
PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMBERITAAN COVID 19 TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN MAHASISWA (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA)

Yanuba Nurmalinda¹, Dian Purworini²

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi & Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta. Gatak,
Pabelan, Kec. Kartasura, Kab. Sukoharjo, Jawa Tengah 57169

E-mail:

yanubanurmalinda@gmail.com

Abstract

During the pandemic, Instagram was used as a medium for disseminating information about COVID-19. The explanation in media dependency theory is the main source for obtaining information. The purpose of this study is to determine the effect of the Instagram variable as media coverage. This type of research is quantitative explanatory with a sample of 97 respondents. Data collection techniques in research conducted through a questionnaire. The data analysis technique used is simple linear regression data analysis between the variable (X) Instagram as a news media for Covid-19 and the variable (Y) the level of student confidence. The results of the study show that there is an influence between the variable (X) on the variable (Y) which explains that Instagram as the media coverage of Covid-19 has a significant effect on the level of student confidence. The influence of Instagram as media coverage of Covid-19 on the level of student confidence is 38.6%. If the media can help someone in meeting their needs, it means that someone's level of using the media is getting higher.

Keywords: *Media, Covid-19 News, Instagram, dependency theory, Trust*

Abstrak

Selama terjadinya pandemi Instagram digunakan sebagai media penyebaran informasi Covid-19. Penjelasan dalam teori dependensi media menjadi sumber utama untuk memperoleh informasi. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel Instagram sebagai media pemberitaan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatif dengan pengambilan sampel berjumlah 97 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian dilakukan melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data regresi linier sederhana antara variabel (X) Instagram sebagai media pemberitaan Covid-19 dan variabel (Y) tingkat kepercayaan mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh antara variabel (X) terhadap variabel (Y) yang menjelaskan bahwa Instagram sebagai media pemberitaan Covid-19 berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa. Pengaruh Instagram sebagai media pemberitaan Covid-19 terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa sebesar 38.6%. Apabila media dapat membantu seseorang dalam memenuhi kebutuhan, berarti tingkat seseorang dalam menggunakan media semakin tinggi.

Kata kunci: *Media, Berita Covid-19, Instagram, Teori Ketergantungan / dependensi, Kepercayaan*

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Pada akhir tahun 2019 seluruh dunia termasuk Indonesia dilanda bencana berupa *coronavirus*. Bencana ini pertama kali terdeteksi di Wuhan, Cina yang dikonfirmasi oleh WHO (*World Health Organization*) sebagai pandemi pada awal tahun 2020 (Huang et al., 2020). Kondisi tersebut mengakibatkan masyarakat memiliki ketergantungan pada media sebagai pemenuhan kebutuhan informasi untuk mencapai tujuan tertentu, salah satunya yaitu ketergantungan media sosial (Schrock, 2006:4).

Media sosial menjadi salah satu alat untuk menyampaikan berita kepada masyarakat yang mengalami peningkatan dalam mencari sumber informasi (Fachri, 2018). Berita yang disampaikan harus mengandung fakta aktual, menarik, akurat, serta penting untuk audiens yang membaca, menonton, maupun mendengar (Mitchel V. Charnley, 1975). Peran media sosial kini dapat di transformasikan kedalam dunia maya. Masyarakat bisa bebas dalam mengakses, mencari, dan membagikan informasi kepada orang lain. Kini tidak hanya kemudahan akses informasi yang di dapat dari media sosial melainkan juga ketersediaan jaringan yang sangat luas sehingga tidak ada batasan lagi untuk kita bisa menikmati hal apapun.

Salah satu media sosial yang mengalami peningkatan sangat besar yaitu Instagram yang dianggap sebagai platform menarik bagi khalayak (Greenwood, Perrin, & Duggan, 2016). Menurut data dari (katadata.co.id) dalam survei *Global Web Index* (GWI, 2021) Instagram menjadi media sosial yang paling sering digunakan dan digemari oleh Generasi Z dengan pencapaian angka tertinggi dibandingkan dengan pemilihan media lain yaitu 24%. Secara umum fitur Instagram dapat mengunggah konten berisi kan foto, video, bahkan narasi terkait keterangan yang diunggah. Selain itu Instagram menyediakan fitur komentar terhadap postingan yang di

upload sehingga memudahkan antara komunikator dan komunikan untuk mendapat feedback dari apa yang telah disampaikan.

Seiring dengan adanya situasi pandemi media Instagram menjadi salah satu media massa untuk menginformasikan kepada khalayak mengenai perkembangan covid-19. Mulai dari update perkembangan data-data orang yang terpapar, orang yang sembuh bahkan sampai dengan kasus orang yang meninggal. Tidak hanya persoalan tersebut, instagram kini juga menginformasikan pemberitaan terkait asal-usul coronavirus atau covid-19 dengan berbagai sumber. Selain itu media Instagram juga menginformasikan mengenai munculnya ragam varian virus baru.

