--	--

					mendapatkan teman baru di internet (Marchellia & Siahaan, 2022).
--	--	--	--	--	--

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Maka dengan ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul efektivitas pemberitaan kasus bunuh diri artis *K-Pop* terhadap pembentukan karakter remaja *followers* akun Instagram @officialkvibes. Penelitian ini dilakukan guna menganalisa bagaimana kasus bunuh diri artis K – Pop ini dapat memberikan efek pada pertumbuhan dan perkembangan karakter para remaja Indonesia, sebab pada dasarnya para remaja yang masih mencari jati diri akan mengembangkan cara perpipirnya terhadap hal yang dilihat.

## 2. Kerangka Teori

Terdapat beberapa aspek yang menjadi dasar dari penelitian ini, yaitu:

### a. Teori Jarum Suntik/*Hypodermic Needle Theory*

Harold Lasswell merupakan pengemuka dari teori Jarum suntik ini pada sekitar tahun 1920 dan 1930-an. Beliau mengemukakan bahwa media massa pada periode tersebut memiliki pengaruh dan dampak dominan pada pola pikir masyarakat, diibaratkan seperti peluru yang

dengan tepat dapat menembus pemikiran tiap individu dan mengubah perilaku mereka (Rohmah, 2015). Hal ini membuat Audiens umumnya dianggap sebagai sekelompok orang homogen yang mudah terpengaruh. Hasilnya, pesan apa pun selalu diterima dan sulit menolak informasi. Maka dari itu, teori ini menjelaskan bahwa perubahan sikap dan perilaku audiens tentunya dipengaruhi oleh komponen komunikasi seperti komunikator, pesan, dan media.

Teori Jarum suntik ini berasumsi pada pendekatan berdasarkan pengamatan langsung, sehingga respon yang ada, baik positif maupun negatif terhadap media akan tergantung pada bagaimana reaksi dan naluri stimulus eksternal dari khalayak. Dengan media massa yang menyebarkan informasi secara serentak, maka pengaruh yang diberikan menjadi lebih besar. Pada penelitian ini media yang menjadi objek penting yaitu pemberitaan kasus bunuh diri Artis *K-Pop*. Dimana teori ini akan membantu dalam mengukur sejauh mana pengaruh kasus tersebut terhadap Para remaja pengikut akun Instagram @officialkvibes. Hal ini terjadi sebab para remaja yang pada dasarnya merupakan homogen akan mudah dipengaruhi dengan bermacam informasi. Selain itu, dengan berkembangnya zaman yang begitu pesat juga semenjak COVID – 19 melanda dunia, pesan seperti berita yang disajikan oleh berbagai media khususnya secara online, akan sangat mudah diterima bahkan sulit untuk ditolak, hal ini tentunya akan sangat berpengaruh bagi perilaku para remaja.

Sama halnya seperti yang terjadi pada saat masa krisis dan perang dunia, khalayak pada periode tersebut bergantung pada media massa untuk memperoleh kebutuhan informasi, sehingga saat itu media massa sangat berperan dan kuat untuk mempengaruhi perilaku dan menjadikan setiap audiens tidak dapat menolak pesan apapun dari media massa.

Maka dari itu, dari penjelasan diatas tersebut terdapat lima poin utama dari teori jarum suntik ini, yaitu:

- 1) Manusia bereaksi secara seragam terhadap stimulus yang diberikan media massa.
- 2) Pemikiran setiap orang dapat terpengaruh secara langsung dari pesan yang dikomunikasikan media.
- 3) Respon yang diinginkan media telah dikemas secara sempurna dalam pesan yang ingin disampaikan.
- 4) Pesan yang disampaikan oleh media mempunyai pengaruh yang langsung, segera, dan kuat terhadap perilaku manusia.
- 5) Masyarakat tidak mempunyai kemampuan untuk menolak dampak media.

b. Berita

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), berita memiliki beberapa artian diantaranya yaitu: pertama, cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat atau suatu kabar; kedua, yaitu sebuah laporan; dan yang ketiga yaitu sebuah pemberitahuan atau pengumuman. Secara etimologis, berita berasal dari bahasa sansekerta

yaitu *vrit* yang berarti ada atau terjadi atau *vritta* yang berarti kejadian atau peristiwa. Sedangkan pemberitaan merupakan proses, cara, perbuatan memberitakan (melaporkan, memaklumkan) (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016). Menurut Romli dalam Mahi Hikmat (2018:148) menjelaskan bahwa makna dasar berita yaitu laporan peristiwa atau peristiwa yang dilaporkan melalui media massa. Dja'far H. Assegaff juga mendefinikan bahwa berita merupakan sebuah laporan tentang fakta atau ide terkini, yang dipilih oleh wartawan untuk disiarkan serta dapat menarik perhatian pembaca (Sugiarti, 2019). Sedangkan pengaruh menurut KBBI adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016). Maka dari itu jika pengaruh dan Pemberitaan disatukan akan bermakna daya yang timbul sebab adanya perbuatan memberitakan suatu kejadian atau peristiwa terkini melalui media massa.

Setelah Korea yang sukses dalam mempublikasikan budaya *K-Pop* serta istilah *Korean wave* ke penjuru dunia, tidak sedikit mereka juga mempromosikan produk budayanya pada dunia, seperti drama televisi, musik serta film. Maka dari itu, banyak masyarakat yang mulai penasaran dan tahu dengan produk budayanya yang lain seperti dari segi kuliner, sejarah, dan lainnya (Anggraini & Santhoso, 2017). Apalagi dengan kemunculan internet dan media sosial saat ini dari adanya

perkembangan zaman, sangat mudah bagi kita untuk menemukan pemberitaan mengenai budaya ini.

