

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam pola konsumsi berita secara global. Media sosial tidak lagi sekedar menjadi sarana interaksi sosial, tetapi telah berkembang menjadi sumber utama informasi, termasuk informasi politik. Laporan We Are Social & Hootsuite (2025) menunjukkan bahwa lebih dari 5,24 miliar orang di dunia aktif menggunakan media sosial, dengan Instagram menjadi salah satu platform yang paling populer di kalangan generasi muda untuk akses informasi politik. Perubahan ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi arena baru dalam proses penyebaran dan konsumsi informasi politik. Dengan pergeseran pola konsumsi berita dari media konvensional menuju berita digital yang bersifat cepat, visual, dan interaktif.

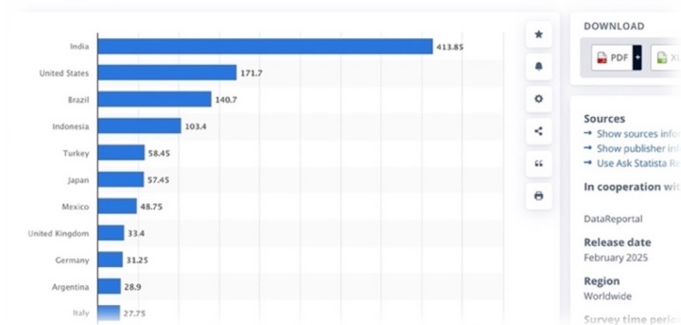
FAVOURITE SOCIAL MEDIA PLATFORMS
PERCENTAGE OF ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS WHO SAY THAT EACH OPTION IS THEIR 'FAVOURITE' SOCIAL MEDIA PLATFORM
NOTE: YOUTUBE IS NOT AVAILABLE AS AN ANSWER OPTION IN THE SURVEY QUESTION THAT INFORMS THESE TABLES

FAVOURITE SOCIAL MEDIA PLATFORMS AMONGST FEMALE INTERNET USERS						FAVOURITE SOCIAL MEDIA PLATFORMS AMONGST MALE INTERNET USERS					
SOCIAL PLATFORM	AGE 16-24	AGE 25-34	AGE 35-44	AGE 45-54	AGE 55-64	SOCIAL PLATFORM	AGE 16-24	AGE 25-34	AGE 35-44	AGE 45-54	AGE 55-64
INSTAGRAM	24.8%	20.8%	16.0%	13.9%	10.2%	INSTAGRAM	26.6%	18.4%	11.7%	9.4%	6.1%
WHATSAPP	12.7%	14.3%	15.4%	17.3%	21.1%	WHATSAPP	14.1%	14.7%	17.3%	19.5%	21.9%
FACEBOOK	5.9%	10.6%	13.2%	14.9%	17.1%	FACEBOOK	7.8%	13.5%	14.7%	16.4%	17.5%
WECHAT	8.2%	11.7%	15.5%	13.6%	12.0%	WECHAT	8.2%	11.8%	16.0%	14.4%	14.4%
TIKTOK	15.5%	11.3%	7.8%	6.9%	5.0%	TIKTOK	9.6%	7.1%	5.7%	5.3%	4.3%
DOUYIN	6.6%	8.1%	9.8%	6.4%	5.4%	DOUYIN	6.5%	8.5%	8.2%	6.8%	6.6%
X	3.1%	2.1%	1.8%	1.6%	1.7%	X	4.2%	4.6%	4.0%	3.8%	3.3%
TELEGRAM	2.6%	2.1%	2.0%	2.1%	2.2%	TELEGRAM	4.0%	3.2%	3.2%	2.6%	2.5%
MESSENGER	1.7%	2.5%	2.5%	2.7%	3.0%	MESSENGER	1.8%	2.4%	2.2%	2.4%	2.3%
LINE	0.5%	0.8%	1.2%	2.6%	3.5%	LINE	0.7%	1.0%	1.2%	2.4%	2.9%

Gambar 1. 1 Favorite Social Media (Instagram)
Sumber: We Are Social & Hootsuite (Februari 2025)

Trend global ini tercermin di Indonesia, dimana survei We Are Social & Hootsuite (2025) mencatat bahwa 41,8% pengguna internet aktif mengakses berita melalui media sosial, dengan pengguna Instagram dan Whatsapp menempati posisi tiga besar aplikasi yang populer di kalangan mahasiswa. Data Statista (2025) menempatkan Indonesia sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak terempat dunia (103,4 milyar audiens), menjadikannya ruang utama untuk interaksi politik digital. Bagi mahasiswa, khususnya generasi muda, Instagram menjadi media yang menarik karena fitur visual dan interaktifnya yang memungkinkan pengalaman konsumsi berita lebih menarik dan mudah diakses (Hakim, 2025).

Leading countries based on Instagram audience size as of February 2025
(in millions)



Gambar 1. 2 Leading Countries Based On Instagram (Indonesia)
Sumber : Statista (Februari 2025)

Di Indonesia, fenomena tersebut juga menunjukkan tren yang serupa. Generasi muda, termasuk mahasiswa, memanfaatkan Instagram sebagai sumber informasi, termasuk berita politik nasional. Karakteristik Instagram yang menampilkan konten visual, ringkas, serta dilengkapi dengan fitur interaktif dari Instagram yang menjadikan platform ini lebih menarik dibandingkan dengan media konvensional. Mahasiswa tidak hanya mengakses berita, tetapi juga berinteraksi melalui fitur-fitur seperti likes, komentar, share, mention, serta Direct Message (DM). Interaksi tersebut menciptakan dinamika sosial yang berbeda dari pola konsumsi berita tradisional.

Dalam konteks media sosial, konsumsi berita tidak berlangsung secara pasif. Proses tersebut dipengaruhi oleh mekanisme validasi sosial. Validasi sosial merujuk pada bentuk pengakuan, apresiasi, atau respons yang diterima individu melalui interaksi digital seperti jumlah likes, komentar, share, serta bentuk keterlibatan lainnya. Dalam praktiknya, indikator-indikator tersebut seringkali dipersepsikan sebagai ukuran popularitas dan kredibilitas suatu konten. Konten politik yang memperoleh banyak respons cenderung dianggap lebih penting, relevan, atau layak dipercaya oleh pengguna lain.

Fenomena ini menjadi relevan dalam konteks konsumsi berita politik nasional di kalangan mahasiswa. Sebagai kelompok terdidik yang memiliki akses luas terhadap informasi, berpotensi menjadikan validasi sosial sebagai salah satu pertimbangan dalam mengakses, mempercayai, atau membagikan informasi politik. Dengan demikian, validasi sosial berpotensi menjadi variabel yang mempengaruhi perhatian, ketertarikan, serta intensitas keterlibatan mahasiswa dalam mengakses berita politik nasional. Hal ini mencerminkan bahwa praktik konsumsi informasi politik dalam ruang digital merupakan hasil dari interaksi kompleks antara rasionalitas kognitif dan mekanisme pengakuan sosial yang beroperasi dalam konteks platform media sosial. Mahasiswa FISIP Universitas Hasanuddin Angkatan 2022 merupakan kelompok yang aktif menggunakan Instagram serta memiliki keterlibatan dalam isu-isu politik nasional. Sebagai mahasiswa ilmu sosial dan politik, mereka berada dalam konteks

akademik yang memfasilitasi keterpaparan intensif terhadap diskursus politik, sehingga menjadikan mereka subjek yang relevan untuk diteliti dalam hal pola konsumsi berita politik nasional melalui platform Instagram.



Gambar 1. 3 Ilustrasi Validasi Sosial di Instagram
Sumber : Instagram (Agustus - September 2025)

Dalam konteks nasional, fenomena "17+8 Tuntutan DPR" pada Agustus-September 2025 dapat dijadikan ilustrasi nyata bagaimana validasi sosial beroperasi dalam ruang digital. Isu reformasi DPR tersebar luas di Instagram melalui unggahan seorang publik figur yang memperoleh jumlah likes, komentar dan share yang tinggi. Tingginya respons tersebut membuat unggahan tersebut semakin terlihat dalam linimasa pengguna dan mendorong perhatian yang lebih besar dari mahasiswa. Situasi ini menunjukkan bahwa intensitas validasi sosial dapat meningkatkan eksposur dan keterlibatan pengguna terhadap isu politik tertentu. Fenomena tersebut memperlihatkan bagaimana dinamika respons sosial di Instagram berpotensi berhubungan dengan pola konsumsi berita politik nasional di kalangan mahasiswa.

Permasalahan utama yang muncul adalah bahwa validasi sosial di Instagram sering kali dijadikan indikator kebenaran atau kredibilitas sebuah informasi politik. Terdapat indikasi bahwa popularitas unggahan dapat mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap konten politik yang dikonsumsi. Beranjak dari problematika tersebut, belum diketahui secara empiris bagaimana tingkat validasi sosial Instagram yang dirasakan mahasiswa FISIP Unhas angkatan 2022 dalam aktivitas konsumsi berita politik nasional, serta bagaimana hubungan antara validasi sosial tersebut dengan tingkat konsumsi berita politik nasional mereka. Meskipun berbagai penelitian telah membahas konsumsi berita politik melalui media sosial, sebagian besar penelitian tersebut lebih menekankan pada intensitas penggunaan media atau dampak informasi politik secara umum. Di sisi lain, kaidah mengenai validasi sosial di Instagram cenderung berfokus pada representasi diri dan pencarian pengakuan, tanpa mengaitkannya secara langsung dengan perilaku konsumsi berita politik.

