

PENGARUH TAYANGAN “PENGAKUAN SANG PENJAGAL ANJING” DI IGTV TERHADAP TINGKAT PENGETAHUAN FOLLOWERS @KOMPASTV

Bianca Fianto

biancafianto@gmail.com

Mira Herlina

mira.Herlina@Budiluhur.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

The purpose of the study was to determine whether there was an influence between the impressions of the Dog Slaughterer's Recognition on IGTV and the level of knowledge of @KompasTV followers. This study uses the theory of SMCR (Source, Message, Channel, Receiver). This research uses positivist paradigm, quantitative approach, and uses explanative survey method in obtaining data. The technique of obtaining data is done by distributing questionnaires to @KompasTV followers by online through Direct Message and using Google Form. Can be seen from the correlation value of 0.619. The correlation is at a strong level. determination coefficient of 0.383 which if presented to 38%. So it can be concluded that the effect variable of the Dog Slaughterer's Recognition Impression on IGTV on the knowledge level of @ KompasTV followers is 38% and the remaining 62% is another variable not examined. After conducting research, it can be proven that H_0 is rejected and H_a is accepted, it can be seen from the significance value of $0,000 < 0,1$ which means that there is a strong influence between the effect of the Dog Slaughterer's Recognition on IGTV (Variable X) on the level of knowledge of @KompasTV followers (Y variable)

Keywords: *influence, impression, knowledge*

PENDAHULUAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari *Dog Meat Free Indonesia*, Indonesia ada pada urutan ke-5 sebagai Negara tertinggi dalam mengonsumsi daging anjing. Artinya, di Indonesia daging anjing bukan merupakan sesuatu yang asing. Bahkan eksistensinya sudah ada sejak berpuluh-puluh tahun silam. Tak dapat dipungkiri bahkan daging anjing merupakan kegemaran sebagian masyarakat Indonesia, seperti daerah solo, medan, manado, dan lain sebagainya

Meskipun distribusi dan perdagangan daging anjing telah ada sejak dulu, bukan berarti tidak ada pertentangan. Sejak dahulu hingga saat ini pertentangan dari berbagai

kalangan terus di lontarkan. Baik dari organisasi pencinta hewan, ikatan dokter hewan Indonesia, bahkan hingga masyarakat umum. Salah satu pertentangan yang baru saja terjadi adalah *campaign* dengan tajuk “*Dog Meat Free Indonesia*” yang dibuat oleh 6 asosiasi pencinta hewan diantaranya *Jakarta Animal Aid Network, Animal Friends Jogja, Change For Animal Foundation, Humane Society International, Four Paws, dan Animal Asia*

Media sosial merupakan sarana komunikasi masa kini yang sangat pesat dan cepat dalam perkembangannya, selain itu sosial media saat ini bisa dikatakan telah menjadi ujung tombak sarana komunikasi khususnya bagi para remaja. Teknologi media

sosial yang telah berkembang pesat menjadikan banyaknya jenis sosial media bermunculan, salah satunya yaitu *instagram*. Instagram adalah salah satu sosial media yang bisa dikatakan memiliki genre *picture publishing*, karena keunggulannya dalam mengambil, mengedit serta mengunggah suatu gambar dan konten *like* (suka), komentar serta *following* maka bisa dikatakan *instagram* adalah jenis sosial media *picture publishing*. Berdasarkan data yang didapatkan dari Alexa, *instagram* memiliki peringkat 14 sedunia.

Seiring dengan berjalannya waktu, *instagram* selalu mengembangkan fitur-fitur didalamnya mulai dari *instastory* hingga IGTV. IGTV bisa dibidang sebagai kompetitor YouTube. Hanya saja, platform tersebut fokus pada video berformat vertikal alias *full-screen* di layar *smartphone*, dan video yang diunggah tidak akan hilang layaknya *Stories*. Setelah banyaknya akun yang mulai menyebarkan informasi via fitur terbaru *instagram* ini, banyak akun media yang berlomba lomba dalam memanfaatkan eksistensi IGTV. Salah satu akun yang cukup aktif dalam penggunaan fitur IGTV adalah @kompasTv dengan jumlah pengikut sebanyak 837.000 (per tanggal 18 April 2019) dan telah mengunggah karya jurnalistik sebanyak 33 video dengan berbagai konten.

