

Hubungan Daya Tarik Sumber di Instagram dengan Minat Menonton Stand Up Comedy

Andri Ariep Permadi, Dede Lilis Chaerowati
Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
andriariepermadi@gmail.com, dede.lilis@unisba.ac.id

Abstract—Stand Up Comedy Jatinangor is a Stand Up Comedy community that is domiciled in Jatinangor and its surroundings. Currently the most active media used by the Stand Up Comedy Jatinangor community to disseminate information on Stand Up Comedy is through social media Instagram where around 674 followers have participated and have shared links in the form of photos and videos on the @standupindo_jtr account with 110 links. The many Stand Up Comedy events that are shared on Instagram social media and spread all over Indonesia, it cannot be said that the public has awareness of this Stand Up Comedy event. Based on this phenomenon, the problems in this study are formulated as follows: (1) What is the relationship between the familiarity of Instagram @standupindo_jtr and the interest in watching among followers? (2) What is the relationship between likeability instagram @standupindo_jtr and interest in watching among followers? (3) What is the relationship between similiarity instagram @standupindo_jtr with interest in watching among followers ?. Researchers used correlational analysis techniques using a quantitative approach. The population chosen in this study was Instagram followers @standupindo_jtr, totaling 674 followers. With the sampling technique that is Simple Random Sampling obtained the number of research samples as many as 87 followers. Data collection techniques used in this study were questionnaire, literature study, and observation. The data analysis techniques used in this study are descriptive analysis techniques and inferential analysis techniques. The results of this study are: (1) There is a relationship between the familiarity of Instagram @standupindo_jtr and the interest in watching Stand Up Comedy which is categorized as low but certain. (2) There is a relationship between Likeability instagram @standupindo_jtr and interest in watching Stand Up Comedy which is in the strong category. (3) There is a relationship between Similiarity instagram @standupindo_jtr and interest in watching Stand Up Comedy which is categorized as low but certain.

Keywords—*The Source Attractiveness , Interest In The Watch, Instagram @standupindo_jtr.*

Abstrak—Stand Up Comedy Jatinangor merupakan komunitas *Stand Up Comedy* yang berdomisili di Jatinangor dan sekitarnya. Saat ini media yang cukup aktif digunakan komunitas *Stand Up Comedy* Jatinangor untuk menyebarkan informasi acara *Stand Up Comedy* adalah melalui media sosial *instagram* dimana dengan diikuti sekitar 674 *followers* dan sudah membagikan tautan berupa foto dan vidio di akun @standupindo_jtr dengan 110 tautan. Banyaknya acara *Stand Up Comedy* yang di *share* di media sosial *instagram* dan tersebar di berbagai penjuru Indonesia , belum dapat dikatakan bahwa masyarakat memiliki kesadaran terhadap acara *Stand Up Comedy* ini. Berdasarkan fenomena tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

(1) Bagaimana hubungan antara *familiarity instagram @standupindo_jtr* dengan minat menonton di kalangan *followers*? (2) Bagaimana hubungan antara *likeability instagram @standupindo_jtr* dengan minat menonton di kalangan *followers*? (3) Bagaimana hubungan antara *similiarity instagram @standupindo_jtr* dengan minat menonton di kalangan *followers*?. Peneliti menggunakan metode teknik analisis korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah *followers instagram @standupindo_jtr* yang berjumlah 674 *followers*. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu *Simple Random Sampling* diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 87 *followers*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket, studi kepustakaan, dan observasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis deskriptif dan teknik analisis inferensial. Hasil dari penelitian ini adalah: (1) Terdapat hubungan antara *Familiarity instagram @standupindo_jtr* dengan minat menonton *Stand Up Comedy* yang termasuk kategori rendah tapi pasti. (2) Terdapat hubungan antara *Likeability instagram @standupindo_jtr* dengan minat menonton *Stand Up Comedy* yang termasuk kategori kuat. (3) Terdapat hubungan antara *Similiarity instagram @standupindo_jtr* dengan minat menonton *Stand Up Comedy* yang termasuk kategori rendah tapi pasti.

Kata Kunci—*Daya Tarik Sumber, Minat Menonton, Instagram @standupindo_jtr.*

I. PENDAHULUAN

Stand Up Comedy Jatinangor untuk menyebarkan informasi acara *Stand Up Comedy* adalah melalui media sosial *instagram* dimana dengan diikuti sekitar 674 *followers* dan sudah membagikan tautan berupa foto dan vidio di akun @standupindo_jtr dengan 110 tautan. Pemilihan media sosial *instagram* dirasakan cukup tepat oleh komunitas *Stand Up Comedy* Jatinangor karena selain gratis dan praktis dalam penggunaannya juga cukup efektif dilihat dengan sangat ramainya pengguna *instagram* saat ini.