Berdasarkan uraian tersebut, persoalan utama yang menjadi fokus penelitian ini bukanlah pada kualitas informasi atau tingkat disinformasi, melainkan pada dinamika interaksi sosial digital yang menyertai proses konsumsi berita politik. Dengan demikian, persoalan utama dalam penelitian ini terletak pada belum adanya kejelasan empiris mengenai sejauh mana validasi sosial di Instagram berhubungan dengan konsumsi berita politik nasional mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini diorientasikan untuk menganalisis hubungan antara kedua variabel tersebut melalui pendekatan kuantitatif, guna menghasilkan temuan empiris yang dapat mengonfirmasi atau menolak hipotesis mengenai validasi sosial terhadap praktik konsumsi berita politik dalam konteks media sosial.

Meskipun fenomena ini relevan, penelitian yang secara spesifik mengkaji hubungan validasi sosial Instagram dengan konsumsi berita politik nasional di kalangan mahasiswa masih terbatas. Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas konsumsi berita politik melalui media sosial dan partisipasi politik generasi muda. Namun, sebagian besar penelitian tersebut lebih menekankan pada intensitas penggunaan media sosial atau dampak informasi politik secara umum. Penelitian Tyagi (2022) menyoroti penggunaan media sosial sebagai sumber berita politik di kalangan masyarakat dengan penekanan verifikasi informasi, namun mengabaikan mekanisme validasi sosial seperti likes, komen, dan share. Sedangkan di sisi lain, penelitian Syam (2024) mengkonfirmasi konsumsi berita politik yang sangat tinggi di kalangan generasi milenial dan Gen Z di Instagram, TikTok, dan YouTube. Tetapi analisisnya makro dan tidak mengeksplorasi validasi sosial sebagai pemicu perilaku. Penelitian lain seperti Situmorang & Hayati (2023) membahas validasi sosial di Instagram sebagai representasi diri, tanpa kaitan politik. Hal ini menciptakan gap signifikan: kurangnya kajian kuantitatif empiris yang mengukur hubungan tersebut pada konteks mahasiswa Indonesia Timur dan ketiadaan studi yang mengukur dimensi validasi sosial secara terperinci, sehingga penelitian ini diperlukan untuk mengisi celah tersebut. Penelitian ini memiliki nilai kebaruan (*novelty*) dengan fokus penelitian terletak pada mahasiswa FISIP Unhas angkatan 2022. Mahasiswa FISIP Universitas Hasanuddin Angkatan 2022 merupakan kelompok yang aktif menggunakan Instagram serta memiliki keterlibatan dalam isu-isu politik nasional. Sebagai mahasiswa ilmu sosial dan politik, mereka berada dalam konteks akademik yang memfasilitasi keterpaparan intensif terhadap diskursus politik, sehingga menjadikan mereka subjek yang relevan untuk diteliti dalam hal pola konsumsi berita politik nasional melalui platform Instagram. Integrasi validasi sosial dengan konsumsi berita politik nasional, serta penggunaan metode penelitian kuantitatif bersifat empiris yang lebih mikro dibanding studi sebelumnya. Penelitian ini mengisi gap dengan kajian empiris dalam konteks lokal Indonesia Timur, yang jarang diteliti, dan menggunakan teori habitus dalam dinamika sosial digital.

Secara sosiologis, fenomena ini dapat dipahami melalui perspektif habitus Pierre Bourdieu. Media sosial dapat dipandang sebagai arena (*field*) tempat individu berinteraksi dan membangun posisi sosial melalui akumulasi modal simbolik, termasuk pengakuan dan respons sosial. Likes, komentar, dan share dapat dimaknai

sebagai modal simbolik yang memperkuat posisi individu dalam ruang digital. Dalam kerangka habitus, pola konsumsi berita politik mahasiswa tidak terbentuk secara netral, melainkan dipengaruhi oleh disposisi yang berkembang melalui pengalaman sosial mereka di ruang digital. Oleh karena itu, validasi sosial berpotensi menjadi bagian dari struktur yang membentuk kecenderungan mahasiswa dalam mengakses dan merespons berita politik nasional.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami dinamika konsumsi berita politik mahasiswa dalam era media sosial yang semakin kompleks. Jika validasi sosial terbukti memiliki hubungan signifikan dengan konsumsi berita politik, maka mekanisme interaksi digital menjadi faktor penting dalam pembentukan pola konsumsi berita politik mahasiswa. Sebaliknya, jika tidak terdapat hubungan yang signifikan, maka asumsi mengenai validasi sosial dalam perilaku konsumsi berita perlu dikaji ulang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman komprehensif mengenai bagaimana interaksi sosial digital di Instagram membentuk perilaku sosial dan kesadaran politik mahasiswa dengan fokus pada variabel validasi sosial sebagai elemen kunci dalam interaksi media sosial. Temuan penelitian ini dapat menjadi landasan bagi pengembangan strategi literasi media dan komunikasi politik yang lebih efektif di lingkungan kampus maupun masyarakat, mendorong konsumsi berita politik yang kritis dan rasional guna memitigasi dampak negatif validasi sosial berlebihan.

Penelitian ini difokuskan untuk menjawab dua pertanyaan utama, yaitu tentang bagaimana tingkat validasi sosial terhadap aktivitas konsumsi berita politik nasional mahasiswa FISIP Unhas Angkatan 2022, serta bagaimana hubungan antara validasi sosial di Instagram dengan konsumsi berita politik mahasiswa tersebut dalam membentuk perilaku konsumsi berita politik nasional mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memperoleh gambaran empiris mengenai kekuatan dan arah hubungan kedua variabel tersebut. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam memperkaya kajian sosiologi digital serta memberikan gambaran mengenai perilaku konsumsi berita politik mahasiswa di era media sosial.

1.2 Deskripsi Konsep, Teori, dan Penelitian Terdahulu

1.2.1 Teori Habitus Digital

Teori habitus pertama kali dikembangkan oleh Pierre Felix Bourdieu pada tahun 1972, seorang sosiolog Prancis terkemuka yang terkenal melalui pemikirannya tentang hubungan antara struktur sosial dan tindakan individu. Bourdieu pertama kali memperkenalkan konsep ini dalam kajiannya mengenai praktik sosial. Teori habitus Bourdieu mulai dikembangkan secara intensif pada tahun 1972 melalui buku *Esquisse d'une théorie de la pratique* (Garis Besar Teori Praktik) kemudian disempurnakan dalam *Le Sens pratique* (Logika praktik) pada tahun 1980.

Dalam teori ini, Bourdieu menjelaskan bahwa perilaku sosial seseorang tidak hanya dibentuk oleh faktor biologis atau keputusan rasional semata, melainkan oleh struktur sosial dan pengalaman hidup yang terinternalisasi. Menurut Bourdieu (1990) dalam *The Logic of Practice*, habitus adalah sistem disposisi yang terbentuk melalui proses internalisasi pengalaman sosial, yang kemudian menjadi prinsip pengatur cara individu berpikir, mempersepsi, dan bertindak dalam kehidupan sosial. Sementara itu Jenkins (1992) menyebut habitus sebagai struktur yang dibentuk dan sekaligus membentuk tindakan sosial yang menegaskan sifat timbal balik antara agen dan struktur. Artinya, habitus bukanlah determinasi mutlak, melainkan skema disposisi yang memungkinkan agen menyesuaikan sesuai situasi sosialnya.

Bourdieu (1986) menempatkan tiga konsep utama yang berlaku dalam teori praktik sosialnya, yaitu habitus, modal dan arena (*field*). Ketiganya saling berkaitan dan membentuk kerangka analisis dalam memahami tindakan sosial.

a. Habitus

Habitus merupakan sistem kecenderungan yang terbentuk melalui pengalaman sosial dan diwariskan secara kultural. Ia mempengaruhi persepsi, preferensi, dan tindakan individu. Dalam konteks mahasiswa, habitus menentukan bagaimana individu merespons dinamika sosial-politik dan bagaimana media digital menginternalisasi nilai-nilai baru dalam orientasi politik mereka. Habitus sendiri merupakan sebuah nilai atau kebiasaan yang dijalankan oleh seseorang. Habitus dapat dikonseptualisasikan sebagai sistem kecenderungan atau disposisi yang tertanam dalam diri individu melalui proses sosialisasi yang berlangsung sepanjang kehidupannya. Konsep ini mencakup cara berpikir, merasakan, serta praktik tindakan yang tampak alami, namun pada hakikatnya merupakan hasil dari pembiasaan pengalaman sosial dalam lingkungan tertentu. Dengan perkataan lain, habitus beroperasi sebagai skema pembentuk yang menentukan cara individu menginterpretasikan dunia sosial serta mengonstruksi respons terhadap berbagai situasi yang dihadapinya. Melalui mekanisme habitus, praktik sosial yang tampak sebagai pilihan individual sesungguhnya merupakan ekspresi dari struktur sosial yang telah mengalami internalisasi dan menjadi bagian konstitutif dari subjektivitas individu dalam berinteraksi dengan realitas sosialnya.

b. Modal

Modal merupakan sumber daya yang dapat digunakan individu untuk memperoleh posisi dan kekuasaan dalam arena sosial. Bourdieu (1986) membagi modal kedalam empat bentuk, yaitu modal sosial, modal simbolik, modal ekonomi, dan modal budaya.