Pemberitaan di media sosial memiliki peluang yang besar untuk sampai ke masyarakat. Hal tersebut disebabkan karena media sosial lebih cepat menyampaikan berita terkini dibandingkan dengan media cetak yang memiliki jadwal dalam penerbitannya. Banyaknya pemberitaan yang sering kali diinformasikan dalam media sosial instagram itu membuat sebagian seseorang merasa khawatir dengan keadaan tersebut. Disisi lain ada juga sebagian orang yang tidak mempercayai dengan adanya berita tersebut. Sehingga ada masyarakat yang masih abai akan adanya covid-19.

Penelitian ini tidak terlepas dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Carolyn A. Lin & Carolyn Lago, 2013), dengan judul *Effects of News Media and Interpersonal Interactions on H1N1 Risk Perception and Vaccination Intent* yang menjelaskan bahwa ketergantungan media cetak, televisi, dan radio dalam mengakses berita memberi pengaruh positif terhadap niat vaksinasi mahasiswa. Selain itu penelitian dengan judul *Channel selection and knowledge acquisition during the 2009 Beijing H1N1 flu crisis: a media system dependency theory perspective* menjelaskan bahwa ketergantungan media cetak, televisi, maupun koran menjadi saluran utama pelajar untuk memperoleh informasi. Persamaan antara penelitian terdahulu dengan

penelitian yang peneliti lakukan yaitu mengambil tema yang sama yakni meneliti tentang bagaimana mahasiswa memiliki ketergantungan terhadap media sebagai pemberitaan. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu peneliti sebelumnya menjadikan media televisi, radio, surat kabar, dan internet sebagai kelompok ketergantungan media berita, sedangkan penelitian ini fokus pada ketergantungan media pemberitaan di instagram, karena fitur yang dimiliki instagram dinilai efektif untuk mempengaruhi khalayak.

Segala informasi terkait pemberitaan covid-19 telah mengubah perilaku masyarakat. Pada dasarnya informasi yang diberitakan di media instagram sepenuhnya tidak mengandung informasi positif, tetapi ada juga sisi negatif. Informasi pemberitaan bisa dimanipulasi sesuai dengan apa yang diinginkan pengguna. Berita yang disampaikan dapat dimanipulasi dengan memodifikasi informasi sesuai yang diinginkan dengan membuat orang lain tetap percaya pada berita tersebut (Utami, 2019). Secara lebih spesifik, penyebaran informasi di media sosial terkait pemberitaan covid-19 di kala pandemi menjadi sangat penting untuk dikaji agar tidak membahayakan masyarakat yang telah mengkonsumsi berita.

1.2. Rumusan Masalah

Seberapa besar pengaruh instagram sebagai media pemberitaan covid 19 terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa?

1.3. Maksud dan Tujuan

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh instagram sebagai media pemberitaan covid-19 terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa.

1.4. Kegunaan Penelitian

Sebagai sumbangan pemikiran yang mengacu pada pengembangan ilmu komunikasi dalam penggunaan media sosial khususnya pada berita Covid-19 yang sangat penting dalam kehidupan manusia untuk memenuhi segala informasi terkait adanya pandemi.

2. Kajian Pustaka

2.1. Teori Ketergantungan (Dependensi Media)

Ball-Rokeach & DeFleur (1976) mengemukakan bahwa individu memiliki ketergantungan pada informasi di media untuk memenuhi segala kebutuhan. Selain itu (Loges dan Ball-Rokeach, 1993) menyarankan untuk bergantung pada media sebagai sumber daya informasi dalam mencakup semua produk media. Teori ketergantungan pada tingkat individu memiliki tujuan yaitu untuk pemahaman (diri dan sosial), orientasi (tindakan dan interaksi), dan bermain (soliter dan sosial) (Ball-Rokeach, 1998). Ketika media dapat membantu masyarakat dalam mencapai tujuan itu berarti tingkat ketergantungan seseorang dalam menggunakan media semakin meningkat (Jackob, 2010). Selama terjadinya krisis dan adanya dampak negatif terhadap masyarakat, orang akan lebih banyak mencari informasi untuk memahami lingkungan sosial sesuai kebenarannya (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976)

Menurut (Tai & Sun, 2007) Individu akan memiliki keterlibatan pada ketergantungan internet yang lebih tinggi akibat adanya risiko krisis pandemi. Oleh karena itu, teori ketergantungan dapat di nilai untuk menjelaskan tingkat ketergantungan setiap individu dalam menggunakan media untuk mencari informasi.

