



PENGARUH PESAN AKUN INSTAGRAM @KETIMBANG.NGEMISBEKASI TERHADAP KEPEDULIAN GENERASI MUDA

SURANTI YUNIDAR¹, KARTINI ROSMALAH D. K.²
yunidaranti@gmail.com¹, kr.ilkom@gmail.com²

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam “45” Bekasi

ABSTRACT

The poverty that ensnares the elderly should get a more crucial treatment from the government. Through this account "Rather than Ngemis Bekasi", the elderly who are trapped in poverty and far from the government's attention are eventually raised in the public. The research method used a survey method with an explanatory descriptive quantitative approach. The sample of this research is the younger generation who follow on Instagram @ketimbang.ngemisbekasi. The research method of this study is a survey method with an explanatory descriptive quantitative approach. The sample of this research is Accidental Sampling. Data collection techniques using questionnaires and interviews. The results of the study prove that 62.8% of the younger generation's concern for the elderly are influenced by messages in the @ Instagram account rather than socializing such as uploading photos/videos, captions, likes, comments, each of which can affect knowledge (cognitive), emotions (affective), and real behavior (conative) of respondents. The rest, 37.2%, is influenced by other factors such as motivation within themselves, family environment, community environment, and social closeness. The suggestions that the researchers give to the next researcher, it is better to learn more about other theories related to the influence of social media messages such as the uses- and-gratifications theory, which can use qualitative methods and add other variables that have not been studied in this study.

Keywords: *instagram, concern for the younger generation, the influence of messages, Ketimbang Ngemis Bekasi community, elderly traders.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Instagram adalah sebuah aplikasi dari *Smartphone* yang merupakan salah satu media sosial di internet untuk menjadikan pengguna lebih kreatif dalam memotret dan memudahkan pengguna mendapatkan informasi melalui foto-foto yang diunggah. Instagram sendiri berasal dari dua suku kata yaitu “*insta*” dan “*gram*”, pada kata “*insta*” diambil dari kata instan seperti pada kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan foto-foto instan, instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “*gram*” berasal dari kata “*telegram*” di mana cara kerja telegram adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Begitu pula dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan mudah menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat (Atmoko, 2012).



Seperti akun Instagram @ketimbang.ngemisbekasi yang menggunakan Instagram sebagai media penyalur informasi melalui foto yang diunggah. Akun dengan jumlah lebih dari 10 ribu *followers* (pengikut) ini merupakan akun dari sebuah komunitas Ketimbang Ngemis di kota Bekasi. Komunitas Ketimbang Ngemis adalah komunitas yang bergerak di bidang sosial. Komunitas ini bertujuan untuk mempromosikan dan mengapresiasi siapa saja yang lebih memilih untuk bekerja/berjualan daripada mengemis. Komunitas Ketimbang Ngemis pertama kali dibentuk di Jogja pada tanggal 16 Juni 2015, selanjutnya dibentuk di Bekasi pada tanggal 18 Juni 2015. Ketimbang Ngemis Bekasi sendiri sudah memiliki 77 orang anggota. Akun “Ketimbang Ngemis” ini berfokus pada isu mengenai kemiskinan yang dialami pada masyarakat lanjut usia.

Fenomena kemiskinan sepertinya tidak pernah bisa terlepas dari kehidupan manusia. Tingkat pendapatan nasional yang rendah dan lebarnya jurang pendapatan juga menjadi pemicu meningkatnya kemiskinan yang terjadi di hampir seluruh daerah di Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Barat tercatat lebih dari 1300 orang yang berstatus pengemis dan gelandangan di kabupaten maupun kota Bekasi.

Kemiskinan yang tidak dapat mereka hindari seharusnya mendapatkan penanganan yang lebih krusial dari pemerintah. Hal ini dikarenakan, kaum lansia ini merupakan penduduk yang membutuhkan banyak penanganan khusus mulai dari kesehatan, tempat tinggal, bahkan hingga aspek keamanan. Hal ini juga terkait dalam pasal 5 Undang-Undang Republik Indonesia No. 13 Tahun 2008, disebutkan bahwa pemenuhan hak lansia meliputi: pelayanan keagamaan dan mental spiritual, pelayanan kesehatan, pelayanan kesempatan kerja, pelayanan pendidikan dan pelatihan, kemudahan dalam penggunaan fasilitas sarana dan prasarana umum, kemudahan dalam layanan dan bantuan hukum, perlindungan sosial, dan bantuan sosial (Hermawati, 2015).

