



PENGARUH KONTEN INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU FOLLOWERS

Sholihul Abidin

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam

Email sholihul@upbatam.ac.id

Informasi Artikel

Tanggal masuk
25 Oktober 2023
Tanggal revisi
1 November 2023
Tanggal diterima
25 November 2023

Keywords:

Konten;
Informasi;
Instagram;
Media Sosial;
Perilaku.

Abstract

This study aims to describe education in the Industrial Revolution Era in dealing with accounting fraud. In Indonesia, readiness to face the challenges of education in the era of the industrial revolution 4.0 is to immediately improve the capabilities and skills of human resources through education by producing reliable operators and analysts in the field of education management as a driving force for the progress of information technology-based education in Indonesia in responding to the challenges of Industry 4.0 which continues to move rapidly. Education management policies in Indonesia currently encourage all levels of education, especially higher education, to take advantage of advances in digital technology and educational computing in the fourth industrial revolution era. Several solutions that can be implemented include, among others, the suitability of curriculum and policies in education, the readiness of human resources in utilizing ICT, optimizing the abilities of students, and developing the character of students, as well as the readiness of digital-based learning facilities and infrastructure..

Kata kunci:

Konten;
Informasi;
Instagram;
Media Sosial;
Perilaku.

Abstrak

Salah satu jenis media baru yang hadir dan menjadi viral kalangan penggunaannya adalah media sosial. Salah satu media sosial yang dimaksud adalah Instagram dengan nama akun @semuatentangbatam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh konten terhadap perilaku follower @semuatentangbatam. Jika iya, seberapa besar pengaruh konten informasi pencurian terhadap perilaku follower @semuatentangbatam. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah follower @semuatentangbatam yaitu 201.000 (Februari 2023). Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah Probability Sampling yaitu Simple Random Sampling. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada sampel populasi yaitu 399 responden @semuatentangbatam yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Teknik analisis data menggunakan uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linier sederhana dan uji hipotesis. 3. Hasil uji koefisien nilai adjust R-squared sebesar 0,325838018 atau 32,6% sedangkan sisanya sebesar 67,4% dipengaruhi oleh variabel lain. 4. Hasil uji regresi linier sederhana dengan hasil persamaan regresi $Y = 2,168 + 0,445 X_1$ mempunyai nilai positif, antara variabel isi (X) dan variabel perilaku (Y).



PENDAHULUAN

Satu media sosial yang memudahkan pengguna atau *user* dalam berbagi foto, video serta berbagi momen aktifitas dalam bentuk foto dan video adalah Instagram. Instagram tidak hanya dijadikan sebagai media untuk *having fun*, tetapi juga banyak dimanfaatkan oleh pengguna sebagai media informasi, promosi, iklan dan lain-lain. Instagram juga dimanfaatkan oleh banyaknya pengguna di Kota Batam. Salah satunya adalah komunitas Semua Tentang Batam (STB) yang merupakan media dengan nama akun Instagram @semuatentangbatam.

STB memanfaatkan Instagram sebagai media penyebaran berbagai informasi dan pemasangan iklan. Konten informasi yang beragam terdiri dari informasi pencurian seputar Batam, lowongan kerja Batam, pelayanan atau pemasangan iklan dan promosi seputar Batam. Semua yang berkaitan mengenai Kota Batam di sajikan langsung dalam bentuk konten. Konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan dan lain-lain. Artinya, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik (Tresnawati & Prasetyo, 2018).

Melalui sesi wawancara dengan *admin* Semua Tentang Batam, konten yang paling banyak mendapat *like* (suka) dan *comment* (komen) dari *followers* (pengikut) adalah jenis konten pencurian. Pencurian yang di lakukan oleh masyarakat Batam sangat bervariasi dan tidak masuk akal. Contoh konten informasi pencurian melalui postingan Instagram STB

Konten

Konten adalah subjek, jenis, atau unit data terkomputerisasi. Konten dapat berupa teks, gambar, ilustrasi, video, suara, arsip, laporan, dan lain-lain. Sesuai referensi *Cambridge Word*, salah satu arti konten adalah “artikel atau bagian yang terdapat dalam majalah atau buku”. Dalam referensi *Business Dictionary*, konten berarti :

1. Pertama teks laporan atau distribusi apapun. Konten adalah komunikasi dan informasi: gabungan dari kesegaran, keterbacaan, relevansi, kegunaan informasi dan cara penyajiannya.

yang telah peneliti observasi yaitu Pencurian Satu Peti Cabai di Teras Rumah, pencurian motor, pencurian hewan peliharaan dll. Melalui konten yang di posting akan mempengaruhi perilaku para pengguna Instagram. Perilaku adalah kumpulan berbagai faktor yang saling berinteraksi.

