

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Platform online yang memiliki banyak fasilitas dan manfaat adalah media sosial. Manfaat tersebut ialah dengan memberi umpan balik atau respons terbuka, memberikan informasi secara cepat dan tepat, memberikan komentar, tempat untuk menampilkan karya, dan melakukan sosialisasi sehingga bisa menarik interaksi pengguna. Terkadang media sosial memberikan hubungan yang besar terhadap kehidupan seseorang. Media sosial ialah media berbasis digital yang memfasilitasi interaksi sosial antar individu atau kelompok melalui teknologi berbasis web yang bisa merubah komunikasi sebagai dialog interaktif (Rafiq,2020).

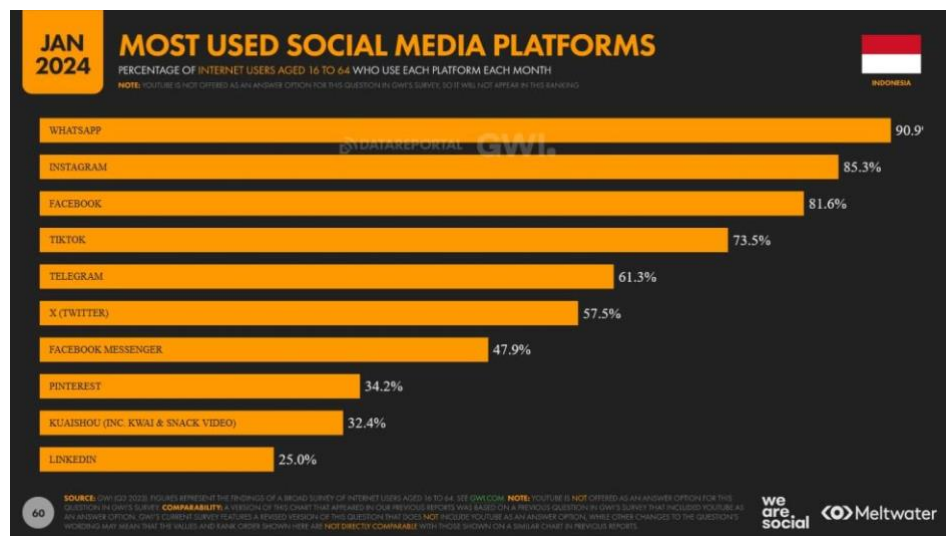
Kottler dan Keller berpendapat bahwa sosial media ialah platform yang dimanfaatkan oleh masyarakat untuk saling mendistribusikan tulisan, gambar, *caption* suara, video, dan informasi. Media sosial adalah salah satu bentuk komunikasi antar individu melalui fitur berbagi atau memodifikasi ide atau pandangan dalam bentuk dialog digital atau virtual (Lira Alifah, 2020). Dikutip dari *We are social*, pada awal tahun 2024 jumlah aktif pengguna media sosial di Indonesia mencapai 66,5% dari total populasi penduduk di tanah air pada awal tahun 2024. Instagram adalah salah satu media sosial yang populer.

Instagram menjadi salah satu media sosial yang populer, karena memiliki berbagai fitur yang terbaru seperti fitur *Reels*, *Stories*, *Live Rooms*, dan *Channel*. Dari Fitur-fitur tersebut menjadikan pengguna *Instagram* untuk menciptakan konten yang lebih kreatif dan inovatif. Tak hanya itu media sosial *Instagram* memiliki fokus pada foto dan video, yang menjadikannya lebih menarik bagi individu yang ingin berbagi dan menikmati konten visual (Muallif, 2023).

Instagram didedikasikan menjadi sebuah aplikasi untuk berbagi foto dan video, dengan fitur yang disediakan dan memungkinkan penggunaanya untuk

mengambil foto dan video melalui fitur tersebut (Prihatiningsih, 2017). Perkembangan Instagram yang semakin pesat membuat *Instagram* menjadi sebuah aplikasi media sosial yang begitu diminati oleh masyarakat dari berbagai usia.

Gambar 1
(Data media sosial di Indonesia)



Sumber: We Are Social (2024)

Dalam laporan *we are social* pengguna *Instagram* di Indonesia mencapai 85,3% dari jumlah populasi penduduk Indonesia pada tahun 2024.

Dilihat dari gambar diatas media sosial *Whatsapp* lebih populer dibandingkan *Instagram*, tetapi peneliti memilih media sosial *Instagram* sebagai media penelitian dikarenakan *Instagram* adalah media sosial yang mempunyai keunggulan dalam hal data publik, analisis visual, dan memiliki jangkauan yang luas sehingga relevan untuk penelitian yang berfokus pada tren sosial dan interaksi publik dibandingkan dengan *Whatsapp* yang merupakan platform berbasis pribadi (*privat*). Tak hanya itu *Instagram* sebagai media sosial yang populer memberikan hubungan yang signifikan dalam opini, nilai, dan perilaku penggunanya, termasuk di kalangan Generasi Z. (Alfira Damayanti, 2023).