Melalui akun “Ketimbang Ngemis Bekasi” ini, lansia yang terjerat dalam kemiskinan dan jauh dari perhatian pemerintah ini pada akhirnya mereka terangkat pada khalayak umum. Melihat fenomena di atas, sudah seharusnya generasi muda sebagai harapan bangsa yang bergerak untuk membantu sesama. Dari sinilah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pesan akun Instagram @ketimbang.ngemisbekasi terhadap kepedulian generasi muda pada pedagang lansia.

TINJAUAN PUSTAKA

Media Baru

Keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional: sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi dan yang terpenting dilakukan secara *real time* (Vivian, 2008). Gane dan Beer (2008) memaparkan karakteristik media baru dengan term *network*, *interactivity*, *information*, *interface*, *archive*, dan *simulation*. Media baru kali ini menjadi tempat individu untuk melakukan interaksi sosial, yaitu dengan menggunakan media sosial. Media sosial dikenal juga sebagai jejaring sosial. Media sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul yang umumnya individu atau organisasi yang diikat dengan satu tipe relasi spesifik atau lebih, seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan dan sebagainya (Kindarto, 2010).



Dalam buku Vivian (2008) menjelaskan bahwa, karakteristik *new media* yakni dapat memberi akses ke konten di manapun dan kapanpun, bersifat digital yang merupakan media interaktif dan *new media* dapat mengirimkan pesan individual ke sejumlah orang yang tak terbatas, secara bersamaan dan setiap orang yang terlibat dalam satu isi media, dapat mengontrol timbal balik atas konten tersebut. Pesan yang dikirimkan dapat berupa sebuah percakapan atau interaksi melalui media sosial.

Media Sosial

Adapun terdapat definisi media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian Fuchs (2014) menjelaskan bahwa, media sosial adalah media yang mewadahi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*). Menurut Shirky (2008) media sosial adalah alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to cooperate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi. Boyd (2009) menjelaskan, media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, dan berkomunikasi. Dijk (2013) menjelaskan, media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas (Mandiberg, 2012).

Media sosial menjadi salah satu platform di media siber. Oleh karena itu, melihat media sosial yang ada tidak jauh berbeda dengan karakteristik yang dimiliki oleh media siber. Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa media siber lainnya. Terdapat batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki media sosial. Salah satunya adalah media sosial beranjak dari pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual. Adapun karakteristik media sosial, yaitu Jaringan (*Network*), Informasi (*Information*), Arsip (*Archive*), Interaksi (*Interactivity*), Simulasi Sosial (*Simulation of society*), dan Konten oleh pengguna (*User-generated content*) (Mandiberg, 2012).

Pesan

Menurut Liliweri, pesan adalah gagasan, perasaan atau pemikiran yang akan di-*encode* oleh pengirim atau di-*decode* oleh penerima. Sedangkan menurut Devito, pada umumnya pesan berbentuk sinyal, simbol, tanda atau kombinasi dari semuanya dan berfungsi sebagai stimulus yang akan direspon oleh penerima. Pesan bisa dikirimkan secara langsung dari pengirim ke penerima melalui penghubung atau bisa juga dikirimkan secara sebagian atau seluruhnya melalui media elektronik, mekanik, atau digital (Suryanto, 2015).



Secara garis besar, pesan dapat dibedakan dalam dua jenis, yaitu sebagai berikut (Suryanto, 2015):

1. Pesan Verbal

Pesan verbal adalah pesan dengan menggunakan kata-kata dengan lisan maupun tulisan. Pesan verbal ini paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia. Melalui kata-kata manusia dapat mengungkapkan perasaan emosi, pemikiran, gagasan atau menyampaikan fakta, data, dan informasi serta menjelaskan dengan saling bertukar perasaan dan pemikiran, saling berdebat dan bertengkar. Lambang bahasa yang digunakan adalah bahasa verbal lisan, tertulis pada kertas maupun elektronik. Sementara kata, merupakan lambang yang mewakili suatu hal berupa barang, kejadian atau keadaan.

2. Pesan Non Verbal

Pesan non verbal adalah jenis pesan yang penyampaiannya tidak menggunakan kata-kata secara langsung, dan dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan gerak-gerik, tingkah laku, mimik wajah, atau ekspresi muka pengirim pesan. Secara sederhana pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Pada pesan non verbal menggunakan indera penglihatan sebagai penangkap stimulus yang timbul. Pesan non verbal bisa disebut bahasa isyarat atau *gesture* atau bahasa diam (*silent language*).