1) Modal Ekonomi

Modal ekonomi merujuk pada keseluruhan sumber daya material yang dikuasai oleh individu atau kelompok. Bentuk dari modal ekonomi mencakup aset finansial, kepemilikan kekayaan, serta berbagai bentuk material lainnya yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan strategis dan memiliki potensi untuk diwariskan pada generasi selanjutnya.

2) Modal Budaya

Modal budaya merupakan suatu kemampuan atau kompetensi personal yang terwujud dalam bentuk keahlian, pendidikan, pengetahuan, serta akumulasi pengetahuan akademis yang diperoleh melalui jalur pendidikan formal, proses sosialisasi keluarga, maupun pembelajaran dari interaksi dengan lingkungan eksternal. Kepemilikan modal budaya memiliki pengaruh signifikan dalam menentukan kualitas dan posisi sosial individu dalam struktur masyarakat.

3) Modal Sosial

Modal sosial mengacu pada keseluruhan relasi sosial, sistem norma, dan kepercayaan kolektif yang terbangun dalam komunitas masyarakat. Akumulasi modal sosial dapat dicapai melalui mobilisasi sumber daya dari lingkungan sekitar yang berfungsi memperkuat habitus individu, sehingga menghasilkan cakupan luas berupa jejaring relasional, koneksi interpersonal, serta hubungan institusional yang memiliki daya tahan jangka panjang. Modal sosial terletak pada proses dimana kemampuan masyarakat dalam suatu kebudayaan atau komunitas bertujuan untuk membangun sebuah relasi guna mencapai tujuan yang telah disepakati bersama.

4) Modal Simbolik

Modal simbolik merupakan bentuk modal yang bisa dilihat secara langsung dan kehadirannya dapat dipersepsi secara langsung. Sejalan dengan makna etimologis kata simbol, modal simbolik mencakup segala entitas baik berupa tempat, hobi, objek material, maupun atribut lainnya yang melekat pada agen maupun struktur sosial. Kepemilikan modal simbolik menjadi esensial bagi sebuah struktur sebagai pembeda identitas dan karakteristik yang membedakannya dari entitas lainnya.

c. Arena

Arena (*field*) dalam pemikiran Pierre Felix Bourdieu merujuk pada arena jejaring sosial yang terkonfigurasi melalui relasi-relasi sosial. Arena merupakan ruang sosial tempat individu atau kelompok berinteraksi, berkompetisi, dan berjuang untuk mempertahankan atau meningkatkan modal yang dimilikinya. Setiap arena

memiliki aturan main dan nilai-nilai yang berbeda. Arena berfungsi sebagai medan bertarung dimana habitus yang telah terinternalisasi sebelumnya dipraktikkan dan diaktualisasikan. Arena berperan penting untuk memperkuat sebuah struktur yang dibangun. Modal diperebutkan tentunya sebuah modal positif yang ada dalam jaringan sosial pada sebuah relasi. Dengan demikian, arena dapat dipahami sebagai ruang sosial tempat para aktor sosial berkompetisi untuk memperoleh kekuasaan atau otoritas sosial. Semakin besar ranah yang dicapai, maka semakin besar juga akses yang akan didapat. Oleh sebab itu, dalam kerangka teori praktik sosial Bourdieu, arena dapat diposisikan sebagai tujuan strategis bagi organisasi atau komunitas dalam mengimplementasikan praktik sosial yang telah dikonstruksi dan dijalankan. Hal ini menunjukkan bahwa ruang digital tidak lagi sekedar menjadi media komunikasi, tetapi telah berfungsi sebagai arena (*field*) baru tempat mahasiswa membangun dan menegosiasikan identitas politik mereka. Dalam arena ini, modal simbolik berupa popularitas, pengaruh, serta kemampuan mengelola narasi menjadi sumber daya penting yang menentukan posisi seseorang dalam wacana publik.

Dengan demikian, ruang digital menjadi arena baru bagi praktik sosial dan politik. Ilustrasi fenomena “17+8 DPR” menunjukkan bagaimana mahasiswa kini mempraktikkan habitus politik digital, di mana praktik politik tidak lagi terbatas pada ruang fisik, melainkan berlangsung secara intens di media sosial. Mahasiswa sebagai agen sosial kini mengkonstruksi identitas politiknya melalui strategi simbolik di ruang digital, dengan memanfaatkan modal simbolik berupa followers (*followers*), popularitas dan interaksi sosial (*likes, comment shares*) sebagai indikator validasi sosial. Habitus politik mahasiswa mengalami reorientasi signifikan, bergeser dari pola partisipasi konvensional seperti forum diskusi kampus dan mobilisasi fisik di lapangan, menuju modalitas ekspresi politik alternatif yang mencakup kampanye digital, produksi konten kritis berbasis media sosial, serta pemanfaatan tagar (*hashtag*) sebagai instrumen mobilisasi dan agregasi solidaritas sosial.

Menurut Couldry & Hepp (2018) proses digitalisasi telah mengonstruksi habitus mediasi baru (*new habitus of mediation*), yakni kecenderungan individu untuk memaknai realitas sosial melalui interaksi digital yang termediasi oleh sistem algoritma dan logika visibilitas platform. Dalam kerangka ini, mahasiswa tidak semata-mata berposisi sebagai konsumen pasif informasi politik, melainkan juga berperan sebagai agen produktif dalam konstruksi makna sosial-politik yang aktif berkontribusi dalam formasi opini publik di ruang media sosial.

Secara konseptual, teori habitus yang dikembangkan oleh Pierre Bourdieu memberikan kerangka penjelasan bahwa perilaku mahasiswa FISIP dalam mengonsumsi informasi politik dan berorientasi pada validasi sosial di Instagram merupakan produk dari internalisasi struktur sosial digital yang membentuk habitus politik digital. Instagram sebagai arena (*field*) memungkinkan terbentuknya pola baru dalam partisipasi politik yang berorientasi pada akumulasi modal simbolik dan beroperasi mengikuti logika visibilitas digital. Dengan demikian, teori habitus menjadi

landasan teoritis yang kuat untuk menjelaskan hubungan antara validasi sosial di Instagram dengan konsumsi berita politik nasional sebagai manifestasi dari transformasi habitus politik digital mahasiswa.

Teori habitus digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan bahwa konsumsi berita politik mahasiswa tidak berlangsung secara netral, melainkan dipengaruhi oleh struktur interaksi digital yang menyediakan pengakuan sosial. Validasi sosial yang terus muncul dalam pengalaman digital berpotensi membentuk kecenderungan mahasiswa dalam mengakses dan merespons berita politik nasional.

1.2.2 Validasi Sosial Instagram

Validasi sosial merujuk pada bentuk pengakuan, respons, atau penerimaan yang diperoleh individu dari lingkungan sosialnya. Dalam psikologi sosial, konsep ini merujuk pada kecenderungan individu untuk memperhatikan respons orang lain sebagai referensi dalam membentuk sikap atau perilaku. Schachter (1959) menegaskan pada dasarnya manusia sebagai makhluk sosial memiliki kebutuhan penting untuk diterima serta diakui dalam lingkungannya. Kebutuhan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan aspek psikologis, tetapi juga menjadi cara untuk mengurangi ketidakpastian dalam mengambil keputusan maupun membentuk sikap. Dalam konteks media sosial, validasi sosial terwujud melalui indikator kuantitatif seperti jumlah *likes*, komentar, dan *share*.

Berdasarkan konsep *social proof* (bukti sosial) dalam kajian psikologi sosial, menjelaskan kecenderungan individu untuk mencari validasi dari individu lain sebagai upaya memvalidasi keyakinan, sikap, maupun perilaku yang mereka miliki. Konsep ini pertama kali diperkenalkan secara luas oleh Robert Cialdini melalui karyanya yang berjudul *Influence: The Psychology of Persuasion* (1984), meskipun dasar konseptualnya bersumber dari teori pengaruh sosial yang lebih komprehensif, seperti kajian Leon Festinger mengenai perbandingan sosial (*social comparison theory*) pada tahun 1954. Dalam ruang digital, tingginya respons terhadap suatu konten dapat membentuk persepsi bahwa konten tersebut relevan dan penting untuk diperhatikan.

Dalam konteks media sosial, validasi memiliki peran yang lebih kompleks dan intens, khususnya pada platform berbasis visual seperti Instagram. Menurut Situmorang & Hayati (2023) validasi sosial di media sosial tercermin melalui berbagai bentuk interaksi digital antara lain:

- a. Likes (Suka): Menunjukkan bentuk apresiasi cepat dan sederhana, yang menandakan bahwa unggahan mendapat respon positif dari pengguna lain.
- b. Komentar: Memberikan makna interaksi yang lebih mendalam karena pengguna dapat menyampaikan opini atau tanggapan langsung terhadap konten yang dibagikan.
- c. Shares (Berbagi): Menunjukkan bahwa suatu konten dianggap bernilai dan penting, sehingga layak untuk disebar ke jaringan lain.