Dalam penelitian yang dilakukan (Riffe, D., Lacy & Varouhakis, 2008) dengan judul “*Media System Dependency Theory and Using*

the Internet for In-depth, Specialized Information” teori ketergantungan digunakan untuk menganalisis apakah orang Amerika bergantung pada internet untuk memenuhi kebutuhan informasi dari media yang merupakan bagian penting dari individu. Media dalam hal ini dapat memberi efek kognitif, afektif, dalam perilaku orang yang berbeda untuk memenehi tujuan masing-masing individu. Serta dalam penelitian dengan judul “*Channel selection and knowledge acquisition during the 2009 Beijing H1N1 flu crisis: a media system dependency theory perspective*” yang dilakukan oleh Hu, B. & Zhang, (2014) teori ketergantungan menjelaskan bahwa selama adanya krisis flu H1N1 2009 di Beijing menunjukkan bahwa media dapat memenuhi kebutuhan individu hingga menyebabkan faktor ketergantungan media, dan salah satunya adalah media sosial.

Teori ini mengacu pada aspek penting tentang berbagai sikap individu, mengenai sumber informasi yang di proses oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dengan mempertimbangkan keputusan sesuai kepercayaan terhadap media yang dipilih.

2.2. Media Sosial Instagram

Media sosial kini telah merambah dalam kehidupan sehari-hari yang dapat mengakibatkan perubahan masyarakat dalam berkomunikasi. Penggunaan media sosial seiring dengan adanya pandemi kini menjadi penting untuk menyampaikan informasi mengenai keselamatan publik (Chatfield dkk., 2013). Sehingga menyebabkan seseorang mengalami ketergantungan pada media sebagai kebutuhan informasi. Salah satu media yang sering diakses oleh Gen Z yaitu media sosial Instagram (kompas.com). Berdasarkan (KATADATA) jumlah pengguna Instagram per Juli 2021 sebesar 91,77 juta pengguna dan menduduki urutan ketiga sebagai platform media yang paling sering digunakan (katadata.com).

Menurut (Atmoko, Bambang Dwi, 2012) Instagram sebagai media sosial memiliki indikator yang terdiri dari: *Hastag* (tanda pagar) yang memudahkan pengguna untuk mencari informasi sesuai kebutuhan individu. Lokasi atau *geotag* yang memiliki fungsi sebagai pertanda suatu informasi sesuai tempat kejadian. *Follow* sebagai suatu sistem untuk mengikuti sesama pengguna Instagram. *Share*, merupakan sistem di Instagram yang dapat membagikan suatu informasi ke media sosial lain. *Like*, yang diartikan sebagai penanda suka terhadap informasi yang dilihat oleh pengguna lain. Komentar yang merupakan suatu sistem yang disediakan bagi para pengguna Instagram untuk saling berinteraksi. Serta indikator terakhir yaitu *mention* yang merupakan sistem untuk menyinggung sesama pengguna.

Media sosial memiliki fungsi yang sama seperti media massa yaitu untuk menyampaikan informasi. Seiring adanya pandemi Covid-19 banyak portal berita yang tersebar di laman Instagram terkait dengan perkembangan Covid-19. Maraknya berita yang tersebar di media Instagram menjadi sangat penting dikaji agar tidak mengganggu kehidupan sosial masyarakat.

2.3. Kepercayaan

Kepercayaan menjadi hal sangat penting bagi setiap orang, tak terkecuali masyarakat yang menggunakan media. Menurut (Gerck, 2003) dalam konteks komunikasi konsep kepercayaan menjadi model yang lebih banyak dipakai oleh setiap individu. Kepercayaan menjadi suatu hal yang utama untuk dapat disampaikan dengan aturan yang spesifik dalam proses komunikasi. Berdasarkan jurnal dengan judul “*News Recommendations from Social Media Opinion Leaders: Effects on Media Trust and Information Seeking*” menjelaskan bahwa kepercayaan publik pada outlet berita tradisional mengalami penurunan, sehingga adanya media sosial memberi tawaran baru untuk menerima konten berita.

Namun, kepercayaan publik terhadap berita di media sosial kini mulai menurun (Ladd, 2011). Penurunan kepercayaan tersebut diakibatkan karena persaingan media yang semakin luas (Ladd, 2011). Banyaknya media yang menyediakan berbagai sumber informasi, setiap individu akan tetap mencari informasi sesuai dengan kepercayaan masing-masing dan menghindari untuk mengkonsumsi sumber berita yang tidak dipercaya (Tsftati & Cappella, 2003). Tingkat kepercayaan mempunyai pengaruh sangat besar terhadap setiap individu dalam menerima dan menafsirkan berita (Tsftati, 2003). Selain itu penggunaan media juga berpengaruh terhadap suatu informasi dari sumber yang dianggap kredibel. Kredibilitas berita memiliki peran penting untuk mempersuasi setiap individu dalam pencarian informasi.