Hal inilah yang pada awalnya menjadi permulaan dari komunitas-komunitas *Stand Up Comedy*. Dengan adanya *instagram* semangat mendapatkan sebuah tanggapan dari pengguna lainnya menjadi hal yang penting ketika mengunggah foto. Hingga saat ini sudah 159 komunitas *Stand Up Comedy* dari seluruh daerah di Indonesia yang menggunakan *instagram* sebagai media untuk penyebaran informasi acara *Stand Up Comedy* itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

“Apakah terdapat hubungan antara Daya Tarik Sumber di Instagram dengan Minat Menonton Stand Up Comedy?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui hubungan antara *familiarity* *instagram* dengan minat menonton *Stand Up Comedy*.
2. Untuk mengetahui hubungan antara *likeability* *instagram* dengan minat menonton *Stand Up Comedy*.
3. Untuk mengetahui hubungan antara *similarity* *instagram* dengan minat menonton *Stand Up Comedy*.

II. LANDASAN TEORI

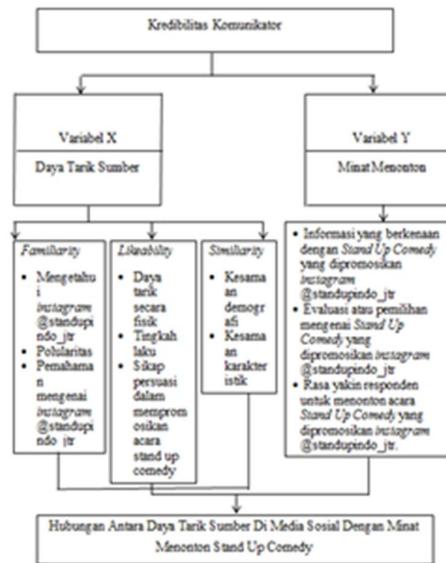
The source attractiveness sendiri adalah suatu proses identifikasi melalui daya tarik yang dapat mempengaruhi secara positif efektivitas komunikasi persuasif. Model yang diperkenalkan oleh William J. McGuire (1986). Menurut McGuire *familiarity*, *similarity*, dan *likeability* diisukan sebagai karakteristik-karakteristik yang mempengaruhi keyakinan terhadap pesan dengan menggunakan daya tarik sumber (the source attractiveness).

Ketika konsumen menemukan sesuatu pada diri seseorang yang dianggap menarik, persuasi terjadi melalui identifikasi, konsumen kemudian mengidentifikasi seseorang tersebut dan memiliki kecenderungan untuk mengadopsi sikap, perilaku, kepentingan, atau preferensi tertentu dari seseorang tersebut (Shimp, 2010: 252). Yang dimana apabila kemampuan menjalin hubungan ini dikembangkan dalam proses berkomunikasi akan menjadi suatu kemampuan yang harus dimiliki oleh seluruh sumber daya yang ada dalam sebuah organisasi, tidak hanya dikalangan pemimpin tapi juga anggota organisasinya. Maka aspek itu dapat terpelihara bahkan ditingkatkan.

Minat adalah berbagai hal yang mendorong orang untuk memilih melakukan sesuatu yang diinginkan, bersifat kuat dan bertahan atau tetap, mendatangkan keuntungan dan kepuasan, sehingga menjadi sesuatu yang penting dalam kehidupannya. Minat juga merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran perasaan, harapan, pendirian, prasangka dan rasa takut.

Sedangkan menonton itu sendiri adalah melihat (pertunjukan, gambar hidup, dsb). Jadi minat menonton adalah suatu keinginan yang kuat dan ketertarikan terhadap suatu pertunjukan yang muncul dari dalam diri setelah mengakses, melihat, dan mengetahui.