Penelitian ini berfokus pada seberapa besar pengaruh konten terhadap *attention followers*, *interest followers*, *desire followers* dan *action followers*. Berdasarkan identifikasi masalah penelitian, maka judul penelitian ini ialah Pengaruh Konten Informasi Pencurian Terhadap Perilaku *Followers* (Studi Kausalitas Akun Instagram @semuatentangbatam).

Berdasarkan permasalahan, maka dapat dirumuskan masalah yaitu yang pertama adakah pengaruh konten informasi pencurian terhadap perilaku *followers* akun instagram @semuatentangbatam? Lalu yang kedua jika ada, seberapa besar pengaruh konten informasi pencurian terhadap perilaku *followers* akun instagram @semuatentangbatam? Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah, pertama untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh konten informasi pencurian terhadap perilaku *followers* akun instagram @semuatentangbatam. Kedua untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten informasi pencurian terhadap perilaku *followers* akun instagram @semuatentangbatam.

KAJIAN TEORI

2. Kedua, esensi dari pesan atau wacana yang dikomunikasikan, sebagaimana dipahami atau diterima oleh audiens yang dituju
3. Ketiga adalah lem ‘yang membuat situs web’ lengket ‘membuat pengunjung kembali, dan membuat mereka tidak pergi (Mahmudah & Rahayu, 2020).

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan, konten merupakan informasi digital yang dapat berupa teks, esensi dan lem yang di tujukan kepada audiens, pengikut dan siapa saja yang melihat konten tersebut. Konten juga

merupakan sebuah pesan yang disajikan kepada audiens untuk dipahami dan diterima.

Perilaku

Perubahan zaman di dunia maju saat ini mempengaruhi cara berperilaku setiap individu. Setiap tahun ada peningkatan dan peningkatan dalam hiburan virtual. Setiap hiburan virtual yang muncul memiliki atributnya masing-masing. Menurut Jogiyanto (2007) pengembangan cara berperilaku atas dasar bahwa orang benar-benar ingin menindaklanjuti sesuatu. Seperti yang ditunjukkan oleh Rosenberg dan Hovland, mentalitas memiliki beberapa bagian, pengaruh, perilaku, dan kebijaksanaan, dan bagian-bagian ini pada dasarnya adalah struktur kehidupan dari sebuah watak (Satinputra et al., 2021).

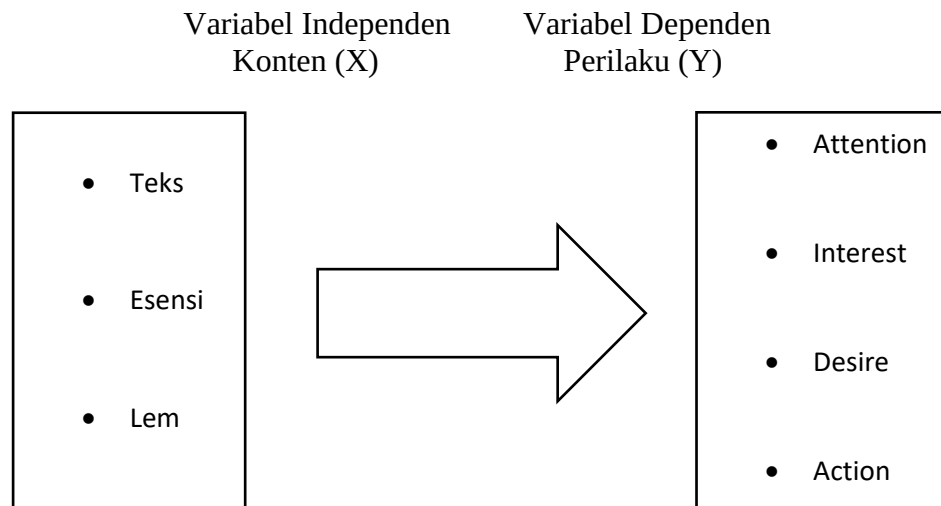
Perilaku dalam penelitian ini mengacu pada perilaku *followers* yang melihat konten informasi pencurian akun Instagram @semuatentangbatam. Kegiatan berbagi informasi membutuhkan sebuah konsep yang dapat membantu komunitas Semua Tentang Batam dalam mencapai tujuan yang diharapkan, salah satunya dengan menggunakan Teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) (Theodora, 2021). Ada beberapa unsur tingkatan dalam pengenalan informasi kepada khalayak seperti *Attention* atau perhatian, *Interest* atau ketertarikan, *Desire* atau keinginan, dan *Action* atau Tindakan. Menurut Keller (2007) AIDA terdiri dari :