- d. Followers dan Mention: Followers serta penyebutan dalam unggahan atau komentar menjadi indikator validasi, karena memperlihatkan tingkat pengaruh dan keterlibatan seseorang di komunitas Instagram.
- e. Direct Messages dan Emoji Reaction: Melalui pesan langsung maupun reaksi instan seperti emoji, dukungan personal serta validasi terhadap individu semakin ditegaskan.

Dalam hal ini validasi sosial menjelaskan bahwa mahasiswa sebagai pengguna Instagram cenderung mengonsumsi berita politik yang memperoleh validasi sosial, seperti berita yang mendapat banyak likes, komentar, atau dibagikan oleh lingkaran sosial mereka. Validasi sosial di Instagram berfungsi sebagai mekanisme sosial yang memperkuat motivasi mahasiswa untuk mengakses berita politik, karena mereka mencari konfirmasi terhadap opini atau informasi yang dianggap sah oleh mereka. Dengan demikian, validasi di Instagram tidak hanya menjadi indikator popularitas konten, tetapi juga sebagai motivator perilaku konsumsi berita politik yang mempengaruhi tingkat keterlibatan dan kesadaran politik mahasiswa dalam ruang digital.

Hal ini merupakan proses dimana individu mencari validasi dan penerimaan dari orang lain dalam interaksi sosialnya. Dalam konteks media sosial seperti Instagram, validasi sosial diwujudkan melalui mekanisme likes, komentar, dan berbagi yang berfungsi sebagai indikator penerimaan dan validasi sosial pengguna (Situmorang & Hayati, 2023). Instagram menjadi platform media sosial berbasis visual yang memungkinkan pengguna membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan konten multimedia seperti foto, video pendek (Reels), Stories, dan IGTV. Platform ini berfungsi sebagai jaringan sosial virtual yang bertujuan untuk membangun komunitas, identitas diri, dan pertukaran informasi secara real-time.

Bagi mahasiswa, validasi sosial ini menjadi semacam penghargaan simbolis yang bisa meningkatkan kepercayaan diri mereka, memperkuat identitas sosial, dan mendorong mereka untuk lebih aktif terlibat dalam diskusi serta penyebaran konten politik di Instagram. Validasi sosial di Instagram juga sebagai proses psikologis dan interaksi sosial di mana pengguna platform mencari validasi, persetujuan, atau validasi nilai diri orang lain melalui interaksi digital seperti like, komentar, share, atau follower. Menurut pakar media sosial terkemuka Schultz (2006), validasi sosial di platform seperti Instagram adalah bentuk "*audience imagined*" di mana pengguna membangun identitas diri dengan membayangkan dan mencari respons dari audiens virtual. Ini dapat menyebabkan ketergantungan emosional pada metrik sosial seperti jumlah like.

Dari perspektif sosiologis, bentuk validasi sosial dalam konteks politik digital di kalangan mahasiswa dapat dipahami sebagai kombinasi antara validasi sosial dan modal simbolik (Lamaison, 1986). Dalam konsep ini, aktivitas politik tidak semata-mata berorientasi pada transformasi struktural, namun juga ditujukan untuk memperoleh legitimasi simbolik dalam arena publik digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa partisipasi mahasiswa dalam diskursus politik tidak sepenuhnya

didorong oleh motivasi ideologis atau kesadaran kolektif terhadap stratifikasi sosial, melainkan dilatarbelakangi oleh urgensi untuk mendapatkan rekognisi sebagai individu yang memiliki kepedulian dan sikap kritis terhadap persoalan sosial-politik. Proses validasi tersebut difasilitasi oleh sistem algoritma media sosial yang memberikan prioritas visibilitas pada konten dengan tingkat engagement tinggi, mencakup apresiasi, repost, dan respons. Konsekuensinya, praktik politik digital mengambil karakter performatif yang sejalan dengan interaksionisme simbolik (Goffman, 1959), dimana identitas politik dikonstruksi melalui presentasi diri yang terkalkulasi dalam ruang virtual.

Berdasarkan analisis tersebut, validasi sosial dalam konteks ini tidak dapat sepenuhnya diklasifikasikan sebagai gerakan sosial (*social movement*) mengingat karakteristiknya yang cenderung lebih ekspresif ketimbang transformatif, serta tidak pula dapat dikategorikan secara murni sebagai pelabelan sosial (*social labelling*) karena tidak menjustifikasi terhadap individu atau kelompok. Fenomena ini lebih tepat dipahami sebagai manifestasi dari "Isyarat Sosial" (*Social Cue*), yakni mekanisme konstruksi makna dan legitimasi sosial yang terfasilitasi melalui validasi simbolik yang termediasi oleh fitur-fitur di Instagram. Fenomena ini mengindikasikan transformasi habitus politik digital mahasiswa dari fondasi ideologis menuju basis simbolik, dimana nilai dan signifikansi tindakan politik diukur melalui parameter visibilitas konten serta tingkat resonansi sosial yang tercipta dalam ruang virtual.

Dalam konteks media sosial, validasi sosial di Instagram berperan sebagai bentuk modal simbolik yang diakumulasi mahasiswa dalam arena digital. Habitus digital mereka mendorong konsumsi berita politik sebagai strategi untuk memperoleh dan mempertahankan posisi simbolik dalam komunitas sosial mereka. Sedangkan praktik politik mahasiswa tidak sepenuhnya digerakkan oleh kesadaran ideologis atau sistem orientasi nilai semata, melainkan juga dipengaruhi secara signifikan oleh orientasi terhadap validasi sosial (*social validation*). Bentuk validasi ini termanifestasi melalui mekanisme digital berupa indikator apresiasi seperti tanda suka, repost konten, retweet, serta berbagai metrik keterlibatan lainnya yang berfungsi sebagai representasi modal simbolik dalam kerangka pemikiran (Bourdieu, 1986).

Dalam penelitian ini, validasi sosial didefinisikan secara operasional sebagai tingkat persepsi mahasiswa terhadap pengaruh indikator interaksi digital di Instagram terutama likes, komentar, share, mention, dan *Direct Message* (DM) & *Emoji Reaction* dalam aktivitas konsumsi berita politik nasional. Validasi sosial tidak dimaknai sebagai pencarian identitas diri atau performativitas politik, melainkan sebagai mekanisme respons sosial digital yang menyertai distribusi dan perhatian terhadap konten berita politik.

1.2.3 Konsumsi Berita Politik Nasional

Konsumsi berita politik merupakan proses ketika individu mengakses, menafsirkan, serta memanfaatkan informasi politik yang disampaikan media massa untuk membentuk pemahaman dan sikap politik (McQuail, 2010). Konsumsi berita merujuk pada kebiasaan individu dalam memilih, mengakses, dan menafsirkan

informasi berita melalui berbagai saluran media, baik cetak, elektronik, maupun daring. Pada era digital, pola konsumsi mencakup seleksi aktif sumber berita yang dianggap kredibel, penyaringan informasi berdasarkan kepentingan sosial dan psikologis, serta berbagai temuan berita ke jejaring pertemanan (Kim, 2021).

Konsumsi berita politik nasional dapat dimaknai sebagai aktivitas ketika individu secara sadar dan aktif mencari serta memanfaatkan informasi terkait isu-isu politik nasional yang pada akhirnya berperan dalam membentuk sikap serta mendorong partisipasi politik. Bentuk konsumsi ini bisa beragam, misalnya membaca surat kabar, menonton tayangan berita, hingga mengikuti perkembangan isu politik nasional melalui platform media sosial.

Selanjutnya, mahasiswa juga terlibat dalam aktivitas konsumsi berita politik nasional. Aktivitas ini meliputi keterbiasaan mengakses akun berita politik, membaca atau menonton konten politik, berpartisipasi dalam diskusi digital, serta menilai isu-isu politik nasional melalui Instagram. Dalam perspektif habitus, tindakan tersebut bukan hanya sekedar kebutuhan informasi saja, tetapi juga bentuk praktik sosial yang memberi makna simbolik dan memperkuat identitas diri sebagai warga digital yang kritis dan sadar politik. Lewat fitur-fitur seperti feeds, stories, dan reels, mahasiswa bisa mengakses berbagai sumber berita, opini, dan sudut pandang politik dengan cara yang cepat dan interaktif. Adanya interaksi sosial melalui fitur likes, komentar, dan share dapat meningkatkan dorongan mahasiswa untuk terus mengikuti sekaligus berpartisipasi dalam diskusi politik di media sosial (Lee, 2012). Ini melibatkan seleksi berdasarkan relevansi sosial, verifikasi, dan berbagi, yang dipengaruhi oleh validasi sosial (misalnya, berita dengan banyak likes lebih dikonsumsi).

Dalam penelitian ini variabel konsumsi berita politik nasional diukur berdasarkan perilaku, frekuensi, intensitas, dan partisipasi mahasiswa dalam mengakses serta berinteraksi dengan konten politik nasional di Instagram. Selain itu, pendekatan ini diperkuat oleh melalui teori habitus digital, bahwa konsumsi berita di media sosial juga dipengaruhi oleh faktor sosial seperti validasi sosial dan praktik interaksi simbolik di ruang digital.

