

SKRIPSI

**PENGARUH TERPAAN KONTEN, KUALITAS KONTEN DAN
KREDIBILITAS KONTEN INSTAGRAM (@DETIKCOM) TERKAIT
PENYERANGAN RUMAH SAKIT INDONESIA DI PALESTINA
TERHADAP SIKAP DIKALANGAN GEN-Z KOTA SURAKARTA**

Diajukan Untuk Memenuhi syarat Akademik Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)



DISUSUN OLEH

NAMA: ANGGUN PERMATASARI

NIM: 20055460

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH TERPAAN KONTEN, KUALITAS KONTEN DAN
KREDIBILITAS KONTEN INSTAGRAM (@DETIKCOM) TERKAIT
PENYERANGAN RUMAH SAKIT INDONESIA DI PALESTINA
TERHADAP SIKAP DI KALANGAN GEN-Z KOTA SURAKARTA**

Diajukan untuk Memenuhi

Syarat Akademik Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun Oleh :

Anggun Permatasari

20055460

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing

STIKOM
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI
YOGYAKARTA

Hardoyo, M.A.

PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI

STIKOM YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten, Kualitas Konten dan Kredibilitas Konten Instagram @Detikcom Terkait Penyerangan Rumah Sakit Indonesia di Palestina Terhadap Sikap Dikalangan Gen-Z Kota Surakarta.

Nama Mahasiswa : Anggun Permatasari
NIM : 20055460
Program Studi : SI Ilmu Komunikasi

Telah diujikan di depan tim penguji skripsi pada :

Hari/Tanggal : Selasa, 28 Mei 2024
Pukul : 10.00 – 12.00 WIB
Tempat : Ruang Presentasi (Lantai 2)

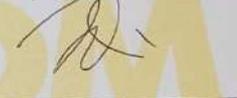
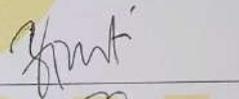
Tim Dosen Penguji

1. Rofiq Anwar S.I.P., M.A
NIDN. 0011017901

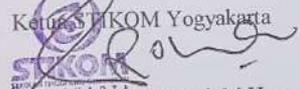
2. Yuni Retnowati, S.I.P. M.Si
NIDN. 0018066701

3. Hardoyo, S.Sos. M.A
NIDN. 0516047201

Tanda Tangan



Mengetahui

Ketua STIKOM Yogyakarta

Karina Rima Melati, M.Hum.
NIDN. 0530098201

Mengesahkan

Kepala Program Studi

Dr. Ahmad Muntaha, M.Si
NIDN . 0527056401

PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anggun Permatasari
Tempat/ tanggal lahir : Karanganyar, 08 Agustus 2001
NIM : 20055460
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa proposal yang berjudul "*PENGARUH TERPAAN KONTEN, KUALITAS KONTEN DAN KREDIBILITAS KONTEN INSTAGRAM (@DETIKCOM) TERKAIT PENYERANGAN RUMAH SAKIT INDONESIA DI PALESTINA TERHADAP SIKAP DIKALANGAN GEN-Z KOTA SURAKARTA*" adalah hasil karya orisinalitas saya sendiri. Seluruh sumber referensi yang dikutip telah tercantum dalam daftar pustaka. Karya tersebut juga telah dilakukan uji/cek plagiarisme melalui aplikasi Turnitin (Hasil Terlampir).

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan penelitian ini hasil jiplakan (*copy paste*), saya bersedia menerima sanksi akademis dan pidana atas perbuatan saya.

Yogyakarta, 28 Mei 2024



Anggun Permatasari

NIM : 20055460

MOTTO

“ Fa inna ma'al-'usri yusroo “

(Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan)

“ Inna ma'al-'usri yusroo “

(Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Segala puji bagi Allah SWT atas berkat limpahan, rahmad, taufiq, hidayah dan inayah-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun umatnya dari kegelapan, kebodohan dan kesesatan menuju jalan yang baik untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Adapun skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak Muhammad Kalil dan Ibu Warsini, terimakasih banyak atas doa, motivasi, dukungan dan nasehat yang tak pernah terhenti
2. Keluarga besar saudara dari bapak dan ibu saya yang tidak bisa disebut satu persatu
3. Dosen pembimbing Bapak Hardoyo yang telah sabar memberikan arahan dan motivasi dalam mengerjakan skripsi
4. Teman dan sahabat dekat di Solo yang tidak bisa disebut namanya satu persatu terimakasih banyak atas segala dukungan yang diberikan untuk menyelesaikan skripsi
5. Teman – teman sekelas dan seperjuangan ilmu komunikasi angkatan 2020 yang telah berjuang bersama

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT telah memberikan berkat, rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian skripsi dengan judul "*PENGARUH TERPAAN KONTEN, KUALITAS KONTEN DAN KREDIBILITAS KONTEN INSTAGRAM (@DETIKCOM) TERKAIT PENYERANGAN RUMAH SAKIT INDONESIA DI PALESTINA TERHADAP SIKAP DIKALANGAN GEN-Z KOTA SURAKARTA*". Penulis menyadari bahwa proposal penelitian skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Selain itu, dapat terselesaikannya laporan ini dengan baik karena adanya bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Karina Rima Melati, M.Hum, selaku Ketua STIKOM Yogyakarta
2. Bp. Dr. Ahmad Muntaha, M.Si selaku kaprodi bidang studi SI Ilmu Komunikasi STIKOM Yogyakarta
3. Bp. Hariyanto, S.Sos, M.A. Selaku dosen pembimbing yang telah membantu memberikan masukan serta arahan dalam mengerjakan proposal penelitian skripsi sampai dengan selesai
4. Orang tua dan saudara yang selalu memberikan dukungan dan menjadi motivasi serta penyemangat penulis.
5. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan serta semangat kepada penulis

Banyaknya kekurangan dan keterbatasan dalam penulisan proposal penelitian skripsi ini. Penulis mengharapkan segala bentuk arahan, masukan serta kritikan yang membangun dari beberapa pihak. Akhir kata, dari penulis semoga tujuan dari pembuatan proposal hingga laporan skripsi pada penelitian ini dapat tercapai sesuai harapan.

Yogyakarta, 28 Mei 2024



Anggun Permatasari

NIM: 20055460

ABSTRAK

Instagram @detikcom memuat berbagai macam konten informasi seputar berita nasional maupun internasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan konten, kualitas konten dan kredibilitas konten instagram @detikcom terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina terhadap sikap dikalangan gen-z kota Surakarta. Metode yang digunakan kuantitatif dengan jenis pendekatan survei. Teknik pengambilan sampel dengan purposive sampling jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik analisis data dengan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel terpaan konten (X1) sebesar (Sig) $0,028 < 0,05$ sedangkan nilai t hitung $2.235 > 1,984$. Variabel kualitas konten (X2) nilai signifikan (Sig) $0,275 > 0,05$. Sedangkan nilai t hitung $1,099 < 1,984$. Kemudian nilai signifikan (Sig) $0,012 < 0,05$. Sedangkan nilai t hitung $2.570 > 1,984$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hanya variabel terpaan konten dan kredibilitas konten yan berpengaruh pada sikap gen -z. Sedangkan untuk variabel kualitas konten tidak berpengaruh terhadap sikap gen – z.

Kata Kunci: terpaan, kualitas, kredibilitas, konten

ABSTRACT

Instagram @detikcom contains various kinds of information content about national and international news. This research aims to determine the influence of content exposure, content quality and credibility of @detikcom Instagram content related to the attack on the Indonesian hospital in Palestine on attitudes among gen-z in the city of Surakarta. The method used is quantitative with a survey type approach. The sample collection technique was purposive sampling. The number of samples used was 100 respondents. Data analysis technique using multiple linear regression tests. The research results show that the significant value of the content exposure variable (X1) is (Sig) $0.028 < 0.05$ while the calculated t value is $2,235 > 1.984$. The content quality variable (X2) has a significant value (Sig) $0.275 > 0.05$. Meanwhile, the t value is $1.099 < 1.984$. Then the significant value (Sig) is $0.012 < 0.05$. Meanwhile, the calculated t value is $2,570 > 1.984$. So it can be concluded that only the variables of content exposure and content credibility have an influence on the attitudes of gen -z. Meanwhile, the content quality variable has no effect on the attitudes of gen - z.

Keywords: *exposure, quality, credibility, content*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA	Error! Bookmark not defined.
MOTTO.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	v
BAB I_PENDAHULUAN	1
1. LATAR BELAKANG.....	1
2. RUMUSAN MASALAH	9
3. TUJUAN PENELITIAN	10
4. MANFAAT PENELITIAN	10
BAB II_KAJIAN PUSTAKA	12
<u>1.</u> PENELITIAN TERDAHULU	12
<u>2.</u> KEBARUAN PENELITIAN (NOVELTY)	19
<u>3.</u> TEORI YANG DIGUNAKAN	20
<u>4.</u> KERANGKA BERPIKIR.....	26
<u>5.</u> HIPOTESIS PENELITIAN	28
<u>6.</u> DEFINISI KONSEPTUAL DAN DEFINISI OPERASIONAL	30
BAB III_METODE PENELITIAN	34
<u>1.</u> JENIS PENELITIAN	34
<u>2.</u> POPULASI DAN SAMPEL.....	34
<u>3.</u> TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	36

<u>4.</u> UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS	38
<u>5.</u> TEKNIK ANALISIS DATA	39
<u>6.</u> JADWAL PENELITIAN (Tabel Barchart)	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
<u>1.</u> Deskripsi Objek Penelitian	46
<u>2.</u> Profil Responden.....	46
<u>3.</u> Tanggapan Responden pada Variabel X	50
<u>4.</u> Tanggapan Responden pada Variabel Y	57
<u>5.</u> Uji Persyaratan Analisis	59
<u>a.</u> Uji Validitas	59
<u>b.</u> Uji Reliabilitas	61
<u>6.</u> Uji Analisis	62
<u>a.</u> Uji Normalitas	62
<u>b.</u> Uji Multikolinieritas	63
<u>c.</u> Uji Heteroskedastisitas	64
<u>7.</u> Uji Hipotesis dan Pembahasan.....	65
<u>a.</u> Uji Parsial (Uji t)	65
<u>b.</u> Uji Simultan (Uji f)	67
<u>c.</u> Uji Koefisien Determinasi (R^2)	68
<u>d.</u> Pembahasan.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
<u>1.</u> Kesimpulan.....	74
<u>2.</u> Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	84

<u>1.</u> MATRIKS PENELITIAN.....	84
<u>2.</u> KUESIONER PENELITIAN	86
<u>3.</u> DATA STATISTIK.....	91

Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Jumlah Pengakses Internet di Indonesia (2022).....	8
Tabel 2. 1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin (usia 5 – 39 Th).....	9
Tabel 3. 2 Kerangka Berpikir Penelitian.....	266
Tabel 4. 2 Hubungan Variabel Penelitian	288
Tabel 5. 2 DEFINISI KONSEPTUAL DAN DEFINISI OPERASIONAL.....	30
Tabel 6. 3 . Skala Linkert	366
Tabel 7. 3 Tabel Barchart.....	455
Tabel 8. 4 Prosentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	466
Tabel 9. 4 Prosentase Responden Berdasarkan Usia	477
Tabel 10. 4 Prosentase Responden Berdasarkan Kategori Tingkat Pendidikan..	478
Tabel 11. 4 Prosentase Responden Berdasarkan Kategori Pekerjaan.....	489
Tabel 12. 4 Prosentase Responden Berdasarkan Kategori Agama.....	50
Tabel 13. 4 Prosentase Responden Berdasarkan Kategori Menggetahui Konten Instagram @Detikcom	50
Tabel 14. 4 Hasil Uji Validitas	60
Tabel 15. 4 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 16. 4 Hasil Uji Normalitas	623
Tabel 17. 4 Hasil Uji Multikolinieritas	634
Tabel 18. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	656
Tabel 19. 4 Hasil Uji t.....	667
Tabel 20. 4 Hasil Uji f.....	678
Tabel 21. 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi	689
Tabel 22. MATRIKS PENELITIAN	86

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Media Daring yang Dikonsumsi Terbanyak (2022)	2
Gambar 2. 1 Rudal Israel Gempurkan RS Indonesia.....	5
Gambar 3. 1 Serangan Israel Membuat RS Indonesia Berhenti Beroperasi	5
Gambar 4. 1 Rusaknya RS Indonesia Karena Serangan Israel.....	5
Gambar 5. 1 Video Reels Serangan Rudal Israel Ke RS Indonesia	5
Gambar 6. 1 Pernyataan Menteri Luar Negeri Indonesia Tentang Serangan RS Indonesia Oleh Israel	6

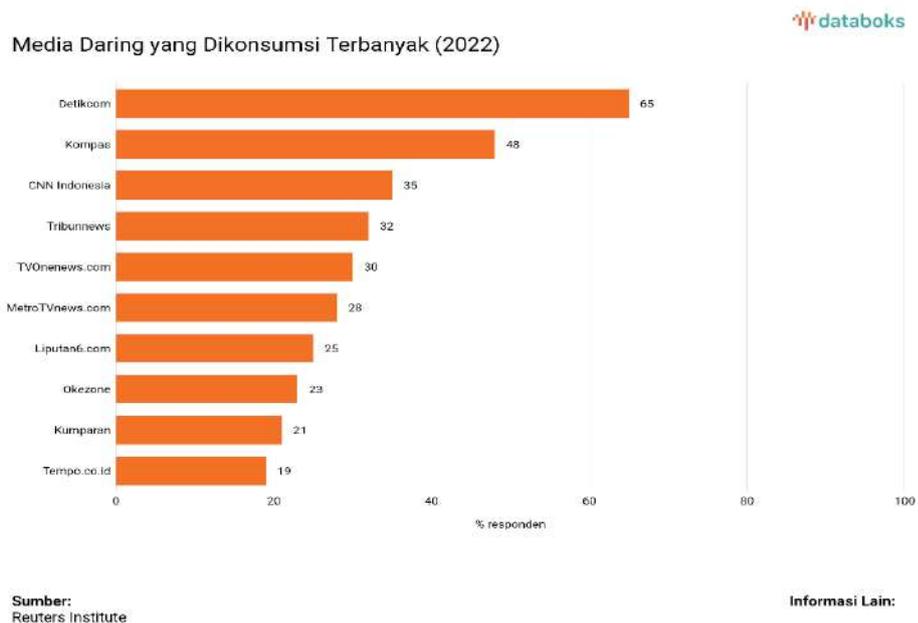
BAB I

PENDAHULUAN

1. LATAR BELAKANG

Media online atau bisa juga diartikan sebagai media baru telah mengalami perkembangan dengan kehadiran media sosial yang terdiri dari beberapa jenis. Media sosial merupakan sebuah alat yang digunakan oleh seseorang sebagai perantara untuk melakukan hubungan sosial. selain itu, kehadiran media sosial mampu memenuhi kebutuhan informasi dengan sangat cepat. Sehingga seseorang dapat dengan mudah mengetahui perkembangan informasi sekalipun berada jauh dari jangkauan. Dikutip dari (Yonatan Z Agnes, 2023), Data statistik bulan maret 2023 menunjukkan persentase anak muda Indonesia yang mengakses internet urutan pertama adalah media sosial dengan persentase 84,37% dan urutan kedua 84,28% lebih banyak mengakses berita. Media sosial yang banyak diminati oleh generasi sekarang adalah Instagram. Mengutip dari data statistik (Pahlevi Reza, 2022), Pengguna media sosial terbanyak 2023 urutan ke empat, yakni instagram dengan jumlah pengguna sebesar 2.000 juta dengan rentan usia 18-24 Tahun. Melalui media instagram banyak ditemukan akun-akun yang memposting foto maupun video yang disertai dengan uraian tulisan informatif. Termasuk akun penyebaran informasi berita atau media berita online.