Konten perdagangan daging anjing milik @KompasTV terdiri dari 3 bagian dengan judul yang berbeda-beda dan bahasan yang berbeda pula. Dimana masing-masing bagian di unggah dalam waktu yang berdekatan yakni 1 hari setelah bagian pertama di publikasikan. Diantara ke-tiga *series* perdagangan anjing ini, hanya bagian ke-tiga yang memiliki jumlah *viewers* paling banyak bahkan sampai 10 kali lipat yakni sebanyak 69.700 dibanding bagian ke-1 dan ke-2 yang hanya berkisar antara 3000-8000 *viewers*. Hal ini tentu juga menjadi latar

belakang penelitian ini. Mengapa bisa terjadi lonjakan *viewers* yang begitu besar hanya dengan jeda waktu 1 hari sejak bagian ke-1 dan ke-2 di publikasikan. Ada hal apa yang ingin diketahui *audience* pada bagian ini? Seberapa besar tayangan ini mempengaruhi tingkat pengetahuan *followers* dari @KompasTV tentang penjalagan anjing?

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti peneliti adalah : Bagaimana pengaruh tayangan “Pengakuan Sang Penjalag Anjing” di IGTV terhadap tingkat pengetahuan *followers* @KompasTV tentang penjalagan anjing

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh tayangan “Pengakuan Sang Penjalag Anjing” di IGTV terhadap tingkat pengetahuan *followers* @KompasTV tentang penjalagan anjing.

Penelitian ini menggunakan teori SMCR yang dikemukakan oleh David Berlo. kepanjangan dari *Source* (Sumber), *Message* (Pesan), *channel* (saluran), *Receiver* (Penerima). Sebagaimana dikemukakan Berlo, sumber adalah pihak yang menciptakan pesan baik seseorang ataupun suatu kelompok. Pesan adalah terjemahan gagasan kedalam kode simbolik seperti bahasan atau isyarat saluran adalah medium yang membawa pesan dan penerima pesan adalah orang yang menjadi sasaran komunikasi. Proses komunikasi akan berjalan dengan baik apabila 4 komponen itu dapat saling berhubungan, saling berproses dalam mewujudkan komunikasi yang dikehendaki (Mulyana,2003:150)

Dari teori tersebut dapat kita lihat, pesan pesan yang terdapat dalam tayangan “Pengakuan sang penjalag anjing” di IGTV

memiliki pengaruh atau tidak terhadap tingkat pengetahuan followers @KompasTV. Objeknya adalah tayangan “Pengakuan Sang Penjagal Anjing” dan respon yang diharapkan adalah pemahaman terhadap tayangan tersebut sehingga meningkatkan pengetahuan audience.

- Ha : “terdapat pengaruh antara tayangan “pengakuan sang penjagal anjing” di IGTV terhadap tingkat pengetahuan followers @KompasTV”
- H0 : “tidak terdapat pengaruh antara tayangan “pengakuan sang penjagal anjing” di IGTV terhadap tingkat pengetahuan followers @KompasTV”

Tabel 1 : Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian	pengaruh menonton film upin dan ipin terhadap pengetahuan dan perilaku positif murid sekolah dasar negeri 26 tino toa bantaeng	pengaruh tayangan apa kabar indonesia tvone terhadap pengetahuan santri sma pondok pesantren daar el qolam 2 mengenai makna radikalisme islam	pengaruh tayangan dunia binatang di trans7 terhadap pengetahuan satwa pada anak anak
-------------------------	--	---	--

