Terpaan Konten Instagram Terhadap Minat Menonton Konser Musik Pesta Pora Tahun 2023 Pada Pengikut Akun Instagram @pestapora

Exposure to Instagram Content on Interest in Watching the 2023 Music Concert for Followers of the Instagram Account @pestapora

¹⁾Mariam Geivira Nova Yulianti, ²⁾Zainal Abidin, ³⁾Rastri Kusumaningrum

^{1,2,3)}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Singaperbangsa Karawang
Jl. H.S. Ronggowaluyo Kel. Puseurjaya Kec. Telukjambe Timur Kab. Karawang
*Email: 2010631190149@student.unsika.ac.id

ABSTRAK

Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki banyak pengikut aktif dan sebagai salah satu media sosial yang populer di seluruh dunia. Akun Instagram @pestapora menjadi salah satu sumber informasi mengenai konser musik Pesta Pora yang bisa pengguna akses hanya dengan menggunakan Instagram. Akun tersebut pada tahun 2023 memiliki 151 unggahan konten. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh terpaan konten Instagram @pestapora terhadap minat menonton konser musik pesta pora tahun 2023. Penelitian ini menggunakan teori uses and effect dan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan penarikan sample menggunakan Probability Sampling dan menggunakan metode Simple Random Sampling. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan uji normalitas, uji analisis regresi sederhana, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis menyatakan variable X terpaan konten Instagram @pestapora berpengaruh signifikan terhadap variable Y. minat menonton konser musik pesta pora tahun 2023.

Kata Kunci: Konten, Instagram, Pesta Pora, Minat Menonton

A. PENDAHULUAN

Menurut Cam & Isbulan dalam (Triyanto, 2019:1), Media sosial telah menjadi platform dengan jumlah pengguna terbesar di dunia di kalangan pengguna internet. Saat ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, tetapi juga sebagai sarana yang efektif untuk menyebarkan informasi. Dengan kemampuannya mengirimkan pesan kepada audiens secara cepat dan serentak, media sosial dapat menarik perhatian banyak orang terhadap informasi yang disampaikan.

Menurut Databooks (2020), Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki banyak pengikut aktif dan sebagai salah satu media sosial yang populer di seluruh dunia. Berbagai macam fitur Instagram yang digunakan oleh pengguna aktif seperti jaringan teman, profil, foto, dan video. Meskipun persentase pengguna Youtube lebih tinggi daripada pengguna Instagram, namun Instagram memiliki keunggulan dalam menjadi platform publikasi event karena fitur-fiturnya yang mendukung kegiatan publikasi dan interaksi antara pengguna dengan akun event. Ini membantu dalam membangun jaringan dan mempercepat penyebaran informasi kepada audiens yang lebih luas.

Tim Musik Boss Creator menggunakan situs web resmi dan beberapa platform media sosial seperti Instagram, Twitter, TikTok, dan YouTube untuk melakukan publikasi dan menginformasikan tentang event Pesta Pora. Dilansir pada website Pesta Pora, Pesta Pora adalah sebuah konser musik yang diselenggarakan oleh Boss Creator, promotor yang berada di Jakarta dan dipimpin oleh Rizky Aulia, atau biasa dikenal dengan nama panggilan Kiki Aulia Ucup. Festival musik ini pertama kali diadakan oleh Boss Creator pada tahun 2022, dan terus berlangsung hingga tahun 2024 mendatang. Konser musik ini pertama kali diadakan oleh Boss Creator pada tahun 2022, dan terus berlangsung hingga tahun 2024 mendatang. Menurut KBBI, Pestapora berarti pesta yang besar dan meriah. Sesuai dengan namanya, Pestapora menjadi festival musik yang megah dan meriah. Pada

kenyataannya, Pestapora sebagai festival musik yang baru pertama kali digelar berhasil menciptakan euforia yang cukup baik.

Akun Instagram @pestapora menjadi salah satu sumber informasi mengenai konser musik Pesta Pora yang hanya bisa pengguna aktif akses dengan menggunakan akun Instagram. Akun Instagram @pestapora memiliki *followers* atau pengikut sebanyak 267 ribu pada (14 November 2024) dan pada tahun 2023 akun ini memiliki 151 unggahan konten. Terdapat banyak konten tentang informasi seputar tema Pesta Pora, *Guest Star*, Harga Tiket, Tempat Acara, *Rundown* Acara, dan Konten Video Kreatif.

Jumlah penonton yang hadir pada konser Pesta Pora tahun 2022 sekitar 75.000 penonton, dan pada tahun 2023 jumlah penonton yang hadir sekitar 95.000 penonton (Kiki, 2023). Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa *followers* akun Instagram @pestapora ataupun pengguna Instagram memiliki minat yang sangat tinggi untuk menonton konser Pesta Pora.