Salah satu akun media berita online instagram yang cukup populer adalah @detikcom. Media berita tersebut bergabung pada instagram sejak 13 Oktober 2014 hingga sekarang. Jumlah pengikut pada instagram terpantau mencapai lebih dari 4 juta followers. Adapun data yang membuktikan bahwa media berita online @detikcom merupakan media berita populer adalah sebagai berikut.



Gambar 1.1 Media Daring yang Dikonsumsi Terbanyak (2022)

Berdasarkan data media daring yang banyak dilihat oleh masyarakat Indonesia tahun 2022 urutan pertama ada detikcom dengan persentase sebesar 65%, Kompas 48%, CNN Indonesia 35%, Tribunnews 32%, TVOnenews.com 30%, MetroTVnews.com 28%, Liputan6.com 25%, Okezone 23%, Kumparan 21%, dan Tempo.co.id 19%. Sehingga dapat diketahui bahwa detikcom telah berhasil mencapai tujuan dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi audiens. Hal tersebut sama dengan penelitian dari (Puspita & Samatan, 2022) berjudul Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi. Hasil dari penelitian diketahui efektivitas media sosial @detikcom terbukti memiliki pengaruh secara signifikan dan simultan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Adapun perkembangan dan kemajuan akun media @detikcom tidak terlepas dari postingan berita pada beranda Instagram. Akun media tersebut selalu update dalam menyebarluaskan informasi berita nasional maupun internasional.

Berita yang tengah menjadi sorotan media Instagram (@detikcom) adalah konflik antar negara timur tengah Palestina dan Israel. Konflik antar kedua negara tersebut telah berlangsung selama berabad-abad. Berlatar belakang pada sebuah perjanjian Inggris (Deklarasi Balfour) pada 2 November 1917. Adapun isi dari

perjanjian membahas mengenai pernyataan Inggris yang akan membantu pembentukan nasional home atau rumah nasional bagi kaum Yahudi di Palestina. Agar dapat memenuhi janji, Inggris membuka wilayah Palestina untuk imigran Yahudi. Kemudian pada abad ke-20 terjadi transformasi Arab Palestina menjadi Yahudi Israel. Bangsa Israel menyebutnya dengan gerakan nasionalis kolonial atau Zionisme.

Gerakan Zionisme terbentuk dengan ideologi yang menginginkan adanya sebuah negara Yahudi di Palestina. Karena kaum Yahudi percaya bahwa ibu kota Palestina yakni, Yerusalem harus dikembalikan menjadi ibu kota Israel. Hingga pada tahun 1920 – 1946 kaum Yahudi berbondong – bondong pindah ke Palestina untuk menempati tanah yang dijanjikan. Hal tersebut tak lantas membuat warga Palestina diam mereka melakukan perlawanan yang berlangsung sejak tahun 1936 – 1939. Perlawanan tersebut mengakibatkan banyak korban jiwa dari pihak Palestina setidaknya ada 5.000 tewas, 15.000 terluka dan 5.600 ditahan. Selain itu, adanya Plan Dalet dari para aparat Yahudi meliputi pengeboman, pembakaran, penghancuran tempat tinggal dan pengusiran keluar perbatasan negara. Penyerangan yang dilakukan terus – menerus oleh kaum Yahudi membuat warga Palestina semakin terdesak.

Pada tanggal 7 Oktober 2023 konflik antara Palestina dan Israel kembali memanas. Informasi mengenai konflik itu pun tersebar melalui media sosial instagram. Dikutip dari media sosial (Tim Detikcom, 2023), konflik muncul setelah pasukan Hamas berhasil melakukan serangan udara terhadap Israel pada 7 Oktober 2023. Kemudian Israel melakukan serangan balik dengan pengeboman hingga pada akhirnya banyak menelan korban jiwa dari pihak Palestina. Dikutip dari instagram (@npc.or.id, Yayasan Nusantara Palestina Center, 2024) Konflik tersebut terus berlangsung selama lebih dari 3 bulan yang mengakibatkan lebih dari 25.000 warga Palestina tewas termasuk warga sipil, 10.000 anak – anak dan 6.750 perempuan ikut menjadi korban. Sedangkan 8.000 orang lainnya dinyatakan hilang atau tertimbun reruntuhan bangunan.

Selain korban jiwa Konflik juga menasar bangunan tempat tinggal hingga fasilitas umum seperti sekolah, tempat ibadah dan rumah sakit. Menurut berita dari media instagram @detikcom (Tim Detikcom, 2023) pada 10 November 2023 Israel menyerang area rumah sakit (RS) Indonesia di Beit Lahiya, Gaza Utara, Palestina. Dengan meluncurkan 11 rudal yang telah merusak fasilitas rumah sakit. Tak hanya itu Israel juga sempat mengatakan bahwa rumah sakit Indonesia digunakan untuk menyerang Israel. Kabar tersebut sempat ditepis Indonesia dengan menegaskan bahwa rumah sakit Indonesia sepenuhnya untuk kepentingan kemanusiaan. Selain itu, serangan Israel yang terus – menerus membuat rumah sakit Palestina kekurangan pasokan sarana dan prasarana. Karena rumah sakit hanya dapat menampung sebanyak 140 pasien. Sedangkan menurut Direktur rumah sakit Indonesia, Al- Kahlout pasien di rumah sakit telah mencapai 500 orang.

Adapun menurut berita instagram @detikcom (Tim Detikcom, 2023) pada 21 November 2023 sebanyak 200 pasien telah dievakuasi dari rumah sakit Indonesia dengan menggunakan bus. Berdasarkan juru bicara (kementerian kesehatan Gaza, Ashraf Al-Qudra kepada AFP) pasien dievakuasi dari rumah sakit Indonesia di Jabaliya ke rumah sakit (RS) Nasser kota Selatan Khan Yunis. Berdasarkan informasi rumah sakit Indonesia telah dikepung oleh tentara Israel. Sehubungan dengan adanya informasi tersebut Indonesia mengutuk keras serangan terhadap rumah sakit. Karena serangan tersebut adalah aksi nyata terhadap hukum humaniter internasional. Termasuk pada golongan pelanggaran hak asasi manusia (HAM) berat.



Gambar 2. 1 Rudal Israel Gempurkan RS Indonesia



Gambar 3. 1 Serangan Israel Membuat RS Indonesia Berhenti Beroperasi



Gambar 4. 1 Rusaknya RS Indonesia Karena Serangan Israel



Gambar 5. 1 Video Reels Serangan Rudal Israel Ke RS Indonesia

Sementara itu, terpaan konten yang terus tersebar melalui media sosial instagram @detikcom terkait penyerangan terhadap rumah sakit Indonesia di Palestina. Memicu timbulnya beberapa opini masyarakat dan diskusi yang luas. Terutama dikalangan generasi Z yang menjadi pengguna aktif dari media sosial

instagram. Seperti pendapat Ardianto dan Erdinaya dalam (Purnawati Wulan, 2016) Terpaan yaitu, suatu kegiatan mendengar, membaca, melihat pesan pada media atau memiliki pengalaman dan perhatian pada pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Melalui fitur instagram gen z dapat dengan mudah membagikan konten melalui share, melakukan like dan juga kritikan serta komentar di kolom chat. Berdasarkan pada penelitian dari (Novianto, 2021) yang berjudul pengaruh terpaan konten toyota limo bekas taksi di youtube terhadap sikap positif penonton: survei pada subscribers youtube channel Mas Wahid. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah koefisien determinasi sebesar 54,4% dengan nilai korelasi adalah 0,718. Kesimpulan terdapat pengaruh antara terpaan konten terhadap sikap positif penonton. Dengan demikian, terpaan konten yang ada di instagram terkait pelanggaran HAM di Palestina dapat memainkan peranan penting dalam mendorong adanya sikap publik. Namun, disisi lain terpaan konten juga harus diwaspadai karena dapat menimbulkan adanya informasi hoax, validitas dan menurunkan keseimbangan informasi.



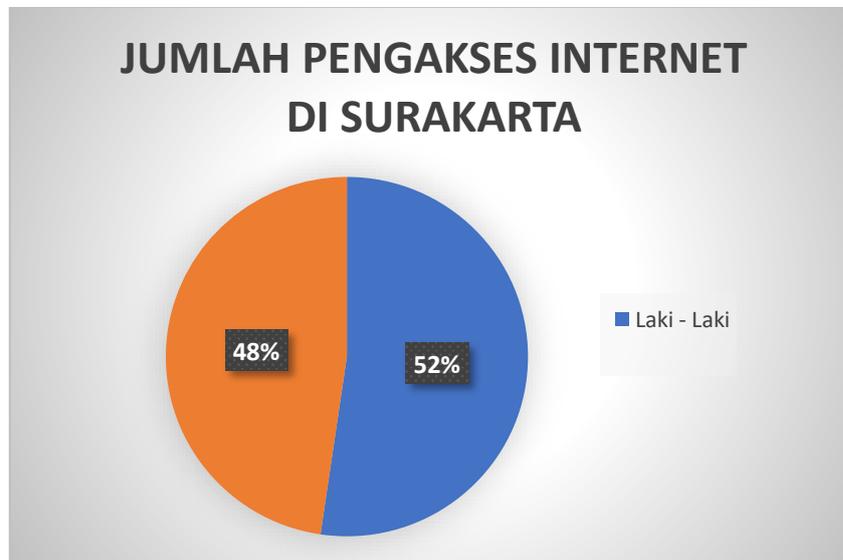
Gambar 6. 1 Pernyataan Menteri Luar Negeri Indonesia Tentang Serangan RS Indonesia Oleh Israel

Dampak terpaan konten instagram @detikcom terkait penyerangan rumah sakit Indonesia yang ada di Palestina berkaitan erat dengan kualitas konten yang diterima oleh audiens. Karena apabila suatu informasi pada konten bias, maka dapat merusak kualitas konten yang berakibat pada kurang lengkap dan tidak akuratnya informasi. Serta dapat menimbulkan pengambilan sikap yang salah atau kurang tepat oleh audiens yang melihat konten. Selain itu, informasi konten instagram terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina cenderung memiliki konten yang beragam. Sehingga penting untuk tetap memperhatikan sumber informasi yang diperoleh. Karena informasi yang akurat dan terpercaya dapat meningkatkan kesadaran serta pemahaman terkait isu berita. Seperti hasil penelitian dari (Pratama Adytia Ridwan Mohammad, 2022) yang berjudul Pengaruh kualitas konten tayangan youtube TV Tani Indonesia terhadap perubahan sikap khalayak pada informasi pertanian (Survey kepada penonton youtube TV Tani kuartal pertama tahun 2022). Penelitian tersebut menunjukkan bahwasanya adanya pengaruh antara kualitas konten dengan perubahan sikap.

Adapun menurut penelitian dari (Safira Indriana, 2023), yang berjudul Pengaruh Kredibilitas Konten Workout di Youtube Channel Yulia Baltschun Terhadap Pembentukan Sikap Positif Generasi Z untuk Berolahraga (Survei pada Mahasiswi Aktif UPN Veteran Jakarta). Hasil penelitian tersebut juga membuktikan bahwa kredibilitas konten memiliki pengaruh terhadap sikap generasi Z. Sehingga dapat dikatakan bahwa, bukan hanya terpaan konten dan kualitas konten instagram yang bisa mempengaruhi persepsi audiens. Namun, kepercayaan atau kredibilitas konten terkait pelanggaran rumah sakit Indonesia di Palestina juga berpengaruh terhadap sikap audiens. Selain itu, berita yang disajikan secara kredibel akan mempengaruhi sikap positif terhadap media yang menyajikan berita tersebut. Seperti pendapat Rakhmat (2008: 254) bahwa Kredibilitas merupakan seperangkat tanggapan komunikasi kepada sifat yang dimiliki komunikator. Adapun menurut Flanagan dan Metzger (2010), kredibilitas konten dapat diukur dari sumber yang terpercaya, akurasi, bias dan kelengkapan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kredibilitas konten dapat mencakup sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi sejauh mana sebuah konten informasi dapat dipercaya.