Pada buku *New Survey of Journalism*, George Fix Mott mengemukakan bahwa terdapat delapan konsep mengenai berita, yaitu:

1) Berita Sebagai Laporan Tercepat

Berita merupakan salah satu laporan tercepat yang disiarkan surat kabar, radio, televisi bahkan juga media online yang tengah marak pada era globalisasi ini.

2) Berita Sebagai Rekaman

Rekaman dalam artian disini merupakan dokumentasi dari peristiwa yang sedang terjadi. Rekaman yang dimaksud disini juga bukan semata rekaman audio, tetapi juga rekaman visual dan juga rekaman sebuah peristiwa.

3) Berita Sebagai Fakta Objektif

Dalam membuat berita, reporter memang diharuskan membuat laporan mengenai sebuah peristiwa berdasarkan apa adanya (*das sein*) bukan yang seharusnya (*das sollen*). Karena berita yang telah disiarkan itu sendiri merupakan sebuah realitas yang berasal dari tangan kedua (reporter) sedangkan realitas tangan pertamanya yakni peristiwa itu sendiri.

4) Berita Sebagai Interpretasi

Karena berita yang dipublikasikan tiap media jumlahnya banyak setiap harinya dan berita yang diliput itu hanyalah puing-puing dari

sekian fakta yang dilaporkan, sehingga tugas media itu ialah membuat fakta yang seolah membisu itu menjadi dapat berbicara sendiri kepada khalayak.

#### 5) Berita Sebagai Sensasi

Selama ini memang media massa dianggap lebih banyak menimbulkan sensasi. Setiap kalimat yang terajar rapi di media bisa menimbulkan berbagai macam kontroversi dan juga kritikan dari khalayak.

#### 6) Berita Sebagai Minat Insani

Minat insani yang dimaksud disini ialah media massa berusaha membangkitkan rasa peduli kepada sesama manusia melalui berita yang disiarkannya.

#### 7) Berita Sebagai Ramalan

Selain melaporkan suatu kejadian atau peristiwa, berita juga secara tidak langsung mengakibatkan sesuatu hal yang tidak terbayangkan oleh reporter terjadi karena berita dapat mengkonstruksi pemikiran khalayak juga.

#### 8) Berita Sebagai Gambar

Melalui berita, selain mendapatkan sebuah informasi, khalayak juga secara tidak sadar sudah dapat mengetahui gambaran apa yang terjadi di daerahnya saat ini. bahkan sampai tingkat gambaran dunia juga dapat diketahui khalayak luas melalui sebuah berita.



Penyebarannya sangat cepat sebab kecanggihan teknologi yang dapat menyajikan segala informasi secara aktual dan terkini. Segala informasi mengenai *korean wave* dapat dengan mudah diakses dan dicari di Internet dan media massa seperti Youtube, Facebook, Instagram, Twitter dan lain-lain. Dengan kemudahan tersebut, wajar jika masyarakat Indonesia khususnya di kalangan remaja yang sebagai negara berkembang menjadi terkena paparan *korean wave* (Hakim & Sa'idah, 2022). Banyak pula diantara mereka yang menciptakan komunitas di media sosial mengenai budaya *Korean wave* akan siap selalu memberikan berita terkini, salah satunya seperti di Instagram.

Selain itu, terdapat 11 nilai berita yang dikemukakan AS Haris Sumadiria dalam bukunya berjudul “Jurnalistik Indonesia” oleh, yaitu:

- 1) Keluarbiasaan (*Unusualness*); berita merupakan suatu laporan yang luar biasa.
- 2) Kebaruan (*Newness*); berita juga melaporkan sesuatu yang terbaru.
- 3) Akibat (*Impact*); berita bisa mengakibatkan sebuah dampak yang luas.
- 4) Aktual (*Timeliness*); berita juga melaporkan sesuatu peristiwa atau kejadian yang sedang atau baru terjadi. Dalam aktualitas ini juga terbagi kedalam tiga bagian:
  - a) Aktualitas Kalender; hari yang berkaitan langsung dengan sejarah, seperti tanggal 1 April merupakan hari kartini.

- b) Aktualitas Waktu; penyiaran suatu peristiwa biasanya memakan waktu dan tempat yang utama dalam pemberitaan.
  - c) Aktualitas Masalah; dilihat dari kemunculan, pengaruh, dan masalah-masalah lama yang selalu aktual. Seperti, kasus korupsi dan pemerkosaan.
- 5) Kedekatan (*Proximity*); berita bisa menimbulkan kedekatan, baik dari segi lokasi dimana berita tersebut diberitakan atau segi psikologis pembaca atau khalayak.
  - 6) Informasi (*Information*); berita itu ialah informasi.
  - 7) Konflik (*Conflict*); berita bisa mengemukakan konflik atau segala sesuatu yang mengandung undur atau sesuatu yang bertentangan.
  - 8) Orang Penting (*Prominence*); berita itu ialah mengenai seseorang yang penting seperti public figure.
  - 9) Ketertarikan Manusiawi (*Human Interest*); berita ini bisa menyentuh hati khalayak.
  - 10) Kejutan (*Surprising*); berita bisa menimbulkan kejutan. Seperti, sesuatu diluar dugaan atau perhitungan.
  - 11) Seks (*Sex*); segala hal yang berkaitan dengan perempuan pasti dapat menimbulkan sebuah berita.