Generasi Z ialah generasi digital native yang tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Generasi Z lahir antara tahun 1997- 2012 (David, 2018). Menurut Badan Pusat Statistik jumlah

Generasi Z di Indonesia pada tahun sekitar 74,93 juta jiwa atau 27,94% dari total populasi Indonesia (BPS, 2021). Generasi Z aktif mengakses media sosial untuk mengekspresikan diri, dan membangun interaksi, dan jejaring sosial. Dikutip dari data GoodStast melalui survey yang dilakukannya memperoleh hasil bahwa 63% Generasi Z menggunakan waktu luangnya untuk mengakses media sosial, dan 81% nya mereka mengakses media sosial Instagram. Generasi Z memanglah generasi yang sangat mahir dalam menggunakan teknologi dan media sosial, sehingga mereka menerapkan apa yang mereka dapatkan dari media sosial ke dalam kehidupan mereka sehari-hari seperti perilaku moderat atau moderasi beragama (GoodStast, 2024).

Kementerian Agama RI berpendapat bahwa sikap yang selalu berada di tengah, selalu berperilaku adil dan tidak ekstrem dalam beragama disebut moderasi beragama. Moderasi beragama ialah proses untuk mempelajari dan mengimplementasikan ajaran agama dengan cara yang adil dan seimbang, menghindari tindakan ekstrim atau berlebihan dalam pelaksanaannya. Indonesia, sebagai negara dengan masyarakat yang sangat beragam, memerlukan masyarakat yang memiliki pola pikir dan perilaku moderat terkait dengan agama, karena hanya dengan cara ini Indonesia dapat menanggapi keberagaman dengan bijaksana dan mencapai toleransi serta keadilan. Di Indonesia, negara yang memiliki masyarakat multikultural, moderasi beragama adalah sebuah keharusan, bukan pilihan, dan dikatakan bahwa “individu yang moderat” berarti individu yang berakal, bersikap biasa-biasa saja, dan tidak ekstrem. (Lukman Hakim, 2019).

Perilaku yang moderat dalam beragama terjadi ketika seseorang selalu memilih jalan tengah dan memiliki pemahaman agama yang luas serta memadai sehingga bersikap adil, dapat menahan godaan sehingga bisa ikhlas tanpa membebani diri sendiri, dan tidak egois dengan pendapat sendiri mengenai kebenaran sehingga berani mengakui pandangan tentang kebenaran orang lain serta berani menyampaikan pendapatnya berdasarkan ilmu pengetahuan. (Lukman Hakim, 2019).

Menurut K.H Ma`ruf Amin dalam seminar Internasional “Membangun Kerja Sama Internasional untuk Memperkuat Komitmen dan Praktik Islam Rahmatan Lil`Alamin di Dunia”, (2022) Indonesia diakui oleh kalangan ulama dunia (Majlis Hukama) sebagai negara yang bisa mengimplementasikan agama Islam yang bersahabat, toleran, dan moderat. Indonesia telah berhasil manajemen perbedaan di tengah masyarakat yang mempunyai keanekaragaman latar belakang. Pencapaian moderasi beragama di Indonesia dapat dilihat dari besarnya poin utama yang terhubung dan saling bertautan, yakni komitmen kebangsaan, anti kekerasan, penerimaan terhadap tradisi, dan toleransi (Prof. Dr. Nizar, M.Ag, 2023). Menurut data dari Kemenag RI, jumlah warga negara Indonesia yang menganut sikap moderat berjumlah sekitar 77,1%, dari 86% jumlah total penganut agama Islam di Indonesia (Kementerian Agama RI, 2024). Dari data tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia telah mengenal tentang perilaku moderat. Saat ini terdapat beberapa komunitas-komunitas yang membahas tentang pentingnya berperilaku moderat, seperti Komunitas Kampung Moderasi Beragama dan Komunitas Gusdurian.

Kampung moderasi beragama merupakan program Kementerian Agama Republik Indonesia untuk menciptakan kerukunan antar umat beragama. program ini memiliki tujuan sebagai cara memperkuat kehidupan masyarakat yang harmonis dan toleran (Moh Khoeron, 2024). Sedangkan Jaringan Gusdurian adalah komunitas untuk meneruskan perjuangan Gus Dur yaitu kesederhanaan, ketauhidan, kemanusiaan, dan kesetaraan (Hendrik Khoirul, 2023).

Jaringan Gusdurian dipilih sebagai objek penelitian dikarenakan Jaringan Gusdurian mempunyai rekam jejak aktivitas yang terdokumentasi dengan rapi melalui media sosialnya. Tak hanya itu Jaringan Gusdurian juga aktif di berbagai kegiatan sosial masyarakat, dan mempunyai jangkauan yang luas dari berbagai latar belakang sosial di seluruh Indonesia sehingga memberikan berbagai sudut pandang yang lebih beragam dan kemudahan bagi peneliti untuk mengakses data yang relevan, sedangkan Kampung Moderasi Beragama

merupakan program baru dari pemerintah yang memiliki dokumentasi dan aksesibilitas data yang terbatas, juga jangkauannya yang belum luas.