- a. *Attention* (Perhatian) Dalam memberikan informasi terbaru harus menarik perhatian khalayak sasarannya, baik pembaca, pendengar atau pengikut.
- b. *Interest* (Minat) Setelah mempertimbangkan uraian di atas, maka pemberi informasi harus memikirkan bagaimana membuat tujuan lebih menarik dan memiliki pandangan ingin

tahu tentang data yang menonjol. Oleh karena itu, tujuan harus didorong untuk lebih tertarik dan mengikuti pesan yang disampaikan dengan menggunakan kata-kata yang mengundang orang untuk tahu lebih banyak.

- c. *Desire* (Keinginan) Apabila sasaran telah memiliki minat untuk menginginkan, maka informasi tersebut berhasil untuk menarik sasaran agar menerapkan apa yang sudah di informasikan. Keinginan sasaran untuk memiliki, memakai, menikmati atau melakukan sesuatu harus dibangkitkan dengan kalimat-kalimat tertentu.
- d. *Action* (Tindakan) Pada poin ini, pemberi informasi harus dapat memberikan informasi yang akurat agar sesegera mungkin untuk memutuskan tindakan yang diinformasikan. Dalam hal ini, target harus dapat melihat dan mendengar informasi dengan memilih kata perintah yang sesuai. Akibatnya tujuan tidak akan menahan dalam kerangka berpikir untuk melakukan hal-hal yang telah diinformasikan atau yang ditawarkan.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan, Teori AIDA merupakan konsep yang dapat merubah suatu pesan menjadi tujuan yang di harapkan. Melalui teori AIDA tersebut maka Kerangka pemikiran yang di buat oleh peneliti bertujuan untuk menjelaskan mengenai konsep atau desain penelitian yang akan dilakukan. Teori AIDA yang diharapkan oleh peneliti dapat menjelaskan hubungan antara variabel X yaitu konten dan variable Y yaitu perilaku *followers* seperti gambar di bawah ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
(Sumber : Data Penelitian, 2023)

Hipotesis

Hipotesis adalah akhir atau jawaban singkat yang bersifat hipotetis yang dibuat melalui penyelidikan dari atas ke bawah dan mendalam dari berbagai hipotesis (referensi) signifikan yang signifikan. Teori ini harus dibuktikan melalui penelitian. Oleh karena itu, untuk merencanakan spekulasi, peneliti dapat membaca dengan teliti referensi hipotetis yang berkaitan dengan masalah dan pemikiran. Selain itu, penemuan-penemuan eksplorasi masa lalu yang relevan juga dapat digunakan sebagai bahan untuk memberikan solusi singkat terhadap rencana masalah pemeriksaan (hipotesis) (Murjani, 2022). Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Ada pengaruh antara konten informasi pencurian terhadap perilaku *followers* STB

H0: Tidak ada pengaruh antara konten informasi pencurian terhadap perilaku *followers* STB

H2: Konten informasi pencurian berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku *followers* STB

H0: Konten informasi pencurian tidak berpengaruh terhadap perilaku *followers* STB

METODE PENELITIAN

Menurut L Wardani (2017:12) Cara untuk mendapatkan suatu informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan penelitian disebut

dengan metode penelitian. Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain (Jayusman & Shavab, 2020). Data yang diperoleh dan dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang disebar secara online kepada *followers* (pengikut) akun Instagram STB (responden). Lalu responden akan mengirim kembali hasilnya.