Maka dari itu setiap individu harus mampu memilih media sesuai kebutuhan dan kepercayaan untuk memenuhi informasi. Pemilihan media sebagai sumber informasi sangat penting bagi setiap masyarakat agar tidak menyebabkan kontroversi sepihak (Sari, 2018). Media tidak akan mendapat kepercayaan dari masyarakat apabila tidak bisa menjalankan fungsi sesuai tujuannya (Zuniga & Liu, 2009). Oleh karena itu sebelum pengolahan data peneliti mengemukakan uji hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

H1: terdapat pengaruh antara media instagram sebagai media pemberitaan covid-19 terhadap tingkat kepercayaan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian eksplanatif kuantitatif. Tujuan dari adanya penelitian ini yaitu untuk mencari hubungan sebab akibat khususnya mahasiswa UMS dalam menggunakan media sosial instagram sebagai sarana media massa dalam proses penyampaian informasi terkait dengan pandemi covid 19.

Alasan memilih mahasiswa yaitu, remaja saat ini terutama Generasi Z banyak yang menggunakan media instagram sebagai media sehari-hari yang sering di konsumsi, karena media sosial instagram merupakan salah satu media yang sangat menarik untuk digunakan dengan penyajian bisa memposting foto, video, dan menyebarkan segala informasi sesuai kebutuhan.

Populasi yang digunakan dalam penelitian yaitu seluruh mahasiswa UMS yang menggunakan media sosial instagram. Sampel terdiri dari 97 responden mahasiswa UMS yang menggunakan media sosial instagram. Sampel diambil menggunakan *purposive sampling* dan dihitung menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan:

n: Jumlah sampel

N: ukuran populasi

e: tingkat kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir. Batas kesalahan yang ditolerir yaitu 10%. Diambil 10% karena jumlah populasi yang akan diteliti lebih dari 100 (Kriyantono, 2014).

Berdasarkan perhitungan rumus *slovin* maka diperoleh hasil:

$$n = \frac{35604}{1 + 35604 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{35604}{367,04}$$

$$n = 97,00$$

Maka dari itu jumlah sampel yang digunakan yaitu 97,00 yang dapat dibulatkan menjadi 97 responden.

Teknik pengumpulan data di dapat melalui kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang dilakukan melalui internet dalam bentuk *google form*. Kuisisioner yang disebarkan berupa pertanyaan tertulis terkait dengan masalah penelitian.

Data diukur menggunakan Skala Likert untuk mengukur sikap dalam suatu penelitian terkait dengan jawaban Setuju atau Tidak Setuju terhadap responden. Selain itu peneliti melakukan analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh satu variabel terhadap variabel lain. Dengan adanya analisis tersebut nantinya bisa untuk mengetahui pengaruh antara variabel X dan variabel Y. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah media instagram sebagai pemberitaan covid 19. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu tingkat kepercayaan mahasiswa. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

H₀: tidak terdapat pengaruh media instagram sebagai media pemberitaan covid-19 terhadap tingkat kepercayaan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.

H_a: terdapat pengaruh antara media instagram sebagai media pemberitaan covid-19 terhadap tingkat kepercayaan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3.1. Penyajian Data

Pada penelitian ini jumlah populasi adalah 35.604 Mahasiswa UMS. Jumlah populasi tersebut kemudian dihitung menggunakan rumus *Slovin* dengan batas kesalahan (*error*) yang ditolerir sebanyak 10%. Hasil yang diperoleh sebanyak 97,00 responden yang dapat dibulatkan menjadi 97 responden. Setelah data diperoleh maka data akan dihitung menggunakan SPSS.

3.2. Pengujian Data

Uji Validitas

Data dapat dikatakan valid apabila nilai r-hitung > r-tabel. Kemudian sebaliknya, data

akan dikatakan tidak valid jika nilai r-hitung < r-tabel. Berikut tabel dari hasil uji validitas:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instagram sebagai media pemberitaan

Item	r-hitung	r-tabel	Ket
Y1	0,808	0,202	Valid
Y2	0,462	0,202	Valid
Y3	0,730	0,202	Valid
Y4	0,701	0,202	Valid
Y5	0,653	0,202	Valid
Y6	0,763	0,202	Valid
Y7	0,770	0,202	Valid
Y8	0,767	0,202	Valid
Y9	0,739	0,202	Valid

(sumber: Data primer diolah, 2021)

Tabel 2. Tingkat Kepercayaan Mahasiswa

Item	r-hitung	r-tabel	Ket
X1	0,459	0,202	Valid
X2	0,532	0,202	Valid
X3	0,614	0,202	Valid
X4	0,613	0,202	Valid
X5	0,707	0,202	Valid
X6	0,639	0,202	Valid
X7	0,741	0,202	Valid
X8	0,729	0,202	Valid
X9	0,729	0,202	Valid
X10	0,796	0,202	Valid

(sumber: Data primer diolah, 2021)

