

PENGARUH PERSEPSI KONTEN *REVIEW* FILM INDONESIA PADA AKUN TWITTER @WATCHMENID TERHADAP MINAT PENONTON

THE PERCEPTION OF INDONESIAN FILM REVIEW CONTENT ON THE @WATCHMENID TWITTER ACCOUNT TO THE INTEREST OF THE AUDIENCE RECEIVED

Oleh: Priambodo Diyon Saputra, 15419144009, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta
diyon.vdb@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi konten *review* film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID terhadap minat penonton. Sebagai penelitian yang bersifat kuantitatif dengan menggunakan metode korelasional, penelitian ini memiliki jumlah populasi pada penelitian ini sebanyak 50.000 orang, penentuan sampel berdasarkan lima kali jumlah pertanyaan dalam kuesioner sehingga diperoleh sampel sebanyak 140 orang. Hasil menunjukkan angka 0,613 yang artinya besar korelasi atau ada pengaruh antara persepsi konten *review* film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID dan minat penonton yang sangat kuat mendekati angka 1. Dengan demikian H_a yang menyatakan terdapat pengaruh antara persepsi konten *review* film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID terhadap minat penonton diterima, dimana pengaruh yang diberikan sebesar 38% sedangkan 62% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kata Kunci : Twitter, WatchmenID, Konten *Review*, Minat Penonton

ABSTRACT

This study aims to determine how the influence of the perception of Indonesian film review content on the Twitter account @WatchmenID on audience interest. As a quantitative study using the correlational method, this study has a population of 50,000 people, determining the sample based on five times the number of questions in the questionnaire so that a sample of 140 people is obtained. The results show the number 0.613 which means a large correlation or there is an influence between the perception of Indonesian film review content on the @WatchmenID Twitter account and a very strong audience interest approaching number 1. Thus H_a which states there is an influence between the perception of the Indonesian film review content on the Twitter account @WatchmenID to the interest of the audience received, where the influence exerted by 38% while 62% is influenced by other factors.

Keyword : Twitter, WatchmenID, Reviews Content, Audience Interest

PENDAHULUAN

Film merupakan salah satu media massa yang memiliki sifat satu arah, dalam hal ini film memberikan sajian kepada penonton berupa cerita melalui gambar bergerak untuk kemudian dapat diambil pesan/makna dari pesan yang disampaikan dalam film tersebut.

Di Indonesia film mulai berkembang mulai tahun 1998 pada saat reformasi. Setelah banyaknya kine club muncul pada tahun 1950-an, hingga pada 22 September 1990 diadakanlah kongres kine club dihadiri oleh 42 organisasi yang kemudian membentuk Sekretariat Nasional Kine Klub Indonesia atau SENAKKI (<http://perfilman.pnri.go.id> dalam Herlina, 2012: 8). Setelah masa itu muncul beberapa film seperti *Ada Apa Dengan Cinta* dan *Petualangan Sherina* yang menjadi awal bangkitnya perfilman tanah air.

Berkembangnya teknologi yang semula analog menjadi digital saat ini semakin memberikan pengaruh lebih luas kepada khalayak, dalam hal ini kajian serta pembahasan mengenai dunia perfilman semakin luas tanpa adanya batasan ruang dan waktu.

Internet merupakan platform yang banyak digunakan oleh seseorang untuk mencari sebuah informasi, terlebih media sosial yang saat ini tengah populer digunakan masyarakat dapat memberikan informasi beragam dari berbagai sumber, dari survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 mencapai 143,26 juta jiwa atau 54,68% dari total populasi penduduk Indonesia 262 juta jiwa, dari jumlah tersebut 87,13% diantaranya menggunakan layanan media sosial.

Media adalah pesan karena media membentuk dan mengendalikan skala serta bentuk hubungan dan tindakan manusia (McLuhan, 1964: 23-34 dalam Sumadiria, 2014: 59). Melalui media sosial pengguna dapat mengakses berbagai macam informasi sesuai dengan kebutuhan mereka.