Berdasarkan pada beberapa hasil penelitian terdahulu pada penjelasan diatas. Dapat disimpulkan bahwa terpaan konten, kualitas konten dan kredibilitas konten saling berkesinambungan dalam menentukan sikap audiens. Sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian mengenai pengaruh terpaan konten, kualitas konten dan kredibilitas konten terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina terhadap sikap dikalangan Gen-Z kota Surakarta. Generasi Z yang ada di Surakarta dipilih sebagai objek dalam penelitian. Dikarenakan anak muda generasi Z memiliki kecenderungan proaktif dalam mengakses informasi terkini. Sehingga kemungkinan besar mereka jauh lebih sering terpapar berita terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina. Dibuktikan dengan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Surakarta di diperbarui pada 8 Februari 2022. Mengenai (Jumlah persentase penduduk berumur 5 tahun keatas yang mengakses internet dalam 3 bulan terakhir pada tahun 2020). Berikut ini data representasi yang dikutip dari (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, 2020).

Tabel 1. 1 Jumlah Pengakses Internet di Indonesia (2022)



Data tersebut menunjukkan bahwa terdapat 78,24% laki – laki dan 71,28% Perempuan yang mengakses internet. Sehingga total anak muda surakarta yang mengakses internet ada 74,65%.

Berikut umlah penduduk berdasarkan kelompok umur dan jenis kelamin periode 2022 dikutip dari (Badan Pusat Statistik Kota Surakarta, 2020).

Tabel 2. 1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin (usia 5 – 39 Th)

Umur	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin (2022)		Jumlah Total
	Laki-Laki	Perempuan	
5-9	17 888	17 518	35 406
10-14	19 621	18 698	38 319
15-19	20 674	19 873	40 547
20-24	19 845	19 587	39 432
25-29	19 583	19 120	38 703
30-34	18 997	18 487	37 484
35-39	19 908	19 661	39 569

Rentan usia yang diambil pada data diatas mulai dari 5 – 39 Tahun. Usia 15-19 tahun menduduki urutan pertama dengan jumlah penduduk terbanyak dengan total 40.547 penduduk. Kemudian urutan kedua berada pada usia 35 – 39 tahun dengan jumlah total 39.569 penduduk. Sedangkan urutan ketiga berada pada usia 20- 24 tahun dengan total 39.432 penduduk. Jumlah tersebut cukup banyak dan kebanyakan penduduk berada pada rentan usia aktif dalam penggunaan media sosial termasuk instagram. Oleh karena itu, generasi Z merupakan pilihan yang tepat untuk dijadikan objek pada penelitian ini. Selain itu, berdasarkan pada data (Badan Pusat Statistik Kota Surakarta, 2019) diketahui jumlah penduduk pada kota Surakarta didominasi oleh pemeluk agama islam sebanyak 456.107 orang. Jumlah penduduk Muslim yang ada di Surakarta menunjukkan bahwa adanya kesamaan identitas dengan Palestina yang mayoritas beragama muslim. Hal tersebut yang menjadikan perhatian khusus bagi Gen-Z Surakarta untuk mengikuti informasi konten terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina.

2. RUMUSAN MASALAH

Berikut ini rumusan masalah dalam penelitian berdasarkan pada latar belakang diatas.

- Apakah terpaan konten instagram @detikcom terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina berpengaruh terhadap sikap dikalangan Gen-Z kota Surakarta?
- Apakah kualitas konten instagram @detikcom terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina berpengaruh terhadap sikap dikalangan Gen-Z kota Surakarta?
- Apakah kredibilitas konten instagram @detikcom terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina berpengaruh terhadap sikap dikalangan Gen-Z kota Surakarta?

3. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian berjudul pengaruh terpaan konten, kualitas konten dan kredibilitas konten instagram @detikcom terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina terhadap sikap dikalangan gen-z kota Surakarta adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara terpaan konten, kualitas konten dan kredibilitas konten instagram @detikcom terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina berpengaruh terhadap sikap dikalangan Gen-Z kota Surakarta?

4. MANFAAT PENELITIAN

a. Manfaat Teoritis

- Memberikan pemahaman tentang bagaimana terpaan konten, kualitas konten dan kredibilitas konten pada instagram dapat mempengaruhi sikap Gen-Z dikalangan kota Surakarta terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di palestina
- Memberikan pengetahuan terkait proses komunikasi digital serta dampaknya terhadap pandangan Gen-Z
- Memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika pendapat Gen-Z dalam hal konten berita yang sensitif di sosial media

b. Manfaat Praktis

- Menumbuhkan kesadaran akan isu internasional khususnya terkait dengan pelanggaran hak asasi manusia di Palestina sehingga dapat memotivasi Gen-Z untuk terlibat dalam diskusi dan tindakan yang lebih berkelanjutan
- Menumbuhkan sikap bijak dalam mengelola informasi yang diterima dari media sosial sehingga dapat mengurangi adanya penyebaran berita hoax
- Memberikan pemahaman yang lebih baik terhadap pendapat Gen-Z terkait dengan terpaan konten, kualitas konten dan kredibilitas konten tentang isu Palestina

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

1. PENELITIAN TERDAHULU

NO	Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Penelitian (Terdahulu)	Metode Cara Pengumpulan Data & Cara Analisis Data	Kesimpulan	Perbedaan Penelitian
1.	Pengaruh terpaan konten toyota limo bekas taksi di youtube terhadap sikap positif penonton: survei pada subscribers youtube channel Mas Wahid	variabel terdiri dari terpaan konten (X) dan sikap (Y)	Lingga Novianto (2021)	Jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei. Cara pengumpulan data menggunakan kuesioner. Cara analisis data pada penelitian dengan regresi linier sederhana.	Hasil penelitian memperlihatkan adanya korelasi yang kuat sebesar 0,718 antara terpaan konten dan sikap penonton. Adapun koefisien determinasi menunjukkan sikap positif penonton sebesar 54,4% sehingga uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara terpaan konten dan sikap positif penonton.	Perbedaan penelitian yakni, menggunakan 3 variabel bebas diantaranya terpaan berita (X1), Kualitas Informasi (X2), dan Kredibilitas Sumber Berita (X3) serta persepsi Gen-Z Surakarta (Y). Teknik analisis data memakai uji regresi linier berganda.

2.	Pengaruh kualitas konten tayangan youtube TV Tani Indonesia terhadap perubahan sikap khalayak pada informasi pertanian (Survey kepada penonton youtube TV Tani kuartal pertama tahun 2022)	Terdapat variabel kualitas konten (X) dan perubahan sikap (Y)	Mohammad Ridwan Adytia Pratama (2022)	Metode penelitian adalah kuantitatif pendekatan survey. Teknik pengumpulan data menggunakan purposive sampling. Adapun teknik analisis data memakai deskriptif dan inferensial.	Kesimpulan berdasarkan temuan penelitian diketahui bahwa kualitas konten memiliki pengaruh terhadap sikap khalayak pada informasi pertanian sebesar 4,697.	Perbedaan penelitian yakni, menggunakan 3 variabel bebas diantaranya terpaan berita (X1), Kualitas Informasi (X2), dan Kredibilitas Berita (X3) serta persepsi Gen-Z Surakarta (Y). teknik analisis dengan uji regresi linier berganda.
3.	Pengaruh E-Wom, Kualitas Konten Terhadap Subscription Decision Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Layanan Streaming Genflix pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)	Variabel penelitian meliputi E-Wom (X1), Kualitas Konten (X2), Brand Image (Y1) dan Subscription Decision (Y2)	Achmad Sholeh Arwani, Mahfudz (2022)	Metode penelitian adalah kuantitatif dengan jenis penelitian purposive sampling. Cara pengumpulan data menggunakan kuesioner. Adapun cara analisis data menggunakan metode SEM AMOS 24.	Hasil penelitian E-Wom dan kualitas konten tidak ada pengaruh yang signifikan pada subscription decision, disisi lain E-Wom dan kualitas konten berpengaruh pada brand image dan brand image berpengaruh signifikan terhadap subscription decision.	Perbedaan penelitian yakni metode penelitian menggunakan pendekatan survei. Topik penelitian tentang pengaruh terpaan berita, kualitas informasi dan kredibilitas sumber berita instagram @detikcom terkait penyerangan rumah

						sakit Indonesia di Palestina terhadap persepsi gen-Z di Surakarta
4.	Pengaruh Kredibilitas Konten Workout di Youtube Channel Yulia Baltschun Terhadap Pembentukan Sikap Positif Generasi Z untuk Berolahraga (Survei pada Mahasiswi Aktif UPN Veteran Jakarta)	Variabel penelitian adalah kredibilitas konten (X) dan sikap (Y)	Indriana Safira (2023)	Metode yang digunakan adalah kualitatif eksplanatori dengan jenis penelitian survei. Teknik pengumpulan data purposive sampling.	Hasil dari penelitian terdapat adanya Pengaruh kredibilitas konten Wwrkout di youtube channel Yulia Baltschun terhadap pembentukan sikap positif generasi z	Perbedaan penelitian yakni, terdapat 3 variabel bebas. Sedangkan topik penelitian berfokus pada konten istagram @detikcom terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina. Teknik analisis data memakai uji regresi linier berganda.
5.	Viewership And Credibility Of News Mainstrem And Social Media: An Analysis Of Public Perception Ofdistrict Bahawalpur	Variabel yang diteliti terdiri dari Pemaknaan (X1), Kredibilitas Berita Media Massa (X2), Kredibilitas Berita Media Sosial (X3) dan Persepsi Publik (Y)	Afzal, Hussain (2023)	Metodologi penelitian menggunakan filosofi atau prosedur khusus, adapun Metode pengambilan sampel sistematis dan menggunakan teknik eksplorasi subjektif dan kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan SPSS dengan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa media mainstream lebih kredibel dibandingkan media sosial dalam menyampaikan berita. Serta terdapat hubungan yang positif	Perbedaan penelitian yakni, menggunakan jenis metode penelitian survei dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.

				rumus frekuensi, persentase dan skor rata – rata.	dan signifikan antara penonjolan isu, ketergantungan media, dan penggunaan media dengan persepsi terhadap media sosial dan kredibilitas media arus utama.	
6.	Images, Emotions, and Credibility: Effect Of Emotional Facial Expressions On Perceptions Of News Content Bias and Source Credibility In Social Media	Variabel yang diteliti terdiri dari kondisi emosi gambar (X1), gambar yang ditampilkan (X2), Orientasi Politik (X3), dan Jenis Sumber (X4) serta bias (Y)	Alireza Karduni, Ryan Wesslen, Douglas Markant, Wenwen Dou (2023)	Menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif (Mixed methods). Cara pengumpulan data menggunakan Mturk. Sedangkan teknik analisis data dengan dua regresi beta efek campuran	Hasil terdapat temuan secara berurutan terdapat total 207 partisipan bahwa adanya ekspresi wajah negatif (marah) dapat menyebabkan persepsi bias yang lebih tinggi dalam konten. Selain itu, penggambaran negatif yang konsisten terhadap politis yang berbeda dapat menyebabkan persepsi yang lebih rendah terhadap kredibilitas sumber.	Perbedaan penelitian yakni, memiliki fokus objek penelitian pada generasi Z di Surakarta dengan topik penelitian berita instagram @detikcom terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina.

7.	Pengaruh Kredibilitas Media Online Terhadap Persepsi Kualitas Informasi Pemberitaan	Terdapat 3 Variabel independen yakni Media Online yang Dipercaya (X1), Media Online yang Kekinian (X2), Media Online yang Tidak Bias (X3), dan satu variabel dependen yakni Persepsi Kualitas Pemberitaan (Y)	Raihan Aldykar (2022)	Menggunakan Metode Korelasi pengumpulan data menggunakan kuesioner terdiri dari 100 responden yang merupakan Mahasiswa PTN BH Kota Bandung yang membaca media tempo.	Kesimpulannya, terbukti secara simultan bahwa kredibilitas media online berpengaruh terhadap persepsi kualitas informasi pemberitaan dengan derajat hubungan sebesar 62,5%	Perbedaan penelitian yakni, Objek penelitian berfokus pada Gen-Z Surakarta yang mengikuti berita instagram terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina
8.	Public Perception Of Gun Violence-Related Headline Accuracy And The Credibility Of Media Sources	Variabel terdiri dari akurasi judul (X1) dan Kredibilitas media (X2) serta Persepsi masyarakat (Y)	Shelby L, Bandel, Allison E. Bond, Craig J. Bryan & Michael D. Anestis (2023)	Jenis penelitian adalah kuantitatif, menggunakan teknik analisis eksplorasi jumlah peserta sebanyak 3.500 yang terdiri dari orang dewasa AS. Selain itu dilakukan uji ANCOVA dan dua analisis regresi	Hasil penelitian berdasarkan sampel lengkap hasil ANCOVA analisis primer menunjukkan bahwa kredibilitas distribusi pesan secara signifikan akurat untuk judul kekerasan senjata $F = 1740.54, p < .001, \eta^2 = .33$ dan judul bunuh diri ($F = 2618.35, p < .001, \eta^2 = .43$)	Perbedaan peneliti yakni, menggunakan 3 variabel bebas diantaranya terpaan berita (X1), Kualitas Informasi (X2), dan Kredibilitas Berita (X3) serta persepsi Gen-Z Surakarta (Y). Objek penelitian berfokus pada Gen-Z Surakarta