Berdasarkan pengolahan data diatas dijelaskan bahwa uji validitas dari hasil 97 responden dengan 10 item pertanyaan pada variabel Instagram sebagai media pemberitaan (variabel independen) dan 9 pertanyaan pada variabel tingkat kepercayaan Mahasiswa (variabel dependen) secara keseluruhan diperoleh nilai r-hitung > r-tabel dengan N = 97 menggunakan signifikansi 5% dan r-tabel sebesar 0,202. Maka dari itu semua item pertanyaan pada variabel X dan Y dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Dalam penelitian menggunakan *Cronbach Alpha* untuk mengetahui ketepatan variabel. Berikut hasil uji reliabilitas:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Koefisien Alpha	Interpretasi
Variabel	0,6	0,850	Reliabel
X	0,6	0,876	Reliabel
Variabel			
Y			

(sumber: data primer dioalah, 2021)

Berdasarkan data diatas dapat dijelaskan bahwa pernyataan setiap variabel dinyatakan reliabel. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil variabel Instagram sebagai media pemberitaan sebesar 0,850 dan variabel tingkat kepercayaan sebesar 0,876. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki nilai lebih besar dari nilai *Cronbach Alpha* yaitu 0,6. Maka dari itu seluruh pertanyaan layak untuk digunakan dalam melakukan penelitian.

3.3. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Jika nilai *Asymptotic Significance* > 0,05 dikatakan normal, dan apabila nilai *Asymptotic Significance* < 0,05 berarti distribusi tidak normal.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Variabel	<i>Asymp Sign (2-tailed P)</i>	Ket	Distribusi
<i>Unstandardized Residual</i>	0,200	P > 0,05	Normal

(sumber: Data primer diolah, 2021)

berarti sebaran data berdistribusi normal. Sehingga pengujian dapat dilanjutkan.

Uji Multikolinearitas

Jika nilai VIF < 10 dan tolerance value > 0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Ket
Instagram sebagai media pemberitaan	1,000	1,000	Tidak terjadi Multikolinearitas

(sumber: data primer dioalah, 2021)

Tabel diatas menunjukkan nilai *tolerance* sebesar 1,000 dan nilai VIF sebesar 1,000 yang berarti nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Maka dapat dikatakan bahwa data tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedasitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan terdapat ketidaksamaan varian dari sebuah residual pengamatan ke pengamatan yang lain.

Tabel 6. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	P-value	Keterangan
Instagram sebagai media pemberitaan	0,543	Tidak terjadi heterokedastisitas

(sumber: Data primer diolah, 2021)

Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel memiliki nilai sebesar 0,543 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel tersebut tidak terjadi heterokedastisitas.

3.4. Analisis Data

Analisis Regresi Linier

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui hubungan antara Instagram sebagai media pemberitaan Covid-19 terhadap tingkat kepercayaan Mahasiswa. Berikut hasil uji analisis regresi:

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	t-tabel	sig	Ket.
Konstanta	6,926	7,726	1,988	0,000	Signifikan
Instagram sebagai media pemberitaan	0,619				

(sumber.: Data primer diolah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien regresi pada penelitian yaitu:

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 6,926 + 0,619X$$

Konstanta menunjukkan nilai sebesar 6,926 dan nilai tingkat kepercayaan yaitu sebesar 0,619. Kemudian t hitung dengan nilai 7,726 memiliki angka > t tabel sebesar 1,988 dengan signifikansi 0,000. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka dapat dinyatakan H0 ditolak dan Ha diterima yang artinya Instagram sebagai media pemberitaan Covid-19 berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa UMS. Sehingga berdasarkan tabel tersebut berarti ada pengaruh antara Instagram sebagai media pemberitaan Covid-19 terhadap tingkat kepercayaan Mahasiswa.

Uji F

Tabel 8. Hasil Uji F

Tabel 8. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
Regression	1511,714	1511,714	59,689	0,000
Residual	2406,038	25,327		
Total	3917,753			

(sumber: Data primer diolah, 2021)

Hasil dari uji F diperoleh nilai f-hitung sebesar 59,689 dengan sig. sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti variabel independen berpengaruh secara positif terhadap tingkat kepercayaan Mahasiswa.

Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi (R²)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel seberapa besar pengaruh variabel “Instagram sebagai media pemberitaan Covid-19” terhadap “Tingkat kepercayaan Mahasiswa.”

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjust R Square	Std. Error of the Estimate
1	.621 ^a	.386	.379	5.032

(sumber.: Data primer diolah, 2021)

Berdasarkan hasil analisis diatas telah diperoleh koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,386. Maka dapat dijelaskan bahwa pengaruh variabel X “Instagram sebagai media pemberitaan Covid-19” terhadap variabel Y “Tingkat kepercayaan Mahasiswa” adalah sebesar 38,6%.

4. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas penelitian ini fokus untuk mengetahui apakah Instagram sebagai media pemberitaan berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan Mahasiswa UMS. Hasil dari uji validitas pada variabel independen “Instagram sebagai media

pemberitaan” dan uji validitas pada variabel dependen “tingkat kepercayaan mahasiswa” dinyatakan valid karena nilai r -hitung $>$ r -tabel yaitu 0,202.