Uniknya pada platform media sosial pengguna selain dapat mencari informasi bisa juga memproduksi konten untuk dapat dijadikan sebuah informasi sesuai dengan apa yang mereka kehendaki, dalam hal ini pengguna dapat membagikan informasi yang diperoleh melalui situs website maupun pengguna lain kepada lingkungan media sosial yang mereka miliki.

Salah satu media sosial yang digunakan adalah Twitter. Saat ini Twitter mencapai 126 juta pengguna aktif setiap harinya selama kuartal keempat (Q4) pada tahun 2018. Angka ini menurut Twitter meningkat 9% dari periode yang sama pada tahun sebelumnya.

Twitter mampu bangkit setelah sejak 2013 pengguna media sosial ini selalu turun. Berdasarkan data yang dirilis oleh Twitter Indonesia pada akhir tahun 2016, disebutkan bahwa 77% pengguna media sosial Twitter di Indonesia adalah pengguna aktif. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah tweet yang dihasilkan sepanjang 2016 yang mencapai 4,1 miliar *tweet* (beritasatu.com). Perlu diketahui Twitter merupakan platform media sosial yang menggunakan teks sebagai media utamanya, dalam hal ini Twitter memiliki kemampuan untuk melakukan *retweet* yang secara instan mampu membagikan informasi kepada pengguna Twitter di lingkungan *retweeter* atau dapat disebut *followers*.

Penonton film Indonesia dapat memanfaatkan media sosial khususnya Twitter untuk mencari dan memperoleh sebuah informasi atau bahkan memproduksi konten sendiri mengenai dunia perfilman yang dapat dibagikan kepada pengguna lain. Dibanding dengan media sosial lain, Twitter memiliki fleksibilitas lebih untuk membagikan informasi secara cepat.

Watchmen ID memberikan ulasan film dengan proses naratif dan bercerita sehingga memberikan pembaca ruang untuk menanggapi ulasan yang mereka bahas. Persepsi yang diberikan oleh Watchmen ID seringkali mengundang atensi dari *followersnya*, teknik bercerita

seperti novel dalam analisis sentimen dapat menghitung banyaknya tanggapan positif maupun negatif yang lebih masuk akal (Mishne dan Natalie, 2006) untuk kemudian dapat dijadikan bahan masukan menentukan baik atau tidaknya suatu konten.

Melihat beberapa akun Twitter yang membuat konten mengenai film, Watchmen ID menjadi akun yang paling kuat dalam menyampaikan informasi mengenai perfilman di Indonesia. Tidak hanya membuat konten film populer yang akan atau sedang tayang di bioskop, Watchmen ID juga mengisi lini masanya dengan konten mengenai film festival yang ada di Indonesia. Beberapa kali Watchmen ID diundang pada acara festival film seperti *Jogja Asian Film Festival (JAFF)*, Film Musik Indonesia, Festival Film Malang, serta acara festival film lainnya.

Penelitian mengenai penonton film seringkali hanya sebagai sub bagian atau bahkan catatan kaki dari suatu penelitian tentang film. Padahal pemahaman mengenai penonton film di masa lalu adalah hal yang sangat penting untuk dapat memahami wacana dan kecenderungan penonton film di masa depan (Herlina, 2012: 1).

Khalayak yang saat ini jauh lebih cerdas untuk memilih konten yang mereka dapatkan melalui berbagai media memiliki banyak kesempatan menentukan apa yang akan mereka konsumsi. Sebagai penonton tentunya mengetahui bagaimana film yang akan mereka tonton merupakan hal yang cukup penting melihat semakin luasnya perkembangan pada dunia film yang akan memiliki banyak perspektif dalam pembuatan suatu karya film.