1.2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Nama (Tahun)	Judul Jurnal	Metode	Hasil Penelitian
1	Fransiskus Marbun et al., n.d. (2024)	Peran Media Sosial Dalam Membentuk Opini Politik Mahasiswa Universitas Negeri Medan Dalam Pemilihan Umum Presiden 2024. <i>Jurnal Ilmiah Komunikasi Nusantara.</i>	Kualitatif (Deskriptif)	Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa platform media sosial, salah satunya Instagram, memiliki peran yang sangat penting dalam proses pembentukan pandangan politik mahasiswa menjelang Pemilihan Umum Presiden 2024. Sebagian besar mahasiswa (97%) adalah pengguna yang aktif di media sosial dan sekitar 80% dari mereka secara rutin mengikuti perkembangan berita politik lewat berbagai platform seperti TikTok, Instagram, dan Twitter.
2	(Gil de Zúñiga, 2012)	<i>Social Media Use for News and Individuals Social Capital, Civic Engagement and Political Participation</i>	Kuantitatif (Survei)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial sebagai sumber berita memiliki keterkaitan yang signifikan dengan peningkatan modal sosial dan keterlibatan individu. Di dalam penelitian ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana memperoleh informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi

				<p>sosial yang memungkinkan pengguna menerima pengakuan, dukungan, dan respons dari lingkungan digitalnya.</p>
3	Situmorang & Hayati (2023)	Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi dan Representasi Diri	Kualitatif (Deskriptif)	<p>Instagram memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap validasi sosial penggunanya. Platform ini menjadi salah satu sumber utama dimana pengguna mendapatkan validasi dari orang lain lewat berbagai bentuk interaksi seperti likes, komentar, dan share, yang kemudian memberikan semacam "apresiasi secara langsung" dan memperkuat persepsi individu.</p>
4	Radifa (2023)	<i>Students' Perceptions of the Use of Instagram Social Media as a Means of Political Education for Generation Z. Proceedings of Atlantis Press, 1-10.</i>	Kualitatif (Fenomenologi)	<p>Penelitian ini mengungkapkan bahwa fitur interaktif yang ada di Instagram dapat meningkatkan partisipasi politik mahasiswa dan membentuk kesadaran politik yang lebih tajam. Meski demikian, ada beberapa kendala yang muncul seperti adanya kecenderungan bias dari sistem algoritma platform dan penyebaran informasi yang tidak sepenuhnya</p>

				akurat, dimana hal-hal ini turut mempengaruhi bagaimana pengguna memandang dan memahami isu-isu politik.
5	Nabila et al. (2025)	Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Literasi Politik Gen Z pada Pilkada 2024 Kabupaten Garut	Kuantitatif (Deskriptif)	Hasil temuan para responden menilai bahwa fitur-fitur Instagram seperti feed, story, reels, dan sharing memudahkan mereka dalam memahami isu politik karena disajikan secara visual, singkat dan menghibur. Sehingga Instagram berperan penting dalam memperkuat literasi politik digital generasi muda.
6	Rizma Riendani et al., n.d. (2025)	Pengaruh Algoritma Media Sosial terhadap Selektivitas Konsumsi Berita Politik pada Generasi Z di Indonesia	Kuantitatif (Survei)	Temuan penelitian mengindikasikan bahwa algoritma media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap selektivitas konsumsi berita politik pada Generasi Z. Algoritma tersebut memiliki kecenderungan untuk menampilkan konten berita yang selaras dengan preferensi dan orientasi politik pengguna, sehingga mengkonfirmasi pandangan mereka sendiri.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu di atas dapat dipahami bahwa terdapat beberapa perbedaan-perbedaan yang menjadi kebaruan dari penelitian ini. Beberapa kebaruan dari celah penelitian sebelumnya untuk penelitian ini di antaranya:

1. Penggabungan antara konsep validasi sosial dan konsumsi berita politik nasional yang biasanya dikaji secara terpisah dalam penelitian terdahulu. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan mengaitkan secara langsung bagaimana hubungan validasi sosial seperti likes, komentar, share dan mekanisme interaksi lainnya yang terjadi di Instagram terhadap perilaku konsumsi berita politik dalam konteks nasional di kalangan mahasiswa.
2. Fokus penelitian pada konteks yang spesifik dan terbaru, yakni mahasiswa FISIP Universitas Hasanuddin khususnya angkatan 2022. Kelompok ini dipilih karena aktif menggunakan Instagram dan tengah mengalami perkembangan kesadaran politik digital, kondisi ini masih jarang diteliti terutama di wilayah Indonesia bagian timur.
3. Menggunakan pendekatan kuantitatif yang lebih mikro dan empiris dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang cenderung bersifat deskriptif tanpa melihat korelasinya. Pendekatan ini bertujuan mengukur secara nyata hubungan validasi sosial dan konsumsi berita politik pada populasi yang homogen.
4. Penggunaan Teori Habitus Bourdieu sebagai pendekatan sosiologis. Untuk menjelaskan lebih dalam bentuk hubungan antara validasi sosial Instagram dengan konsumsi berita politik nasional mahasiswa FISIP Unhas Angkatan 2022.
5. Relevansi dengan fenomena zaman sekarang, seperti era post-truth dan politik algoritmik, dimana interaksi digital seperti likes, komentar, dan lainnya tidak sekedar menjadi bentuk validasi sosial, tetapi juga berpotensi memperkuat pola konsumsi berita politik yang selektif dan bias. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam memahami peran media sosial sebagai arena pembentukan praktik politik digital mahasiswa.

Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang umumnya hanya berfokus pada satu dimensi tertentu (misalnya hanya membahas media sosial atau konsumsi berita politik secara umum), penelitian ini mencoba memperluas cakupan dengan mengkaji media sosial yang fokus Instagram dan bagaimana interaksi antara validasi sosial yang didapat melalui fitur (seperti likes, komentar, share, dan lainnya) dengan cara individu merepresentasikan dirinya dapat mempengaruhi partisipasi mereka dalam konteks politik nasional. Ini relevan di masa sekarang karena penggunaan Instagram mengalami peningkatan signifikan di kalangan Gen Z dan milenial di Indonesia.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat validasi sosial di Instagram yang dirasakan mahasiswa FISIP Unhas angkatan 2022 dalam aktivitas konsumsi berita politik nasional?
2. Bagaimana hubungan antara validasi sosial Instagram dengan konsumsi berita politik nasional pada mahasiswa FISIP Unhas Angkatan 2022?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

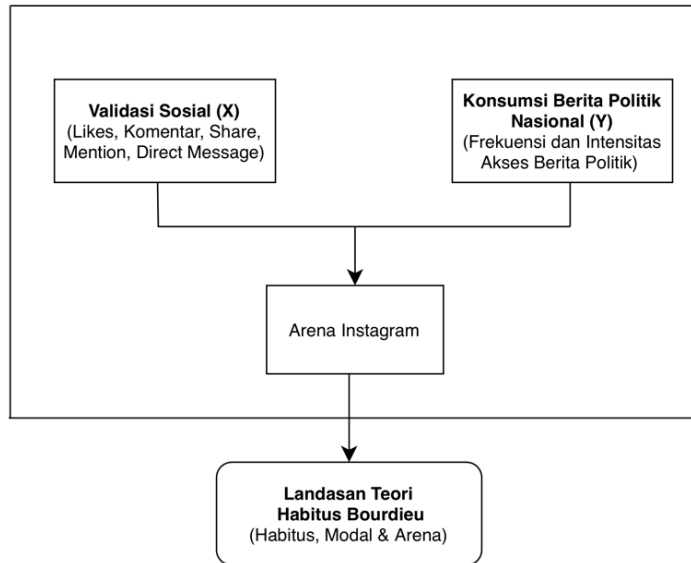
1. Mengetahui tingkat validasi sosial di Instagram yang dirasakan mahasiswa FISIP Unhas angkatan 2022 dalam aktivitas konsumsi berita politik nasional
2. Menganalisis hubungan antara validasi sosial Instagram dengan konsumsi berita politik nasional mahasiswa FISIP Unhas Angkatan 2022.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan sosial, khususnya dalam memperkaya kajian sosiologi digital dengan data empiris tentang interaksi sosial.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dalam merancang penelitian lanjutan yang lebih mendalam mengenai politik digital di generasi muda.
2. Manfaat Praktik
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu mendukung kebijakan mitigasi dampak validasi sosial berlebihan, seperti kampanye kesadaran di Universitas, untuk mencegah gejolak sosial dan mempromosikan partisipasi politik sehat di era digital.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong mahasiswa untuk membangun sikap kritis dalam menanggapi informasi politik nasional di media sosial.

1.6 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah rangkaian pemikiran yang menggambarkan hubungan antar konsep-konsep yang relevan untuk memberikan pemahaman dan mengarahkan asumsi terkait variabel yang akan diteliti. Kerangka konseptual penelitian ini menggambarkan hubungan antara validasi sosial di Instagram sebagai variabel independen (X) dengan konsumsi berita politik nasional sebagai variabel dependen (Y).