Dari penjelasan diatas, pemberitaan kasus bunuh diri artis *K-Pop* ini mengundang sensasi dan menuai kontroversi sebab kasus yang menyangkut dengan nyawa merupakan suatu hal yang sensitif, selain itu, artis *K-Pop* sendiri merupakan seorang *public figure* yang dinilai menjadi sebuah

panutan sehingga kasus ini pun menjadi sebuah rekam jejak tragedi serta menjadi kejutan yang di luar dugaan para Masyarakat. Hal ini menciptakan berbagai interpretasi dari masyarakat luas khususnya para remaja. Namun tiap media membungkus sebuah berita dari fakta yang ada yang berasal dari Para reporter sehingga hal ini juga dapat mempengaruhi penilaian masyarakat terkait pemberitaan tersebut.

Berdasarkan teori jarum suntik yang digunakan pada penelitian ini, maka pemberitaan dapat dijabarkan dengan indikator sebagai berikut:

1) Pesan yang Langsung dan Eksplisit

Media menyampaikan pesan yang jelas dan langsung tanpa ambiguitas. Konten yang disajikan tidak memberikan ruang bagi interpretasi yang berbeda oleh audiens.

2) Penggunaan Propaganda

Penggunaan teknik propaganda yang kuat dan jelas, seperti slogan, simbol, atau tokoh karismatik, untuk menyampaikan pesan yang diinginkan.

3) Isolasi Informasi Alternatif

Media yang mendominasi cenderung mengisolasi atau menekan informasi alternatif yang dapat memberikan pandangan berbeda atau menantang pesan yang disampaikan.

#### 4) Fokus pada Emosi

Pesan yang disampaikan sering kali dirancang untuk mempengaruhi emosi audiens, seperti rasa takut, marah, atau simpati, untuk mencapai respons yang diinginkan.

#### 5) Repetisi

Pengulangan pesan secara terus-menerus untuk memperkuat dampaknya dan memastikan bahwa audiens menginternalisasi informasi yang disampaikan.

#### 6) Otoritas Sumber Informasi

Sumber informasi yang disampaikan melalui media sering kali dipersepsikan memiliki otoritas atau kredibilitas tinggi, sehingga audiens lebih cenderung menerima pesan tanpa skeptisisme.

Pengaruh mengenai pemberitaan kasus bunuh diri artis *K-Pop* akan sangat berdampak bagi masyarakat, khususnya para remaja yang menggemari dan mengikuti perkembangan dunia *K-Pop*. Maka dari itu, penelitian ini berfokus untuk mengukur sejauh mana pemberitaan kasus bunuh diri artis *K-Pop* dapat mempengaruhi perilaku dan pola pikir remaja pengguna Instagram. Seperti mengeksplorasi seberapa sering kasus seperti ini terjadi, sejauh mana dampaknya dalam masyarakat, dan bagaimana berita tentang kasus bunuh diri tersebut menyebar di media sosial, terutama di Instagram.

### c. Karakter Remaja

Menurut definisi, Remaja berasal dari bahasa Latin, yaitu *adolescere* yang artinya “tumbuh atau tumbuh untuk mencapai kematangan”. Sedangkan karakter alam bahasa Yunani, yaitu *charassein* yang memiliki arti membuat tajam, membuat dalam. Secara definisi, karakter menurut Hermawan kertajaya adalah ciri khas yang dimiliki oleh suatu benda atau individu. Ciri khas yang dimaksud merupakan sesuatu yang asli dan mengakar pada kepribadian benda atau individu tersebut. Beliau juga mengemukakan bahwa karakter menjadi “mesin” yang mendorong bagaimana seorang bertindak, bersikap, berucap, dan merespon sesuatu (Nasihaton, 2019). Maka dapat disimpulkan bahwa pembentukan karakter remaja adalah sebuah usaha pembentukan sikap dan tingkah laku seorang remaja yang dapat mencerminkan kepribadian yang baik dan berbudi pekerti untuk mencapai tujuan utama, yaitu membentuk karakter yang berkualitas sehingga menjadikan para remaja tersebut untuk berperilaku sesuai dengan nilai-nilai karakter bangsa dan agama (Anggeraini, 2022).

Pembentukan karakter remaja mejadi sebuah upaya untuk membimbing perilaku manusia menuju standar yang ada agar dapat menghargai persepsi dan nilai-nilai pribadi yang ditampilkan. Karakter (watak, sifat, tabiat ataupun perangai) remaja dapat memperkirakan rekasi-reaksi dirinya terhadap berbagai fenomena yang muncul dalam diri ataupun hubungannya dengan orang lain, dalam berbagai keadaan dan bagaimana cara mengendalikannya. Karakter seseorang sudah tertanam kuat dalam

pikiran dan menjadi sebuah kebiasaan sehingga membuat individu melakukan tindakan spontan atau berpikiran pendek.

Seorang ahli dalam pendidikan karakter, Thomas Lickona pada bukunya "*Educating for Character*" (1991), mengemukakan bahwa karakter yang baik terdiri dari tiga aspek utama, yaitu *moral knowing* (pengetahuan moral), *moral feeling* (perasaan moral), dan *moral action* (tindakan moral). Tiga aspek tersebut saling berhubungan agar berhasil membentuk karakter sesuai dengan nilai yang dijunjung, sehingga diharapkan tahu bagaimana menghargai manusia lainnya sesuai etika dan norma yang berlaku. Berikut penjelasan dari masing-masing aspek:

1) *Moral Knowing* (Pengetahuan Moral)

Hal ini mencakupi 6 tahap, yaitu:

- a) Kesadaran Moral: Memahami konsep dasar pentingnya moral dalam kehidupan seperti benar dan salah serta prinsip-prinsip etis yang mendasar. Remaja harus memiliki pemahaman yang jelas tentang benar dan salah sehingga mereka mampu mengenali tindakan yang etis dan tidak etis.
- b) Penalaran Moral: Kemampuan untuk berpikir kritis dan logis tentang masalah moral, termasuk kemampuan untuk mengevaluasi situasi dan membuat keputusan etis.
- c) Pengambilan Perspektif: Mampu melihat situasi dari sudut pandang orang lain dan memahami bagaimana tindakan mereka mempengaruhi orang lain.