Instagram

Instagram sama dengan media sosial lainnya, memiliki beberapa fitur dan kegunaan. Cara kerja Instagram adalah dengan mengikuti satu sama lain. Hal ini merupakan bentuk komunikasi pada penggunaan Instagram dengan memberi komentar pada sebuah foto, mengirim pesan pribadi (*direct message*) dan memberikan tanda suka pada foto. Pengikut dan seberapa banyaknya jumlah like pada foto pun menjadi pengaruh apakah foto tersebut masuk ke dalam kategori populer atau tidak. Media sosial Instagram memiliki beberapa hal yang harus diperhatikan agar dapat menarik perhatian masyarakat atau pengguna Instagram, menurut Aditya (2015) ada 4 elemen pendukung hal tersebut yaitu:

1. **Foto dan video.** Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai wadah untuk mengunggah serta berbagi foto dan video kepada pengguna lainnya.
2. **Keterangan (*caption*).** Sebelum mengunggah foto dan video, para pengguna dapat menambahkan keterangan untuk menjelaskan foto dan video tersebut sesuai dengan apa yang terjadi atau apa yang ada dalam pikiran para pengguna.
3. **Tanda Suka (*love*).** Instagram juga memiliki tanda suka dan fungsinya sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto atau video yang telah diunggah.
4. **Komentar.** Sebagai layanan jejaring sosial, Instagram menyediakan fitur komentar fungsinya agar para pengguna lain dapat menuliskan kesan-kesan, kritik atau masukan mengenai foto atau video yang diunggah pemilik akun.



Teori S-O-R

Teori S-O-R merupakan singkatan dari *Stimulus-Organism-Response*. Objek materialnya adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Seperti pada akun Ketimbang Ngemis Bekasi dengan menyampaikan pesan yang mengandung pesan moral dan ingin mengetahui respon dari *followers* dengan memberikan informasi tersebut. Dari situ bisa mengerti bagaimana suatu pesan bisa membuat orang menjadi lebih baik dalam hal merespon suatu pesan itu. Secara umum respon atau tanggapan diartikan sebagai hasil yang didapat dari pengamatan. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Steven M. Cafe respon dibagi menjadi tiga bagian, yaitu (Rakhmat, 2013):

1. **Kognitif.** Yaitu respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan
2. keterampilan dan informasi seseorang mengenai sesuatu. Respon ini timbul apabila adanya perubahan terhadap yang dipahami atau dipersepsi oleh khalayak.
3. **Afektif.** Respon yang berhubungan dengan emosi, sikap, dan menilai seseorang terhadap sesuatu. Respon ini timbul apabila ada perubahan yang disenangi oleh khalayak terhadap sesuatu.
4. **Konatif.** Respon yang berhubungan dengan perilaku nyata yang meliputi tindakan atau perbuatan. Skinner seorang ahli psikologi, merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar)

Kerangka Berpikir

Penulis melihat bagaimana kepedulian generasi muda terhadap pedagang lansia pada pesan akun Instagram @ketimbang_ngemisbekasi yang terdiri dari: foto/video, caption, tanda suka (like), dan komentar. Apakah pesan ini ada pengaruhnya kepada generasi muda dengan melihat kognitif, afektif dan konatifnya, sehingga dapat digambarkan pada gambar (1) adakah pengaruh pesan akun instagram @ketimbang.ngemisbekasi terhadap kepedulian generasi muda:

**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan eksplanatif. Dapat diartikan sebagai metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Penelitian ini juga menggunakan metode survei.

Populasi Dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah *followers* (pengikut) akun instagram Ketimbang Ngemis Bekasi yang terdiri lebih dari 10.700 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling*, yaitu teknik dalam memilih siapa saja yang kebetulan dijumpai untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2011). Penentuan ukuran sampel didasarkan pada jumlah populasi *followers* (pengikut) akun Instagram @ketimbang.ngemisbekasi sebanyak 10.700 orang. Oleh karena populasi penelitian ini sangat banyak, tersebar dan sulit diketahui secara pasti, maka dilakukan pengambilan sampel. Responden atau sampel yang dipilih adalah 100 orang berdasarkan hitungan rumus Slovin.

Teknik pengumpulan data

Pada penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner atau angket sebagai daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden ketika proses survei berlangsung. Penulis melakukan pencarian data melalui sumber-sumber tertulis di antaranya: buku, jurnal dan penelitian-penelitian terdahulu yang terdapat informasi atau data-data yang berkaitan dengan penelitian. Selain itu, peneliti juga mendapat informasi atau data-data dari beberapa situs *online* seperti portal berita dan beberapa jurnal yang menjadi acuan dalam penelitian ini.