Gambar 1. 4 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini dibangun untuk menjawab dua rumusan masalah utama yang menjadi fokus penelitian. Rumusan masalah pertama untuk memahami bagaimana tingkat validasi sosial di Instagram yang dirasakan mahasiswa FISIP Unhas angkatan 2022 dalam aktivitas konsumsi berita politik nasional. Untuk menjawab rumusan masalah ini, penelitian menggunakan beberapa indikator dari konsep validasi sosial. Sedangkan rumusan masalah kedua diarahkan untuk menguji hubungan antara validasi sosial Instagram dengan konsumsi berita politik nasional mahasiswa FISIP Unhas angkatan 2022. Dalam hal ini, validasi sosial Instagram (X) diasumsikan memiliki hubungan dengan konsumsi berita politik nasional (Y) pada mahasiswa FISIP Unhas angkatan 2022. Untuk memahami hubungan ini lebih mendalam, penelitian ini merujuk pada pemikiran habitus oleh Pierre Bourdieu sebagai landasan teori penelitian ini.

Teori habitus Bourdieu menunjukkan bahwa perilaku mahasiswa dalam menggunakan media sosial (khususnya Instagram) dipengaruhi oleh habitus yakni sistem kebiasaan, cara berpikir, dan kecenderungan tindakan yang terbentuk dari pengalaman sosial di dunia digital. Habitus ini membentuk cara mahasiswa menilai pentingnya validasi sosial dan menentukan bagaimana mereka berinteraksi di media sosial. Perilaku mahasiswa dalam menggunakan media sosial dipahami sebagai hasil interaksi antara habitus, modal, dan arena. Sedangkan, Arena Instagram berfungsi sebagai arena dalam konsep Bourdieu, yaitu ruang sosial tempat individu bersaing dan berinteraksi untuk memperoleh modal sosial dan modal simbolik. Di arena ini, mahasiswa menampilkan diri, mencari validasi sosial dan melalui interaksi simbolik. Dari arena Instagram tersebut muncul praktik berupa validasi sosial. Validasi sosial dalam penelitian ini dioperasionalkan melalui indikator likes,

komentar, mention, share dan interaksi digital lainnya. Indikator tersebut merepresentasikan bentuk respons sosial yang terlihat secara kuantitatif dalam ruang digital.

Variabel konsumsi berita politik nasional menunjukkan sejauh mana mahasiswa terpapar dan berinteraksi dengan konten politik dengan indikator tertentu. Ini merupakan bentuk aktualisasi habitus politik digital mahasiswa yang muncul dari interaksi dengan algoritma, konten, dan jejaring sosial. Mahasiswa yang memiliki orientasi kuat terhadap validasi sosial cenderung mengkonsumsi berita politik nasional di Instagram sebagai bagian dari strategi mempertahankan citra diri, menampilkan kepedulian politik, atau memperoleh validasi sosial. Artinya, perilaku mengkonsumsi berita politik tidak hanya dimotivasi oleh kebutuhan informasi, tetapi juga oleh habitus digital yang berorientasi pada validasi sosial. Dalam perspektif habitus, tindakan tersebut bukan hanya kebutuhan informasional, tetapi juga bentuk praktik sosial yang memberi makna simbolik dan memperkuat identitas diri sebagai warga digital yang kritis dan sadar politik.

1.7 Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah dugaan atau pernyataan sementara yang dibuat untuk menyelesaikan permasalahan dalam penelitian. Karena hipotesis merupakan pernyataan sementara yang masih lemah kebenarannya, maka perlu diuji kebenarannya secara empiris. Ini menjadi dasar untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Mengacu pada masalah penelitian yang diangkat, dapat dirumuskan hipotesis penelitian, yaitu sebagai berikut.

H_0 = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara validasi sosial Instagram dengan konsumsi berita politik nasional mahasiswa FISIP Unhas Angkatan 2022

H_1 = Terdapat hubungan yang signifikan antara validasi sosial Instagram dengan konsumsi berita politik nasional mahasiswa FISIP Unhas Angkatan 2022

1.8 Definisi Operasional

Menurut Hayatun (2023) definisi operasional adalah suatu karakteristik atau atribut dari individu atau organisasi yang dapat diukur atau diobservasi yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dijadikan pelajaran dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi operasional dalam penelitian ini disusun untuk memberikan batasan pengertian terhadap setiap variabel yang diteliti, yaitu Validasi Sosial Instagram (X) dengan Konsumsi Berita Politik Nasional (Y). Kedua variabel ini diukur pada mahasiswa FISIP Unhas Angkatan 2022 sebagai sampel yang aktif menggunakan Instagram sebagai media interaksi dan sumber informasi politik nasional. Dalam perkiraan yang dibuat terhadap hubungan antar variabel dirumuskan sebagai berikut.

1. Validasi Sosial Instagram

Validasi sosial merupakan bentuk validasi simbolik dan sosial yang diperoleh individu dari lingkungan digitalnya melalui interaksi media sosial (Bourdieu, 1986). Variabel validasi sosial Instagram dalam penelitian ini diartikan sebagai tingkat validasi dan penghargaan sosial yang dirasakan mahasiswa dalam mengkonsumsi maupun membagikan berita politik nasional melalui Instagram. Variabel ini dioperasionalkan melalui enam dimensi pengukuran, yaitu likes, komentar, share, followers dan mention, direct message dan emoji reaction, serta dorongan mengikuti tren Politik. Pengukuran dilakukan menggunakan instrumen pernyataan berskala Likert yang dirancang untuk mengidentifikasi intensitas dan pola respons sosial yang dialami oleh mahasiswa FISIP Unhas angkatan 2022 dalam konteks konsumsi berita politik nasional di platform tersebut.

2. Konsumsi Berita Politik Nasional

Konsumsi berita politik nasional merupakan bentuk praktik sosial di mana individu mencari, mengakses, memahami, dan berinteraksi dengan informasi politik nasional sebagai bagian dari pembentukan kesadaran dan partisipasi politiknya (Kim, 2021; McQuail, 2010). Aktivitas ini meliputi keterlibatan mahasiswa terhadap isu-isu politik nasional dalam Instagram, seperti ilustrasi nyata yang terjadi tahun lalu terkait reformasi tuntutan DPR yang sedang ramai dibicarakan di media sosial sehingga menimbulkan perubahan. Variabel ini secara operasional diartikan sebagai tingkat keterlibatan mahasiswa FISIP Unhas Angkatan 2022 dalam mengakses, mengikuti, memahami, dan berpartisipasi terhadap berita politik nasional di Instagram. Aspek yang diukur meliputi frekuensi aktivitas, durasi & intensitas, sumber berita politik nasional, keterlibatan digital, serta tingkat kepercayaan & pemahaman, dan bentuk interaksi mahasiswa terhadap unggahan berita politik nasional di Instagram.

1.9 Matriks Pengembangan Indikator

Matriks pengembangan indikator dalam penelitian ini akan memperjelas pengukuran variabel-variabel. Matriks ini terdiri atas pernyataan-pernyataan positif dan negatif untuk setiap indikatornya, agar terdapat keseimbangan nilai akhir pada setiap indikator. Adapun variabel independen dari penelitian ini “Validasi Sosial Instagram” dan variabel dependen dari penelitian ini “Konsumsi Berita Politik Nasional Mahasiswa FISIP Unhas Angkatan 2022”.

Tabel 1. 2 Matriks Pengembangan Indikator

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Validasi Sosial Instagram	Likes	1. Perasaan senang dan percaya diri unggahan mendapat banyak likes	Skala Likert (1-5)
		2. Ketidakpedulian terhadap jumlah likes di unggahan politik nasional	
	Comment	1. Pengaruh komentar	
		2. Kebanggaan unggahan ramai komentar	
		3. Ketertarikan membaca komentar	
	Share	1. Perasaan senang saat unggahan dibagikan	
		2. Motivasi berbagi isu politik nasional	
	3. Keengganan membagikan unggahan politik nasional		
Followers & Mention	1. Keaktifan karena followers		
	2. Perasaan dihargai saat di-mention		
	3. Ketidakpengaruhannya followers		
Direct Message & Emoji Reaction	1. Respons emosional		
	2. Diskusi personal via DM		
	3. Ketidakpedulian terhadap respons pengguna lain		
Dorongan Tren Politik	1. Takut ketinggalan tren		
	2. Dorongan memperbarui unggahan politik nasional		
	3. Ketidakpedulian terhadap tren politik nasional		
Konsumsi Berita	Frekuensi Akses Berita Politik Nasional	1. Intensitas mengakses berita politik nasional di Instagram	
		2. Ketergantungan Instagram sebagai sumber berita politik	

Politik Nasional	Durasi & Konsistensi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lama waktu mengonsumsi berita politik nasional 2. Konsistensi mengikuti isu politik nasional di Instagram 	Skala Likert (1-5)
	Sumber Berita Politik Nasional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Preferensi terhadap akun berita politik nasional 2. Preferensi terhadap akun tokoh publik, influencer, dan media alternatif 	
	Keterlibatan Digital	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partisipasi dalam diskusi, kampanye politik digital, dan gerakan sosial politik di Instagram 2. Tingkat keaktifan berinteraksi dengan pengguna lain 	
	Kepercayaan & Pemahaman	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan menilai kredibilitas berita politik nasional 2. Tingkat pemahaman terhadap isi berita politik nasional 	
	Bentuk Interaksi Digital	<ol style="list-style-type: none"> 1. Respons simbolik, diskursif, dan berbagi unggahan politik nasional 2. Ketertarikan pada interaksi berbasis popularitas unggahan politik nasional 	

BAB II METODE PENELITIAN

2.1 Pendekatan, Tipe dan Strategi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Bungin (2018) penelitian kuantitatif adalah penelitian tentang masalah sosial yang berlandaskan pada pengujian teori melalui variabel-variabel yang dapat diukur dengan angka dan dianalisis menggunakan prosedur statistik tertentu. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksplanatif. Penelitian ini tidak hanya menggambarkan fenomena (seperti penilaian deskriptif), tetapi juga berusaha menguji apakah suatu variabel memiliki hubungan atau pengaruh terhadap variabel lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara validasi sosial Instagram dengan konsumsi berita politik nasional pada mahasiswa FISIP Unhas angkatan 2022. Penelitian kuantitatif ini dilakukan dengan mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian dalam bentuk kuesioner kemudian dianalisis menggunakan software SPSS. Strategi dalam penelitian ini menggunakan metode survei dimana data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden (Bungin, 2018). Kuesioner pada penelitian ini akan memanfaatkan fitur *G-Form* untuk mempermudah penyebaran kuesioner dengan efektif dan efisien kepada responden yang terpilih.