- d) Alasan moral, artinya pengetahuan remaja tentang pentingnya belajar mengenai moral atau nilai-nilai kebaikan.
- e) Pengambilan keputusan, artinya remaja dituntut untuk dapat memikirkan bahwa pendidikan moral harus dilakukan.
- f) Pengetahuan diri sendiri, artinya remaja menyadari nilai-nilai baik apa saja yang harus ada dalam dirinya.

2) *Moral Feeling* (Perasaan Moral)

- a) Empati: Kemampuan untuk merasakan apa yang dirasakan orang lain dan menunjukkan kepekaan terhadap perasaan mereka.
- b) Hati Nurani: Perasaan batin yang memandu seseorang untuk bertindak sesuai dengan nilai-nilai moral mereka, termasuk perasaan bangga saat melakukan hal yang benar dan rasa bersalah saat melakukan hal yang salah.
- c) Penghargaan Terhadap Kebaikan: Mengembangkan perasaan positif terhadap tindakan baik dan keinginan untuk melakukan kebaikan.

3) *Moral Action* (Tindakan Moral):

- a) Kontrol Diri: Kemampuan untuk mengendalikan dorongan dan emosi agar bertindak sesuai dengan standar moral.
- b) Tanggung Jawab: Kesiapan untuk bertanggung jawab atas tindakan sendiri dan memenuhi kewajiban serta janji.

- c) Keberanian Moral: Kemampuan untuk bertindak sesuai dengan keyakinan moral, meskipun menghadapi tekanan sosial atau risiko pribadi.

Proses pembentukan karakter menjadi tanggungjawab lembaga pembinaan secara formal setelah pembinaan informal di lingkungan keluarga. Pembinaan karakter di lembaga pembinaan bukan lagi sebagai sebuah pilihan, namun merupakan suatu keharusan yang tak boleh dihindarkan. Melalui pembinaan karakter diharapkan peserta didik mampu secara mandiri meningkatkan dan menggunakan ilmu pengetahuannya, mengkaji, menghayati serta mengimplementasikan nilai-nilai karakter atau moral mulia dalam perilaku kehidupannya sehari-hari.

Pembentukan karakter para remaja dengan memahami bagaimana manusia belajar dan bagaimana kasus sulli ini memberikan pembelajaran baru dalam pikiran para remaja. Para remaja pengguna Instagram yang melihat postingan tersebut akan menemukan atau menyadari pemikirannya dan menggunakan strategi – strategi mereka sendiri untuk belajar. Media sosial yang digunakan dapat memberikan dan membantu mereka mencapai tingkat penemuan. Pengetahuan mereka merupakan konstruksi bentukan dari dirinya dan lingkungannya (Sumarsih, 2009).

Maka dari itu, Penelitian ini akan berusaha untuk memahami sejauh mana pemberitaan mengenai kasus bunuh diri artis *K-Pop* dapat mempengaruhi pembentukan karakter remaja dan bagaimana hal tersebut berdampak pada kehidupan sehari-hari mereka.