Berdasarkan item pertanyaan pada variabel independen dapat disimpulkan bahwa selama terjadinya pandemi mahasiswa lebih sering menggunakan media dengan perolehan angka sebesar 77%. Instagram menjadi media yang paling sering digunakan. Selama terjadinya pandemi Covid-19 banyak informasi yang muncul di beranda media sosial Instagram. Banyaknya berita mengenai Covid-19 yang beredar di media sosial menjadikan mahasiswa memiliki ketergantungan terhadap media untuk memenuhi kebutuhan yaitu mendapat informasi. Hal tersebut telah disetujui oleh mahasiswa dengan perolehan hasil 37,9%. Hasil penelitian ini mendukung teori ketergantungan (*dependency media*), dimana dalam teori ini Instagram menjadi suatu alat yang utama bagi mahasiswa untuk memperoleh berita Covid-19.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh telah mendukung teori dependensi media yang menjelaskan mengenai ketergantungan seseorang terhadap informasi di media untuk memenuhi kebutuhan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Carolyn A. Lin & Carolyn Lagoe (2013) teori ketergantungan (*dependency media*) yang digunakan dalam penelitiannya terkait ketergantungan media berita dan persepsi risiko berpengaruh positif terhadap niat vaksinasi mahasiswa. Maka dari itu dengan adanya penelitian tersebut dapat mendukung penelitian ini bahwa Instagram sebagai media pemberitaan menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan terhadap mahasiswa.

Penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa setiap individu menganggap kehadiran internet sebagai sumber informasi paling bermanfaat untuk mengetahui berita mengenai H1N1 (flu babi) selama pandemi. Selain itu individu juga memperoleh informasi melalui media TV. Berita di TV menunjukkan hasil lebih rendah dibandingkan dengan berita di

internet yang kemungkinan besar menjadi sumber utama andalan publik untuk memenuhi informasi. Informasi H1N1 (flu babi) yang diterima individu melalui TV, surat kabar, dan internet secara signifikan telah mengakibatkan ketergantungan terhadap media yang menunjukkan hasil bahwa media mempunyai hubungan positif untuk memprediksi niat vaksinasi.

Selain itu dalam penelitian yang dilakukan oleh Baijing Hu & Di Zhang (2014) menunjukkan hasil positif bahwa media televisi memiliki pengaruh terhadap pengetahuan informasi kesehatan selama terjadinya pandemi. Saluran yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu media televisi, radio, dan media cetak. Hasil menunjukkan bahwa individu lebih bergantung pada media televisi yang telah mendominasi melebihi media lainnya untuk memperoleh informasi H1N1 (flu babi) selama pandemi. Setiap individu menggunakan media untuk memenuhi tiga jenis kebutuhan yaitu pemahaman, orientasi, dan hiburan. Selama pandemi, ketika ancaman mengenai krisis meningkat maka kebutuhan masyarakat akan pemahaman informasi juga meningkat.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yang menjelaskan bahwa Instagram sebagai media pemberitaan Covid-19 memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa UMS. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap responden yang terdiri dari mahasiswa UMS menunjukkan hasil bahwa selama terjadinya pandemi Covid-19 mahasiswa menjadi lebih bergantung pada media sosial. Salah satu media sosial tersebut yaitu media sosial Instagram. Selama pandemi banyak mahasiswa yang menggunakan media sosial Instagram untuk memperoleh informasi.

Pemilihan media Instagram sebagai variabel independen dalam penelitian dikarenakan Instagram saat ini menjadi salah satu media paling populer di kalangan mahasiswa terutama Generasi Z. Berdasarkan

penelitian memperoleh hasil bahwa selama terjadinya pandemi yang memungkinkan masyarakat untuk beraktivitas dari rumah, kini individu lebih banyak menggunakan media sebagai pemenuhan informasi. Instagram sebagai media sosial mampu menjadi sarana yang tepat untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada publik (Cangara, 2007).

Berdasarkan pertanyaan pada variabel dependen diketahui bahwa mahasiswa selalu memperhatikan dan membaca informasi yang muncul di media sosial Instagram. Segala informasi terkait dengan perkembangan Covid-19 di media Instagram dipercayai mahasiswa dengan menunjukkan hasil persentase netral yaitu 36,9%. Meskipun persentase menunjukkan hasil netral, mahasiswa melakukan *share* informasi terhadap orang terdekatnya, karena informasi yang beredar tersebut telah dipercayai kebenarannya dengan menunjukkan hasil yaitu 36,9%.

Hal tersebut tidak lepas dari penelitian yang telah dilakukan oleh Akhmad Rifqi Azis & Prili Aprilia Salam (2018) yang mendefinisikan bahwa Instagram menjadi media paling populer yang sudah menyatu menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa media Instagram berpengaruh terhadap sikap mahasiswa. Salah satu sikap yang dipengaruhi yaitu sikap kognitif yang merupakan bagian dari pengetahuan dan kepercayaan individu terhadap sesuatu yang benar (Azwar, 2010). Pengaruh yang diberikan Instagram terhadap sikap mahasiswa yaitu sebesar 20,8%.

Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan Stefiani (2019) dalam masa kampanye politik di Indonesia, Instagram digunakan sebagai media penyebaran informasi. Faktor internal dalam penelitian tersebut dipengaruhi oleh sikap individu. Hasil menunjukkan bahwa Generasi Z selalu membaca berita mengenai kampanye politik dari akun Instagram yang sudah terverifikasi. Berdasarkan penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa berita yang dibaca di media

instagram berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan sebesar 36,4%.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan telah mendefinisikan bahwa Instagram sebagai media untuk menyampaikan informasi memiliki pengaruh yang besar terhadap kepercayaan Mahasiswa. Segala informasi yang ada di beranda media Instagram dapat memenuhi kebutuhan mahasiswa mengenai pemberitaan Covid-19. Mahasiswa selalu memperhatikan, membaca, dan memverifikasi ulang berita yang beredar di media sosial Instagram untuk memastikan kepercayaan terhadap informasi yang telah beredar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepercayaan Mahasiswa, karena berdasarkan hasil perhitungan R Square memperoleh hasil 0,386 yang berarti besar pengaruh yang diberikan variabel X “Instagram sebagai media pemberitaan” terhadap variabel Y “tingkat kepercayaan Mahasiswa” sebesar 38,6%.

5. Kesimpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Instagram sebagai media pemberitaan Covid-19 berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa UMS. Hal ini berarti kebutuhan mahasiswa UMS mengenai berita Covid-19 dapat terpenuhi dengan adanya media sosial Instagram. Pengaruh Instagram sebagai media pemberitaan terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa yaitu sebesar 38,6%. Menurut teori yang digunakan yaitu teori ketergantungan (*dependency theory*), selama terjadinya krisis dan adanya dampak negatif terhadap masyarakat, orang akan lebih banyak mencari informasi untuk memahami lingkungan sosial sesuai kebenarannya. Apabila media dapat membantu seseorang dalam mencapai tujuan atau memenuhi kebutuhan, itu berarti tingkat ketergantungan seseorang dalam menggunakan media semakin meningkat. Pada hal ini responden sering menggunakan media

Instagram untuk mendapatkan informasi. Sehingga dengan penggunaan media Instagram mampu membuat responden percaya dan kebutuhan terhadap informasi dapat terpenuhi.

Keterbatasan penelitian ini yaitu hanya menggunakan satu faktor yaitu media sosial Instagram untuk melihat pengaruh pada variabel dependen. Maka dari itu saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan faktor lain untuk melihat pengaruh media sosial sebagai informasi dalam memenuhi kebutuhan seseorang atau menambahkan variabel lain dalam aspek media sosial seperti media sosial *Facebook*, *Twitter*, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, F. F., Amaliasari, D., & Satriani, I. (2018). Relasi Tingkat Kepercayaan Khalayak Terhadap Pemberitaan di Media Massa dengan Budaya Membandingkan Informasi. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 131.
- Ardèvol-Abreu, A., & Gil De Zúñiga, H. (2017). Effects of Editorial Media Bias Perception and Media Trust on the Use of Traditional, Citizen, and Social Media News. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 94(3), 703–724.
- Azka, F., Firdaus, D. F., & Kurniadewi, E. (2018). Kecemasan Sosial dan Ketergantungan Media Sosial pada Mahasiswa. *Psymphatic : Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(2), 201–210.
- Bafadhal, O. M., & Santoso, A. D. (2020). MEMETAKAN PESAN HOAKS BERITA COVID-19 DI INDONESIA LINTAS KATEGORI, SUMBER, DAN JENIS DISINFORMASI. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(02), 235.
- Hu, B., & Zhang, D. (2014). Channel selection and knowledge acquisition during the 2009 Beijing H1N1 flu crisis: A media system dependency theory perspective. *Chinese Journal of Communication*, 7(3), 299–318.
- Indrajaya, S. E., & Lukitawati, L. (2019). Tingkat Kepercayaan Generasi Z terhadap Berita Infografis dan Berita Ringkas di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 169.
- Krisnawati, E. (2016). Perilaku Konsumsi Media Oleh Kalangan Remaja dalam Pencarian Informasi. *Komunikatif*, 5(1), 43–69.
- Larsson, A. O. (2018). The News User on Social Media: A comparative study of interacting with media organizations on Facebook and Instagram. *Journalism Studies*, 19(15), 2225–2242.
- Letuna, M. A. N. (2021). Instragram sebagai Media Edukasi Vaksin Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 10(1), 88–106.
- Li, Y., Yang, S., Zhang, S., & Zhang, W. (2019). Mobile social media use intention in emergencies among Gen Y in China: An integrative framework of gratifications, task-technology fit, and media dependency. *Telematics and Informatics*, 42.
- Lin, C. A., & Lagoe, C. (2013). Effects of News Media and Interpersonal Interactions on H1N1 Risk Perception and Vaccination Intent. *Communication Research Reports*, 30(2), 127–136.
- Maulana, A. R., & Rochmawati, N. (2020). Opinion Mining Terhadap Pemberitaan Corona di Instagram menggunakan Convolutional Neural Network. *JINACS*, 02, 53–59.
- Mazer, J. P., Thompson, B., Cherry, J., Russell, M., Payne, H. J., Gail Kirby, E., & Pfohl, W. (2015). Communication in the face of a school crisis: Examining the volume