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam studi yang dilakukan oleh ward dan smith (2005 dikutip oleh Zubaidi 2011) menyebutkan lima karakter yang membedakan media baru dengan media lama pada umumnya, antara lain : (1) Paket Switching, (2) Multimedia, (3) interaktif, (4) Synchronicity, (5) Hypertextuality (Wahid,2016:81). Dan dalam buku Afdjani (2013:164) terdapat beberapa efek dari media massa diantaranya : (1) Kognitif, (2) Afektif, (3) Konatif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilandasi pada suatu asumsi bahwa suatu gejala itu diklasifikasikan, dan hubungan gejala bersifat kasual (sebab-akibat). Dengan pengirim pesan (komunikator, encoder), untuk mengubah pengetahuan (sikap atau perilaku) penerima pesan (komunikas,decoder) dalam suatu penyampaian informasi yang bersifat satu arah. Maksud dalam penelitian ini, peneliti mengambil permasalahan pada paradigma positivisme, karena adanya permasalahan yang dilandasi sebab-akibat. Dimana sebab itu pemicu adanya permasalahan dengan adanya pengaruh tayangan “Pengakuan Sang Penjagal Anjing” di IGTV, dan akibat dari permasalahan yang ada yaitu tingkat pengetahuan followers @KompasTV

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan Kuantitatif dan akan menggunakan metode survei eksplanatif, dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara pengetahuan sang penjagal anjing dengan tingkat pengetahuan followers.

Pada penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah adalah *followers* dari akun instagram milik KompasTV dan yang menjadi objek penelitian adalah Tayangan Pengakuan Sang Penjagal Anjing di @KompasTV

Peneliti mengambil populasi pada *followers* “Pengakuan sang penjagal anjing” di IGTV @KompasTV yaitu sebanyak 837.000 (

Data Pertanggal 18 April 2019) Untuk mengetahui jumlah sampel yang akan digunakan, perhitungan yang dilakukan oleh peneliti menggunakan rumus slovin, dimana populasi didapat dari jumlah *followers* @kompasTV, dan didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Nonprobability sampling* dengan teknik "*Purposive Sampling*", teknik ini mencakup orang-orang yang di seleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset. Pada penelitian ini, Peneliti menggunakan skala *likert* sebagai alat ukur instrumen penelitian. Alat bantu penelitian yang digunakan adalah kuisisioner sebagai data primer, dan buku-buku sebagai data sekunder. Dalam penelitian ini, menggunakan analisis data *bivariat*. Analisis *bivariat*.

Waktu pelaksanaan penelitian dimulai dari bulan maret 2019. Dalam proses penelitian ini tentu memiliki proses yang tidak sebentar dan membutuhkan waktu untuk melakukan pra riset yang meliputi observasi pada *followers* @KompasTV. peneliti melakukan riset lapangan dengan menyebarkan kuisisioner kepada sejumlah responden yaitu *followers* @KompasTV yang menyaksikan tayangan "Pengakuan Sang Penjagal Anjing"

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan, untuk mendapatkan data yang valid bergantung pada alat ukur yang digunakan sehingga menghasilkan data yang valid. (Kriyantono,2016:121).

Dasar pengambilan keputusan pada uji validitas sebagai berikut:

a. Jika $r_{hitung} > 0,3783$ (r_{tabel}), maka

butiran atau pernyataan tersebut valid.

b. Jika $r_{hitung} < 0,3783$ (r_{tabel}), maka butiran atau pernyataan tersebut tidak valid.

Realibilitas artinya memiliki sifat dapat dipercaya. Dengan kata lain, suatu alat ukur memiliki reliabilitas bila hasil pengukurannya relatif konsisten apabila alat ukur tersebut digunakan berulang kali oleh peneliti yang sama atau oleh peneliti lainnya. Alat ukur disebut reliabel bila alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil atau jawaban yang sama terhadap gejala yang sama, walau digunakan berulang kali.