Gusdurian adalah komunitas yang sama-sama mempunyai pemikiran untuk melanjutkan perjuangan Gus Dur. Jaringan Gusdurian dirintis pertama kali oleh Alissa Wahid (putri sulung GusDur), dan didirikan pada tahun 2010. Komunitas ini berfokus pada isu-isu tertentu, yaitu: ketauhidan, kemanusiaan, keadilan, kesetaraan, pembebasan, kesederhanaan, persaudaraan, kesatria, maupun kearifan tradisi. Jaringan Gusdurian merupakan komunitas yang selalu bersuara dan bekerja untuk mengedepankan bangsa dan kemanusiaan. Bagi anggota komunitas Jaringan Gusdurian, Gus Dur bukan hanya sekedar nostalgia masa lalu, akan tetapi juga sang proklamator perjuangan masa depan bangsa dan negara (Hendrik Khoirul, 2023).

Jaringan Gusdurian adalah platform sinergi anggota komunitas Gusdurian dalam ranah budaya dan non-politik. Jaringan Gusdurian adalah kumpulan individu, komunitas/forum lokal, dan organisasi yang merasa terinspirasi oleh teladan nilai, pemikiran, dan perjuangan Gus Dur. Karena ini merupakan jaringan, tidak diperlukan adanya keanggotaan formal. Jaringan Gusdurian fokus pada kolaborasi kerja praktis non-politik dalam dimensi-dimensi yang diwariskan oleh Gus Dur, yang mencakup 4 dimensi utama yaitu: Islam dan Iman, Kebudayaan, Kenegaraan, dan Kemanusiaan. (Hendrik Khoirul, 2023).

Jaringan Gusdurian juga memiliki beberapa tanggung jawab, yaitu: Perjuangan GusDur senantiasa hidup dan mempertahankan gerakan, prinsip-prinsip dan pemikiran kebangsaan Indonesia melalui karya-karya para pengikutnya, yang berlandaskan sembilan nilai-nilai GusDur, di antaranya: Tradisi, Kearifan, Kesatria, Ketuhanan, Kemanusiaan, Keadilan, Kesetaraan, Pembebasan, Persaudaraan dan Kesederhanaan., (Agung Hidayat, 2023).

Jaringan Gusdurian tidak bersifat regional, sebab Jaringan Gusdurian yang juga dikenal sebagai penerus ideologi Gus Dur ini tersebar di berbagai kota di Indonesia bahkan di luar negeri. Komunitas lokal telah terbentuk di beberapa lokasi, namun mayoritas terhubung melalui forum dan acara dialog. Munculnya komunitas lokal Gusdurian sebagian besar disaksikan oleh generasi muda

Gusdurian (2000-an) yang antusias berkumpul, bereksplorasi, dan terinspirasi oleh teladan Gus Dur. Jaringan Gusdurian tidak hanya aktif di berbagai forum offline, tetapi juga di platform media sosial seperti Instagram @JaringanGusdurian. (Agung Hidayat, 2023).

Akun *Instagram* @Jaringan Gusdurian adalah akun media sosial yang memberikan informasi tentang keagamaan, dan nilai-nilai tentang toleransi beragama. Akun *Instagram* @Jaringan Gusdurian memiliki 159 ribu *followers* aktif, dan 5,573 postingan. Dalam postingannya akun, @Jaringan Gusdurian ini sering memposting tentang kegiatan sosial juga cara bertoleransi yang baik. Dibandingkan dengan media sosial lain yang membahas tentang perilaku moderat di platform *TikTok* dengan *username* @Jaringangusdurian, akun *Instagram* @Jaringangusdurian lebih aktif, dan lebih konsisten dalam mengupload konten atau postingan. Dalam satu minggu akun *Instagram* @Jaringangusdurian memposting konten-nya sebanyak 7-10 kali postingan, sedangkan akun *TikTok* @Jaringangusdurian hanya memposting konten dalam satu minggu sebanyak 1-2 kali. Tak hanya itu dibandingkan dengan akun *TikTok* @Jaringangusdurian, akun *Instagram* @Jaringangusdurian lebih banyak memiliki *followers* yaitu 159 ribu, sedangkan akun *TikTok* @Jaringangusdurian hanya memiliki 1,594 ribu *followers*. Akun *Instagram* @jaringangusdurian juga lebih aktif berinteraksi dengan *followers* nya dengan cara saling membalas komentar *followers*. Dengan demikian penulis tertarik untuk meneliti tentang Korelasi Antara Media Sosial *Instagram* @Jaringan Gusdurian dengan Perilaku Moderat Pada Generasi Z.