Variabel independen pada penelitian ini adalah konten (X). Variabel dependen pada penelitian ini adalah perilaku *followers* (Y).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi bukan hanya orang, akan tetapi objek dan benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekadar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* akun instagram STB yang berjumlah 201.000 *followers* yang di survei pada bulan Februari 2023. Teknik sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling* yaitu *Simple Random*

Sampling yang artinya adalah teknik penentuan sampel acak sederhana. Jumlah sampel dari penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus *Slovin* dengan taraf kesalahan sebesar 5%.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada *followers* akun instagram STB. Penyebaran kuesioner

Uji Validitas

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* dengan menggunakan program SPSS versi 20.0 dan tingkat pengujian signifikansi sebesar 0,05. Jika signifikansi > 0,05 maka dinyatakan valid, dan jika signifikansi < 0,05 maka dinyatakan tidak valid. Maka rumus dijabarkan seperti di bawah ini

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

Rumus 1. Rumus Korelasi *Product Moment*

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien Korelasi *Product Moment*

N = Jumlah subyek

$\sum X$ = Jumlah skor item

$\sum Y$ = Jumlah skor total

3.6 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 20.0. dengan teknik uji *Alpha Cronbach*. Teknik ini berguna

dilakukan menggunakan *share link google form* dan dikirim melalui *direct message* ke *followers* STB (responden). Maka metode pengumpulan data yang dibutuhkan peneliti yaitu kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis data ini bertujuan untuk mendapatkan hasil analisis yang diharapkan. Software SPSS Versi 20.0 digunakan untuk mengolah data. untuk menentukan reliabel atau tidaknya

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

suatu instrument penelitian.

Rumus 2. Rumus *Alpha Cronbach*

Keterangan:

r = Reliabilitas Instrument

k = Banyaknya Butir Pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Total Varian per Butir

σ_t^2 = Total Varian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Akun Instagram @semuatentangbatam adalah akun Instagram yang membagikan berita, event, dan informasi seputar Batam, Indonesia. Akun ini memiliki lebih dari 210.000 pengikut dan dijalankan oleh PT Semua Tentang Batam, sebuah perusahaan media yang berbasis di Batam.

Akun tersebut ditulis dengan gaya percakapan dan menggunakan bahasa yang santai dengan tetap mengutamakan kejelasan dan kelugasan dalam pembawaannya. Akun tersebut menjadi sumber informasi populer bagi masyarakat yang tertarik dengan Batam sejak tahun 2016 lalu dengan postingan yang mencapai hingga 10.000 tombol suka.

Hasil Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	161	40%
Perempuan	238	60%
Total	399	100%

(Sumber: Pengolahan Data Penelitian, 2023)

Data pada Tabel 1 menunjukkan Jenis Kelamin Laki-laki Sebanyak 161 orang dengan persentase 40% dari total 399 Sampel. Jenis Kelamin Perempuan Sebanyak 238 orang dengan persentase 60% dari total 399 Sampel.

Hasil Penelitian Berdasarkan *Followers* akun Instagram @semuatentangbatam

Tabel 2. Responden berdasarkan *Followers* akun Instagram @semuatentangbatam

<i>Followers</i> (Pengikut) akun Instagram @semuatentangbatam	Jumlah	Persentase
Ya	203	51%
Tidak	196	49%
Total	399	100%

(Sumber: Pengolahan Data Penelitian, 2023)

Data pada Tabel 2 menunjukkan distribusi responden berdasarkan *Followers* (Pengikut) akun Instagram @semuatentangbatam “Ya” atau sebagai *followers* Sebanyak 203 orang dengan persentase 51% dari total 399 Sampel.

“Tidak” atau yang bukan *followers* namun kerap mengikuti berita yang disajikan akun Instagram @semuatentangbatam sebanyak 196 orang dengan persentase 49% dari total 399 Sampel.

Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Konten

Tabel 3. Hasil uji analisis deskriptif variabel Konten (X)

		Statistics		
		Teks	Esensi	Lem
N	Valid	399	399	399
	Missing	0	0	0
Mean		20.10	8.01	8.04
Median		20.00	8.00	8.00
Std. Deviation		2.763	1.367	1.298
Variance		7.635	1.869	1.685
Minimum		5	2	2
Maximum		25	10	10
Sum		8021	3196	3207

(Sumber: Pengolahan Data Penelitian, 2023)

Analisis variabel mengungkapkan hasil sebagai berikut. Pada Variabel Konten, nilai standar deviasi pada sub variabel teks senilai 2,763, dengan rata-rata sebesar 20.10. pada sub variabel Esensi, nilai standar deviasi pada sub variabel ini senilai 1.367, dengan rata-rata sebesar 8.01. pada sub variabel Lem, nilai standar deviasi pada sub variabel ini senilai 1.367, dengan rata-rata sebesar 8.01.

Berdasarkan dari ketiga sub variabel yang di deskripsikan, sub variabel teks memiliki nilai tertinggi yang mana hal ini disebabkan oleh pernyataan pada sub variabel teks yang lebih banyak dari dua sub variabel lain, juga perlu di garis bawahi bahwa deskriptif tidak bertujuan untuk menyimpulkan suatu simpulan dan hanya untuk mendeskripsikan hasil data yang dikumpulkan.

Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Perilaku

Tabel 4. Hasil uji analisis deskriptif Variabel Perilaku

		Statistics			
		Attention	Interest	Desire	Action
N	Valid	399	399	399	399
	Missing	0	0	0	0
Mean		8.12	15.86	15.96	15.46

Median	8.00	16.00	16.00	16.00
Std. Deviation	1.227	2.282	2.119	2.971
Variance	1.505	5.206	4.489	8.827
Minimum	2	4	4	7
Maximum	10	20	20	20
Sum	3241	6328	6369	6167

(Sumber: Pengolahan Data Penelitian, 2023)

Analisis deskripsi variabel perilaku mengungkapkan hasil sebagai berikut. Pada subvariabel Perilaku, nilai standar deviasi pada sub variabel perilaku senilai 1,227 dengan rata-rata sebesar 8.12. pada sub variabel Interest, nilai standar deviasi pada sub variabel ini senilai 2.282, dengan rata-rata sebesar 15.86. pada sub variabel Desire, nilai standar deviasi pada sub variabel ini senilai 2.119, dengan rata-rata sebesar 15.96. pada sub variabel Action, nilai standar deviasi pada sub variabel ini senilai 2.971, dengan rata-rata sebesar 15.46.

Berdasarkan dari keempat sub variabel yang di deskripsikan, sub variabel attention memiliki margin dengan nilai terendah diantara tiga subvariabel lainnya yang mana hal ini disebabkan oleh pernyataan pada sub variabel perilaku yang lebih sedikit dari tiga sub variabel lain. Disisi lain, subvariabel desire memiliki nilai rata-rata tertinggi dibandingkan keempat subvariabel lainnya, juga perlu di garis bawahi bahwa deskriptif tidak bertujuan untuk menyimpulkan suatu simpulan dan hanya untuk mendeskripsikan hasil data yang dikumpulkan

Uji Validitas Variabel Konten

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Konten

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1	0.569	0.0982	Valid
X2	0.614	0.0982	Valid
X3	0.621	0.0982	Valid
X4	0.615	0.0982	Valid
X5	0.665	0.0982	Valid
X6	0.651	0.0982	Valid
X7	0.682	0.0982	Valid
X8	0.615	0.0982	Valid
X9	0.563	0.0982	Valid

(Sumber: Pengolahan Data Penelitian, 2023)

Hasil pengujian yang ditunjukan di Tabel 5 mencakup total sembilan sub-variabel dengan 399 responden. Temuan keseluruhan menunjukkan bahwa nilai r hitung untuk semua sembilan sub-variabel lebih besar dari nilai r Tabel. Perbandingan ini signifikan karena menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh untuk sub-variabel ini valid.