9.	The Effects Of Quality Of Evidence Communication On Perception Of Public Healty Information About Covid-19: Two Randomised Controlled Trials	Variabel yang diteliti terdiri dari Kualitas Komunikasi (X) dan Persepsi Informasi (Y)	Claudin R Schneider, Alexandra L.J. Freeman, David Splegelhalter, Sander Van Der Linden (2021)	Jenis penelitian kuantitatif, menggunakan metode dua eksperimen daring secara acak, terkontrol dan terkendali. Terdapat partisipasi AS sebanyak 2140 yang diperlihatkan salah satu dari beberapa versi infografis..	Hasil pada penelitian menunjukkan bahwasanya partisipasi yang diberi tahu kualitas bukti tentang perlindungan mata rendah, menilai bukti tersebut kurang kredibel dengan nilai ($p = .001$, $d = 0,25$). Sehingga terbukti secara signifikan bahwa kualitas informasi dapat mempengaruhi persepsi informasi	Perbedaan peneliti yakni, menggunakan 3 variabel bebas diantaranya terpaan berita (X1), Kualitas Informasi (X2), dan Kredibilitas Berita (X3) serta persepsi Gen-Z Surakarta (Y). menggunakan metode survei serta teknik analisis dilakukan dengan regresi linier berganda.
10.	Pengaruh Kredibilitas Pemberitaan Media Batam POS Terhadap Persepsi Covid-19 Masyarakat Kota Batam	Terdapat variabel (X) yakni kredibilitas Pemberitaan dan variabel (Y) persepsi masyarakat kota Batam	Yosiana Juniati, Michael Jibrael Rorong (2021)	Metode yang dipakai kuantitatif dengan survei riset. Teknik analisis data dengan menggunakan uji regresi linier sederhana.	Kesimpulannya, berdasarkan uji t kredibilitas media Batam POS memiliki pengaruh pada persepsi masyarakat di kota Batam pada covid-19 dengan nilai t tabel $> t$ tabel $7,073 > 0,155$ dengan analisis dampak	Perbedaan penelitian yakni, menggunakan 3 variabel bebas diantaranya terpaan berita (X1), Kualitas Informasi (X2), dan Kredibilitas Berita (X3) serta persepsi Gen-Z Surakarta (Y). menggunakan metode

					media sebesar 33,8% kredibilitas.	survei serta teknik analisis uji regresi linier berganda.
--	--	--	--	--	--------------------------------------	---

2. **KEBARUAN PENELITIAN (NOVELTY)**

Penelitian terdahulu diatas sebagai suatu acuan karena kemiripan dalam penelitian. Kaitanya tentang variabel – variabel penelitian khususnya pengaruh terpaan berita, kualitas informasi, kredibilitas berita instagram terkait penyerangan rumah sakit Palestina terhadap persepsi gen-Z Surakarta. Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini diantaranya adalah Lingga Novianto (2021), Mohammad Ridwan Adytia Pratama (2022), Achmad Sholeh Arwani dan Mahfudz (2022), Indriana Safira (2023), Afzal & Hussain (2023), Shelby L, Bandel, Allison E. Bond, Craig J. Bryan & Michael D. Anestis (2022), Raihan Aldykar (2022), Claudin R Schneider, Alexandra L.J. Freeman, David Splegelhalter & Sander Van Der Linden (2021), Yosiana Juniati & Michael Jibrael Rorong (2021).

Pada uraian penelitian terdahulu diatas terdapat persamaan dan perbedaan dengan peneliti. Adapun persamaan dalam penelitian adalah kesamaan dalam variabel penelitian yakni tentang terpaan konten, kualitas konten, kredibilitas konten dan sikap. Sedangkan perbedaan dalam penelitian antara lain adalah jumlah variabel bebas (independen). Jika penelitian – penelitian terdahulu menggunakan satu sampai dengan dua variabel bebas. Maka, peneliti akan mengkombinasikan tiga variabel bebas yang relevan pada penelitiannya. Topik penelitian mengenai konten berita instagram @detikcom terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina. Sedangkan teknik analisis data yang akan digunakan peneliti yakni menggunakan analisis regresi linier berganda. Serta objek penelitian merupakan generasi Z dikalangan kota Surakarta berusia (16 - 25 tahun) yang mengikuti pemberitaan di instagram @detikcom terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina.

3. TEORI YANG DIGUNAKAN

a. Uses and Gratification

Teori uses and gratification mengatakan bahwa suatu media massa tidak memiliki pengaruh terhadap publik. Namun, publik menggunakan media massa berdasarkan pada dorongan atau kebutuhan tertentu. Sehingga publik akan puas ketika kebutuhannya terpenuhi. Menurut model penelitian dari Palmgreen dari Kentucky University konsep mengukur kepuasan ada dua diantaranya adalah gratification sought serta gratification obtained. Gratification sought merupakan kepuasan yang diharapkan seseorang ketika sedang menggunakan menggunakan media seperti radio, koran dan tv. Sedangkan gratification obtained yaitu, kepuasan yang diterima seseorang setelah menggunakan media tertentu.

Adapun 5 asumsi atau gagasan pada teori penggunaan dan kepuasan adalah sebagai berikut

- Publik aktif dalam menggunakan media mengarah pada tujuan
- Mengkombinasikan kebutuhan kepada kepuasan pada pilihan media tertentu bergantung kepada publik
- Media berlomba atas sumber kebutuhan lain
- Seseorang sadar akan pemakaian media
- Keputusan pada nilai tentang bagaimana publik mengaitkan kebutuhan dengan media atau isi tertentu

b. Terpaan konten

Terpaan merupakan kekuatan seseorang terkena sebuah informasi yang dibagikan media. Menurut Ardianto dan Erdinaya

dalam (Purnawati Wulan, 2016), Terpaan adalah suatu kegiatan mendengar, membaca, melihat pesan pada media atau memiliki pengalaman dan perhatian pada pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Menurut Romli (2016: 47) dikutip dari Buku (Yuniar Ririt, 2022) terpaan media bisa dilihat dan ditentukan berdasarkan pada frekuensi, durasi dan atensi dari individu yang terkena serta berkaitan dengan informasi dan pesan – pesan dari suatu media. Sehingga terpaan media dapat diartikan kondisi dimana seseorang atau kelompok dapat terpengaruh oleh pesan yang disebarkan oleh suatu media karena menggunakan media. Semakin sering seseorang menggunakan suatu media maka semakin banyak orang tersebut terpapar oleh pesan maupun konten yang ada pada suatu media.

c. Kualitas konten

Kualitas Konten adalah kesan pengguna akan keakuratan, kelengkapan, relevansi dan ketetapan suatu informasi pada label media sosial (Carlson et al. 2018). Hal tersebut juga didasari oleh kualitas pesan dari Kotler dan Keller (2016), kualitas konten dijelaskan berdasarkan pada keunikan sebuah konten, kreativitas dan dapat menarik sehingga sesuai dengan harapan pengguna dan mendorong keinginan sejauh mana pelanggan berlangganan. Adapun menurut Peters et al, (2013), kualitas konten meliputi berbagai fitur, domain, dan ciri khas sebuah konten yang diunggah pada media sosial.

d. Kredibilitas Sumber Berita

Kredibilitas merujuk pada kondisi atau kualitas yang bisa dipercaya dan dapat dipertanggung jawabkan dengan akurat. Menurut Rakhmat (2008: 254) dalam (K. BR Induryana Eioudia, 2018) Skali Kredibilitas merupakan seperangkat tanggapan komunikasi kepada

sifat yang dimiliki komunikator. Sementara itu kredibilitas menurut Fogg, Tseng (1999) dalam (Khussari Ramona Tjut, 2018) merupakan kualitas yang dirasakan berdasarkan beberapa faktor, termasuk sifat yang dapat dipercaya dan kemampuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kredibilitas berita merupakan suatu kondisi sejauh mana informasi yang disampaikan oleh media dapat dipercaya oleh audiens dengan mempertimbangkan ada atau tidaknya keakuratan dari sumber informasi.

Adapun tolak ukur kredibilitas konten menurut Flanagin dan Metzger (2010) dengan menggunakan konsep multidimensionel adalah sebagai berikut.

- Terpercaya

Terpercaya atau dapat dipercaya dalam hal ini berasal dari sumber yang tepat dan berdasarkan pada kenyataan.

- Akurasi (Accuracy)

Tingkat keakuratan dan kepatuhan informasi yang disajikan oleh jurnalis. Akurasi dapat berupa konsistensi antara judul, isi, kesesuaian informasi, kebenaran penulis dan gambar yang mendukung berita.

- Bias

Suatu informasi harus dibuat agar tidak berpihak atau tidak objektif. Sehingga suatu informasi pada konten berita harus netral dan seimbang.

- Kelengkapan (Completeness)

Kelengkapan suatu informasi dalam konten berita harus dapat memenuhi unsur dari (5W + 1H).

e. Sikap

Menurut buku Alexander Thian (2021), Sikap merupakan suatu pernyataan penilaian baik atau buruk terhadap objek, seseorang atau peristiwa. Sedangkan menurut Azwar (2005:05), Sikap adalah tindakan seseorang pada suatu objek dengan tindakan tertentu.

Dapat diketahui bahwa sikap merupakan suatu tindakan berdasarkan pada stimulus yang diterima oleh seseorang.

Adapun komponen utama dari sikap terdiri atas tiga diantaranya adalah sebagai berikut.

- Komponen kognitif adalah suatu bentuk pendapat seseorang atau keyakinan dari sikap seseorang
- Komponen afektif adalah suatu bentuk emosional atau perasaan dari sikap seseorang
- Komponen perilaku adalah suatu bentuk tindakan berdasarkan pada keyakinan dan keinginan.

f. Instagram

Menurut Atmoko (2012) dalam Agnes dan Ira (2021) Instagram adalah media sosial yang digunakan penggunanya untuk membagikan informasi berupa gambar, foto, video dan caption. Sedangkan instagram menurut Daniel Kurniawan, adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna membagi foto, dengan menggunakan filter digital dan membagikannya ke berbagai jejaring sosial (media sosial). Sehingga dapat disimpulkan berdasarkan beberapa pendapat yang telah ada instagram adalah suatu platform yang dapat digunakan untuk saling berbagi gambar, foto, video hingga caption antar penggunanya.

Menurut Atmoko (2012) Instagram memiliki beberapa fitur diantaranya aplikasi tersebut adalah

1) Caption

Caption berfungsi sebagai tulisan atau deskripsi memperjelas dan memperkuat suatu gambar atau foto yang diunggah.

2) Hashtag

Hashtag berfungsi symbol pagar (#) yang dapat membantu pengguna untuk dapat menemukan foto atau gambar yang telah diunggah di instagram.

3) Geotag (Lokasi)

Instagram menyediakan fitur geotag untuk menampilkan lokasi tempat dari gambar, foto dan video yang diunggah.

4) Share

Fitur share di instagram dapat berfungsi untuk membagikan konten berupa gambar, foto dan video sesama pengguna instagram atau bahkan media sosial lainnya seperti facebook, twitter dan lainnya.

Berdasarkan Atmoko (2012) ada aktivitas lain yang bisa dilakukan pengguna instagram selain berbagi gambar, foto dan video adalah sebagai berikut.

1) Follow

aktivitas follow memungkinkan para pengguna instagram dapat mengikuti dan menjalin pertemanan dengan pengguna lainnya baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

2) Like

Ketika menyukai gambar, foto dan video yang ada di instagram pengguna dapat memberikan tanda love atau like. Caranya dengan menekan double tap atau menekan dua kali.

3) Comment

Komen merupakan bagian dari interaksi serta personal melalui tulisan atau kata – kata. Sehingga pengguna dapat mencurahkan opini atau tanggapannya terhadap gambar, foto dan video yang telah dilihat pada suatu postingan.

4) Mentions

Fitur yang memungkinkan pengguna untuk menandai pengguna yang lain. Dengan cara menambahkan tanda

arroba (@) dan memasukkan nama akun instagram dari pengguna.

5) Direct Message

Fitur yang membantu pengguna untuk mengirim pesan secara pribadi dan kepada sesama pengguna lain seperti gambar, foto maupun video.

6) Instastory

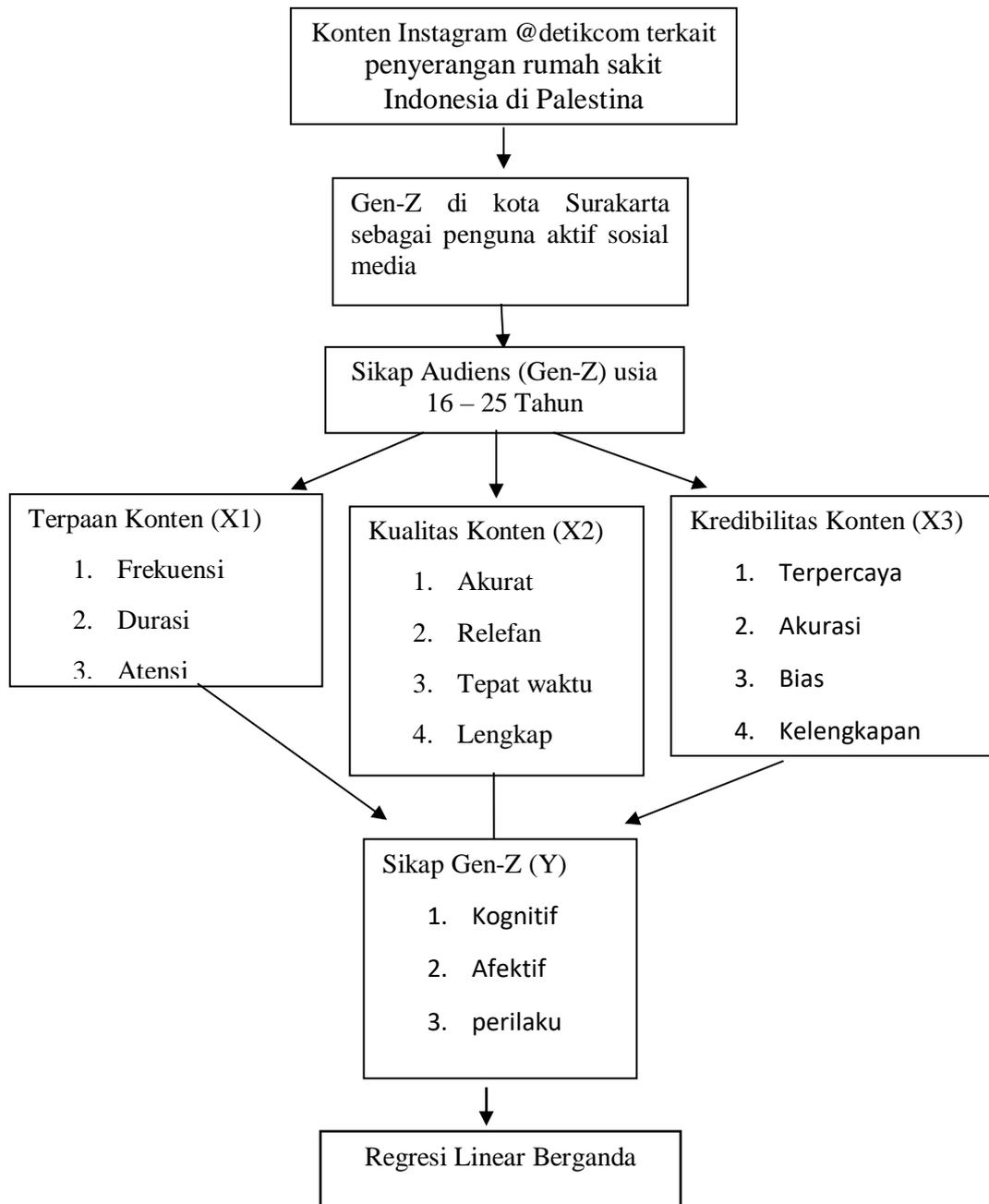
Fitur instagram dengan format snapchat yang hanya akan bertahan selama 24 jam atau 1 hari dengan durasi paling banyak 15 detik.