Keputusan dapat dikatakan reliabel apabila :

- Cronbach Alpha yang dihasilkan $> 0,60$ maka reliabel
- Cronbach Alpha yang dihasilkan $< 0,60$ maka tidak reliabel

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis korelasi dari data output SPSS versi 25 tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien antara pengaruh tayangan "pengakuan sang penjagal anjing" di IGTV adalah sebesar 0,000 menunjukkan hubungan korelasi yang dinyatakan alfa 0,1 (taraf signifikansi 10%) dan 0,000 sig (2-tailed) bahwa $0,000 < 0,1$ maka terdapat korelasi yang signifikan artinya terdapat pengaruh.

Sedangkan untuk melihat kekuatan korelasi antara kedua variabel dapat dilihat pada *Rank Spearman* berjumlah 0,558 yang menunjukkan adanya hubungan korelasi. angka koefisien korelasi 0,40-0,599 yang artinya hubungan variabel X dan variabel Y berada pada taraf sedang. Angka koefisien korelasi pada hasil di atas bernilai positif yaitu 0,558 sehingga hubungan kedua variabel tersebut bersifat searah. Dengan demikian dapat diartikan bahwa semakin ditingkatkan penayangan penjagalan anjing, semakin tinggi pula tingkat pengetahuan *followers*

@KompasTV tentang penjagalan anjing. Maka dapat disimpulkan pada H_0 ditolak dan H_a diterima. Bahwa terdapat pengaruh antara tayangan “pengakuan sang penjagal anjing” di IGTV terhadap tingkat pengetahuan followers @KompasTV.

Pada Uji Regresi, diketahui bahwa nilai R adalah 0,619. Maka hubungan korelasi antara pengaruh tayangan pengakuan sang penjagal anjing di IGTV (Variabel X) terhadap tingkat pengetahuan followers @KompasTV (Variabel Y) tergolong dalam tingkat korelasi kuat antara variabel X dan variabel Y, artinya bahwa hipotesis alternative (H_a) diterima yang berarti hubungan korelasi kuat antara pengaruh tayangan pengakuan sang penjagal anjing IGTV (Variabel X) terhadap tingkat pengetahuan followers @KompasTV (Variabel Y)

Pada Uji Regresi juga menunjukkan nilai R square atau koefisien determinasi sebesar 0,383 yang bila di presentasikan menjadi 38% dan dapat disimpulkan bahwa variabel pengaruh tayangan pengakuan sang penjagal anjing di IGTV terhadap tingkat pengetahuan followers sebesar 38% dan sisanya 62% yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil Uji Anova di atas, diketahui bahwa nilai sig. adalah 0,000 hal ini berarti nilai sig < 0,1 sehingga model regresi yang diperoleh dapat digunakan untuk memprediksi tingkat pengetahuan followers @KompasTV

Dalam penelitian ini, terkait dengan teori komunikasi berlo (SMCR) yaitu bahwa source (sumber) berasal dari KompasTV yang menyampaikan Message (pesan) yaitu pengakuan sang penjagal anjing, yang kemudian dikomunikasikan melalui Channel (saluran) IGTV yang dipublikasikan dan ditujukan kepada receiver (penerima) dimana penerima ini adalah para followers @KompasTV. Jika peneliti amati dalam respon dari viewers tayangan ini, tak sedikit dari mereka yang mengemukakan

pendapatnya dengan emosi dan mengeluarkan statement-statement menolak penjagalan anjing. Artinya pesan yang disampaikan oleh @KompasTV memang sampai kepada masyarakat yang menyaksikan tayangan ini. Sesuai dengan hasil penelitian ini pun terbukti bahwa memang tayangan pengakuan sang penjagal anjing mampu meningkatkan pengetahuan Followers @KompasTV. Walaupun mereka banyak yang merasa marah lantaran menyaksikan video ini, namun tidak dapat dipungkiri bahwa mereka mendapatkan informasi dari apa yang mereka saksikan.