Uji Validitas

Untuk melihat hasil uji validitas jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($n-2$), untuk nilai r_{tabel} $(30-2) = 28$ maka r_{tabel} yang digunakan sebesar 0,374. Untuk mengukur validitas, rumus yang digunakan yaitu *pearson product moment*. Pengujian tersebut dilakukan untuk melihat pertanyaan atau pernyataan yang diajukan sudah valid atau tidak. Hasil uji yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan bantuan program SPSS 25.0 for windows, sehingga menghasilkan seluruh *indicator* yang telah diuji dinyatakan valid, karena masing-masing indikator memiliki nilai lebih besar dari nilai r_{tabel} (0,374) yang berarti semua indikator dapat diterima dengan baik.

Uji Reliabilitas

Hasil perhitungan uji reliabilitas menggunakan SPSS versi 25 for windows dengan rumus Alpha Cronbach menunjukkan bahwa interpretasi koefisien semua indikator memiliki nilai cronbach alpha (σ) sebesar 0,839. Nilai ini menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner penelitian memiliki hubungan yang sangat kuat.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung dan memprediksi variabel tergantung dengan menggunakan variabel bebas (Sarwono, 2005:95). Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh pesan dalam akun Instagram @ketimbang.ngemisbekasi terhadap kepedulian generasi muda.

PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini terbagi atas jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah generasi muda yang merupakan pengikut (*followers*) pada akun Instagram @ketimbang.ngemisbekasi dengan jumlah 100 orang, keseluruhan angket atau kuesioner ini diolah menggunakan SPSS versi 25 for windows.

Hasil penelitian dapat diuraikan (lihat tabel 1) bahwa jenis kelamin yang menjawab kuesioner atau angket yang diberikan oleh peneliti sebagian besar didominasi oleh wanita dengan jumlah sebanyak 57%, sedangkan responden pria didapat sebanyak 43%. Pada karakteristik usia, bahwa presentase terbanyak menduduki usia 23-26 tahun dengan jumlah presentase sebesar 40%.

Pada karakteristik pendidikan, hasil terbanyak ada pada kategori S1 yakni dengan perentase 50%. Pada karakteristik pekerjaan, didominasi oleh responden mahasiswa sebanyak 45%. Dan pada karakteristik domisili, hasil terbanyak adalah responden yang berdomisili di Bekasi dengan persentase 94%.

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

No.	Karakteristik	Jumlah	Persentase
1.	Jenis Kelamin	100	100%
	Wanita	57	57%
	Pria	43	43%
2.	U s i a	100	100%
	15-18 Tahun	7	7%
	19-22 Tahun	43	43%
	23-26 Tahun	40	40%
	27-30 Tahun	10	10%
3.	Pendidikan	100	100%
	SMP	3	3%
	SMA	32	32%
	Diploma	10	10%
	S1	50	50%
	Lainnya	5	5%
4.	Pekerjaan	100	100%
	Pelajar	7	7%
	Mahasiswa	45	45%
	Karyawan Swasta	24	24%
	PNS	3	3%
	Wirausaha	10	10%
	Lainnya	11	11%
5.	Domisili	100	100%
	Bekasi	94	94%
	Luar Bekasi	6	6%

(Sumber: Olahan Data SPSS Oleh Peneliti, 2020)



Hasil Tanggapan Responden Mengenai Pengaruh Pesan Akun Instagram @ketimbang.ngemisbekasi (X)

Pada variabel pengaruh pesan akun instagram @keimbang.ngemisbekasi (X) memiliki empat indikator yaitu foto dan video, keterangan (*caption*), tanda suka (*love*) dan komentar. Persentase tanggapan responden pada indikator “Foto dan Video” rata-rata responden menyetujui bahwa indikator ini berpengaruh dalam kepedulian generasi muda ditandai dengan jumlah persentase sebanyak 53%.

Persentase tanggapan responden pada indikator “*Caption*” terbanyak pada pernyataan setuju dengan jumlah 59%, ini menandakan sebagian responden menyetujui bahwa “*Caption*” mengandung pesan informatif yang mampu dipahami dengan mudah dan dapat mempengaruhi tingkat kepedulian generasi muda terhadap pedagang lansia.