7) Explore

Fitur yang berfungsi untuk menampilkan konten yang dapat dilihat oleh following atau follower dari pengguna.

4. KERANGKA BERPIKIR

Tabel 3. 2 Kerangka Berpikir Penelitian

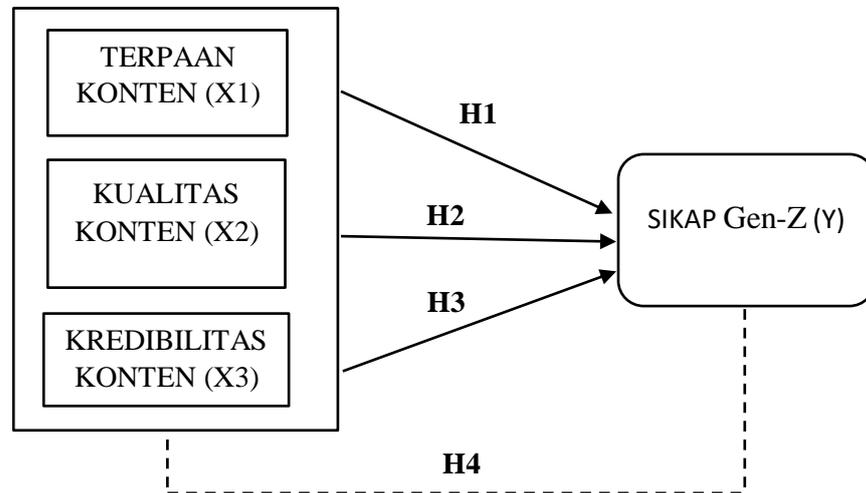


Kerangka berpikir merupakan suatu logika berfikir sebagai dasar dalam menyelesaikan masalah yang akan diteliti. Berdasarkan pada kerangka berfikir diatas, peneliti akan mengangkat topik penelitian mengenai Konten Instagram

(@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina. Dengan objek penelitian Gen-Z dikalangan kota Surakarta berusia (16 – 25 Tahun) sebagai pengguna aktif sosial media. Permasalahan yang dapat muncul dari topik penelitian tersebut adalah Pengaruh adanya terpaan konten, kualitas konten, kredibilitas konten pada postingan informasi berita @detikcom terhadap sikap audiens. Adapun variabel terkait dengan penelitian adalah terpaan konten (X1), kualitas konten (X2), kredibilitas konten (X3) dan sikap gen-z (Y). Berdasarkan dengan permasalahan yang muncul dan variabel yang ada, peneliti akan mencoba menjawab penelitian dengan menggunakan regresi linier berganda.

5. HIPOTESIS PENELITIAN

Tabel 4. 2 Hubungan Variabel Penelitian



Variabel yang diteliti meliputi:

- a. Variable Independen (X)
 - Terpaan Konten (X1)
 - Kualitas Konten (X2)
 - Kredibilitas Konten (X3)
- b. Variable Dependen (Y)
Sikap Gen-Z
- c. Objek Penelitian (Gen-Z Dikalangan Kota Surakarta)

Adapun Hipotesis penelitian kuantitatif dalam penelitian ini dihitung dengan statistik yakni melalui H_0 (hipotesis nol) dan H_a hipotesis alternatif sebagai berikut.

- a. Hipotesis 1
 H_0 : Tidak berpengaruh signifikan antara terpaan konten Instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina terhadap sikap dikalangan Gen-Z kota Surakarta

H_a: Terdapat pengaruh signifikan antara terpaan konten Instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina terhadap sikap dikalangan Gen-Z kota Surakarta

b. Hipotesis 2

H₀: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas konten Instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina terhadap sikap dikalangan Gen-Z kota Surakarta

H_a: Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas konten Instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina terhadap sikap dikalangan Gen-Z kota Surakarta

c. Hipotesis 3

H₀: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kredibilitas konten Instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina terhadap sikap dikalangan Gen-Z kota Surakarta

H_a: Terdapat pengaruh signifikan antara kredibilitas konten Instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina terhadap sikap dikalangan Gen-Z kota Surakarta

d. Hipotesis 4

H₀: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara Terpaan konten, kualitas konten dan Kredibilitas konten Instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina terhadap sikap dikalangan Gen-Z kota Surakarta

H_a: Terdapat pengaruh signifikan antara Terpaan konten, kualitas konten dan Kredibilitas konten Instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina terhadap sikap dikalangan Gen-Z kota Surakarta.

6. DEFINISI KONSEPTUAL DAN DEFINISI OPERASIONAL

Tabel 5. 2 DEFINISI KONSEPTUAL DAN DEFINISI OPERASIONAL

NO	Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Oprasional	Indikator & Pernyataan
1.	Terpaan Konten	Terpaan adalah suatu kegiatan mendengar, membaca, melihat pesan pada media atau memiliki pengalaman dan perhatian pada pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Menurut Ardianto dan Erdinaya dalam Wulan Purnamawati (2016: 21)	Berita instagram terkait dengan penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina dapat memberikan stimulus kepada audiens yang diakibatkan oleh beberapa faktor seperti frekuensi, durasi dan juga atensi.	<p>1. Frekuensi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anda sering mendapat konten instagram @detikcom terkait penyerangan rumah sakit Indonesia yang ada di Palestina? <p>2. Durasi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konten di instagram @detikcom terkait penyerangan rumah sakit Indonesia yang ada di Palestina anda baca dan lihat hingga selesai? <p>3. Atensi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anda tertarik untuk membaca dan melihat konten Instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia yang ada di Palestina? • Anda updet dan mengikuti konten @detikcom terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia yang ada di Palestina?
2.	Kualitas Konten	kualitas informasi merupakan kemampuan informasi untuk mencukupi kebutuhan tersirat dan menerapkan kebutuhan informasi dari user dari Gustavson dan Wanstrom (2009) dalam Koko Srimulyo (2023: 54)	Dalam berita terkait dengan penyerangan rumah sakit Palestina generasi Z sebagai objek dalam penelitian ini. Dapat memenuhi kebutuhan informasi lewat berbagai media sosial seperti instagram (@detikcom) dengan	<p>1. Akurat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konten terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina yang dimuat Instagram (@detikcom) memiliki sumber yang jelas dan terpercaya? • Konten yang anda dapat di Instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah

			<p>tetap memperhatikan aspek kualitas informasi antara lain terkait dengan keakuratan, ketepatan waktu, relevan dan kelengkapan berita.</p>	<p>sakit Indonesia di Palestina memiliki fakta yang akurat?</p>
				<p>2. Tepat Waktu</p> <ul style="list-style-type: none"> Konten yang anda dapat di instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina ada disaat anda butuhkan?
				<p>3. Relevan</p> <ul style="list-style-type: none"> Konten yang anda dapat di instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina sesuai dengan keadaan yang dialami Palestina?
				<p>4. Lengkap</p> <ul style="list-style-type: none"> Konten instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina memiliki informasi yang lengkap?
3.	Kredibilitas Konten	Kredibilitas merupakan seperangkat tanggapan komunikasi kepada sifat yang dimiliki komunikator (Rakhmat (2008: 254) dalam K.Sekali (2018:11)).	<p>Generasi Z di Surakarta dapat mengatakan bahwasanya konten terkait dengan penyerangan rumah sakit Palestina merupakan berita yang dapat dipercaya atau kredibel. Apabila pada sebuah berita terdapat akurasi, dapat dipercaya, tidak bias dan lengkap</p>	<p>1. Akurasi</p> <ul style="list-style-type: none"> Konten instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina mudah dipahami? Konten instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina selalu konsisten dalam menyampaikan berita?
				<p>2. Terpercaya</p>

				<ul style="list-style-type: none"> • Anda percaya dengan konten yang dimuat instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina? • Anda puas dengan penyajian konten instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina?
				<p>3. Bias</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konten yang anda dapat di instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina tidak berpihakan pada isu tertentu?
				<p>4. Kelengkapan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konten yang dimuat instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina memuat unsur informasi 5W + 1H? • Konten yang dimuat instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina lengkap dan jelas?
4.	Sikap		Generasi Z di Surakarta mampu bertindak berdasarkan konten yang dilihat pada instagram @detikcom terkait dengan penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina. Tindakan tersebut dapat	<p>1. Kognitif</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konten instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina bermanfaat? • konten instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit

			berupa tindakan kognitif, afektif dan perilaku.	Indonesia di Palestina sangat membantu anda dalam memperluas wawasan?
				<p>2. Afektif</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konten instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina membuat anda ikut bersimpati dengan Palestina? • Konten instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina penting untuk anda?
				<p>3. Perilaku</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anda tertarik memberikan komentar pada konten instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina? • Anda tertarik membagikan ulang konten instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina?

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil serta pembahasan temuan penelitian diperoleh kesimpulan berikut:

- a. Pengaruh terpaan konten terhadap sikap gen -z diperoleh hasil nilai signifikan (Sig) $0,028 < 0,05$ kesimpulan, H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan untuk nilai t hitung $2.235 > 1,984$ kesimpulan adalah variabel terpaan konten (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap gen-z kota Surakarta.
- b. Pengaruh kualitas konten terhadap sikap gen -z diperoleh hasil nilai signifikan (Sig) $0,275 > 0,05$ kesimpulan, H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan nilai t hitung $1,099 < 1,984$ kesimpulan adalah variabel kualitas konten (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap gen-z di kota Surakarta.
- c. Pengaruh kredibilitas konten terhadap sikap gen -z diperoleh hasil nilai signifikan (Sig) $0,012 < 0,05$ kesimpulan, H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan nilai t hitung $2.570 > 1,984$ kesimpulan adalah variabel kredibilitas konten (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap gen-z kota Surakarta.
- d. Pengaruh terpaan konten, kualitas konten dan kredibilitas konten terhadap sikap gen – z diketahui nilai dari sig f adalah $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 (ditolak) dan H_a (diterima). Sedangkan nilai dari f hitung sebesar $20,284 > f$ tabel $2,698$. Kesimpulan adalah bahwa variabel terpaan konten (X1), kualitas konten (X2) dan kredibilitas konten (X3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel sikap gen-z (Y).

2. Saran

Adapun saran dalam penelitian yang sudah dilakukan ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Detikcom diketahui bahwa hasil penelitian pada variabel kualitas konten terdapat pernyataan yang memiliki skor terendah atau kurang setuju yakni, bahwa Konten penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina yang dimuat Instagram (@detikcom) memiliki sumber yang jelas dan terpercaya serta memiliki fakta yang akurat. Hal tersebut dapat menjadi acuan media detikcom agar dapat memberikan informasi yang lebih jelas dan akurat. Dengan selalu memastikan informasi didapatkan pada sumber yang uptudet secara teratur dan terpercaya.
- b. Bagi Audien agar selalu bijak dalam memilih konten yang relevan dan memproses informasi yang didapatkan.
- c. Saran kepada peneliti yang akan datang, agar lebih mengembangkan hasil penelitian yang telah ada dengan variabel – variabel yang dapat menghasilkan penelitian yang lebih sistematis dan representatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alba Atika Cyntia. (2021). *PENGARUH TERPAAN MEDIA PEMBERITAAN BELAJAR DI RUMAH DI TELEVISI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN ORANG TUA MENGENAI METODE PEMBELAJARAN SISWA SELAMA PANDEMI COVID-19 (Studi-di-Kecamatan-Kemiling-Kota-Bandar Lampung)*.
- Alfi Putri Helsya. (2021). SKRIPSI HELSYA PUTRI ALFI. *Skripsi*.
- Ananda Pratiwi, S., & Hidayat, D. (n.d.). *IKLAN LAYANAN MASYARAKAT COVID-19 DI MEDIA SOSIAL DAN PERILAKU MASYARAKAT DI JAWA BARAT*.
- Arwani Sholeh Achmad, M. (2022). *Pengaruh E-Wom, Kualitas Konten Terhadap Subscription Decision Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Layanan Streaming Genflix pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)*.
- Azhar Salsabila. (2019). SALSABILA AZHAR-FDK. *Skripsi*.
BAB 2 - 10604227261. (n.d.).
BAB II LANDASAN TEORI 2. (n.d.).
- Badan Pusat Statistik Kota Surakarta. (2019). *Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama yang Dianut di Kota Surakarta, 2019*. Badan Pusat Statistik Kota Surakarta.
- Badan Pusat Statistik Kota Surakarta. (2020). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2020-2022*. Badan Pusat Statistik Kota Surakarta.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. (2020). *Persentase Penduduk Berumur 5 Tahun ke Atas yang Mengakses Internet (Termasuk Facebook, Twitter, Whatsapp) dalam 3 Bulan Terakhir di Perkotaan dan Perdesaan menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Kelamin (Tahun), 2020*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah.
- Bandel, S. L., Bond, A. E., Bryan, C. J., & Anestis, M. D. (2023). Public Perception of Gun Violence-Related Headline Accuracy and the Credibility of Media Sources. *Health Communication*, 38(9), 1856–1861.
<https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2037199>