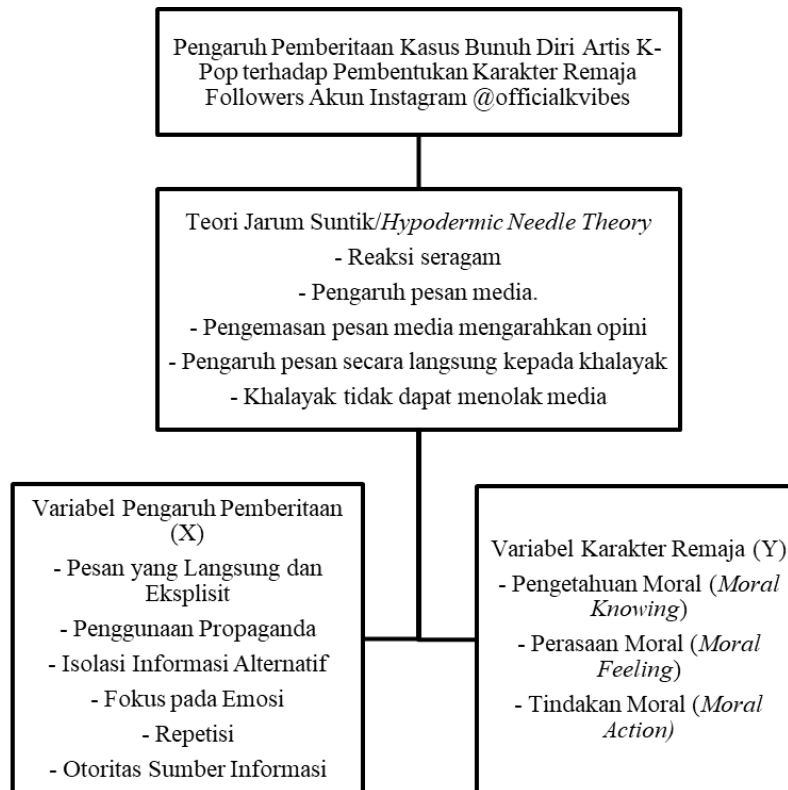


#### d. Media Sosial Instagram

Media sosial adalah jejaring online yang memotivasi terjalinnya hubungan serta jejaring yang memakai teknologi berlandaskan web yang mengganti komunikasi menjadi percakapan antar-hubungan (Marchellia & Siahaan, 2022). Salah satunya yaitu media sosial instagram yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan data statistik terbaru milik situs NapoleonCat. Pada April 2023, terdapat 109.331.200 jiwa atau 39,1% dari seluruh populasi masyarakat indonesia terhitung sebagai pengguna media sosial Instagram di Indonesia. Instagram berasal dari kata “*insta*” atau bisa juga “*instan*” hal ini dikarenakan instagram ialah cara untuk berfoto dan membagikan foto kepada teman-teman terdekat secara mudah dan instan. Dan kata “*gram*” mempunyai arti yaitu kata yang berasal dari kata “*telegram*” yang bermakna seperti telegram, dimana kita dapat dengan cepat mengirimkan informasi kepada seseorang (Ayuningsih, 2012). Sama halnya dengan instagram yang dapat mengirimkan dan menerima informasi berupa foto kepada seseorang secara cepat. Sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai peneliti, remaja pengguna Instagram akan menjadi fokus utama untuk melihat bagaimana pemberitaan kasus bunuh diri artis *K-Pop* mempengaruhi pembentukan karakter mereka, termasuk cara mereka berinteraksi dan berperilaku di platform tersebut.

## F. Kerangka Pemikiran

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran



(Sumber: Telaah Peneliti, 2024)

## G. Definisi Konseptual

Definisi konseptual memiliki arti memaparkan secara terperinci butir dari sebuah pertanyaan atau pernyataan untuk mengumpulkan instrument data. Data dipaparkan sesuai dengan indikator pada penelitian yang mencakup variabel bebas atau Independen (X) dan variabel Terikat atau Dependen (Y). Penentuan indikator sendiri berasal dari penyesuaian antara latar belakang dan teori yang digunakan pada penelitian ini.

Paul De Maeseneer berpendapat bahwa berita merupakan sebuah informasi terkini mengenai kejadian teraktual, penting bagi orang banyak, bermakna (*significant*) dan mempengaruhi khalayak secara relevan serta layak untuk dinikmati (Sandra, 2018). Menurut Romli dalam Mahi Hikmat (2018:148) menjelaskan bahwa makna dasar berita yaitu laporan peristiwa atau peristiwa yang dilaporkan melalui media massa. Dja'far H. Assegaff juga mendefinikan bahwa berita merupakan sebuah laporan tentang fakta atau ide terkini, yang dipilih oleh wartawan untuk disiarkan serta dapat menarik perhatian pembaca (Sugiarti, 2019). Sedangkan pengaruh menurut KBBI adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016). Maka dari itu jika pengaruh dan Pemberitaan disatukan akan bermakna daya yang timbul sebab adanya perbuatan memberitakan suatu kejadian atau peristiwa terkini melalui media massa.

Remaja merupakan tahapan tumbuh menjadi dewasa mencakup kematangan mental, emosional sosial dan fisik. Mereka mempunyai rasa keingintahuan yang tinggi dan sedang mengalami proses perkembangan sebagai persiapan memasuki masa dewasa (Pertiwi, et al., 2020), Pembentukan karakter remaja mejadi sebuah upaya untuk membimbing perilaku manusia menuju standar yang ada agar dapat menghargai persepsi dan nilai-nilai pribadi yang ditampilkan. Karakter (watak, sifat, tabiat ataupun perangai) remaja dapat memperkirakan rekasi-reaksi dirinya terhadap berbagai fenomena yang muncul dalam diri ataupun hubungannya dengan orang lain, dalam berbagai keadaan dan bagaimana cara mengendalikannya. Karakter seseorang sudah tertanam kuat dalam pikiran dan

menjadi sebuah kebiasaan sehingga membuat individu melakukan tindakan spontan atau berpikiran pendek.

Selain itu, adanya fenomena *Korean Wave* yang saat ini sedang mendunia. Selain itu, seperti yang dijelaskan pada situs NapoleonCat. sebelumnya, pengguna media sosial Instagram di Indonesia pada April 2023 dengan rentang usia 18 hingga 24 tahun yang pada dasarnya adalah remaja merupakan kelompok pengguna terbesar dengan jumlah sebesar 41.500.000 pengguna (NapoleonCat Inc., 2023). Dalam penelitian ini, berdasarkan definisi dan data yang diperoleh dari beberapa sumber, *Korean wave* menjadi dampak dari populernya pemberitaan mengenai kasus artis *K-Pop* ini baik di media massa maupun media sosial, seperti Instagram. Tentunya remaja sebagai kelompok pengguna instagram terbanyak sebagian besar mengetahui hal tersebut. Maka dari itu, tentunya berita tersebut mendapat berbagai respon dari para remaja dan pemberitaan tersebut memberi pengaruh terhadap pembentukan karakter remaja pengguna Instagram berdasarkan pengalaman pribadi, pengetahuan sebelumnya, dan lingkungan sosial.

## H. Definisi Operasional

Tabel 1. 2 Definisi Operasional dan Indikator

Variablel	Indikator	Definisi
Pengaruh berita	Pesan yang Langsung dan Eksplisit	Remaja memahami dan menerima pesan tentang bunuh diri artis <i>K-Pop</i> tanpa skeptisisme atau pertanyaan.