Persentase hasil tanggapan responden mengenai indikator “Tanda Suka (*Love*)” sebagian besar responden menyatakan “Setuju” yakni sebanyak 67%. Hal ini dapat diartikan bahwa sebagian responden setuju alasan memberikan tanda suka (*love*) pada unggahan akun @ketimbang.ngemisbekasi karena unggahannya menarik dan mampu mempengaruhi tingkat kepedulian generasi muda. Persentase hasil tanggapan responden pada indikator “Komentar” sebagian besar responden menyatakan “Tidak Setuju” yakni sebanyak 49% ini mengartikan sebagian besar responden tidak aktif berkomentar pada unggahan akun Instagram @ketimbang.ngemisbekasi untuk menggali informasi tambahan atau sekedar memberikan komentar positif sebagai bentuk apresiasi.

Tabel 2. Hasil Tanggapan Responden Mengenai Pengaruh Pesan Akun Instagram @ketimbang.ngemisbekasi (X)

No.	Indikator	Jumlah	Persentase
1.	Foto dan Video (X1)	100	100%
	Sangat Setuju	42	42%
	Setuju	53	53%
	Tidak Setuju	2	2%
	Sangat Tidak Setuju	3	3%
			2%
			3%
			2%
			3%
			2%
2.	Caption(X2)	100	100%
	Sangat Setuju	32	32%
	Setuju	59	59%
	Tidak Setuju	8	8%
	Sangat Tidak Setuju	1	1%
			9%



			8 % 1 %
3.	Tanda Suka (love) (X3)	100	100%
	Sangat Setuju	21	2
	Setuju	67	1
	Tidak Setuju	12	%
	Sangat Tidak Setuju	0	6 7 % 1 2 % 0 %
4.	Komentar (X4)	100	100%
	Sangat Setuju	14	1
	Setuju	34	4
	Tidak Setuju	49	%
	Sangat Tidak Setuju	3	3 4 % 4 9 % 3 %

(Sumber: Data diolah Peneliti melalui SPSS, 2020).

Hasil Tanggapan Responden Mengenai Kepedulian Generasi Muda (Y)

Variabel kepedulian generasi muda (Y) memiliki tiga indikator yaitu kognitif (pengetahuan), afektif (perasaan atau emosi), dan konatif (perilaku atau tindakan). Persentase hasil tanggapan responden mengenai “Kognitif” Sebagian besar responden menyatakan “Setuju” yakni sebanyak 62%. Hal ini dapat diartikan bahwa sebagian responden mendapatkan informasi tentang pedagang lansia di Bekasi dengan mudah dari unggahan akun instagram @ketimbang.ngemisbekasi yang sesuai dengan fakta di lapangan.

Persentase hasil tanggapan responden mengenai “Afektif” sebagian besar responden menyatakan “Setuju” yakni sebanyak 48%. Hasil ini mengatakan bahwa unggahan dalam akun Instagram @ketimbang.ngemisbekasi mampu mempengaruhi emosional pengikutnya. Persentase hasil tanggapan responden mengenai “Konatif” Sebagian besar responden menyatakan “Setuju” yakni sebanyak 61%, artinya, sebagian responden menyetujui bahwa unggahan akun Instagram @ketimbang.ngemisbekasi dapat mempengaruhi kepedulian generasi muda untuk terjun langsung membantu pedagang lansia.

**Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Kepedulian Generasi Muda (Y)**

No.	Indikator	Jumlah	Persentase
1	Kognitif	100	100%
	Sangat Setuju	35	35%
	Setuju	62	62%
	Tidak Setuju	2	2%
	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Afektif	100	100%
	Sangat Setuju	42	42%
	Setuju	48	48%
	Tidak Setuju	7	7%
	Sangat Tidak Setuju	3	3%
3	Konatif	100	100%
	Sangat Setuju	26	26%
	Setuju	61	61%
	Tidak Setuju	13	13%
	Sangat Tidak Setuju	0	0%

(Sumber: Data Diolah Penulis Melalui SPSS, 2020)

Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,793, dan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,628 yang berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi (R), $0,793 \times 0,793 = 0,628$. Jika nilai koefisien determinasi (R Square) diubah dalam bentuk persentase dengan perhitungan ($0,628 \times 100\%$), maka nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 62,8%. Hal ini menunjukkan, bahwa sebesar 62,8% variabel kepedulian generasi muda terhadap lansia dipengaruhi oleh pesan yang ada dalam akun @ketimbang.ngemisbekasi. Sisanya, sebesar 37,2% yang diperoleh dari ($100\% - 62,8\% = 37,2\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Uji Signifikansi (Uji t)

Hasil pengujian signifikansi pada model pesan akun Instagram @ketimbang.ngemisbekasi (β) diperoleh dari t hitung sebesar 12,867 dan t tabel sebesar 1,984. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung $>$ t tabel. Pesan akun Instagram @ketimbang.ngemisbekasi berpengaruh terhadap kepedulian generasi muda dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Diketahui nilai signifikansi yang diperoleh (0,000) lebih kecil dari standar yang ada dalam persyaratan ($\alpha < 0,05$). Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima.