- Bambang, S. Sudarma. (2012). *Instagram handbook/ Bambang; Penyunting, Sudarma S.* Jakarta: Mediakita.
- Bawono, A., & Erlangga, R. A. (2019). Perubahan Kesadaran Berzakat, atas Pengaruh Video Iklan Layanan Masyarakat dan Dampaknya pada Masyarakat Jateng dan DIY. *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 13(1), 149–176. <https://doi.org/10.18326/infs13.v13i1.149-176>
- Dai, Z., & Fei, H. (2022). Social Media Information Credibility Based on User Perception and Cloud Computing System. *Mobile Information Systems*, 2022. <https://doi.org/10.1155/2022/6922615>
- Deyan Pratomo, M., & Hanifa, F. H. (n.d.). *EFEKTIVITAS IKLAN SEPEDA MOTOR HONDA CB 150 VERZA PADA MEDIA TV DENGAN MENGGUNAKAN DIRECT RATING METHOD (Studi Pada Konsumen Kabupaten Bandung Tahun 2018)*.
- Diajukan, S., Fakultas, K., Dan, D., Komunikasi, I., Memenuhi, U., Gelar, P., Sosial, S., Sos, S., Eka, O., & Ardila, N. (2022). *KREDIBILITAS ISI PEMBERITAAN PADA RUBRIK TERPOPULER DI DETIK.COM*.
- Diponegoro Penyusun Rachmat Widodo, U. (2012). *KREDIBILITAS PEMBERITAAN PADA PORTAL BERITA ONLINE VIVANEWS.COM Skripsi Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.
- Djaali. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Fatmawati Sari Bunga, Ed.; 1st ed.). Bumi Aksara.
- Duli Nikolaus. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS* (1st ed.). Deepublish.
- Effendi, R., Kustiman, E., & Fahrul Muchtar, A. A. (2022). *Pembimbing II Mengetahui Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UPI*.
- Elen Trismayarni, M. S. P. D. (2023). *Profesi Akuntan Publik, Kini dan Nanti (Persepsi Kebutuhan akan Jasa Audit)*. Deepublish.

- Eprints.uny.ac.id. (n.d.). BAB II. *Eprints.Uny.Ac.Id.* Retrieved February 23, 2024, from <http://eprints.uny.ac.id/23886/2/4.%20BAB%20II.pdf>
- Esperanza, F., & Sukri, &. (2023). *Kebijakan Luar Negeri Indonesia Dalam Mendukung Upaya Kemerdekaan Palestina.*
- Fahmi Dzul. (2021). *Persepsi Bagaimana Sejatinya Persepsi Membentuk Kontruksi Berpikir Kita* (Adamson Herman, Ed.). Anak Hebat Indonesia.
- Firmansyah Amire, T. G. (2021). *Bagaimana Peran Tata Kelola Perusahaan Dalam Penghindaran Pajak, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Pengungkapan Risiko, Efisiensi Investasi?* (Suhanda Hady Nopriyanto, Ed.; 1st ed.). Adab.
- Giovanny, A., & Kaligis, R. A. W. (2022). Pengaruh Terpaan Berita Vaksin Covid-19 di Kompas.com Terhadap Persepsi Vaksinasi di Kalangan Generasi Z. In *Jurnal Publish* (Vol. 1, Issue 1).
- Hamdi Saepul Asep, Bahruddin. E. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan* (Anas Azwar, Ed.). Deepublish.
- Hermawanti, F., Prisanto, G. F., Yulianto, K., & Ruliana, P. (2021). Pengaruh Terpaan Media #GundikLintasBUMN Pada Twitter terhadap persepsi profesi pramugari. *Seminar Penelitian Sivitas Akademika Unisba.* <https://doi.org/10.29313/.v7i1.27198>
- Juniati, Y., Michael, J., Rorong, S. T., & Kom, M. I. (2021). *KREDIBILITAS PEMBERITAAN MEDIA BATAM POS TERHADAP PERSEPSI COVID-19 MASYARAKAT KOTA BATAM.*
- Karduni, A., Wesslen, R., Markant, D., & Dou, W. (2023). *Images, Emotions, and Credibility: Effect of Emotional Facial Expressions on Perceptions of News Content Bias and Source Credibility in Social Media.* <https://github.com/thoughtworksarts/EmoPy>

- Karduni¹, A., Wesslen², R., Markant², D., & Dou², W. (2023). *Citra, Emosi, dan Kredibilitas: Pengaruh Ekspresi Wajah Emosional terhadap Persepsi Bias Konten Berita dan Kredibilitas Sumber di Media Sosial*. www.aaai.org
- Kartika, N., & Yuningsih, S. (2021). *Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ Website: <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit> Pengaruh Kualitas Informasi dalam Media Instagram @nusatalent Terhadap Citra Nusa Talent*. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Khussari Ramona Tjut. (2018). *Kredibilitas Pesan Pada Media Cetak Kompas dan Media Online Tribun News*.
- Kriyantono Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (1st ed.). Kencana.
- K.Skali BR Induryna Eioudia. (2018). *Kredibilitas Media Pada Portal Berita Online Liputan6.com dan Portal Berita Online Berbasis Jurnalisme Data Tirto.id SKRIPSI Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya Oleh: Oleh: EIOUDIA INDURYNA BR K.SEKALI 145120201111051*.
- Kurniawan Robert, B. Y. (2015). *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R* (1st ed.). Kencana.
- Mudore, S. B. (2019). *PERAN DIPLOMASI INDONESIA DALAM KONFLIK ISRAEL-PALESTINA*.
- Mughni Sulubara, S., Lestaria, E., Sempena, D., Humaira, D., Mawaddah, L., Ulan Dari, M., Ulfa, N., Wulandari, N., Bahgia, P., Roza, R., Supia, R., Dewi, Y., & Muhammadiyah Mahakarya Aceh Jalan Gayo Simpang Bireun Nomor, U. I. (2024). *Perlindungan Hukum Internasional Tentang Konflik Perang Lintas Negara Antara Palestina Dan Israel*. *Maret*, 2(1), 358–366. <https://doi.org/10.59059/mandub.v2i1.932>
- Muhamad Nabilah. (2024). *Persentase Anak Muda Indonesia yang Menggunakan Internet Berdasarkan Tujuan (Maret 2023)*. Databoks.

- Muhammad, M., Afzal, A., & Hussain, T. (n.d.). *PEMAKNAAN DAN KREDIBILITAS BERITA MEDIA MASSA DAN MEDIA SOSIAL: ANALISIS PERSEPSI PUBLIK TERHADAP PJAEE BAHAWALPUR DISTRIK, 20 (1) (2023) PEMAKNAAN DAN KREDIBILITAS BERITA MEDIA MASSA DAN MEDIA SOSIAL: ANALISIS PERSEPSI PUBLIK TENTANG DISTRIK BAHAWALPUR*. www.DeepL.com/pro
- Muhammad, M., Afzal, A., Hussain, T., & Ishaq, N. (2023). *VIEWERSHIP AND CREDIBILITY OF News MAINSTREAM AND SOCIAL MEDIA: AN ANALYSIS OF PUBLIC PERCEPTION OFDISTRICT BAHAWALPUR PJAEE, 20 (1) (2023) VIEWERSHIP AND CREDIBILITY OF News MAINSTREAM AND SOCIAL MEDIA: AN ANALYSIS OF PUBLIC PERCEPTION OFDISTRICT BAHAWALPUR*.
- N Amalia. (2019). 05.2 bab 2. *Universitas Islam Indonesia*.
- Ningsih Marnida. (2022). Marnida Ningsih, 180401027, FDK, KPI, 082277934569. *Skripsi*.
- Novianto, L. (2021). *Pengaruh Terpaan Konten Toyota Limo Bekas Taksi Di Youtube Terhadap Sikap Positif Penonton : Survei Pada Subscribers Youtube Channel Mas Wahid*.
- Nurjannah, E. P., & Fakhrudin, M. (2019). Deklarasi Balfour: Awal Mula Konflik Israel Palestina. In *PERIODE: Jurnal Sejarah dan Pendidikan Sejarah* (Vol. 1, Issue 1).
- Oktafian, W. (2019). *PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH*. <https://firdausnetpreneur.com>
- Oktri, O. :, & Lani, P. (2016). PENGARUH IKLAN TELEVISI MEDIA MASSA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DESA SARI GALUH KECAMATAN TAPUNG KABUPATEN KAMPAR KIRI PEKANBARU. In *JOM FISIP* (Vol. 3, Issue 2).
- Ovan, S. A. (2020). *CAMI Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web* (Ahmar Saleh Ansari, Ed.; 1st ed.). Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.

- Pada, S., Allattappampang, M., Pallangga, K., & Gowa, K. (2016). *PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG AKTUALITAS INFORMASI BERITA DI TVONE*.
- Pahlevi Reza. (2022). *Media Daring yang Dikonsumsi Terbanyak (2022)*. Databoks.
- Pengaruh Efektivitas Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pengunduhan Aplikasi*. (n.d.).
- Persyaratan, M., Gelar, M., Sosial, S., Sos, S., & Emira, V. R. (2021). *PENGARUH TERPAAN MEDIA ONLINE MENGENAI* Diajukan kepada Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
- Pratama Adytia Ridwan Mohammad. (2022). *Pengaruh kualitas konten tayangan youtube TV Tani Indonesia terhadap perubahan sikap khalayak pada informasi pertanian (Survey kepada penonton youtube TV Tani kuartal pertama tahun 2022)*.
- Purnawati Wulan. (2016). *HUBUNGAN TERPAAN BERITA PEMBLOKIRAN SITUS ISLAM DI TELEVISI TERHADAP CITRA KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA PADA MAHASISWA UIN JAKARTA*.
- Puspita, N. A., & Samatan, N. (2022a). *Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi*. 4(2), 112–117.
- PUSTAKA Landasan Teoritis, K. A. (2021). *BAB II*.
- Rachmadhani, A., Soenarno, P., Mukhammad, S., & Mawardi, K. (2015). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN KREDIBILITAS SUMBER TERHADAP KEGUNAAN INFORMASI DAN DAMPAKNYA PADA ADOPSI INFORMASI (Studi pada Masyarakat Pengikut Akun Twitter Resmi iKaskus)*. In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol (Vol. 25, Issue 1)*.
- Risdiyanto Anggih. (2014). Anggih Risdiyanto-0752024116. *Skripsi*.
- Rukajat Ajat. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif (Quantitative Research Approach)* (1st ed.). Deepublish.
- Safira Indriana. (2023). *Pengaruh Kredibilitas Konten Workout di Youtube Channel Yulia Baltschun Terhadap Pembentukan Sikap Positif Generasi Z untuk Berolahraga (Survei pada Mahasiswi Aktif UPN Veteran Jakarta)*.

- Santoso, D. H., & Sos, S. (n.d.). *UPAYA MENINGKATKAN MINAT DAN BUDAYA MEMBACA BUKU MELALUI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT*. Retrieved December 7, 2021, from <http://library.um.ac.id>
- Saputri, S. D. W., & Alexandrina, E. (2019). PEGARUH IKLAN LAYANAN MASYARAKAT TERKAIT MASYARAKAT EKONOMI ASEAN DI YOUTUBE DAN CULTURAL INTELLIGENCE TERHADAP MINAT BERKARIER MAHASISWA UNTUK BEKERJA DI LUAR NEGERI. *Scriptura*, 8(2), 49–55. <https://doi.org/10.9744/scriptura.8.2.49-55>
- Schneider, C. R., Freeman, A. L. J., Spiegelhalter, D., & Van der Linden, S. (2021). The effects of quality of evidence communication on perception of public health information about COVID-19: Two randomised controlled trials. *PLoS ONE*, 16(11 November). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0259048>
- Septiayu, D., Kertahadi, F., Fakultas, R., & Administrasi, I. (2013). *PENGARUH KUALITAS SISTEM DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA*.
- Setiawan Awan, S. I. H. N. (2022). *Strategi Efektivitas Implementasi Sistem Informasi Dalam Upaya Peni* (Sunarsi Denok, Ed.). Cipta Media Nusantara.
- Srimulyo Koko. (2022). *Pemasaran Informasi* (Abadi Zadina, Ed.). Airlangga University Press.
- Sudaryana Bambang, A. R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Deepublish.
- Suryadi Edi, D. D. M. A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi dengan Pendekatan Kuantitatif* (Latifah Pipih, Ed.; 1st ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Tambusai, J. P., Efendi, E., Taufiqurrohman, A., Supriadi, T., Kuswananda, E., & Islam, K. P. (2023). *Teori Agenda Setting*.
- Tim Detikcom. (2023a). Area Sekitar RS Indonesia di Gaza Digempur 11 Rudal Israel. *Detikcom*.