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjabaran latar belakang tersebut, maka peneliti mengidentifikasi rumusan masalah yaitu:

1. Apakah terdapat korelasi antara paparan media sosial *Instagram* @Jaringan Gusdurian dengan perilaku moderat pada Generasi Z?.
2. Bagaimana intensitas paparan media sosial *Instagram* terhadap Generasi Z?
3. Bagaimana perilaku moderat pada Generasi Z?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. untuk mengetahui korelasi yang terdapat antara media sosial *Instagram* @Jaringan Gusdurian dengan perilaku moderat pada *Generasi Z*.
2. Untuk mengetahui Bagaimana intensitas paparan media sosial Instagram @Jaringangusdurian terhadap Generasi Z
3. Untuk mengetahui bagaimana perilaku moderat Generasi Z

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis : penelitian ini diharapkan memberikan ilmu, dan pengetahuan baru bagi masyarakat tentang perilaku moderat, serta memberikan solusi bagi masyarakat tentang perilaku moderat yang baik terhadap lingkungan sekitar.
2. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dapat membawa kebaruan bagi pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya penelitian yang berkaitan tentang korelasi antara media sosial *Instagram*. Diharapkan juga dapat menjadi bahan referensi yang mempelajari tentang korelasi antara media sosial *Instagram* @Jaringan Gusdurian dengan perilaku moderat pada *Generasi Z*.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1. Desain Penelitian

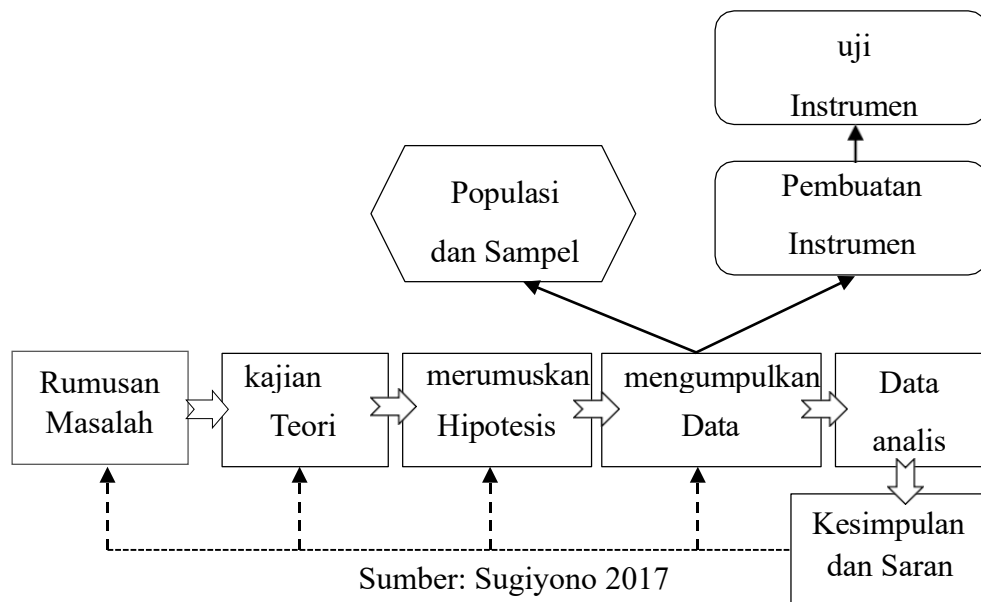
Peneliti menerapkan metode kuantitatif dalam penelitian ini. Penelitian kuantitatif yaitu sebuah metode yang disesuaikan dengan filosofi positivisme dan memiliki tujuan sebagai pengujian dan deskripsi hipotesis yang diajukan dari peneliti. Penelitian kuantitatif berfokus pada angka, bermula dari pengolahan dan pengumpulan hingga hasil yang didominasi oleh angka (Sugiyono, 2018). Pendekatan

penelitian ini menerapkan metode penelitian kuantitatif asosiatif, dimana merupakan penelitian yang memperhatikan interaksi antara dua variabel atau lebih. Tujuan dari metode penelitian kuantitatif asosiatif adalah menganalisis hubungan antara dua variabel, dan hasil dari penelitian kuantitatif asosiatif adalah suatu pernyataan mengenai hubungan antar variabel. Hubungan yang dieksplorasi dalam penelitian ini adalah hubungan sebab akibat. Hubungan sebab akibat mencakup interaksi yang terdiri dari variabel independent (variabel yang memberikan pengaruh) dan variabel dependen (variabel yang menerima pengaruh) (Sugiyono, 2018).

1.5.2. Prosedur Penelitian

Proses atau prosedur penelitian menurut Sugiyono (2018) adalah sebagai berikut:

Gambar 2
(Komponen dan Proses Penelitian Kuantitatif)



Berdasarkan bagan diatas dapat diberikan keterangan sebagai berikut; pada penelitian kuantitatif fenomena dan masalah yang diteliti harus valid, lalu masalah tersebut di pelajari lebih mendalam. mempelajari masalah

lebih mendalam harus dikaitkan sesuai permasalahan yang sedang terjadi saat ini, sehingga di dapatkan judul yang sesuai dengan masalah yang dihadapi tersebut untuk dijadikan bahan penelitian.

Ketika permasalahan sudah diidentifikasi dan dibatasi, maka kemudian merumuskan permasalahan tersebut. Pada umumnya rumusan permasalahan dijelaskan dalam kalimat pertanyaan. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat korelasi antara media sosial Instagram @Jaringangusdurian dengan perilaku moderat pada Generasi Z, bagaimana intensitas paparan media sosial Instagram @Jaringangusdurian terhadap Generasi Z, bagaimana perilaku moderat pada Generasi Z. Pertanyaan penelitian ini memandu peneliti untuk aktivitas peneliti selanjutnya.