		<p>Pesan yang disampaikan di @officialkvibes tentang bunuh diri artis <i>K-Pop</i> diinternalisasi (dihayati berdasarkan keyakinan dan kesadaran) sebagai kebenaran atau fakta.</p>
	<p>Penggunaan Propaganda</p>	<p>Pemberitaan tentang bunuh diri artis <i>K-Pop</i> di @officialkvibes dapat menarik perhatian para pengikutnya.</p> <p>Berita yang disampaikan akun @officialkvibes mengenai tokoh-tokoh <i>K-Pop</i> yang terjerat kasus bunuh diri ini sangatlah kredibel dan terpercaya.</p>
	<p>Isolasi Informasi Alternatif</p>	<p>Pemberitaan tentang kasus bunuh diri artis <i>K-Pop</i> telah berkontribusi pada pembentukan opini atau sikap negatif terhadap industri <i>K-Pop</i> secara keseluruhan.</p> <p>Berita yang disampaikan @officialkvibes mengenai kasus bunuh diri tersebut selalu up to date tidak memberikan pengguna instagram lain ruang untuk diskusi atau memberikan pemikirannya di kolom komentar.</p>

	<p>Berita yang disampaikan @officialkvibes mengenai kasus bunuh diri tersebut hanya menyampaikan berita secara netral tanpa peduli hubungan langsung antara kehidupan artis <i>K-Pop</i> dan tindakan bunuh diri mereka.</p> <p>Berita mengenai kasus bunuh diri tersebut hanya untuk meningkatkan popularitas dan jumlah <i>followers</i> pada akun @officialkvibes</p> <p>Pemberitaan tentang kasus bunuh diri artis <i>K-Pop</i> disajikan dengan cara yang sensitif dan tidak bertanggung jawab oleh media</p>
Fokus pada Emosi	<p>Berita tentang bunuh diri artis <i>K-Pop</i> mempengaruhi suasana hati dan perasaan sehari-hari remaja.</p> <p>Pemberitaan tentang bunuh diri artis <i>K-Pop</i> di @officialkvibes membuat pengikutnya merasa sedih.</p> <p>Pemberitaan tersebut membuat pengikut merasa cemas atau khawatir.</p>

		<p>Berita tentang bunuh diri artis <i>K-Pop</i> di @officialkvibes selalu memberi pengaruh secara emosional</p> <p>Pemberitaan di @officialkvibes membantu pengikutnya memahami pentingnya empati dan dukungan terhadap orang yang mengalami masalah mental.</p>
	<p>Repetisi</p>	<p>Pemberitaan tentang kasus bunuh diri artis <i>K-Pop</i> di akun Instagram @officialkvibes sering terlihat.</p> <p>Adanya pengulangan berita berkali-kali dan diupdate setiap waktu di berbagai postingan Berita mengenai bunuh diri artis <i>K-Pop</i>.</p> <p>Pengikut akun @officialkvibes mengingat dengan jelas berita yang berkaitan tentang bunuh diri artis <i>K-Pop</i></p> <p>Sering menemukan pemberitaan tentang kasus bunuh diri artis <i>K-Pop</i> di media sosial atau platform berita yang saya ikuti</p>

	Otoritas Informasi	Sumber	Informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @officialkvibes tentang bunuh diri artis <i>K-Pop</i> akurat dan dapat dipercaya.  Para pengikut cenderung mempercayai berita yang saya baca di @officialkvibes tanpa mencari sumber informasi lain.
Karakter Remaja	<i>Moral</i> (Pengetahuan Moral)	<i>knowing</i>	Pemberitaan tentang kasus bunuh diri artis <i>K-Pop</i> mempengaruhi secara positif pada sikap remaja terhadap stigmatisasi masalah kesehatan mental  Menjadi lebih kritis terhadap cara media melaporkan kasus bunuh diri.  Pemberitaan tentang kasus bunuh diri artis <i>K-Pop</i> telah mempengaruhi pemahaman tentang pentingnya kesehatan mental  Pemberitaan mengenai kasus bunuh diri artis <i>K-Pop</i> membuat lebih sadar akan pentingnya kesehatan mental.  Kesehatan mental sama pentingnya dengan kesehatan fisik.



		<p>Pemberitaan kasus bunuh diri artis <i>K-Pop</i> telah mengubah persepsi terkait tekanan dan tantangan yang dihadapi oleh individu di industri hiburan</p> <p>Pemberitaan kasus bunuh diri artis <i>K-Pop</i> membuat masyarakat lebih sadar tentang pentingnya dukungan sosial.</p> <p>Industri <i>K-Pop</i> memberikan tekanan yang tidak realistis kepada artisnya.</p> <p>Pemberitaan tentang kasus bunuh diri artis <i>K-Pop</i> ini mempengaruhi diskusi masyarakat tentang kesehatan mental dan dukungan sosial khalayak.</p> <p>Pemberitaan mengenai kasus bunuh diri artis <i>K-Pop</i> di Instagram mempengaruhi cara berinteraksi dengan teman atau pengguna lainnya di platform ini.</p>
	<p><i>Moral feeling</i> (Perasaan Moral)</p>	<p>Pemberitaan kasus bunuh diri artis <i>K-Pop</i> di media sosial dan berita online mempengaruhi perasaan remaja pengguna Instagram.</p>

		<p>Merasa lebih empati terhadap masalah kesehatan mental setelah membaca tentang kasus bunuh diri artis <i>K-Pop</i>.</p> <p>Merasa cemas atau khawatir setelah membaca atau melihat berita tentang kasus bunuh diri artis <i>K-Pop</i> di Instagram.</p> <p>Merasa sedih dan turut berduka terhadap masalah kasus bunuh diri tersebut</p> <p>Merasa tertekan atau merasa rendah diri setelah melihat pemberitaan tentang kasus bunuh diri artis <i>K-Pop</i> di Instagram.</p> <p>Remaja terinspirasi untuk berpartisipasi dalam kampanye kesadaran tentang kesehatan mental setelah melihat pemberitaan tentang kasus bunuh diri artis <i>K-Pop</i> di Instagram.</p>
	<p><i>Moral action</i> (Tindakan Moral)</p>	<p>Penting untuk membicarakan masalah kesehatan mental secara terbuka untuk mengurangi stigma.</p>