- Tim Detikcom. (2023b). Gadis 11 Tahun Selamat Usai 30 Jam Tertimbun Reruntuhan di Gaza. *Detikcom*.
- Tim Detikcom. (2023c). Israel Gempur RS Indonesia di Gaza, 11 Rudal Dijatuhkan. *Detikcom*.
- Tim Detikcom. (2023d). Kondisi Terkini RS Indonesia di Gaza: Rusak Parah, Banyak Mayat Bergeletakan. *Detikcom*.
- Tim Detikcom. (2023e). RI Kutuk Serangan Israel ke RS Indonesia di Gaza. *Detikcom*.
- Tim Detikcom. (2023f). Rumah Sakit Indonesia di Gaza Berhenti Beroperasi. *Detikcom*.
- Uyun Muhamad, Y. L. B. (2022). *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Deepublish.
- Wardani Kusuma Dian. (2020). *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif dan Asosiatif)* (Wulandari Anggun, Ed.). LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Yayasan Nusantara Palestina Center. (2024). Lebih dari 25.000 Orang Syahid di Gaza. *Npc.or.Id*.
- Yonatan Z Agnes. (2023). *7 Media Sosial Paling Populer 2023*. GoodStats.
- Yuniar Ririt. (2022). *Jembatan Emas Ketahanan Pangan Perspektif Komunikasi* (1st ed.). PT Pustaka Obor Indonesia.
- Yusuf Muri. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (1st ed.). Kencana.
- Zamzam fakhry, M. L. (2021). *Model Penulisan Tesis Manajemen Kuantitatif Berbasis Analisis Dan Implikasi Manajerial* (1st ed.). Deepublish.
- Zhafira, A. (2023). *Berdirinya Negara di atas Negara: Sejarah Perampasan Tanah Palestina oleh Israel yang Membawa pada Pelanggaran Hak Asasi Manusia* (Vol. 1, Issue 1).

LAMPIRAN
MATRIKS PENELITIAN

NO	Nama Variabel	Indikator	Tolak Ukur
1.	Terpaan Konten (X1) Terpaan adalah suatu kegiatan mendengar, membaca, melihat pesan pada media atau memiliki pengalaman dan perhatian pada pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Menurut Ardianto dan Erdinaya dalam Wulan Purnamawati (2016: 21)	Frekuensi	Seberapa sering seseorang membaca, melihat mendengar berita
		Durasi	Seberapa lama waktu penggunaan media oleh audiens untuk menyaksikan berita
		Atensi	Tingkat perhatian audiens pada suatu berita
2.	Kualitas Konten (X2) kualitas informasi merupakan kemampuan informasi untuk mencukupi kebutuhan tersirat dan menerapkan kebutuhan informasi dari user dari Gustavson dan Wanstrom (2009) dalam Koko Srimulyo (2023: 54)	Akurasi	Mengukur tingkat ketepatan dan kebenaran pada informasi yang disajikan pada berita
		Tepat Waktu	Kecukupan waktu pemberitaan dalam menyampaikan informasi
		Relefan	Mengukur sejauh mana informasi berita berkaitan pada kebutuhan audiens
3.	Kredibilitas konten (X3) Kredibilitas merupakan seperangkat tanggapan komunikasi kepada sifat yang dimiliki komunikator (Rakhmat (2008: 254) dalam K.Sekali (2018:11)).	Akurasi	Merujuk pada tingkat ketepatan dan kebenaran sumber informasi berita
		Dapat Dipercaya	Sejauh mana sudiens percaya pada informasi serta sumber informasi
		Bias	Mengacu pada kecenderungan dalam mengumpulkan informasi yang dapat mempengaruhi pada kualitas informasi dan pengambilan keputusan
		Lengkap	Mengacu pada tercukupinya informasi yang diberikan dari komunikator kepada komunikan
4.	Sikap	Kognitif	Mengacu pada sebuah pengetahuan, pendapat

			dan persepsi audiens terhadap sesuatu yang dilihat
		Afektif	Mengacu kepada perasaan dan melibatkan emosional audiens dari sesuatu yang dilihat
		Perilaku	Kecenderungan seseorang untuk berperilaku sesuai dengan stimulus yang diterima

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH TERPAAN KONTEN, KUALITAS KONTEN DAN
KREDIBILITAS KONTEN INSTAGRAM (@DETIKCOM) TERKAIT
PENYERANGAN RUMAH SAKIT INDONESIA DI PALESTINA
TERHADAP SIKAP DIKALANGAN GEN-Z KOTA SURAKARTA

Pengantar

Sehubungan dengan tugas akhir kuliah pada program studi S1 Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta. Perkenalkan nama saya, Anggun Permatasari bermaksud ingin meminta dan memohon bantuan serta partisipasi saudara/saudari untuk mengisi daftar pernyataan kuesioner. Kerahasiaan mengenai identitas data dan jawaban kuesioner akan saya jaga sesuai dengan etika penelitian. Atas kesediaan, bantuan dan partisipasinya peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada saudara/saudari yang telah berkenan meluangkan waktu untuk mengisi daftar pernyataan.

1. Identitas Responden

Nama:

Jenis Kelamin:

- a) Laki – Laki
- b) Perempuan

Usia

- a) Usia 16 – 20 Tahun
- b) Usia 21 – 25 Tahun

Pendidikan

- a) SD
- b) SMP
- c) SMA
- d) D3/D4
- e) S1

Pekerjaan

- a) Pelajar
- b) Mahasiswa
- c) Pegawai Swasta
- d) Wiraswasta
- e) PNS
- f) Lain – Lain

Agama

- a) Islam
- b) Kristen
- c) Hindu
- d) Buddha
- e) Khonghucu

Apakah anda pernah melihat dan membaca konten berita instagram @detikcom?

- Ya
- Tidak

2. Variable Penelitian

Petunjuk:

- a) Mulailah menjawab pernyataan dengan memilih salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat
- b) Keterangan Jawaban
STS: Sangat Tidak Setuju (Skor 1)
TS: Tidak Setuju (Skor 2)
N: Netral (Skor 3)
S: Setuju (Skor 4)
SS: Sangat Setuju (Skor 5)

1. TERPAAN KONTEN (X1)

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
FREKUENSI						
1.	Anda sering mendapat konten instagram @detikcom terkait penyerangan rumah sakit Indonesia yang ada di Palestina?					
DURASI						
2.	Konten di instagram @detikcom terkait penyerangan rumah sakit Indonesia yang ada di Palestina anda baca dan lihat hingga selesai?					
ATENSI						
3.	Anda tertarik untuk membaca dan melihat konten Instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia yang ada di Palestina?					
4.	Anda updet dan mengikuti konten @detikcom terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia yang ada di Palestina?					

2. KUALITAS KONTEN (X2)

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
AKURAT						
5.	Konten terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina yang dimuat Instagram (@detikcom) memiliki sumber yang jelas dan terpercaya?					
6.	Konten yang anda dapat di Instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina memiliki fakta yang akurat?					
TEPAT WAKTU						
7.	Konten yang anda dapat di instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina ada disaat anda butuhkan?					
RELEFAN						

8.	Konten yang anda dapat di instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina sesuai dengan keadaan yang dialami Palestina?					
LENGKAP						
9.	Konten instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina memiliki informasi yang lengkap?					

3. KREDIBILITAS KONTEN (X3)

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
AKURASI						
10.	Konten instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina mudah dipahami?					
11.	Konten instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina selalu konsisten dalam menyampaikan berita?					
DAPAT DIPERCAYA						
12.	Anda percaya dengan konten yang dimuat instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina?					
13.	Anda puas dengan penyajian konten instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina?					
BIAS						
14.	Konten yang anda dapat di instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina tidak berpihakan pada isu tertentu?					
LENGKAP						
15.	Konten yang dimuat instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina memuat unsur informasi 5W + 1H?					
16.	Konten yang dimuat instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina lengkap dan jelas?					

4. SIKAP GEN-Z (Y)

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
KOGNITIF						
17.	Konten instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina bermanfaat?					
18.	konten instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina sangat membantu anda dalam memperluas wawasan?					
AFEKTIF						
19.	Konten instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina membuat anda ikut bersimpati dengan Palestina?					
20.	Konten instagram (@detikcom) terkait penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina penting untuk anda?					
PERILAKU						
21.	Anda tertarik memberikan komentar pada konten instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina?					
22.	Anda tertarik membagikan ulang konten instagram (@detikcom) terkait berita penyerangan rumah sakit Indonesia di Palestina?					

DATA RESPONDEN

NO	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Agama
1.	Lintang Ageng	Perempuan	21 – 25 Tahun	D3/D4	Nakes	Islam
2.	Nanda	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	D3/D4	Mahasiswa	Islam
3.	Muhammad Dzulfikar	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	S1	Pegawai Swasta	Islam
4.	Bunga Sofya	Perempuan	16 – 20 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
5.	Winda	Perempuan	21 – 25 Tahun	D3/D4	Pegawai Swasta	Islam
6.	Agus Halim	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	SMA	Pegawai Swasta	Islam
7.	Hanif Asyasyifa fauziah	Perempuan	21 – 25 Tahun	D3/D4	Mahasiswa	Islam
8.	Yusril Gibran Tsaqif	Laki - Laki	16 – 20 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
9.	Afan	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
10.	rifqi	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	D3/D4	Mahasiswa	Islam
11.	Rijhalisson bandi	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	SMA	Wiraswasta	Islam
12.	lailasilvy@student.uns.ac.id	Perempuan	21 – 25 Tahun	D3/D4	Mahasiswa	Islam
13.	Muhammad Shidiq Afarizi	Laki - Laki	16 – 20 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
14.	Petricia Wulan Dari	Perempuan	21 – 25 Tahun	D3/D4	Mahasiswa	Islam
15.	Rizal	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
16.	Muhammad Deris	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
17.	Aida	Perempuan	16 – 20 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
18.	Azhar	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	S1	Wiraswasta	Islam
19.	Alma	Perempuan	21 – 25 Tahun	S1	Pegawai Swasta	Islam
20.	Matsna	Perempuan	21 – 25 Tahun	S1	Pegawai Swasta	Islam
21.	FEBRI TRIYANTO	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	D3/D4	Mahasiswa	Islam
22.	Santika	Perempuan	21 – 25 Tahun	D3/D4	Pegawai Swasta	Islam
23.	Alfian Firdaus	Laki - Laki	16 – 20 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
24.	Latatu Nandemar	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	S1	Pegawai Swasta	Islam
25.	Faisal	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	S1	Guru	Islam

26.	Hafidz	Laki - Laki	16 – 20 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
27.	Putro	Laki - Laki	16 – 20 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
28.	isma	Perempuan	16 – 20 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
29.	Indaru	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
30.	Khusnun Niam	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
31.	Firnanda	Perempuan	16 – 20 Tahun	D3/D4	Mahasiswa	Islam
32.	Eka Febrianto	Laki - Laki	16 – 20 Tahun	SMA	Pelajar	Kristen
33.	silva	Perempuan	16 – 20 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
34.	Nurul Aini	Perempuan	16 – 20 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
35.	Faruq Maulana	Laki - Laki	16 – 20 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
36.	Rizal Ikhsanul	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
37.	Fahmi Khairunnizham	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
38.	Lala	Perempuan	16 – 20 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
39.	Mohammad Fares Al Abudi Tsani	Laki - Laki	16 – 20 Tahun	SMA	Konten Kreator	Islam
40.	Yosi Priyo Nugroho	Laki - Laki	16 – 20 Tahun	D3/D4	Mahasiswa	Islam
41.	Muhammad Edo Ramadhana	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
42.	MUHAMMAD TAUFAN	Laki - Laki	16 – 20 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
43.	Fatimah Tuzaroh	Perempuan	21 – 25 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
44.	Haikal Pratama	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	S1	Guru	Islam
45.	Sumanto	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	SMA	Wiraswasta	Islam
46.	Ilham Aunillah	Laki - Laki	16 – 20 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
47.	Safira	Perempuan	21 – 25 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
48.	Khoirotn Nisa'	Perempuan	21 – 25 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
49.	Muhammad Ali Yafi	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	SMA	Pegawai Swasta	Islam
50.	Deven	Perempuan	21 – 25 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
51.	Delly Muhammad Yassin	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	SMA	Wiraswasta	Islam

52.	Muhammad Ali Yafi	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	SMA	Pegawai Swasta	Islam
53.	Aisyah Hasna Afifah	Perempuan	16 – 20 Tahun	D3/D4	Mahasiswa	Islam
54.	Badri	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	S1	Pegawai Swasta	Islam
55.	Fadli	Laki - Laki	16 – 20 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
56.	Nia	Perempuan	21 – 25 Tahun	S1	Guru	Islam
57.	Firman Aldiansyah	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	SMA	Pegawai Swasta	Islam
58.	Dana Bimasakti	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	D3/D4	Wiraswasta	Islam
59.	Hafiz	Laki - Laki	16 – 20 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
60.	Mega Raharningtyas	Perempuan	21 – 25 Tahun	S1	Konten Kreator	Islam
61.	Fala Thifal Widyadhari	Perempuan	21 – 25 Tahun	D3/D4	Freelance	Islam
62.	Karima	Perempuan	16 – 20 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
63.	Brilliant Indy Wiranata	Laki - Laki	16 – 20 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
64.	Angga	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	SMA	Konten Kreator	Islam
65.	Dimas	Perempuan	16 – 20 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
66.	Ria Ramadhani	Perempuan	21 – 25 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
67.	Yullya oktaviani	Perempuan	21 – 25 Tahun	SMA	Pegawai Swasta	Islam
68.	Putri Nadia	Perempuan	21 – 25 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
69.	Faganza Hevillia Hapsari	Perempuan	21 – 25 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
70.	Nanda Aulia K.D	Perempuan	16 – 20 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
71.	Ziyah	Perempuan	16 – 20 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
72.	Deninta Andara Perdana	Perempuan	21 – 25 Tahun	S1	PNS	Islam
73.	Luhtu Fitri	Laki - Laki	16 – 20 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
74.	Novi	Perempuan	21 – 25 Tahun	S1	Wiraswasta	Islam
75.	stevy	Perempuan	21 – 25 Tahun	S1	Pegawai Swasta	Islam
76.	Daffa Naufal Fathin	Laki - Laki	16 – 20 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
77.	Della	Perempuan	21 – 25 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
78.	Fadhil Jacky	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	D3/D4	Konten Kreator	Islam