Proses perumusan masalah adalah bagian dari proses penelitian yang sulit, hal itu dikarenakan dalam merumuskan masalah peneliti menentukan konsep awal dari penelitian tersebut seperti penelitian ini akan dibawa kemana. Jika penelitian yang akan diteliti oleh peneliti tidak dirumuskan dengan dengan baik dan jelas arahnya, maka bisa jadi penelitian tersebut tidak sesuai dengan tujuan penelitian. Melihat pada rumusan masalah yang telah dipaparkan maka peneliti akan mengaplikasikan beberapa teori yang mendukung untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan. Hasil hipotesis adalah jawaban awal untuk rumusan masalah yang dikembangkan berdasarkan teori, sehingga rumusan masalah yang dibangun dengan teori disebut hipotesis.

Selanjutnya akan dilakukan pembuktian hipotesis secara empiris/nyata. Adapun hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah:

- a. *Ha*: Terdapat korelasi antara paparan media sosial *Instagram @Jaringangusdurian* dengan perilaku moderat pada *Generasi Z*.
- b. *Ho*: Tidak terdapat korelasi antara paparan media sosial *Instagram @Jaringangusdurian* dengan perilaku moderat pada *Generasi Z*

Peneliti mengumpulkan data dari populasi dan sampel. Responden dalam studi ini adalah Generasi Z . Instrumen dalam studi ini diperoleh

melalui penyebaran kuesioner dengan tujuan untuk menemukan data yang relevan. Setelah instrumen disusun, langkah berikutnya adalah memeriksa keabsahan dan konsistensinya. Setelah instrumen terbukti sah dan konsisten, maka dapat digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang diamati oleh peneliti.

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan uji normalitas, dan linieritas, kemudian di analisis untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis. Penelitian kuantitatif menerapkan Statistic SPSS untuk menganalisis data. Data hasil analisis akan disajikan dan diuraikan dalam bentuk pembahasan. Penyajian data bisa menggunakan pictogram, tabel distribusi frekuensi, grafik garis, grafik batang, dan *piechart* (diagram lingkaran). Pembahasan pada hasil penelitian adalah uraian yang paling dalam pada data yang telah disajikan.

Langkah terakhir adalah ditarik kesimpulan. Kesimpulan berisi jawaban singkat pada seluruh rumusan permasalahan sesuai dengan data yang telah dikumpulkan. Melalui prosedur tersebut peneliti berharap akan memperoleh data yang valid dengan sesuai pada tujuan masalah.

1.5.3. Populasi dan Sampel

Suatu daerah umum yang terdapat dari subyek/objek dan memiliki jumlah dan karakteristik yang kemudian diidentifikasi oleh peneliti untuk dianalisis dan diambil kesimpulan disebut dengan populasi (Sugiyono, 2018). Populasi bukan hanya dari manusia, tetapi juga dari objek-objek alam lain. Populasi bukanlah sekadar jumlah objek/mata pelajaran yang diamati, namun mencakup semua sifat dari subjek atau benda (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah followers akun Instagram @Jaringangusdurian yang berjumlah 159.000 per-tanggal 11 Maret 2025, dan berfokus pada Generasi Z.

Jumlah dan karakteristik populasi merupakan bagian kecil dari sampel. Dengan demikian, jika populasi besar atau kecil, peneliti akan memiliki kemungkinan besar untuk mempelajari semua yang ada dalam populasi tersebut. Namun, jika sumber daya, waktu serta tenaga

terbatas, peneliti bisa menerapkan sampel dari populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Penelitian ini menggunakan Metode sampel *simple random sampling*, dimana pada pengambilan sampel dari sebuah populasi diterapkan acak dan sederhana tanpa melihat strata, hal tersebut dikarenakan anggota populasi dinilai homogen (Sugiyono, 2018).

Pendekatan yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitiannya adalah menggunakan, metode *random sampling*. Karakteristik dari metode random sampling adalah semua orang yang berkesempatan dalam menjadi bagian dari sampel yang dipilih, sehingga tidak ada kecurangan dalam penelitian ini. Hal ni memungkinkan peneliti untuk menggeneralisasi hasil dari sampel tersebut ke populasi yang lebih besar, dengan tingkat kepercayaan tinggi.

Peneliti memilih menentukan sampel dengan menggunakan rumus slovin. Peneliti menghitung banyaknya sampel minimum suatu survey dari populasi terbatas menggunakan rumus slovin dengan margin error 10%.

Rumus Slovin (Sugiyono, 2018).