Menurut Simamora (dalam Febrianto, Abidin, & Kusumaningrum, 2023), Minat merupakan hal yang bersifat pribadi dan berkaitan dengan sikap. Individu yang memiliki minat terhadap suatu objek cenderung memiliki motivasi atau dorongan untuk melakukan berbagai tindakan guna mendekati atau memperoleh objek tersebut. Minat menonton adalah ketertarikan seseorang dalam mengambil suatu keputusan dan memiliki kemampuan untuk merubah individu menjadi termotivasi terhadap suatu hal, sehingga minat dapat menarik seseorang untuk menentukan sikap. Minat menonton ditandai dengan adanya perasaan senang untuk menonton, rasa ingin mencari tau informasi yang lainnya, adanya ketertarikan untuk menonton, dan dapat menentukan keputusan (Klara, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk memahami terpaan konten instagram terhadap minat menonton konser musik pesta pora tahun 2023 pada pengikut akun instagram @pestapora. Diharapkan dengan pemahaman yang lebih dalam terhadap faktor-faktor yang memotivasi pengguna Instagram untuk memilih dan menonton konten musik pesta pora, dapat memberikan kontribusi penting bagi industri musik digital dan pemasaran media sosial.

B. LANDASAN TEORI

Teori *uses and effect* pertama kali diungkap oleh Sven Windahl pada tahun 2009. Teori ini berhubungan antara pengguna, media, audience dan efek (hasilnya). Teori *uses and effects* adalah teori yang menjelaskan tentang hubungan antara komunikasi massa dan disampaikan melalui media massa, yang dapat menimbulkan sebuah *effects* untuk pengguna dari media massa tersebut. Karakteristik isi konten pada media sosial turut memengaruhi sebagian besar efek yang mungkin terjadi. Oleh sebab itu, terdapat dua proses yang berlangsung secara bersamaan, yang kemudian menghasilkan suatu dampak yang disebut "*consequence effects*", yaitu gabungan antara konsekuensi dan efek. (Burhan dalam Puspita *et al.*, 2019).

Peneliti memilih teori *uses and effect* karena teori ini menekankan pada bagaimana penggunaan media sosial Instagram oleh pengguna aktif itu sendiri, apakah penggunaan tersebut efektif dan menghasilkan efek bagi penggunanya. Teori *uses and effect* dapat diterapkan untuk memahami bagaimana terpaan konten yang diunggah oleh akun Instagram @pestapora dapat memengaruhi minat seseorang untuk menonton konser Pesta Pora. Teori ini mengasumsikan bahwa orang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti hiburan, informasi, interaksi sosial, dan lainnya.

C. METODE

Pada penelitian ini peneliti menggunakan populasi berdasarkan jumlah *followers* atau pengikut dari akun Instagram @pestapora yang berjumlah 267.000 pada (14 November 2024). Populasi penelitian ini bersifat *infinite* atau tak terbatas karena jumlah pasti dari populasi tidak dapat dipastikan, mengingat pengikut Instagram @pestapora dapat terus bertambah atau berkurang secara tidak menentu. Sehingga peneliti menyatakan populasi pada penelitian ini belum dapat diketahui.

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *Probability Sampling*. Teknik ini bertujuan memberikan kesempatan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk

terpilih menjadi bagian dari sampel. Penentuan responden ini sebagai sampel dilakukan menggunakan metode *Simple Random Sampling*. Metode ini adalah proses pengambilan anggota sampel dari populasi secara acak tanpa mempertimbangkan strata atau tingkatan dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2018).

Dikarenakan jumlah populasi yang terhingga dan waktu yang terbatas untuk peneliti untuk mempelajari seluruh populasi, maka peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan sampel dari total populasi. Hasil perhitungan yang menggunakan rumus Slovin, sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Hal ini dilakukan untuk memudahkan untuk melakukan pengolahan data dan mendapatkan hasil dari pengujian yang lebih baik.

D.HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Data Responden

Berdasarkan data dari 100 responden yang terdapat pada penelitian ini sebanyak 64 responden yang berjenis kelamin perempuan dan sebanyak 36 responden yang berjenis kelamin laki-laki. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini yaitu berjenis kelamin perempuan.

Berdasarkan pada data dari 100 responden berdasarkan usianya. Jumlah responden yang berusia 17-20 tahun berjumlah 2 orang responden, sedangkan responden dengan usia 21-25 tahun sebanyak 78 orang responden, dan responden yang berusia is 26-28 tahun sebanyak 14 orang responden, dan responden dengan usia diatas 29 tahun berjumlah 6 orang responden.

2. Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Religiusitas	100	110.22	12.269
Agresivitas	100	48.57	5.115
Valid N (listwise)	100		

Sumber: Hasil pengolahan data IBM SPSS Statistic 26

$$Religiustitas (X) = \frac{12.269}{110.22} \times 100 = 11,13$$

$$Agresivitas (Y) = \frac{5.115}{48.57} \times 100 = 10,53$$

Berdasarkan hasil perhitungan uji normalitas dengan menggunakan uji koefisien varians, hasil dari variabel X adalah $11,13 < 30\%$ dan hasil dari variable Y adalah $10,53 < 30\%$ maka uji normalitas pada penelitian ini dapat disimpulkan berdistribusi normal.

3. Uji Analisis Regresi Sederhana

Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1475.164	1	1475.164	129.615	<,001 ^b
	Residual	1115.346	98	11.381		
	Total	2590.510	99			

a. Dependent Variable: Minat Menonton Konser Musik

b. Predictors: (Constant), Intensitas, Isi Pesan, Daya Tarik

Sumber: Hasil pengolahan data *IBM SPSS Statistic 26*

Dasar pengambilan keputusan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (terdapat pengaruh)
2. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak terdapat pengaruh)

Hipotesis yang diuji adalah berikut ini:

- H_0 : Tidak terdapat pengaruh terpaan konten instagram terhadap minat menonton konser musik pesta pora tahun 2023 pada pengikut akun instagram @pestapora.
- H_1 : Terdapat pengaruh terpaan konten instagram terhadap minat menonton konser musik pesta pora tahun 2023 pada pengikut akun instagram @pestapora.

Berdasarkan data tersebut, diketahui bahwa nilai F hitung adalah 129,615 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel religiusitas atau variabel independent (akun Instagram @pestapora) berpengaruh terhadap variabel dependent (minat menonton konser musik).

4. Uji Koefisien Determinasi

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755 ^a	.569	.565	3.374

a. Predictors: (Constant), Intensitas, Isi Pesan, Daya Tarik
 b. Dependent Variable: Minat Menonton Konser Musik

Sumber: Hasil dari pengolahan data *IBM SPSS Statistic 26*

Dari tabel di atas, terlihat bahwa hasil nilai korelasi menunjukkan hubungan sebesar 0,755. Berdasarkan output tersebut, diperoleh hasil koefisien determinasi sebesar 0,569, yang menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen (Akun Instagram @pestapora) terhadap variabel dependent (Minat Menonton Konser Musik) adalah sebesar 56,9% dan sebesar 43,1% dipengaruhi oleh variable lain diluar variable penelitian.

5. Uji Hipotesis (t)

Hasil Uji Hipotesis (Uji Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.171	3.369		3.316	.001
	Intensitas	.206	.066	.278	3.133	.002
	Isi Pesan	.405	.119	.313	3.404	<.001
	Daya Tarik	.464	.129	.305	3.608	<.001

a. Dependent Variable: Minat Menonton Konser Musik

Sumber: Hasil dari pengolahan data *IBM SPSS Statistic 26*

Dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%, probabilitas dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05. Nilai t-tabel yang diperoleh adalah 1,984 ($N = 100$, $df = 98$, $\alpha = 0,05$).

Berdasarkan tabel tersebut, hasil uji t untuk variabel X1 (Intensitas) menunjukkan nilai t-hitung sebesar 3,133 dengan tingkat signifikansi $0,002 < 0,05$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (Intensitas) memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Menonton Konser Musik.

Untuk variabel X2 (Isi Pesan), nilai t-hitung yang diperoleh adalah 3,404 dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti variabel X2 (Isi Pesan) secara signifikan memengaruhi Minat Menonton Konser Musik.

Dan pada variabel X3 (Daya Tarik) memiliki nilai t-hitung sebesar 3,608 dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang menunjukkan bahwa variabel X3 (Daya Tarik) berpengaruh signifikan terhadap Minat Menonton Konser Musik.