Validitas sub-variabel menunjukkan bahwa mereka secara efektif mengukur konstruksi atau aspek yang ingin mereka nilai. Temuan ini memberikan kepercayaan pada keandalan dan keakuratan data yang dikumpulkan untuk penelitian, memperkuat kredibilitas hasil penelitian dan mendukung kesimpulan yang diambil dari analisis.

Uji Validitas Variabel Perilaku

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku

Variabel	R Hitung	r Tabel	Keterangan
Y1	0.506	0.0982	Valid
Y2	0.460	0.0982	Valid
Y3	0.566	0.0982	Valid
Y4	0.590	0.0982	Valid
Y5	0.486	0.0982	Valid
Y6	0.493	0.0982	Valid
Y7	0.534	0.0982	Valid
Y8	0.558	0.0982	Valid
Y9	0.332	0.0982	Valid
Y10	0.439	0.0982	Valid
Y11	0.385	0.0982	Valid
Y12	0.355	0.0982	Valid
Y13	0.361	0.0982	Valid
Y14	0.441	0.0982	Valid

(Sumber: Pengolahan Data Penelitian, 2023)

Hasil pengujian validitas variabel Perilaku yang disajikan di Tabel 6 mencakup total 14 sub-variabel dengan 399 responden. Temuan keseluruhan menunjukkan bahwa nilai r hitung untuk semua 14 sub-variabel lebih besar dari nilai r Tabel. Perbandingan ini signifikan karena menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh untuk sub-variabel ini valid. Uji Reliabilitas

Validitas sub-variabel menunjukkan bahwa mereka secara efektif mengukur konstruksi atau aspek yang di nilai. Temuan ini memberikan kepercayaan pada keandalan dan keakuratan data yang dikumpulkan untuk penelitian, memperkuat kredibilitas hasil penelitian dan mendukung kesimpulan yang diambil dari analisis.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	N	Keterangan
Konten	0.802	9	Reliable
Perilaku	0.706	14	Reliable

(Sumber: Pengolahan Data Penelitian, 2023)

Hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap keempat variabel dengan menggunakan 399 responden yang ditujukan pada Tabel 7 menunjukkan nilai Cronbach's alpha melebihi nilai 0,6. Temuan ini memiliki implikasi yang signifikan terhadap keandalan keseluruhan

data yang dikumpulkan dalam penelitian ini. Nilai alfa Cronbach yang lebih besar dari 0,6 menunjukkan tingkat konsistensi internal yang tinggi di antara item dalam setiap variabel, yang menunjukkan bahwa data dapat diandalkan dan konsisten.

Hasil Uji Linear Sederhana

Tabel 8.Hasil Uji Analisis Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.168	.130	16.714	.000
	Konten	.445	.032	.572	.000

a. Dependent Variable: Perilaku

(Sumber: Pengolahan Data Penelitian, 2023)

Nilai constant 2,168 menunjukkan bahwa ketika nilai Konten nol, Perilaku akan meningkat sebesar 2,168 unit.

Mengenai variabel Konten, koefisien pada Tabel menunjukkan nilai 0,445. Hal ini menunjukkan bahwa untuk setiap kenaikan 1%

dalam Konten, Perilaku meningkat sebesar 0,445 unit, dengan variabel lain konstan. Koefisien regresi pada table di atas menunjukkan adanya nilai positif, sehingga arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Uji t

Tabel 9. Hasil uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.168	.130	16.714	.000
	Konten	.445	.032	.572	.000

a. Dependent Variable: Perilaku

(Sumber: Pengolahan Data Penelitian, 2023)

Besar t hitung variabel Konten sebesar 13.905 lebih besar dari nilai t tabel sebesar

1.9660 ditambah nilai signifikan 0.000 lebih kecil dari 0.05 Akibatnya, hipotesis diterima.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 10. Hasil uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.572 ^a	.328	.326	.3270201	1.266

a. Predictors: (Constant), Konten

b. Dependent Variable: Perilaku

(Sumber: Pengolahan Data Penelitian, 2023)

Uji analisis pada table 10 menunjukkan nilai adjusted R-squared adalah 0.325838018 atau 32.6% Nilai ini menunjukkan seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan

variabel dependen, yang besarnya 32.6% dengan faktor-faktor lain untuk 67.4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