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

n = jumlah sampel yang dicari

N = jumlah populasi

E = nilai pesisi (Tingkat kesalahan) (10%)

Adapun perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{159.000}{1+159.000 \left(\frac{10}{100}\right)^2} = \frac{159.000}{1+159.000 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{159.000}{1+159.000 (0,01)} = \frac{159.000}{1+1590}$$

$$n = \frac{159.000}{1591} = 99,93$$

Dengan begitu, dapat ditarik Kesimpulan bahwa populasi yang diperoleh dari uji rumus slovin dan mendapat hasil 99,93, yang

dibulatkan menjadi 100 sampel penelitian di dapat sampel sebesar 99,93 yang dibulatkan menjadi 100 sampel penelitian, dan setelah melakukan penyebaran peneliti mendapatkan sampel sebanyak 103 responden.

1.5.4. Identifikasi Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel X (bebas) dalam penelitian ini adalah paparan media sosial Instagram @jaringangusdurian. Variabel X (bebas) merupakan variabel yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel terikat. Dalam konsep variabel bebas, ditemukan bahwa variabel ini menjadi sebab hadirnya atau timbulnya variabel lain.

2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel Y (terikat) dalam penelitian ini adalah perilaku moderat pada Generasi Z. Variabel Y (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel X.

1.5.5. Definisi Operasional

Definisi operasional guna memberi pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep dasar penulisan dan menjadi tolak ukur serta pengembangan dan interpretasi pembahasan selanjutnya. Oleh karena itu, peneliti harus menjelaskan arti operasional dari beberapa istilah tersebut sebagai berikut.

1. Definisi Operasional Variabel X (Paparan Media Sosial)

Terpaan media adalah tindakan publik saat memanfaatkan media massa atau media sosial. Eksposur media dapat definisikan terhadap suatu keadaan yang mana publik terpapar terhadap konten media atau pada saat konten media mempengaruhi publik. Beberapa macam terpaan media adalah seperti, melihat, mendengarkan, membaca pesan-pesan media dan jika mengalami atau membaca

pesan-pesan tersebut. Paparan media atau exposure media terjadi pada Tingkat kelompok atau individu. (Ardianto, 2017). Paparan media dapat diukur melalui 3 indikator yaitu sebagai berikut:

a. Frekuensi

Frekuensi dapat diukur dengan seberapa sering seseorang bermain media sosial dalam sehari, seminggu, sebulan ataupun setahun.

b. Durasi

Durasi diukur berdasarkan berapa lama khalayak menggunakan media, durasi dikur dalam kurun waktu tertentu misalnya permenit atau perjam.

c. Atensi (perhatian)

Proses kognitif individu ketika melihat sebuah program. Termasuk melihat tanpa melakukan kegiatan lain dan melihat sambil berdiskusi. (Ardianto, 2017).

2. Definisi Operasional Variabel Y (Perilaku moderat)

perilaku moderat dalam hal ini adalah perilaku wajar, atau tidak berlebihan dalam beragama. Dapat diketahui juga bahwa perilaku moderat ialah perilaku toleransi antar umat beragama. Perilaku moderat ialah perilaku yang mengedepankan toleransi, keterbukaan, dan penolakan terhadap ekstremisme dalam kehidupan sosial dan beragama (Lukman Hakim, 2019). Dapat dikatakan bahwa penelitian ini fokus meneliti pada perilaku moderat pada Generasi Z media sosial Instagram @Jaringangusdurian.

Tabel 1
(Definisi Operasional)

No	Variable	Operasional konsep	Skala Pengukuran
1.	Variabel Bebas (X)	<i>Eksposur media</i> atau paparan	- Frekuensi

	paparan media sosial	media dapat diartikan sebagai keadaan di mana publik terpapar pada konten media atau di mana konten media mempengaruhi publik	Seberapa sering seseorang bermain atau menggunakan media dalam sehari, seminggu, sebulan, ataupun seminggu. - Durasi Durasi diukur berdasarkan berapa lama khalayak menggunakan media, durasi diukur dalam kurun waktu tertentu misalnya permenit atau perjam. - Atensi Proses kognitif individu ketika melihat sebuah program. Termasuk melihat tanpa melakukan kegiatan lain dan melihat sambil berdiskusi
2.	Variabel (Y) Perilaku Moderat	Perilaku yang mencerminkan toleransi, keterbukaan, dan penolakan terhadap	- Toleransi (saling menghargai terhadap keberagaman, dan perbedaan) - Keterbukaan (mendengarkan,

		ekstremisme dalam kehidupan sosial dan beragama	menghormati, dan menerima pendapat atau ide orang lain) - Penolakan terhadap sikap esktrm atau radikal (penolakan terhadap sikap berlebihan-lebihan atau fanatic terhadap suatu agama yang dapat membuat diri sendiri atau masyarakat rugi
--	--	---	--

1.5.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Kuisisioner

Peneliti melakukan penyebaran kuisisioner kepada responden Generasi Z kemudian peneliti memberikan pertanyaan terbuka dan tertutup kepada responden. Petanyaan tertutup diukur dengan skala likert 1-5 sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju. Sedangkan pertanyaan terbuka responden diberikan pertanyaan dan responden dapat menjawab sesuai jawaban dari responden itu sendiri. Peneliti melakukan penyebaran kuisisioner pada followers akun Instagram @Jaringangusdurian, melalui direct messege sebanyak 120 orang kemudian total keseluruhan yang mengisi kuisisioner sebanyak 103 responden