6. Pembahasan

Penelitian ini membahas tentang terpaan konten instagram terhadap minat menonton konser musik pesta pora tahun 2023 pada pengikut akun instagram @pestapora. Pesta Pora adalah sebuah konser musik yang diselenggarakan oleh Boss Creator, promotor yang berada di Jakarta dan dipimpin oleh Rizky Aulia, atau biasa dikenal dengan nama panggilan Kiki Aulia Ucup. Festival musik ini pertama kali diadakan oleh Boss Creator pada tahun 2022, dan terus berlangsung hingga tahun 2024 mendatang. Akun Instagram @pestapora menjadi salah satu sumber informasi mengenai konser musik Pesta Pora yang hanya bisa pengguna aktif akses dengan menggunakan akun Instagram. Konten yang ditampilkan pada akun tersebut menggunakan desain yang menarik dan kreatif tentang informasi seputar tema Pesta Pora, *Guest Star*, Harga Tiket, Tempat Acara, *Rundown Acara*, dan Konten Video Kreatif.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner 100 responden. Kemudian menganalisa data yang telah didapat melalui analisis regresi linier sederhana bahwa terdapat pengaruh dari terpaan konten instagram terhadap minat menonton konser musik pesta pora tahun 2023 pada pengikut akun instagram @pestapora. Dengan besaran pengaruh dari variable X adalah intensitas, isi pesan, dan daya Tarik dengan nilai sebesar 56,9%. Hal tersebut menunjukkan variable X cukup dominan dalam mempengaruhi minat menonton konser music.

Teori *uses and effect* dapat diterapkan untuk memahami bagaimana konten yang diunggah oleh akun Instagram @pestapora dapat memengaruhi minat seseorang untuk menonton konser Pesta Pora. Informasi yang disampaikan pada instagram @pestapora dapat membuat *followers* memiliki kemampuan untuk mendapatkan informasi hingga dapat menentukan suatu keputusan, yang diambil secara otomatis melalui informasi yang didapatkan tersebut, *followers* ataupun penggemar dapat mendapatkan *effect* setelah menerima informasi dari akun Instagram @pestapora.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan variable X1 atau Intensitas berpengaruh signifikan terhadap Minat Menonton Konser Musik dengan nilai $0,002 < 0,05$. Pada variable X2 atau Isi Pesan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menonton Konser Musik dengan nilai $0,001 < 0,05$. Maka dari itu, variable X3 atau Daya Tarik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Menonton Konser Musik dengan nilai $0,001 < 0,05$. Dapat diartikan bahwa X1 atau Intensitas, X2 atau Isi Pesan, dan X3 atau Daya Tarik terdapat pengaruh terpaan konten instagram terhadap minat menonton konser musik pesta pora tahun 2023 pada pengikut akun instagram @pestapora.

Hasil dari penelitian ini bahwa pada Terpaan Konten Instagram (variabel X) yang paling berpengaruh dari hasil penelitian ini yaitu sub variabel X2 yakni Isi Pesan. Dan pada Minat Menonton Konser Musik Pesta Tahun 2023 Pada Pengikut Akun Instagram @pestapora atau Variabel Y yang paling berpengaruh pada penelitian ini adalah Indikator Y Pencarian Informasi.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan pada penelitian ini, terdapat beberapa keimpulan yaitu :

1. Terpaan Konten Instagram melalui Intensitas berpengaruh 17,9% terhadap Minat Menonton Konser Musik Pesta Tahun 2023 Pada Pengikut Akun Instagram @pestapora dikarenakan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti variable X1 atau Intensitas Terpaan Konten Instagram berpengaruh dengan signifikan terhadap Minat Menonton Konser Musik.
2. Terpaan Konten Instagram melalui Isi Pesan berpengaruh 20,9% terhadap Minat Menonton Konser Musik Pesta Tahun 2023 Pada Pengikut Akun Instagram @pestapora dikarenakan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka variable X2 atau Isi Pesan Terpaan Konten Instagram berpengaruh dengan signifikan terhadap Minat Menonton Konser Musik.
3. Terpaan Konten Instagram melalui Daya Tarik berpengaruh 19,5% terhadap Minat Menonton Konser Musik Pesta Tahun 2023 Pada Pengikut Akun Instagram @pestapora dikarenakan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya variable X3 Daya Tarik Terpaan Konten Instagram berpengaruh dengan signifikan terhadap Minat Menonton Konser Musik.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Delviana, K. (2021). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @netflixid Terhadap Minat Untuk Menonton Film di Netflix. Universitas Lampung.
- Febrianto, M., Abidin, Z., & Kusumaningrum, R. (2023). Analisis Minat Beli E-commerce Bhinneka.com Studi Kasus Program Kampus Marketplace di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(6), 312.
- Pesta Pora. (2022). Pesta Pora Musik Festival. Diakses pada 17 Februari 2024. <https://pestapora.com>
- Ramadhan, I. (2023). Pengaruh Konten Instagram Chatime Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bincang Komunikasi*. 1 (1).
- Rifiani, Putri. (2022). Pengaruh Endorse Influencer Fadil Jaidi Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8 (12).
- Sugeng, B. (2020). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Deepublish.
- Surya, A. (2023). Pengaruh Sales Promotion Pada Unggahan Akun Instagram @cyexpo Terhadap Keputusan Pembelian Tiket *Communication Youth Expo 2022*. *Journal Of Social Science Research*, 3 (3).