Di era digital ini khalayak bukan hanya sebagai penonton pasif saja, akan tetapi juga dituntut untuk memberikan umpan balik terhadap konten yang mereka konsumsi. Sikap kritis pada lingkungan sekitar dapat memberikan *feedback* terhadap informasi/konten yang beredar di internet, sehingga diharapkan dapat mengurangi resiko tersebarnya informasi

palsu (*hoax*) maupun informasi ‘sumbu pendek’. Dalam dunia perfilman sendiri informasi dan konten yang berbobot akan dapat menjadikan khalayak yang lebih cerdas untuk memilih film yang akan mereka tonton. Tujuan yang hendak diketahui dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh persepsi konten review film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID terhadap minat penonton.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode korelasional. Metode penelitian korelasional bertujuan untuk mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi-variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan koefisien korelasi (Suryabrata, 2008: 82).

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di media sosial Twitter akun @WatchmenID. Dilaksanakan pada bulan Mei hingga Juni 2019.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* akun Twitter @WatchmenID yang berjumlah 50.000 (twitter.com/watchmenid diakses pada 5 Mei 2019 pukul 07:07).

Pada penelitian ini besarnya sampel ditentukan berdasarkan pada pernyataan Supranto (2001), dimana ukuran sampel yang baik dapat ditentukan menggunakan cara, jumlah pertanyaan pada kuesioner dikalikan lima (5) sampai sepuluh (10). Sehingga dalam penelitian ini perhitungannya adalah 28 pertanyaan x 5 = 140, maka sampel penelitian yang digunakan sebanyak 140 sampel.

Definisi Operasional

1. Indikator persepsi konten *review* film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID

- a. Kepercayaan
- b. Keahlian
2. Indikator minat penonton
 - a. Motivasi
 - b. Pengambilan keputusan
 - c. Opini
 - d. Sikap
 - e. Perasaan

normal (Ghozali, 2013). Pengujian menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov Smirnov* dengan rumus sebagai berikut.

$$KD = 1,36 \sqrt{\frac{n1+n2}{n1n2}}$$

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik penelitian lapangan, data diperoleh dengan melakukan pengambilan terhadap objek yang telah dipilih yaitu dengan cara membagikan kuesioner.

Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Validitas Instrumen

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan korelasi *product moment* dengan rumus

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

Keterangan:

- r_{xy} : Koefisien validitas
- N : Banyaknya subjek
- X : Nilai pembanding
- Y : Nilai dari instrumen yang akan dicari validitasnya

Reliabilitas Instrumen

Pada penelitian ini akan menggunakan Teknik Cronbach sebagai rumus pengujian realibilitasnya

$$r_{11} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sigma^2_b}{\sigma^2_t} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} = reliabilitas instrumen
 - K = banyak butir pertanyaan
 - σ^2 = varian total
 - \sum_{ob2} = jumlah varian butir
- (Abdullah, 2015: 270-271)

Teknik Analisis Data

Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi dan residual pada penelitian ini memiliki distribusi

Keterangan:

KD : Harga *Kolmogorov-Smirnov* yang dicari

n1 : Jumlah sampel yang diperoleh

n2 : Jumlah sampel yang diharapkan

Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah spesifikasi model yang digunakan benar atau tidak, dapat dilihat dengan menggunakan uji F dengan nilai signifikansi 5% menggunakan rumus harga koefisiensi.

$$F_{reg} = \frac{RK_{reg}}{RK_{res}}$$

Keterangan:

F_{reg} = harga bilangan F untuk garis regresi

RK_{reg} = rata-rata kuadrat garis regresi

RK_{res} = rata-rata kuadrat residu

(Hadi, 1995: 14)

Analisis Tabel Silang

Analisis tabel silang merupakan teknik yang digunakan untuk menganalisa dan mengetahui variabel yang satu memiliki hubungan dengan variabel lainnya, sehingga dapat diketahui apakah variabel tersebut bernilai positif dan negatif (Singarimbun 2006: 266).

Uji Hipotesis

Untuk menguji hubungan antara kedua variabel yang dikorelasikan maka peneliti menggunakan korelasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut.