79.	Neda	Perempuan	21 – 25 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
80.	Refida	Perempuan	21 – 25 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
81.	Eka Puspita	Perempuan	21 – 25 Tahun	D3/D4	Mahasiswa	Islam
82.	Muhammad fashih	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
83.	Alin	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
84.	Dwi yuliyanti	Perempuan	21 – 25 Tahun	SMA	Pegawai Swasta	Islam
85.	Rira	Perempuan	21 – 25 Tahun	S1	Guru	Islam
86.	Maulana Nur Kholis	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	D3/D4	Pegawai Swasta	Islam
87.	Regar	Laki - Laki	16 – 20 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
88.	Ruliati	Perempuan	21 – 25 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
89.	M. H.	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
90.	aldina	Perempuan	21 – 25 Tahun	D3/D4	Mahasiswa	Islam
91.	Gilang noerochmat	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	S1	Konten Kreator	Islam
92.	Ameylia Nazwa Lizky Subekti	Perempuan	16 – 20 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
93.	Noa	Laki - Laki	16 – 20 Tahun	D3/D4	Mahasiswa	Islam
94.	Ruliati	Perempuan	21 – 25 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
95.	Hayyy	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	SMA	Pegawai Swasta	Islam
96.	Handiar Afrio Joandika	Laki - Laki	16 – 20 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
97.	Satria Wibisono	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	SMA	Pegawai Swasta	Islam
98.	MIFTAQHUDIN RIFAI	Laki - Laki	16 – 20 Tahun	SMA	Pelajar	Islam
99.	Sukri Warih Sasono	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam
100	Agung	Laki - Laki	21 – 25 Tahun	S1	Mahasiswa	Islam

1	2	3	4	X1	5	6	7	8	9	X2	10	11	12	13	14	15	16	X3	17	18	19	20	21	22	Y
---	---	---	---	----	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	---

4	4	4	2	14	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	4	4	27	4	4	4	4	2	4	22
5	5	5	3	18	5	5	5	3	4	22	5	4	4	4	3	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
4	3	2	2	11	2	2	3	4	3	14	3	3	3	4	4	4	4	25	4	4	4	3	4	2	21
5	4	4	5	18	4	4	4	4	5	21	4	4	3	4	4	4	4	27	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	3	16	4	4	5	5	4	22	4	4	5	4	5	5	4	31	5	5	5	5	4	5	29
5	4	3	5	17	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	3	4	3	23	4	4	4	4	3	3	22
4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	3	4	4	26	4	4	4	5	3	3	23
4	3	3	1	11	3	3	4	4	3	17	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	18
3	4	3	3	13	3	3	4	3	3	16	4	3	4	4	3	3	3	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	21	4	4	4	3	4	4	4	27	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	15	4	3	4	3	4	18	4	4	3	4	3	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	2	13	3	3	4	3	3	16	4	4	3	2	3	4	3	23	3	3	3	2	1	1	13
3	3	4	3	13	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	3	3	3	25	4	4	4	4	4	4	24
5	2	3	3	13	3	3	5	5	4	20	5	4	4	3	3	5	4	28	5	5	5	3	3	2	23
4	4	4	4	16	4	4	4	5	3	20	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	5	5	5	5	28
4	3	3	4	14	3	3	3	4	3	16	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	4	4	2	2	20
5	4	5	4	18	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
5	4	3	3	15	4	4	4	4	3	19	4	3	4	3	3	3	3	23	4	3	3	3	3	2	18
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	5	25
5	4	3	3	15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	4	4	27	4	4	4	4	4	4	24
5	3	3	3	14	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	4	5	4	28
4	3	3	3	13	3	2	4	2	2	13	2	4	2	3	3	2	2	18	4	4	3	2	3	3	19
5	5	5	5	20	4	4	5	5	4	22	5	3	3	4	3	4	2	24	5	5	5	5	5	5	30
4	3	3	3	13	5	4	3	3	3	18	3	2	4	3	3	4	3	22	4	4	4	3	3	3	21
4	2	2	2	10	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	5	4	4	28	5	5	5	4	3	4	26
5	2	4	3	14	3	3	2	3	3	14	3	4	3	3	3	5	3	24	4	4	4	4	3	3	22
4	3	3	3	13	4	4	5	5	4	22	3	4	3	3	4	3	3	23	4	4	3	3	2	3	19

5	3	3	3	14	3	5	3	3	3	17	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	18
4	2	4	5	15	4	4	5	4	3	20	4	3	4	2	2	4	4	23	4	3	4	4	1	2	18
4	5	4	4	17	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	4	19	3	3	5	5	5	21	5	5	3	5	3	5	5	31	5	5	5	5	4	4	28
3	4	3	3	13	3	4	3	4	3	17	3	4	3	4	3	3	4	24	3	4	4	4	3	3	21
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	2	3	3	22	4	4	5	4	5	5	27
4	3	2	3	12	3	4	5	3	4	19	3	3	3	4	3	2	3	21	5	2	3	3	3	3	19
4	3	3	3	13	3	3	4	3	3	16	4	3	4	4	3	4	4	26	3	4	3	3	4	4	21
5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	4	4	29	5	4	4	4	4	4	25
4	2	4	4	14	4	4	4	4	3	19	4	3	4	4	3	4	3	25	5	5	5	5	3	4	27
3	2	5	3	13	3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	3	3	3	21	5	5	5	5	5	3	28
4	5	5	4	18	5	3	5	5	4	22	5	4	4	4	3	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	13	4	5	5	5	5	24	5	4	5	5	4	4	4	31	4	5	4	4	5	4	26
3	3	3	3	12	5	4	5	5	5	24	5	4	5	5	5	5	5	34	5	5	5	4	2	5	26
3	4	4	2	13	4	4	4	3	3	18	4	4	3	3	3	4	3	24	3	4	4	4	5	5	25
4	5	5	4	18	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	5	5	4	5	27
5	4	2	5	16	5	5	2	3	5	20	4	4	1	2	1	5	5	22	1	5	5	5	2	5	23
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35	1	5	4	3	3	4	20
3	3	3	3	12	4	4	4	5	4	21	4	3	4	3	3	3	4	24	5	5	5	5	4	3	27
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	3	5	28
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
3	5	4	3	15	3	4	5	5	3	20	5	4	4	5	5	4	4	31	4	5	5	5	4	5	28
3	4	5	3	15	4	3	4	4	3	18	4	4	4	3	3	4	4	26	4	3	4	4	5	5	25
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
5	3	4	3	15	4	4	4	3	3	18	4	3	3	3	3	4	4	24	4	5	4	4	3	4	24
5	4	4	3	16	4	3	4	3	4	18	3	3	4	4	3	4	4	25	3	4	4	3	4	3	21
4	4	4	5	17	4	5	3	4	5	21	4	4	4	4	3	4	4	27	4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	4	14	4	3	5	4	4	20	5	4	3	5	4	4	5	30	5	5	5	4	4	5	28
4	3	3	3	13	4	3	4	3	3	17	4	3	3	4	3	3	3	23	4	4	5	3	4	4	24

4	4	5	3	16	5	5	5	5	4	24	5	5	3	4	4	5	4	30	5	5	5	4	5	5	29
4	5	5	5	19	4	5	5	5	5	24	5	4	5	4	4	5	5	32	5	5	5	4	5	5	29
4	3	4	4	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	4	22	4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	3	14	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	17	3	4	4	4	3	18	4	3	4	3	3	4	4	25	4	4	4	5	3	3	23
5	4	5	4	18	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	4	4	5	32	5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	18	5	4	5	5	2	21	5	4	5	5	4	4	4	31	4	5	5	3	4	5	26
4	4	3	3	14	3	3	4	5	3	18	4	3	3	3	3	4	3	23	4	4	5	5	5	4	27
5	4	4	3	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	4	4	5	5	27
4	5	5	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	5	18	4	4	5	4	4	21	5	4	4	5	4	5	5	32	5	5	5	5	5	5	30
3	4	3	2	12	4	3	3	3	3	16	4	3	3	3	3	3	3	22	4	4	4	4	4	3	23
3	4	4	3	14	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	4	4	27	4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	3	13	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	3	3	4	24	5	4	4	3	5	5	26
5	3	4	3	15	4	4	5	4	3	20	3	4	4	3	4	3	3	24	5	5	5	5	5	5	30
3	5	3	3	14	5	5	4	4	4	22	4	2	4	4	3	3	4	24	5	5	5	5	3	3	26
4	4	4	3	15	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	3	4	4	27	4	4	5	4	4	4	25
4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	3	4	27	5	5	5	5	3	5	28
4	5	4	3	16	3	3	4	3	2	15	3	2	3	3	4	4	4	23	4	4	5	5	4	4	26
3	3	4	3	13	3	3	5	5	3	19	3	3	3	3	3	4	3	22	4	5	5	5	3	3	25
5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	4	4	27	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	17	4	4	3	4	3	18	3	3	4	3	3	4	3	23	5	4	5	4	3	4	25
4	3	3	3	13	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	4	4	28	3	4	4	4	5	4	24
5	4	5	4	18	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	14	3	3	3	3	3	15	3	2	3	3	3	3	3	20	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	3	16	4	4	4	4	3	19	4	3	3	4	3	3	3	23	4	4	4	4	3	3	22
4	5	3	3	15	4	3	5	5	5	22	5	5	5	4	5	5	5	34	5	5	5	5	3	4	27

4	4	3	4	15	3	4	4	5	3	19	4	3	4	3	4	3	4	25	4	5	5	5	5	5	29
3	5	5	3	16	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	3	3	26
5	4	3	4	16	4	5	5	5	4	23	4	4	4	5	4	4	4	29	5	5	5	4	1	3	23
3	5	5	5	18	3	4	5	5	4	21	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	19	5	4	5	5	4	23	5	4	4	4	4	4	4	29	5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	3	14	3	4	4	5	3	19	4	3	5	3	3	4	5	27	4	5	5	3	3	5	25
5	4	4	3	16	5	4	4	5	5	23	4	3	5	5	3	4	5	29	5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	3	16	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	3	3	26
4	3	3	3	13	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	5	18	4	5	4	5	5	23	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	3	17	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	4	4	4	5	27
5	3	4	2	14	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
5	1	1	1	8	3	3	5	3	3	17	4	4	4	2	3	5	5	27	5	4	3	3	3	3	21
5	4	5	5	19	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	3	5	5	33	5	5	5	5	5	4	29

Hasil Uji Validitas X1

Correlations						
		X1.P1	X1.P2	X1.P3	X1.P4	TERPAAN KONTEN
X1.P1	Pearson Correlation	1	.031	.099	.290**	.455**
	Sig. (2-tailed)		.759	.325	.003	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.P2	Pearson Correlation	.031	1	.541**	.472**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.759		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.P3	Pearson Correlation	.099	.541**	1	.451**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.325	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.P4	Pearson Correlation	.290**	.472**	.451**	1	.807**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TERPAAN KONTEN	Pearson Correlation	.455**	.757**	.762**	.807**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas X2

Correlations							
		X2.P1	X2.P2	X2.P3	X2.P4	X2.P5	KUALITAS KONTEN
X2.P1	Pearson Correlation	1	.678**	.333**	.390**	.564**	.777**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.P2	Pearson Correlation	.678**	1	.253*	.453**	.571**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000		.011	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.P3	Pearson Correlation	.333**	.253*	1	.563**	.337**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.001	.011		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.P4	Pearson Correlation	.390**	.453**	.563**	1	.514**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.P5	Pearson Correlation	.564**	.571**	.337**	.514**	1	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
KUALITAS KONTEN	Pearson Correlation	.777**	.777**	.656**	.776**	.796**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Hasil Uji Validitas X3

Correlations									
		X3.P1	X3.P2	X3.P3	X3.P4	X3.P5	X3.P6	X3.P7	KREDIBILITAS KONTEN
X3.P1	Pearson Correlation	1	.643**	.609**	.628**	.496**	.678**	.666**	.831**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.P2	Pearson Correlation	.643**	1	.484**	.562**	.616**	.643**	.615**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.P3	Pearson Correlation	.609**	.484**	1	.590**	.637**	.509**	.605**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.P4	Pearson Correlation	.628**	.562**	.590**	1	.649**	.426**	.550**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.P5	Pearson Correlation	.496**	.616**	.637**	.649**	1	.477**	.509**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.P6	Pearson Correlation	.678**	.643**	.509**	.426**	.477**	1	.731**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.P7	Pearson Correlation	.666**	.615**	.605**	.550**	.509**	.731**	1	.828**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
KREDIBILITAS KONTEN	Pearson Correlation	.831**	.810**	.791**	.789**	.789**	.786**	.828**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Y

Correlations								
		Y.P1	Y.P2	Y.P3	Y.P4	Y.P5	Y.P6	SIKAP GEN-Z
Y.P1	Pearson Correlation	1	.405**	.466**	.398**	.270**	.229*	.610**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.007	.022	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.P2	Pearson Correlation	.405**	1	.770**	.556**	.257**	.465**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.010	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.P3	Pearson Correlation	.466**	.770**	1	.706**	.325**	.511**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.P4	Pearson Correlation	.398**	.556**	.706**	1	.357**	.449**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.P5	Pearson Correlation	.270**	.257**	.325**	.357**	1	.631**	.702**

	Sig. (2-tailed)	.007	.010	.001	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.P6	Pearson Correlation	.229*	.465**	.511**	.449**	.631**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.022	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
SIKAP GEN-Z	Pearson Correlation	.610**	.738**	.816**	.763**	.702**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.663	4

Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.813	5

Uji Reliabilitas X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.907	7

Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.816	6

Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.112	2.130		4.277	.000
TERPAAN KONTEN	.310	.139	.218	2.235	.028
KUALITAS KONTEN	.180	.164	.149	1.099	.275
KREDIBILITAS KONTEN	.273	.106	.346	2.570	.012

a. Dependent Variable: SIKAP GEN-Z

Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	463.519	3	154.506	20.284	.000 ^b

	Residual	731.231	96	7.617		
	Total	1194.750	99			
a. Dependent Variable: SIKAP GEN-Z						
b. Predictors: (Constant), KREDIBILITAS KONTEN, TERPAAN KONTEN, KUALITAS KONTEN						

Uji d2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.623 ^a	.388	.369	2.760
a. Predictors: (Constant), KREDIBILITAS KONTEN, TERPAAN KONTEN, KUALITAS KONTEN				