Peneliti melakukan pengukuran menggunakan skala likert yang dapat mengukur pendapat, perilaku, persepsi individu atau sekelompok orang terkait fenomena atau peristiwa sosial. Dalam skala Likert, variabel-variabel yang diukur akan dipecah menjadi sub bagian variabel, dan sub bagian tersebut kemudian sub bagian variabel tersebut digunakan sebagai acuan untuk merancang instrumen pertanyaan, yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Dalam membuat instrument pertanyaan peneliti menggunakan teknik modifikasi dari jurnal “Pengaruh Paparan Media Sosial Terhadap Niat Mengunjungi Destinasi Wisata (Studio Alam Gamplong)” oleh Alfin (2020). Respon setiap item instrumen dengan menggunakan skala likert memiliki nilai positif hingga negatif.

Tabel 2
(Penilaian Skala Likert)

No	Pertanyaan	Nilai
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak setuju	2
5.	Sangat tidak setuju	1

Sumber; Sugiyono, 2019

2. Dokumentasi

Peneliti menggunakan metode dokumentasi untuk mengumpulkan data seperti gambar, dokumen, dan laporan yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

3. Studi Pustaka

Peneliti menerapkan studi pustaka menjadi metode pengumpulan data. Studi pustaka mencakup pengumpulan data dengan cara menemukan sumber atau buku yang berkaitan dengan

penelitian yang dilakukan peneliti yang berhubungan dengan paparan media dan perilaku moderat.

1.5.7. Uji Instrumen

Peneliti menggunakan uji instrument yang digunakan peneliti adalah uji validitas dan reliabilitas.

Adapun Langkah-langkah yang dilakukan dalam uji analisis instrument adalah sebagai berikut:

a. Uji validitas

Uji validitas berguna sebagai ukuran yang menjelaskan tingkat-tingkat kebenaran suatu instrument. Jika tes memberikan pengukuran pada apa yang akan diukur dengan tepat maka instrument tersebut valid. Peneliti menerapkan *software IBM SPSS statistic 30* sebagai alat untuk menguji kevalidan instrument. Sugiyono mengemukakan jika nilai koefisien korelasinya 0,3 atau lebih (setidaknya 0,3), maka item instrumen itu dianggap sah. Namun, jika total nilai di bawah 0,3, maka item instrumen itu dinyatakan tidak sah (Sugiyono, 2017).

Berdasarkan paparan diatas, bisa disimpulkan jika nilai koefesiensi korelasi lebih dari 0,3 maka dikatakan valid, dan sebaliknya jika nilai kurang dari 0,3 maka instrument dinyatakan tidak valid. Data yang valid bermakna data tersebut tepat sesuai dengan variabel yang akan diteliti. (Sugiyono, 2018).

Uji validitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment* sebagai berikut (Sugiyono, 2018):

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

Keterangan :

N = *Number Of Cases*

$\sum x$ = Jumlah skor X

$\sum Y$ = Jumlah skor Y

$\sum XY$ = Jumlah skor XY

$\sum X^2$ = Jumlah skor X setelah dikuadratkan

$\sum y^2$ = Jumlah skor Y setelah dikuadratkan

Ketepatan pengujian diukur dengan:

1. Apabila nilai (sig) < 0,05 (alpha) maka instrument valid, sebaliknya jika nilai (sig) > 0,05 (alpha) maka instrument tidak valid
2. Pengujian validitas instrument dilakukan menggunakan program IBM SPSS *Statistic 30*

b. Uji reliabilitas

Tidak hanya menggunakan uji validitas, peneliti juga menggunakan uji reliabilitas dalam menguji keabsahan suatu instrument yang digunakan (Sugiyono, 2017).

Peneliti memilih metode uji reliabilitas dengan menggunakan *split half method* melalui rumus dibawah:

$$R = \frac{2r_1}{1 + r_b}$$

Sumber: Sugiyono (2017)

Dimana :

R : Realibilitas

r_1 : realibilitas internal seluruh item

r_b : korelasi product moment antara belahan pertama dan kedua

Setelah memperoleh nilai reliabilitas dari suatu instrument, maka hasil perolehan tersebut di analisis dengan kaidah penghitungan di bawah ini:

- a. jika $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , bermakna instrument tersebut dikatakan reliabel

b. jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, bermakna instrument tersebut dinilai tidak reliabel

instrument yang digunakan bukan hanya valid, tetapi juga wajib memiliki reliabilitas. Hal ini berarti bahwa sebuah alat ukur harus tetap konsisten, sehingga uji reliabilitas ini dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensinya. Dalam konteks ini, reliabilitas suatu instrumen pengukuran dipertimbangkan dengan menggunakan pendekatan statistik yaitu koefisien. Nilai reliabilitas yang menunjukkan lebih tinggi dari 0,70 maka pernyataan keseluruhan dianggap dapat reliabel. (Sugiyono, 2017). Dalam memproses data, penulis menggunakan bantuan menggunakan *software IBM SPSS statistic 30*.