2.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada salah satu perguruan tinggi yang berada di kota Makassar yaitu Universitas Hasanuddin (Unhas) tepatnya di lingkup Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan dari observasi awal yang dilakukan peneliti di media sosial khususnya Instagram, dimana peneliti melihat mahasiswa FISIP Unhas aktif dalam mengkonsumsi berita politik nasional di Instagram seperti memberikan like, komentar, share, dll. Hal ini dibuktikan dengan keterlibatan aktif mahasiswa FISIP Unhas dalam berbagai isu politik, salah satunya ikut menyebarkan postingan politik Indonesia yang ramai dibahas.

2. Waktu Penelitian

Tabel 2. 1 Tahap dan Jadwal Penelitian

Kegiatan	Agu	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
Observasi Penelitian								
Penyusunan Proposal								
Seminar Proposal								
Pengurusan Izin Penelitian								

Pengumpulan Data								
Pengolahan Data								
Pengerjaan Hasil Penelitian								
Bimbingan Laporan Penelitian								
Seminar Hasil Penelitian								

2.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian yang memenuhi kriteria tertentu yang berkaitan dengan permasalahan dan ruang lingkup penelitian. Populasi juga dapat diartikan sebagai keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang diteliti (Sugiyono, 2021). Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh mahasiswa jenjang S1 yang terdaftar di Universitas Hasanuddin (Unhas) terutama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Angkatan 2022 dari beberapa program studi dipilih dengan pertimbangan dari segi usia dan pengalaman digital dengan pola pikir yang matang, selain itu karena mereka aktif melakukan interaksi di media sosial Instagram sehingga menjadi terbiasa dengan berbagai bentuk validasi sosial, seperti pemberian *likes*, komentar, *share*, dan lainnya.

Sehingga mahasiswa FISIP Unhas Angkatan 2022 secara praktis memahami bagaimana mekanisme dan implikasi dari validasi sosial yang terjadi di media sosial, serta cenderung lebih terpapar dan tertarik pada isu politik nasional, termasuk yang disebarakan melalui Instagram. Oleh karena itu, tingkat pemahaman populasi terhadap fenomena validasi sosial dapat dikategorikan cukup baik, sehingga layak dijadikan responden dalam penelitian ini, mengingat mereka secara langsung terlibat dalam ruang digital tersebut. Berikut adalah jumlah dari populasi penelitian tersebut:

Tabel 2. 2 Distribusi Jumlah Populasi

No	Program Studi	Jumlah
1	Ilmu Administrasi Publik	100
2	Ilmu Komunikasi	112
3	Sosiologi	58
4	Ilmu Politik	68
5	Ilmu Pemerintahan	81
6	Hubungan Internasional	110
7	Antropologi	49

Total	578
--------------	------------

Sumber: Data Sekunder FISIP Unhas (2026)

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dijadikan sebagai objek penelitian dan bersifat representatif. Sampel dapat diartikan sebagai anggota populasi yang dapat dipilih dengan menggunakan teknik tertentu sehingga sampel tersebut dapat mewakili populasi (Arikunto, 2010). Mahasiswa FISIP Unhas Angkatan 2022 dari berbagai program studi sebagai sampel karena paham fenomena di media sosial terkhusus terkait validasi sosial, dan relevan terhadap isu politik nasional. Karakteristik tersebut menjadikan kelompok ini sebagai sampel penelitian yang tepat untuk menganalisis korelasi antara fenomena validasi sosial di Instagram dengan konsumsi berita politik nasional.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *proportional random sampling*, yaitu pengambilan sampel diambil secara proporsional berdasarkan ukuran populasi masing-masing sub-kelompok (Syofian, 2013). Hal ini berarti, semakin besar jumlah anggota dalam suatu kelompok, maka semakin besar pula jumlah sampel yang diambil dari kelompok tersebut.

Untuk menentukan banyaknya sampel untuk FISIP Unhas angkatan 2022, maka dibantu penentuan sampel menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut.

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

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e^2 : Margin error (tingkat kesalahan data)

Berdasarkan rumus slovin di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel dalam penelitian ini dengan *margin of error 10%* sebagai berikut.

$$\begin{aligned} n &= \frac{dy}{1 + 578 (0,1)^2} \\ n &= \frac{578}{1 + 578 (0,1)} \\ n &= \frac{578}{1 + 5,78} \\ n &= \frac{578}{6,78} \\ n &= 85,25 \approx 85 \end{aligned}$$

Setelah penentuan sampel populasi mahasiswa FISIP Unhas Angkatan 2022, selanjutnya adalah penentuan sampel mahasiswa untuk masing-masing

program studi dilakukan secara acak *proportional random sampling* dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$ni = \frac{Ni}{N} \times n$$

Keterangan:

ni : Jumlah sampel menurut sub kelompok

Ni : Jumlah populasi menurut keseluruhan

N : Jumlah populasi keseluruhan

n : Jumlah sampel keseluruhan

Tabel 2. 3 Distribusi Jumlah Sampel

No	Program Studi	Jumlah Mahasiswa Angkatan 2022	Jumlah Sampel
1	Ilmu Administrasi Publik	100	$ni = \frac{100}{578} \times 85 = 15$
2	Ilmu Komunikasi	112	$ni = \frac{112}{578} \times 85 = 16$
3	Sosiologi	58	$ni = \frac{58}{578} \times 85 = 9$
4	Ilmu Politik	68	$ni = \frac{68}{578} \times 85 = 10$
5	Ilmu Pemerintahan	81	$ni = \frac{81}{578} \times 85 = 12$
6	Hubungan Internasional	110	$ni = \frac{110}{578} \times 85 = 16$
7	Antropologi	49	$ni = \frac{49}{578} \times 85 = 7$
Total		578	85

Sumber: Olah Data Primer (2026)

Setelah menghitung besaran sampel untuk masing-masing program studi berdasarkan alokasi proporsional, selanjutnya pemilihan responden menggunakan teknik *purposive sampling*. Purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas dimana peneliti menentukan sampel secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Teknik ini dipilih karena tidak semua mahasiswa FISIP Unhas Angkatan 2022 memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian. Oleh karena itu, sampel dipilih secara sengaja dari kelompok mahasiswa yang memenuhi kriteria tertentu agar data yang diperoleh relevan dan mendalam terhadap variabel penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini: (1) Mahasiswa aktif jenjang S1/Reguler FISIP UNHAS Angkatan 2022 (2) Memiliki akun Instagram aktif (3) Memiliki pemahaman

dasar mengenai isu-isu politik nasional (4) Pernah melakukan interaksi (like, komentar, share, dan lainnya) terhadap konten berita politik nasional (5) Bersedia menjadi responden penelitian.

Meskipun penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, tetapi teknik *purposive sampling* ini tetap sesuai karena sulitnya menjangkau responden secara langsung, khususnya dalam situasi dimana populasi mahasiswa tersebar di berbagai program studi. Sehingga, memberikan peluang bagi peneliti untuk memperoleh data yang berkualitas dari individu-individu yang memiliki pemahaman mendalam terhadap konteks permasalahan yang dikaji.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian dan merupakan bagian penting dalam menghasilkan informasi. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan meliputi:

1. Kuesioner
Menurut Handayani (2020) kuesioner adalah teknik untuk mengumpulkan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.
2. Dokumentasi
Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data dan informasi dalam bentuk dokumen, seperti buku, gambar, atau data angka yang berkaitan dengan penelitian.

Selanjutnya, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a) Data Primer
Data primer adalah sumber informasi utama yang dikumpulkan secara langsung dari proses penelitian. Data ini diperoleh dari sumber asli, yaitu melalui hasil observasi dan penyebaran kuesioner ke responden yang terkait dengan variabel penelitian (Munthe, 2022).
- b) Data Sekunder
Data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara, melainkan dari sumber yang ada telah ada sebelumnya. Contoh data yang digunakan dalam penelitian ini seperti buku, jurnal akademis, artikel, data yang diperoleh melalui web serta data yang diperoleh dari pihak fakultas.