Analisis Regresi Linear Sederhana

Hasil uji hipotesis melalui analisis regresi, menunjukkan bahwa pesan akun @ketimbang.ngemisbekasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepedulian generasi muda di Bekasi. Pengaruh positif diperoleh dari nilai koefisien regresi (β) yaitu 0,581 dan pengaruh signifikan diperoleh dari nilai (Sig) pada t-hitung β yaitu 0,000, yang berarti lebih kecil dari syarat nilai Sig ($0,000 < 0,05$). Hubungan fungsional atau hubungan sebab akibat pada pesan akun @ketimbang.ngemisbekasi terhadap kepedulian generasi muda pada pedagang lansia dapat diprediksi menggunakan *model* persamaan regresi, $Y = 4,856 - 0,581 X$. Maka persamaan regresi tersebut mengandung arti upaya komunitas ketimbang ngemis Bekasi dalam meningkatkan pesan yang disampaikan dalam akun Instagram @ketimbang.ngemisbekasi akan memberi pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepedulian generasi muda. Artinya semakin baik pengelolaan pesan dalam akun, maka semakin tinggi pula kepedulian generasi muda kepada pedagang lansia (lihat grafik 1).



Grafik 1. Grafik Persamaan Regresi

(Sumber: Olahan Data Penulis, 2020)

Berdasarkan uraian hasil penelitian pada sub-bab sebelumnya yang kemudian dikaitkan dengan tujuan penelitian ini, maka dapat dijelaskan bahwa tujuan penelitian ini telah terjawab. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan akun instagram @ketimbang.ngemisbekasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepedulian generasi muda. Hal ini dapat dilihat pada tabel hasil analisis regresi dengan menggunakan *SPSS 25 for windows* sebagai berikut:

**Tabel 4.7 Rekapitulasi Data Hasil Analisis Regresi**

Hipotesis	Koefisien Determinasi	Uji Signifikansi (t)	Koefisien Regresi	Ket.
Ho: $\beta = 0$ Ha: $\beta > 0$	$r = 0,793$ $R^2 = 0,628$	t hitung $\alpha = 2,891$ Sig. 0,005	$\alpha = 4,856$	Konstanta (α) teruji signifikan
		t hitung $\beta = 12,867$ Sig. 0,000	$\beta = 0,581$	X memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Y
Model Persamaan Regresi $Y = 4,856 - 0,581 X$				

(Sumber: Data diolah Penulis Menggunakan SPSS, 2020)

Hasil uji hipotesis melalui analisis regresi (tabel 4.7), menunjukkan bahwa pesan akun instagram @ketimbang.ngemisbekasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepedulian generasi muda di Bekasi. Pengaruh positif diperoleh dari nilai koefisien regresi (β) yaitu 0,581 dan pengaruh signifikan diperoleh dari nilai (Sig) pada t-hitung β yaitu 0,000, yang berarti lebih kecil dari syarat nilai Sig ($0,000 < 0,05$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hubungan fungsional atau hubungan sebab akibat pada pesan akun instagram @ketimbang.ngemisbekasi terhadap kepedulian generasi muda pada pedagang lansia dapat diprediksi menggunakan *model* persamaan regresi, $Y = 4,856 - 0,581 X$. Maka persamaan regresi tersebut mengandung arti upaya komunitas ketimbang ngemis Bekasi dalam meningkatkan pesan yang disampaikan dalam akun Instagram @ketimbang.ngemisbekasi akan memberi pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepedulian generasi muda. Artinya semakin baik pengelolaan pesan dalam akun, maka semakin tinggi pula kepedulian generasi muda kepada pedagang lansia.

Ukuran besarnya pengaruh pesan akun Instagram @ketimbang.ngemisbekasi terhadap kepedulian generasi muda dapat diketahui dari nilai koefisien determinasi sebesar (R^2) sebesar 0,628 yang berarti pesan akun instagram @ketimbang.ngemisbekasi memberikan pengaruh sebesar 62,8% terhadap kepedulian generasi muda pada pedagang lansia di Bekasi. Hasil ini juga menunjukkan pesan akun instagram @ketimbang.ngemisbekasi bukan hanya menjadi faktor tunggal atau faktor yang dominan dalam mempengaruhi kepedulian generasi muda, karena sisanya 37,2% variabel kepedulian generasi muda dipengaruhi oleh faktor-faktor lain (selain pesan akun Instagram @ketimbang.ngemisbekasi), yang tidak diteliti dalam penelitian ini.