1.5.8. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, jika data telah terkumpul dari seluruh responden, maka Langkah selanjutnya yang dilakukan peneliti adalah mengelompokan data, tabulasi data, menyajikan data, dan melakukan perhitungan data untuk menguji hipotesis. (Sugiyono, 2017).

Data yang didapat dari penyebaran kuisioner diolah dan dianalisis melalui analisis deskriptif dan uji asumsi klasik.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan pengujian statistik yang ditujukan untuk menggambarkan data yang diperoleh tanpa membuat kesimpulan umum atau generalisasi dari data tersebut. (Sugiyono, 2017). Deskriptif analisis pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistic versi 30*.

Statistik deskriptif adalah sebuah uji statistik yang dimulai dengan pengumpulan data, mengatur, menyusun data, dan pengelolaan data. Analisis dan penyajian data numerik digunakan untuk memberikan gambaran mengenai gejala, peristiwa dan kondisi (Sugiyono, 2017). Setelah data terkumpul

dengan penyebaran kuesioner, maka diambil persentase jawaban dari setiap item pertanyaan untuk masing-masing variabel dengan rumus:

$$p = \frac{f \times 100}{N}$$

Keterangan :

F = Frekuensi yang sedang dicari permasalahannya

N = Number of case (jumlah frekuensi/banyaknya individu)

P = Angka persentase

2. Uji Asumsi Klasik

Bukan hanya uji deskriptif statistic tetapi peneliti juga menerapkan uji asumsi klasik. uji asumsi klasik digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari kuisiner menunjukkan kondisi yang sebenarnya sehingga layak untuk diuji (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan oleh peneliti adalah uji normalitas data, dan uji linieritas data

a. Uji Normalitas Data

Untuk mengetahui data yang diperoleh normal atau tidak maka peneliti menggunakan uji normalitas. Uji Normalitas data menjadi uji yang paling penting dalam uji asumsi klasik. Dengan demikian, jika ingin menguji kelayakan suatu data maka diperlukan uji normalitas data (Sugiyono, 2019). Peneliti menggunakan software IBM SPSS *versi 30* dalam menguji normalitas data. Dengan ketentuan pengujian sebagai berikut :

- a. bila hasil angka (sig) > 0.05, maka data berdistribusi normal
- b. bila hasil angka (sig) < 0.05, maka data tidak berdistribusi normal

Rumus Kolmogorov-Smirnov sebagai berikut:

$$K_D : 1,36 \frac{\sqrt{n_1+n_2}}{n_1 n_2}$$

Keterangan = Jumlah Kolmogorov-Smirnov

n1 = Hasil data sampel yang didapat

n2 = Jumlah sampel yang diharapkan

b. Uji Linieritas Data

Untuk mengetahui adakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen maka peneliti melakukan uji linieritas. Uji linearitas dilakukan pada variabel X dan variabel Y untuk menentukan apakah kedua variabel tersebut bersifat linier atau tidak, maka digunakan uji linieritas dengan uji F. kaidahnya dengan melihat p pada tabel linieritas, dimana jika p. 0,05 untuk linierity dan jika $p > 0,05$ untuk deviation for linierity maka dikatakan kedua variabel memiliki hubungan yang linier (Sugiyono, 2018). Pada uji linieritas ini peneliti menggunakan *software* IBM SPSS versi 30.

3. Uji Hipotesis

Peneliti menggunakan uji hipotesis pada penelitian ini dengan menerapkan uji koefisiensi korelasi person product moment. Tujuan dari uji ini adalah untuk mencari keterkaitan antara variabel X dan variabel Y, dan untuk mengetahui hubungan antar kedua variabel tersebut termasuk sangat rendah, rendah, sedang, kuat atau sangat kuat maka digunakan rumus “r” product moment dengan menggunakan IBM SPSS *Statistic versi 30*.

Setelah melakukan uji analis, maka Langkah selanjutnya adalah mengetahui interpretasi terhadap angka indeks korelasi “r” product moment serta menarik kesimpulan dengan dua cara yaitu:

1. Menerapkan nilai hubungan secara sederhana dengan pedoman:

Tabel 3
(Pedoman Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi)

Nilai korelasi	Tingkat Korelasi
0,00 – 0,199	Sangat lemah
0,20 – 0,399	lemah
0,40 – 0,599	biasa
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 1,000	Sangat tinggi

Sumber Data: Sugiyono (2016)

2. Memberi nilai dengan cara berkonsultasi pada nilai tabel “r” product moment. Prosedurnya adalah sebagai berikut:

- a. Merumuskan hipotesa alternatif H_0 dan H_a
- b. Menguji kebenaran/kepalsuan dari hipotesis yang diajukan dengan cara membandingkan besarnya “r” product moment dengan “r” yang tercantum dalam tabel nilai “r”.

Dengan rumusnya sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Kontribusi Variabel X terhadap variabel Y

r^2 = Koefisiensi korelasi antara variabel X terhadap variabel Y. jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 artinya tidak terdapat korelasi. Sebaliknya jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat korelasi.