		<p>Pemberitaan tentang kasus bunuh diri artis <i>K-Pop</i> membuat lebih peka terhadap masalah kesehatan mental dan berusaha untuk memberikan dukungan kepada orang-orang di sekitar saya.</p> <p>Setelah mengikuti pemberitaan tentang kasus bunuh diri artis <i>K-Pop</i>, remaja lebih termotivasi untuk mendukung kampanye atau inisiatif kesehatan mental</p> <p>pemberitaan tentang kasus bunuh diri artis <i>K-Pop</i> menjadikan remaja ikut serta mendukung Kesehatan mental.</p> <p>Setelah terpapar pemberitaan, Remaja merasa termotivasi dan mencoba untuk mencari informasi lebih lanjut tentang cara membantu orang yang mengalami masalah kesehatan mental.</p> <p>Remaja berbicara dengan teman atau keluarga tentang pentingnya kesehatan mental setelah membaca pemberitaan tersebut.</p>
--	--	--

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

## **I. Hipotesis**

Pada umumnya para remaja memiliki sifat dan emosi yang belum stabil sebab mereka masih berada pada masa dimana mereka masih mencari jati diri, sehingga mereka akan mengembangkan cara berpikirnya sendiri terhadap hal yang dilihat. Penelitian ini dilakukan guna menganalisa bagaimana kasus sulli ini dapat memberikan efek pada pertumbuhan dan perkembangan karakter para remaja Indonesia,

Maka dari itu, inti dari hipotesis pada penelitian ini yaitu:

H<sub>0</sub>: tidak adanya pengaruh pemberitaan kasus bunuh diri artis *K-Pop* terhadap pembentukan karakter remaja *followers* akun Instagram @officialkvibes

H<sub>a</sub>: adanya pengaruh pemberitaan kasus bunuh diri artis *K-Pop* terhadap pembentukan karakter remaja *followers* akun Instagram @officialkvibes

## **J. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian yang akan di gunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif deskriptif dengan metode survey untuk mengukur teori yang digunakan pada penelitian ini. Menurut Singaribun, penelitian dengan jenis survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data pokok (Fathoni, 2018). Penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar atau kecil dengan data yang dipelajari dari data sampel yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif,

distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis, kemudian akan dilanjutkan dengan mengkaji lebih dalam terkait hasil yang didapat sesuai dengan teori yang digunakan.

## 2. Lokasi/Objek Penelitian

Penelitian dilakukan melalui *platform* media sosial Instagram dengan objek penelitian pengaruh pemberitaan kasus bunuh diri artis *K-Pop*.

## 3. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp sesuai dengan tujuan dan kriteria sampel yang dibutuhkan peneliti untuk hasil dari penelitian ini. Penelitian ini dilakukan selama 2 - 3 bulan terhitung sejak Pertengahan Mei 2024 hingga Juli 2024.

## 4. Populasi dan Sampel

Menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) mengatakan, rentang usia remaja ialah 10 hingga 24 tahun dan belum menikah, maka dapat diartikan remaja ialah masa pergantian dari anak-anak menuju dewasa (Rany, 2022). Penelitian ini menggunakan para pengikut akun Instagram @officialkvibes sebagai sampel dari penelitian ini. Maka dari itu, populasi dari penelitian ini adalah remaja pengguna media sosial Instagram dengan rentang usia 10 hingga 24 tahun yang merupakan pengguna pengikut akun media sosial Instagram @officialkvibes. Diketahui bahwa pada bulan Mei 2024, pengikut akun Instagram ini berjumlah 1.200.000 pengguna. Tentunya angka tersebut merupakan angka yang

besar. Maka dari itu, diperlukannya rumus slovin untuk menghitung banyaknya sampel atau responden pada penelitian ini, sehingga jumlah responden sudah masuk dalam kriteria sehingga layak untuk diteliti.

## 5. Teknik Sampling

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu non probability sampling dengan jenis purposive sampling, yaitu teknik menetapkan ciri khusus sesuai dengan tujuan penelitian, memberi peluang bagi setiap populasi untuk ditanyakan dan diambil datanya oleh peneliti yang akan dilakukan. Jenis sampling ini merupakan jenis pembagian responden dalam kelompok kelompok tertentu. Maka dari itu, peneliti menetapkan beberapa karakteristik sebagai berikut:

- a) Berusia 10 hingga 24 tahun.
- b) Menggunakan dan memiliki akun media sosial Instagram
- c) Merupakan *follower*/pengikut akun media sosial @officialkvibes di media sosial Instagram

Untuk menentukan banyaknya sampel, digunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

N = Banyaknya Populasi

n = Banyak sampel yang dicari

e = Besar kesalahan yang ditentukan oleh peneliti

1 = Rumus tetap

Berarti perhitungannya adalah:

$N = 1.200.000$  pengikut Instagram @officialkvibes

$e = 10\% = 0,1$

$$n = \frac{1.200.000}{1 + 1.200.000 \times 10\%^2}$$

$$n = \frac{1.200.000}{1 + 1.200.000 \times 0,01}$$

$$n = \frac{1.200.000}{1 + 12.000}$$

$$n = \frac{1.200.000}{12.001}$$

$$n = 99,99$$

Berdasarkan rumus tersebut, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu 99,99 sampel, yang kemudian akan dibulatkan menjadi 100 sampel yang merupakan pengikut akun media sosial Instagram. Maka dari itu, teknik sampling yang akan di gunakan sekiranya tepat dengan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

## 6. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner akan menggunakan teknik pengukuran data skala likert (skala lima). Menurut Sugiyono (2010:133), skala likert adalah skala yang mengukur variabel dengan menjabarkan variabel menjadi indikator variabel (Fakhri, 2021). Kemudian indikator variabel tersebut dijadikan tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan.