Akan tetapi penulis menemukan sumber yang menjelaskan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi sikap kepedulian generasi muda yakni antara lain adalah, motivasi dalam diri, lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat dan kedekatan sosial. Penulis juga mengaitkan beberapa faktor tersebut dengan hasil wawancara yang penulis dapatkan dari narasumber yang menyetujui bahwa pesan akun instagram @ketimbang.ngemisbekasi bukanlah faktor tunggal atau faktor yang paling berpengaruh dalam kepedulian generasi muda, berikut akan dijelaskan sedikit faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepedulian generasi muda di bawah ini:

Motivasi dalam Diri

Setiap individu memiliki motivasi atau semangat yang berbeda dalam melakukan sesuatu. Dorongan yang timbul dari dalam diri ini menjadi faktor paling penting bagi generasi muda dalam menentukan sikap kepedulian mereka terhadap sesuatu. Motivasi yang tinggi akan menciptakan rasa kepedulian yang tinggi pula.

Motivasi dalam diri memang tidak dapat diciptakan sesuai dengan keinginan orang lain, meskipun dapat dibantu dengan dorongan semangat dari orang lain melalui media atau komunikasi yang baik tapi sangat kecil kemungkinan seseorang dapat menerima secara langsung pesan yang disampaikan jika tidak ada keinginan dari dirinya sendiri.

Seperti kutipan wawancara yang penulis dapatkan dari Riska (21 tahun) Mahasiswi asal Bekasi yang juga merupakan pengikut akun instagram @ketimbang.ngemisbekasi saat diwawancarai melalui telepon. Menurutnya, akun instagram @ketimbang.ngemisbekasi tidak sepenuhnya mempengaruhi kepeduliannya terhadap pedagang lansia karena faktor motivasi dalam dirinya yang lebih berpengaruh. Berikut petikan wawancaranya:

“Paling cuma sedikit berpengaruh sih kak, kalo nggak dari kemauan diri sendiri juga nggak akan gerak,” [Riska Maharani, Hasil Wawancara, 5 Agustus 2020]

Lingkungan Keluarga

Faktor lain yang mempengaruhi kepedulian generasi muda selain yang diteliti oleh penulis adalah faktor lingkungan keluarga. Keluarga merupakan lingkungan pertama individu dalam memperoleh ilmu dan pelajaran. Di dalam keluarga, menciptakan kepedulian sebenarnya sudah diajarkan melalui sikap tolong-menolong sesama anggota keluarga, hanya terkadang tidak semuanya berjalan dengan baik. Dampak positif dari mengajarkan kepedulian dalam lingkungan keluarga diantaranya menumbuhkan kerukunan dan kebersamaan, hingga terciptanya hubungan batin yang akrab.

Untuk membuktikannya penulis juga mencari jawaban dari Putra selaku narasumber (25 tahun asal Bekasi) dalam penelitian ini yang juga menyetujui adanya faktor lain dalam mempengaruhi kepedulian generasi muda salah satunya adalah faktor lingkungan keluarga. Berikut petikan wawancaranya:



“Setuju sih, tapi itu nggak mungkin bisa mempengaruhi sepenuhnya, bisa juga dari nasihat atau kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan dalam keluarga ” [Pradana Putra Maheer, Hasil Wawancara, 5 Agustus 2020]

Lingkungan Masyarakat

Faktor terakhir adalah lingkungan masyarakat yang merupakan faktor besar dalam mempengaruhi kepedulian generasi muda, karena melalui lingkungan masyarakat seorang pemuda bisa saja mengubah diri sesuai dengan kebiasaan yang ia lakukan bersama lingkungannya atau dalam hal ini teman-teman yang dapat merubah kepribadian seseorang terlebih pemuda yang sedang mencari jati diri. Dampak positif menanamkan rasa kepedulian kepada sesama dalam lingkungan masyarakat adalah menciptakan kondisi pertemanan yang kuat dan harmonis, menghilangkan rasa dengki dan dendam, serta dapat menghilangkan jurang pemisah antara si miskin dan si kaya arena kedua hal tersebut akan dipandang sama.