Komunikasi yang dikehendaki pengirim telah diterima dengan baik, Yakni tayangan “Pengakuan sang penjagal anjing”. *Knowledge* yang dimiliki oleh KompasTV beriringan dengan apa yang disukai oleh *audience*. Dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara tayangan “Pengakuan Sang Penjagal Anjing” di IGTV terhadap tingkat pengetahuan followers @KompasTV. Sehingga dapat disimpulkan berdasarkan teori SMCR bahwa pesan dalam tayangan pengakuan sang penjagal anjing mampu menambah pengetahuan followers @KompasTV

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan :

1. diketahui bahwa nilai r hitung sebesar 0,619. Maka hubungan korelasi antara pengaruh tayangan pengakuan sang penjagal anjing di IGTV (Variabel X) terhadap tingkat pengetahuan followers @KompasTV (Variabel Y) tergolong dalam tingkat korelasi kuat antara variabel X dan variabel Y, artinya bahwa hipotesis alternative (H_a) diterima yang berarti hubungan korelasi **kuat** antara pengaruh tayangan pengakuan sang

penjagal anjing IGTV (Variabel X) terhadap tingkat pengetahuan followers @KompasTV (Variabel Y)

2. nilai R square atau koefisien determinasi sebesar 0,383 yang bila di presentasikan menjadi 38% dan dapat disimpulkan bahwa variabel pengaruh tayangan pengakuan sang penjagal anjing di IGTV terhadap tingkat pengetahuan followers sebesar 38% dan sisanya 62% yang tidak diteliti dalam penelitian ini
3. Melalui hasil Uji anova diketahui bahwa nilai sig adalah 0,000 hal ini menunjukkan nilai sig<0,1 sehingga model regresi yang diperoleh dapat digunakan untuk memprediksikan variabel tingkat pengetahuan followers @KompasTV
4. Dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara tayangan "Pengakuan Sang Penjagal Anjing" di IGTV terhadap tingkat pengetahuan followers @KompasTV. Sehingga dapat disimpulkan berdasarkan teori SMCR bahwa pesan dalam tayangan pengakuan sang penjagal anjing mampu menambah pengetahuan followers @KompasTV dengan durasi yang sangat singkat namun informasi yang didapatkan setara dengan tayangan yang berdurasi panjang.

Saran :

Saran Teoritis

1. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori SMCR milik david berlo. Peneliti mengharapkan agar pada penelitian selanjutnya apa yang telah diteliti pada penelitian ini dapat dikembangkan sehingga bisa menjadi penelitian yang lebih sempurna dan lebih luas.
2. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa/i

yang sedang melakukan penelitian sejenis

Saran Praktis :

1. skor mean terendah pada variabel X adalah indikator multimedia dengan nilai mean 4,02 yang artinya tayangan pengakuan sang penjagal anjing masih mengandung unsur teks,gambar dan suara yang kurang jelas. sedangkan indikator tertinggi ada pada indikator kypertextuality dengan nilai mean 4,17.sehingga saran peneliti berdasarkan data yang ada bahwa sebaiknya tayangan dapat ditambahkan teks agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima lebih mudah ketika audience tidak mendengar dengan baik apa yang disampaikan narasumber.
2. skor mean terendah pada variabel Y adalah pada behavioral dengan nilai mean 2,64 dan skor tertinggi ada pada infikator kognitif dengan nilai 4,17. Sehingga berdasarkan data yang ada, peniliti ingin memberi saran kepada @KompasTV agar pada konten-konten berikutnya bisa mengupas informasi lebih dalam agar lebih menarik sehingga rasa ingin tahu dari audience dapat terpenuhi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdjani, Hadiono. 2013. Ilmu Komunikasi, Proses, dan Strategi. Tangerang: Empat Pena Publishing
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita.
- Kriyantono, Rachmat. 2016. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Kencana
- Mulyana, Deddy. 2003. Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar. Bandung : Remaja Rosada Karya
- Rakhmat, Djalaluddin. 2018. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Simbiosis Rekatama Media
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta
- Wahid, Dr. Umaimah. 2016. Komunikasi Politik, Teori Konsep, dan Aplikasi