- and content of social media mentions during active shooter incidents. *Computers in Human Behavior*, 53, 238–248.
- Mooy Meyva Mega, Dkk. (2014). Pengaruh Terpaan Berita Tragedi Lion Air Terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat Kelurahan Menembo-Nembo Atas Kec. Matuari Kota Bitung. *Wiley StatsRef: Statistics Reference Online*.
- Nofha Rina, S. N. F. (2020). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 13–24.
- Patwardhan, P., & Yang, J. (2003). Internet Dependency Relations and Online Consumer Behavior. *Journal of Interactive Advertising*, 3(2), 57–69.
- Perspektif, D., Ketergantungan, T., Krisnawati, E., Sos, S., Kom, M. I., Kristen, U., & Wacana, S. (2016). (Studi Kasus Perilaku Remaja di Kota Salatiga dalam Penggunaan Media Pendahuluan Setiap hari sebagian dari kita selalu memberikan waktu luang untuk membaca koran, menonton televisi, mendengarkan radio dan membuka update internet Bahkan untuk terbaru se, 5.
- Puspaparis, Y. (2021). Instagram, Media Sosial Favorit Generasi Z. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/16/instagram-media-sosial-favorit-generasi-z>
- Riffe, D., Lacy, S., & Varouhakis, M. (2008). Media System Dependency Theory and Using the Internet for In-depth, Specialized Information. *Web Journal of Mass Communication Research*, 11(October), 1–14.
- Rohmah, N. N. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16. Retrieved from
- Roy, J., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh Terpaan Media Berita Hoax di Instagram terhadap Opini Masyarakat Milenials Akan Sumber Berita. *Koneksi*, 4(2), 280.
- Sampurno, M. B. T., Kusumandyoko, T. C., & Islam, M. A. (2020). Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat, dan Pandemi COVID-19. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-i*, 7(5).
- Saputra, A., & Rachmaria, L. (2020). Pemanfaatan Instagram Indozone. Id Sebagai Media Pemenuhan Informasi Dan Hiburan Bagi Pengguna Instagram.
- Sari, F. L. (2020). DAMPAK PEMBERITAAN COVID19 DI MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU MASYARAKAT DI DUSUN KEMUNING KELURAHAN LIRBOYO KOTA KEDIRI. *MEDIAKITA*, 4(1).
- Soliha, S. F. (2015). Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial Dan Kecemasan Sosial [Level of Dependence on Users of Social Media and Social Anxiety]. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 1–10.
- Soliha, Silvia (2015). TINGKAT KETERGANTUNGAN PENGGUNA MEDIA SOSIAL DANKECEMASAN SOSIAL. (2015). *INTERAKSI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 1–10.
- Stephanie, C. (2021). Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia “Melek” Media Sosial Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul “Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia ‘Melek’ Media Sosial.” Retrieved from <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>

- Sterrett, D., Malato, D., Benz, J., Kantor, L., Tompson, T., Rosenstiel, T., ... Loker, K. (2019). Who Shared It?: Deciding What News to Trust on Social Media. *Digital Journalism*, 7(6), 783–801.
- Sugawara, E., & Nikaido, H. (2014). Properties of AdeABC and AdeIJK efflux systems of *Acinetobacter baumannii* compared with those of the AcrAB-TolC system of *Escherichia coli*. *Antimicrobial Agents and Chemotherapy*, 58(12), 7250–7257.
- Syahreza, M. F., & Tanjung, I. S. (2018). Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED. *Jurnal Interaksi*, 2, 61–84
- Turcotte, J., York, C., Irving, J., Scholl, R. M., & Pingree, R. J. (2015). News Recommendations from Social Media Opinion Leaders: Effects on Media Trust and Information Seeking. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(5), 520–535.
- Utari, M., & Rummyeni, R. (2017). NYA Oleh : Monica Utari, 4(2), 1–22. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/188875-ID-none.pdf>
- Yulianti, Y., Putri, D. W., Hamdan, S. R., & Sari, Y. (2020). MEDIA USAGE BEHAVIOR DURING COVID-19 PANDEMIC. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 3(2), 117–126.