Hal ini juga disetujui oleh Putra selaku narasumber dalam penelitian ini. Menurutnya faktor ini juga memiliki pengaruh yang besar. Berikut petikan wawancaranya:

“Bisa juga dari lingkungan luar (masyarakat)kan, kayakteman-teman itu juga jadi pengaruh tuh” [Pradana Putra Maheer, Hasil Wawancara, 5 Agustus 2020]

Faktor Kedekatan Sosial

Dalam penelitian ini, peneliti juga menemukan fakta bahwa ada sebagian generasi muda yang menjadi pengikut (*followers*) dalam akun tetapi tidak benar-benar mengetahui atau peduli dengan kepentingan informasi yang ada dalam akun atau dapat dikatakan hanya sekedar ikut mem-*follow*. Yang mempengaruhi kepedulian mereka terhadap pedagang lansia sendiri adalah faktor kedekatan mereka dengan salah satu atau lebih dari anggota komunitas ketimbang ngemis bekasi yang merupakan pengelola dalam akun.

Seperti kutipan wawancara dari narasumber yang berbeda, Eva (22th) asal Kota Bekasi. Ia mengaku faktor kedekatan antar teman lebih berpengaruh daripada isi unggahan dalam akun. Berikut petikan wawancaranya:

“Sekedar follow aja mbak, teman yang minta waktu itu. Kalo untuk bantu langsung ke pedagang paling lebih sering teman yang ngajak gak pernah karna isi postingan akun itu sih” [Eva, Hasil Wawancara, 24 Juli 2020]

Dari pembahasan keempat faktor lain di atas, dapat dijelaskan bahwa pesan akun instagram @ketimbang.ngemisbekasi bukanlah faktor utama yang sangat berpengaruh dalam kepedulian generasi muda pada pedagang lansia. Meskipun demikian sangatlah penting bagi komunitas Ketimbang Ngemis Bekasi dalam menjaga eksistensi diri dan meningkatkan pengelolaan pesan yang terkandung dalam unggahan akun instagram @ketimbang.ngemisbekasi agar semakin memenuhi nilai kepedulian generasi muda pada pedagang lansia khususnya di Bekasi.



KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pesan akun Instagram @ketimbang.ngemisbekasi terhadap kepedulian generasi muda, yang dapat dilihat sebagai berikut:

1. Ukuran besarnya pengaruh pesan akun instagram @ketimbang.ngemisbekasi terhadap kepedulian generasi muda dapat diketahui dari nilai koefisien determinasi sebesar (R^2) sebesar 0,628 yang berarti sebesar 62,8% kepedulian generasi muda terhadap lansia dipengaruhi oleh pesan yang ada dalam akun Instagram @ketimbang.ngemisbekasi seperti unggahan foto/video, *caption*, tanda suka, komentar yang masing-masing dapat mempengaruhi pengetahuan (kognitif), emosi (afektif), dan perilaku nyata (konatif) generasi muda terhadap pedagang lansia. Hasil ini juga menunjukkan pesan akun instagram @ketimbang.ngemisbekasi bukan hanya menjadi faktor tunggal atau faktor yang dominan dalam mempengaruhi kepedulian generasi muda karena sisanya 37,2% variabel kepedulian generasi muda dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti motivasi dalam diri, lingkungan keluarga dan lingkungan masyarakat, yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.
2. Dari empat indikator pesan akun instagram @ketimbang.ngemisbekasi (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepedulian generasi muda, pengaruh terbesar berada pada “Tanda Suka (*love*)” dengan 67%. Kemudian, tiga indikator kepedulian generasi muda (Y) berada taraf yang baik artinya kepedulian generasi muda termasuk dalam kategori yang baik. Pengaruh terbesar berada pada “Kognitif (pengetahuan)” dengan 62%.



DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Rangga. 2015. *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi pada Komunitas Fotografi Pekanbaru*. Jom FISIP Volume 2 No. 2, Oktober 2015.
- Kindarto, A. 2010. *Efektif Blogging dengan Aplikasi Facebook*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Rakhmat, Jalaludin. 2003. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sultan Ageng Tirtayasa. Mandiberg. 2012. *Hubungan Intensitas Mengakses Sosial Media terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif pada Siswa Kelas XI Jasa Boga di SMK N 3 Klaten*. Dalam Yuzy Akbari Vindita Riyanti (2016). Skripsi. Yogyakarta: Pendidikan Teknik Boga FT Universitas Negeri Yogyakarta.
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi* Bandung: Pustaka Setia.
- Vivian, John. (2008). *Teori Komunikasi Massa, edisi Kedelapan (The Media of Mass Communication, 8th edition)*. Terj.Tri Wibowo B.S. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.