2.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses pengolahan, penyajian, dan interpretasi data yang diperoleh dari lapangan. Tujuan dari analisis data adalah agar data yang disajikan memiliki makna sehingga pembaca dapat memahami dan mengetahui hasil

penelitian dengan jelas (Bungin, 2018). Dalam penelitian ini, menggunakan beberapa teknik analisis data sebagai berikut.

1. Editing data, adalah proses pengecekan atau memeriksa data yang telah berhasil dikumpulkan dari lapangan. Ini bertujuan untuk mengoreksi kesalahan-kesalahan dan kekurangan data yang terdapat pada catatan lapangan.
2. Pengkodean data (*Coding*), adalah kegiatan pemberian kode tertentu pada setiap data yang termasuk kategori yang sama, sehingga memudahkan penginputan dan pengolahan data menggunakan program statistik.
3. Pembersihan data (*Cleaning*), adalah tahap dimana data yang sudah diberi kode akan diperiksa ulang untuk menemukan dan menghilangkan data yang terduplikasi atau tidak konsisten.
4. Penganalisaan data (*Analyzing*) :

- a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik diperlukan sebagai syarat untuk melakukan analisis korelasi. Hal ini menjadi langkah awal yang penting sebelum melakukan analisis. Adapun dua jenis uji asumsi klasik yang umum dilakukan adalah uji normalitas dan uji linearitas.

- 1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menilai apakah data dalam kelompok atau variabel tertentu terdistribusi secara normal atau tidak. Hal ini dilakukan agar peneliti mengetahui metode analisis seperti apa yang akan digunakan selanjutnya. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov* karena sampel > 50 , dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut.

- a) Jika nilai sig. $< 0,05$ maka data tersebut terdistribusi normal
- b) Jika nilai sig. $> 0,05$ maka data tersebut tidak terdistribusi normal

- 2) Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk menilai apakah terdapat hubungan yang bersifat linier antara variabel independen dan dependen. Hubungan linier di sini adalah hubungan yang membentuk garis lurus. Uji ini adalah salah satu prasyarat yang harus dilakukan sebelum melanjutkan analisis korelasi. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah sebagai berikut.

- a) Jika nilai Deviation from Linearity $> 0,05$ maka asumsi linearitas terpenuhi
- b) Jika nilai Deviation from Linearity $< 0,05$ maka asumsi linearitas tidak terpenuhi

- b. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik responden, serta mengidentifikasi pola kecenderungan jawaban terhadap setiap variabel penelitian berdasarkan instrumen kuesioner yang digunakan (Sugiyono, 2019). Dalam konteks penelitian kuantitatif,

analisis deskriptif dioperasionisasikan melalui nilai rata-rata (*mean*), distribusi frekuensi (*f*), persentase (%), standar deviasi, serta nilai modus dari setiap butir pernyataan yang terdapat pada variabel penelitian. Output dari analisis ini selanjutnya digunakan untuk menjawab rumusan masalah terkait tingkat validasi sosial serta pola konsumsi berita politik nasional dalam kelompok responden.

c. Uji Korelasi Pearson

Korelasi Pearson digunakan untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (*X*) dengan variabel terikat (*Y*) dan data berbentuk interval dan rasio (Syofian, 2013). Korelasi Pearson dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

- r* = Nilai koefisien korelasi pearson
 $\sum X, \sum Y$, = Jumlah dari nilai *X* dan *Y*
 $\sum XY$ = Jumlah hasil kali variabel *X* dan *Y*
 $\sum X^2, \sum Y^2$, = Jumlah kuadrat dari nilai *X* dan *Y*
n = Jumlah pasangan data

Untuk melihat kekuatan dan arah hubungan, koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih atau juga dapat menentukan arah dari kedua variabel (Syofian, 2013).

$$\text{Nilai Korelasi } (r) = (-1 \leq 0 \leq 1).$$

Untuk Kekuatan hubungan, nilai koefisien korelasi berada pada antara -1 dan 1, sedangkan untuk arah dinyatakan positif (+) dan negatif (-).

- Apabila $r = -1$ korelasi negatif sempurna, artinya terjadi hubungan bertolak belakang antara *X* dan *Y*, bila *X* naik *Y* turun.
- Apabila $r = +1$ korelasi positif sempurna, artinya terjadi hubungan searah, bila *X* naik dan *Y* juga naik.

Tabel 2. 4 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 0,100	Sangat kuat

Sumber: Data Sekunder Penelitian (2026)

d. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menentukan apakah suatu hipotesis penelitian dapat diterima atau harus ditolak. Jika H_0 diterima, maka H_a harus ditolak, dan sebaliknya, apabila H_a diterima, maka H_0 harus ditolak (Morissan, 2014). Dalam penelitian ini, hipotesis dilakukan dengan menggunakan aplikasi software SPSS dengan menyesuaikan kaidah pengujian sebagai berikut.

- 1) Jika nilai sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dan hubungan signifikan
- 2) Jika nilai sig $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak dan hubungan tidak signifikan

2.6 Teknik Keabsahan Data

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah proses untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Dengan kata lain, uji validitas ini dilakukan untuk menilai apakah data yang diperoleh dapat mencerminkan konsep atau fenomena yang diteliti secara akurat (Morissan, 2014). Dalam penelitian ini, uji validitas akan dilakukan menggunakan aplikasi *software SPSS*. Adapun dasar pengambilan keputusan uji validitas dianggap valid dengan syarat sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka valid
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka tidak valid

Tabel 2. 5 Hasil Validitas Instrumen

Item Instrumen	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	0,473	0,349	Valid
P2	0,539	0,349	Valid
P3	0,474	0,349	Valid
P4	0,382	0,349	Valid
P5	0,555	0,349	Valid
P6	0,399	0,349	Valid
P7	0,577	0,349	Valid
P8	0,509	0,349	Valid
P9	0,447	0,349	Valid
P10	0,498	0,349	Valid
P11	0,453	0,349	Valid
P12	0,678	0,349	Valid
P13	0,413	0,349	Valid

P14	0,385	0,349	Valid
P15	0,699	0,349	Valid
P16	0,576	0,349	Valid
P17	0,412	0,349	Valid
P18	0,712	0,349	Valid
P19	0,620	0,349	Valid
P20	0,738	0,349	Valid
P21	0,811	0,349	Valid
P22	0,560	0,349	Valid
P23	0,532	0,349	Valid
P24	0,421	0,349	Valid
P25	0,611	0,349	Valid
P26	0,602	0,349	Valid
P27	0,652	0,349	Valid
P28	0,404	0,349	Valid
P29	0,381	0,349	Valid
P30	0,432	0,349	Valid
P31	0,520	0,349	Valid
P32	0,371	0,349	Valid
P33	0,424	0,349	Valid
P34	0,382	0,349	Valid
P35	0,455	0,349	Valid
P36	0,463	0,349	Valid
P37	0,579	0,349	Valid
P38	0,468	0,349	Valid
P39	0,658	0,349	Valid
P40	0,524	0,349	Valid

Sumber: Olah Data Primer SPSS (2026)

Berdasarkan hasil uji validitas kepada 32 responden awal terhadap 40 item instrumen, 40 item menunjukkan nilai r hitung $>$ r tabel (0,349). Hal tersebut menjelaskan bahwa semua item kuesioner valid dan layak dipakai untuk penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana hasil pengukuran menunjukkan konsistensi, apabila dilakukan pengukuran berulang terhadap gejala yang sama dengan menggunakan instrumen pengukuran yang identik. Dalam penelitian ini, digunakan uji reliabilitas *Cronbach's Alpha* yang berfungsi untuk menghitung reliabilitas suatu instrumen yang tidak memiliki pilihan jawaban 'benar' atau 'salah' maupun 'ya' atau 'tidak', melainkan mengukur sikap atau perilaku responden (Syofian, 2013). Instrumen dikatakan reliabel jika hasil perhitungan sebagai berikut.

- a. Jika nilai *Alpha Croanbach's* $>$ 0,60 maka reliabel
- b. Jika nilai *Alpha Croanbach's* $<$ 0,60 maka tidak reliabel

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	40

Gambar 2. 1 Hasil Reliabilitas Instrumen
Sumber: Olah Data Primer SPSS (2026)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha, diperoleh nilai sebesar $0,920 < 0,60$. Nilai ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian dengan jumlah 40 item yang valid memiliki tingkat reliabilitas yang termasuk dalam kategori cukup atau dapat diterima (acceptable).

2.7 Teknik Penyajian Data

Teknik penyajian data adalah metode yang digunakan untuk menyusun dan menampilkan data dalam bentuk tertentu, dengan tujuan untuk memudahkan interpretasi. Adapun Teknik penyajian data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Tabel Distribusi Frekuensi

Data akan diorganisasikan dalam bentuk tabel yang menampilkan frekuensi serta persentase dari jawaban para responden terhadap variabel penelitian serta memberikan gambaran kuantitatif mengenai karakteristik data dan pola jawaban yang diperoleh dari sampel penelitian tersebut.

2. Pie Chart

Pie chart atau yang dikenal juga sebagai diagram lingkaran merupakan salah satu metode visualisasi data yang menampilkan proporsi atau persentase dari beberapa kategori dalam satu kesatuan total data.