Tingkatan Daya Tarik Sumber dapat digambarkan seperti berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Dari gambar di atas dapat dijelaskan bahwa Daya Tarik Sumber terdiri dari tiga tingkatan yaitu:

1. *Familiarity* timbul melalui pengetahuan dari sumber melalui adanya penglihatan dan pertemuan yang berulang-ulang. *familiarity* sebagai pengetahuan sumber melalui penglihatan dan pertemuan. Karakteristik dari *familiarity* ini adalah bentuk dari terkenal atau tidaknya suatu komunitas *Stand Up Comedy*
2. *Likeability* terjadi dari kasih sayang untuk sumber yang disebabkan oleh penampilan fisik mereka, perilaku atau karakteristik pribadi lainnya. *Likeability* menarik secara fisik menghasilkan evaluasi yang lebih menguntungkan dari suatu iklan ataupun mereka yang diiklankan daripada komunikator yang kurang menarik. Sementara itu karakteristik *likeability* ini harus menampilkan kualitas dari kemampuan komunitas itu sendiri untuk dikagumi atau bahkan dipandang karena kualitas ataupun prestasi yang dicapai oleh komunitas itu.

Similarity merupakan kesamaan antara sumber dan penerima. Dimana *similarity* ini menampilkan tingkatan sebuah komunitas cocok dengan *audience* dalam hal karakteristik, seperti umur, jenis kelamin, etnis, dan sebagainya.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hubungan Antara Daya Tarik Sumber (X) dengan Minat Menonton (Y)

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara Daya Tarik Sumber di Instagram dengan Minat Menonton Stand Up Comedy, yang diuji menggunakan teknik analisis

korelasi Rank Spearman.

TABEL 1. PENELITIAN MENGENAI HUBUNGAN ANTARA DAYA TARIK SUMBER

Variabel	R_s	t_{hitung}	$t_{(0,05;87)}$	Kesimpulan	Keterangan	Tingkat Keeratan
Daya Tarik Sumber dengan Minat Menonton	0,729	9,824	2,108	H_0 ditolak	Signifikan	Hubungan antara yang kuat

Pada tabel di atas dapat dilihat koefisien korelasi Rank Spearman (r_s) adalah sebesar 0,729. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai t hitung sebesar 9,824 dan nilai t tabel dengan $df = 87$ dan $\alpha = 5\%$ adalah sebesar 2,108 maka dapat dilihat bahwa t hitung ($9,824$) > t tabel ($2,108$) sehingga H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara daya tarik sumber di *instagram @standupindo_jtr* dengan minat menonton acara *Stand Up Comedy* di kalangan *followers*. Dengan menggunakan Kriteria Guilford, koefisien korelasi sebesar 0,729 berada di antara kriteria > 0.70 - 0.90 yang menunjukkan bahwa hubungan antara daya tarik sumber di *instagram @standupindo_jtr* dengan minat menonton acara *Stand Up Comedy* di kalangan *followers* merupakan hubungan yang kuat.

Stand Up Indo Jatinangor selaku komunitas *Stand Up Comedy* memiliki kemampuan dalam melakukan promosi dan mempersuasi acara *Stand Up Comedy* kepada *followers* di *instagram* nya. Jika analisis hasil penelitian diurai, terdapat poin-poin yang penting dalam hasilnya, yaitu Stand Up Indo Jatinangor dinilai baik dikalangan pengguna aktif *Instagram* dan dikalangan *followers* nya itu sendiri dan *instagram @standupindo_jtr* memiliki pengikut sekitar kurang lebih 674 orang di *Instagram* nya, sehingga rasa kepercayaan responden timbul untuk menonton acara *Stand Up Comedy*. Lalu daya tarik yang dimiliki oleh Stand Up Indo Jatinangor, responden menilai daya tarik yang dimiliki oleh *instagram @standupindo_jtr* tidak hanya dilihat dari *feeds instagram* nya saja. Stand Up Indo Jatinangor memiliki nilai tambah dimata responden yaitu dengan kredibilitas dan kemampuannya dalam memahami mengenai *Stand Up Comedy* yang membuat responden percaya dengan promosi yang dilakukan sehingga konsumen memiliki minat dalam menonton acara *Stand Up Comedy*. Dan poin terakhir yang tidak kalah pentingnya yaitu mengenai adanya kesamaan antara responden dengan Stand Up Indo Jatinangor yang dinilai sangat baik, Stand Up Indo Jatinangor sebagai komunitas *Stand Up Comedy* dapat membuat responden merasa terdapat kesamaan demografis

dari segi lokasi, umur dan lain - lain.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