SIMPULAN

Uji t yang dilakukan untuk variabel Konten menghasilkan t hitung sebesar 13,905 yang

secara signifikan lebih tinggi dari nilai t Tabel sebesar 1,9660 pada taraf signifikansi 0,000 (kurang dari 0,05). Hasil ini mendukung

penerimaan hipotesis yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara Konten pada akun Instagram @semuatentangbatam terhadap Perilaku *followers* akun Instagram @semuatentangbatam. Hasil ini menunjukkan bahwa Konten pada akun Instagram @semuatentangbatam memiliki dampak penting dalam memengaruhi perilaku dari *followers* akun Instagram @semuatentangbatam. Signifikansi statistik dari hasil semakin memperkuat validitas hubungan yang diamati. Ada pengaruh konten informasi pencurian terhadap perilaku *followers* maka H0 ditolak dan H1 diterima. Konten informasi pencurian berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku *followers* STB maka H0 ditolak dan H2 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Jayusman, I., & Shavab, O. A. K. (2020). Aktivitas Belajar Mahasiswa Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Learning Management System (Lms) Berbasis Edmodo Dalam Pembelajaran Sejarah. *Jurnal Artefak*, 7(1), 13. <https://doi.org/10.25157/ja.v7i1.3180>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Murjani. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *Cross-Border*, 5(1), 687–713.
- Satinputra, A., Akhmad Kencana, N., Ekaputra, L., & Leonardo, Y. (2021). Ketergantungan Media Sosial dan Efeknya pada Perilaku Masyarakat terhadap Iklan di Instagram. *PERWIRA - Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 4(1), 37–48. <https://doi.org/10.21632/perwira.4.1.37-48>
- Sugiyono. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 2018, 32–41.
- Theodora, D. (2021). Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. *Palimpsest: Jurnal Ilmu Informasi Dan Perpustakaan*, 12(1), 37–47. <https://doi.org/10.20473/pjil.v12i1.25152>
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial. *PROfesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 102. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15333>
- Ahsani, H. F. (2018). Proses Branding Kallia Coffee Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Skripsi*, 1–87.
- Ansori. (2016). Kritik Sosial Dalam Lagu Bingung. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Arsih, R. B., S, S., & Susubiyani, A. (2018). Pengaruh Kepuasan Gaji, Kepuasan Kerja Dan Iklim Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi Dan Turnover Intention. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 97–115. <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v8i2.1787>
- Aulia, A., & Rusdi, F. (2022). Pengaruh Terpaan Konten Fesyen TikTok di Akun @nazwaadinda_02 terhadap Perilaku Konsumtif Pengikutnya. *Prologia*, 6(2), 304–311. <https://doi.org/10.24912/pr.v6i2.15499>
- Fallis, A. . (2013). Fungsi lain instagram selain sebagai alat berkomunikasi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Fn Fitriana. (2017). berasal dari bahasa Latin. *Remaja*, 2005, 9–34.
- Ilmiah, J., & Makna, K. (2022). Pemanfaatan New Media untuk Efektivitas Komunikasi di Era Pandemi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Massa*, 10(1), 28–42. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/makna>
- Nisa, H. (2016). Komunikasi Yang Efektif Dalam Pendidikan Karakter. *Universum*, 10(1), 49–63. <https://doi.org/10.30762/universum.v10i1.223>
- Rahmawati, B., Goenawan, F., & Vidyarini, T. N. (2021). Sikap Ibu Rumah Tangga Di Surakarta Pada Pesan Iklan Televisi Lemonilo Versi “ Mie Hebat Untuk Keluarga Sehat ” Pendahuluan. *Jurnal E-Komunikasi*, 9(2), 1–9.

- Siregar, I. A. (2021). Analisis Dan Interpretasi Data Kuantitatif. *ALACRITY : Journal of Education*, 1(2), 39–48. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.25>
- Siti Rohmah. (2021). Teori-teori komunikasi.
- Sugiyono. (2018a). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 2018, 32–41.
- Sugiyono. (2018b). Metode Peneiltian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In Alfabeta Bandung.
- Wekke Suardi, I. dkk. (2019). Metode Penelitan Sosial. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linier Sederhana. Universitas Udayana, 1–10. https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/3218126438990fa0771ddb555f70be42.pdf