Pengukuran data penelitian dengan teknik ini umumnya digunakan dalam penelitian survey untuk mengetahui perbedaan dari setiap indikator datanya. Kemudian peneliti menentukan dan memasukkan skor pada setiap item pertanyaan dan kemudian ditentukan dalam daftar tabulasi data menggunakan Microsoft Excel sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Skala Likert

Pertanyaan	Kode	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

(Sumber: Telaah Peneliti, 2024)

## 7. Teknik Validasi Data

### a) Uji Validitas

Penelitian ini akan menggunakan metode analisis menggunakan SPSS versi 27. SPSS adalah aplikasi yang dapat membantu para penggunanya dalam menganalisa statistika. Maka dari itu, penelitian ini menggunakan aplikasi tersebut untuk menguji tiap item yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan dari penelitian ini. Penelitian ini akan menggunakan rumus Korelasi *Product Moment* dari Karl Pearson untuk menguji validitas, dimana rumus ini dapat membantu mengkorelasikan skor tiap item dan skor total:



$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} - \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = korelasi antara x dan y (koefisien korelasi)

$\sum X$  = korelasi skor tiap item

$\sum Y$  = korelasi skor total

N = Jumlah responden

Koefisien korelasi menjadi sebuah patokan untuk mengukur hubungan dari tiap variabel. Nilai koefisien korelasi berada di antara  $-1 < 0 < 1$ , dimana jika  $r = -1$ , maka penelitian dapat dikatakan tidak valid. Sedangkan jika  $r = 1$ , maka penelitian dapat dikatakan valid.

#### b) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas pada penelitian ini menggunakan rumus Alfa Cronbach:

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

Keterangan:

$\alpha$  = Koefisien Alfa Cronbach

$k$  = Jumlah item yang valid

$\sum S_i^2$  = Jumlah varian butir

$S_t^2$  = Varian skor total

Terdapat dua hal yang menjadi ketentuan mengukur reliabilitas berdasar nilai Cronbach Alpha, yaitu jika nilai  $> 0,60$  maka komposisi pertanyaan dimensi variabel reliabel, dan sebaliknya jika nilai  $< 0,60$  maka komposisi pertanyaan dimensi variabel tidak reliabel.

## 8. Teknik Analisis Data

### a) Uji Analisis Deskriptif

Uji analisis deskriptif pada penelitian digunakan untuk mendeskripsikan, meneliti, dan menjelaskan kesimpulan dari variabel berdasarkan nilai terendah, nilai tertinggi, nilai rata – rata, dan standar deviasi, yang kemudian akan diteliti dan diamati dengan menggunakan tabel pedoman rata-rata pengaruh seperti dibawah ini.

Tabel 1. 4 Pedoman Kategorisasi Rata-rata Skor Pengaruh

Interval	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Rendah/Sangat Buruk
1,81 – 2,60	Rendah/Buruk
2,61 – 3,40	Cukup/Sedang
3,41 – 4,20	Tinggi/Baik
4,21 – 5,00	Sangat Tinggi/Sangat Baik

(Sumber: Olahan Peneliti,2024)

### b) Uji Regresi Sederhana

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan rumus regresi linier sederhana:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

X = Varibel tidak bebas

Y = Varibel bebas

a = nilai intercept (konstan) atau harga Y apabila X = 0

$b$  = koefisien regresi, angka peningkatan atau penurunan variabel terikat yang berdasarkan variabel bebas, jika  $b$  (+) maka terjadi kenaikan dan jika  $b$  (-) maka terjadi penurunan.

Sebelum melakukan uji analisis regresi ini, terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi, yaitu:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas sendiri digunakan untuk mengetahui apakah data pada penelitian ini terdistribusi normal atau tidak normal. Penelitian ini menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* melihat nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi  $>0,05$ , maka data pada penelitian ini terdistribusi normal, dan sebaliknya jika nilai signifikansi  $<0,05$ , maka data pada penelitian ini tidak terdistribusi secara normal.

2) Uji Linearitas

Uji linieritas berfungsi untuk mengukur hubungan yang linear atau tidak secara signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Pengujian linieritas ini menggunakan program SPSS versi 27 dengan melihat taraf nilai signifikansi linierity. Apabila nilai signifikansi linierity lebih dari 0,05 maka hubungan antar variabel tersebut bersifat linier. Juga sebaliknya, jika nilai signifikansi linierity kurang dari 0,05 maka hubungan antar variabel tersebut bersifat non linier.

## 9. Uji Hipotesis

### a) Uji koefisien Determinasi (*R-Squared*)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menentukan sejauh mana kemampuan atau pengaruh sejumlah variabel bebas dalam model persamaan regresi linier untuk menjelaskan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol dan 1, sehingga apabila nilai koefisien determinasi pada suatu estimasi mendekati angka satu atau di atas angka 0,5, maka dapat dikatakan bahwa variabel dependen menjelaskan variabel independennya dengan baik. Sebaliknya, apabila nilai koefisien determinasi jatuh di bawah angka satu, yaitu di bawah 0,5 atau mendekati 0, maka variabel independen menjelaskan variabel dependennya dengan lebih buruk. Maka dari itu, uji pada penelitian ini menggunakan rumus:

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

Keterangan:

$KD$  = nilai koefisien determinasi

$R^2$  = nilai koefisien korelasi

### b) Uji T (Uji Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan dari masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan membandingkan hasil perhitungan dari nilai *p-value* hasil uji t dengan t tabel dengan tingkat signifikan 5%. Maka dari itu, hipotesis penelitian akan diterima apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Sebaliknya, jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka hipotesis penelitian akan ditolak.