A. Kesimpulan secara umum

Ada hubungan antara daya tarik sumber di *instagram* dengan minat menonton acara *Stand Up Comedy* yang diposting oleh *instagram @standupindo_jtr* tersebut. Hal ini disebabkan karena adanya *familiarity instagram @standupindo_jtr*. Selain itu *likeability instagram @standupindo_jtr* yang dapat menarik perhatian responden untuk memiliki minat menonton acara *Stand Up Comedy* yang diposting oleh *instagram @standupindo_jtr*. Dan *similarity instagram @standupindo_jtr* yang membuat responden memberanikan untuk mengambil keputusan karena ada hal persamaan antara responden dengan komunitas tersebut. Hal yang membuat responden yakin untuk menonton acara *Stand Up Comedy* adalah kredibilitas *@standupindo_jtr* tersebut karena dapat menyuguhkan informasi-informasi mengenai acara *Stand Up Comedy* yang baru dengan gaya yang menarik sehingga mampu menimbulkan respon baik yang dapat membuat keputusan menonton acara *Stand Up Comedy*.

B. Kesimpulan secara khusus

1. Ada hubungan antara *familiarity instagram @standupindo_jtr* dengan minat menonton acara *Stand Up Comedy*. Hal ini disebabkan karena aspek - aspek seperti mengetahui atau mengenal *instagram @standupindo_jtr*, mengikuti *instagram @standupindo_jtr*, dan memahami isi konten *instagram @standupindo_jtr* sudah dipahami dengan baik.
2. Ada hubungan antara *likeability instagram @standupindo_jtr* dengan minat menonton acara

Stand Up Comedy. Hal ini disebabkan karena daya tarik dari *feeds instagram* mereka, gaya penyampaian informasi mereka yang menarik, dan kemampuan mereka dalam mempersuasion acara *Stand Up Comedy* sudah cukup menarik dapat diterima cukup baik oleh responden. Hal tersebut dapat menimbulkan keyakinan responden untuk dapat memiliki minat menonton terhadap acara *Stand Up Comedy*.

3. Ada hubungan *similarity instagram @standupindo_jtr* dengan minat menonton acara *Stand Up Comedy*. Hal ini disebabkan oleh adanya kesamaan terhadap karakteristik yang dimiliki oleh *instagram @standupindo_jtr* dengan responden dan kesamaan demografis yang dimiliki oleh *instagram @standupindo_jtr* dengan responden. Hal tersebut sebagai pemicu bagi responden untuk mengambil keputusan dalam minat menonton acara *Stand Up Comedy*.

Secara keseluruhan responden menilai bahwa daya tarik sumber di *instagram* terhadap minat menonton *Stand Up Comedy* sangatlah penting dalam membangun keputusannya.

V. SARAN

A. Saran Teoritis

1. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dalam bentuk promosi untuk dapat membangun daya tarik, agar konsumen minat dalam menonton acara *Stand Up Comedy*.
2. Diharapkan pula penelitian ini dapat menambah referensi bacaan untuk materi yang berkaitan dengan daya tarik sumber di *instagram* dan minat menonton. Baik untuk keperluan akademis maupun untuk pengembangan konsep.

B. Saran Praktis

1. Sebaiknya aktifitas *instagram* ditingkatkan kembali, mengingat banyaknya komunitas lain di Indonesia. Hal ini agar *instagram @standupindo_jtr* tetap mempertahankan kepercayaan dan kepuasan bagi para *followers* nya.
2. Seharusnya lebih banyak juga memposting mengenai acara - acara *Stand Up Comedy* yang jarang diketahui oleh kebanyakan orang, agar konsumen menjadi lebih tertarik dalam memiliki minat menonton acara *Stand Up Comedy*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*.
- [2] Bajari, Atwar. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi – Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [3] Effendy, Onong. 2000. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*.

Bandung : PT.Rosdakarya

- [4] Pragiwaksono, Pandji 2012. *Merdeka Dalam Bercanda*. Jakarta: Bentang
- [5] Rakhmat, Jalaludin, 2000. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- [6] Rakhmat, Jalaludin, 2009. *Psikologi Komunikasi*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- [7] Rivers, William L. 2004. *Media Massa dan Masyarakat Modern*.Kencana: Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*. Volume IV
- [8] Chaerowati, Dede Lilis. 2002. *Pemberdayaan SDM melalui Komunikasi Organisasi: Suatu Pendekatan Subjektivis*. *Jurnal Online* (Di akses pada tanggal 26 Januari 2020).
- [9] Widianingtyas, Annisa Syifa. 2019. *Penggunaan Akun Instagram Menumbuhkan Minat Baca Karya Fiksi*. *Jurnal Online* (Di akses pada tanggal 26 Januari 2020).