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

Keterangan:

- rx_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan y
- n = Jumlah sampel penelitian
- X = Variabel bebas
- Y = Variabel terikat

Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

H₀: Tidak terdapat pengaruh antara persepsi konten *review* akun Twitter @WatchmenID terhadap minat penonton pada film Indonesia.

H_a: Terdapat pengaruh antara persepsi konten *review* akun Twitter @WatchmenID terhadap minat penonton pada film Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Frekuensi Aktivitas Subyek di Twitter

Tabel 1. Frekuensi Melihat Tweet di Akun Twitter @WatchmenID.

No.	Frekuensi Melihat <i>Tweet</i> di Akun Twitter @WatchmenID	Frekuensi	%
1	Sangat Sering	64	45,7
2	Sering	60	42,9
3	Kadang-kadang	10	7,1
4	Jarang	3	2,1
5	Sangat Jarang	3	2,1
	Total	140	100

Tabel di atas menunjukkan data frekuensi responden melihat *Tweet* di akun Twitter @WatchmenID. Dari penelitian yang dilakukan terdapat 3 orang dari 140 responden dengan persentase 2,1% menyatakan sangat jarang melihat *tweet* di akun Twitter @WatchmenID, 3 orang dari 140 responden dengan persentase 2,1% menyatakan jarang melihat *tweet*, 10 orang dari 140 responden dengan persentase 7,1% menyatakan kadang-kadang melihat *tweet* di akun Twitter @WatchmenID, 60 orang dari 140 responden dengan persentase 42,9% menyatakan sering melihat *tweet*, dan 64 orang dari 140 responden dengan persentase 45,7% menyatakan sangat sering

melihat *tweet* di akun Twitter @WatchmenID.

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa untuk frekuensi melihat *tweet* di akun Twitter @WatchmenID, mayoritas *followers* akun Twitter @WatchmenID sering melihat *tweet* di akun Twitter @WatchmenID yang dapat dilihat pada tabel di atas 60 orang (42,9%) menyatakan sering dan 64 orang (45,7%) menyatakan sangat sering.

Analisis Tabel Silang

Tabel 2. Hubungan antara frekuensi membaca konten *review* film di akun @WatchmenID dengan suka membaca konten *review* film Indonesia pada akun @WatchmenID di Twitter.

		Suka membaca konten <i>review</i> film Indonesia pada akun @WatchmenID di Twitter					Total
		TS	KS	C	S	SS	
Frekuensi Melihat <i>Tweet</i> di Akun Twitter @WatchmenID	SJ	2	1	0	0	0	3
	J	0	0	1	2	0	3
	K	0	1	3	5	1	10
	S	0	1	8	42	9	60
	SS	0	1	3	21	39	64
Total		2	4	15	70	49	140

Keterangan:

- TS = Tidak Suka
- KS = Kurang Suka
- C = Cukup Suka
- S = Suka
- SS = Sangat Suka
- SJ = Sangat Jarang
- J = Jarang
- K = Kadang
- S = Sering
- SS = Sangat Sering

Tabel 3. Hubungan antara WatchmenID memberi tahu sisi baik dan buruk dari film yang *direview* dengan ketertarikan untuk menonton film Indonesia yang *direview* oleh akun @WatchmenID di Twitter.

		Tertarik untuk menonton film Indonesia yang direview oleh akun @WatchmenID di Twitter					Total
		TT	K	C	T	ST	
WatchmenID memberi tahu sisi baik dan buruk dari film yang direview	SJ	1	0	0	1	0	2
	J	1	0	0	0	0	1
	K	0	0	2	2	2	6
	S	0	3	21	30	13	67
	S	1	2	13	24	24	64
Total		3	5	36	57	39	140

Keterangan:

- TT = Tidak Tertarik
- KT = Kurang Tertarik
- C = Cukup Tertarik
- T = Tertarik
- ST = Sangat Tertarik
- SJ = Sangat Jarang
- J = Jarang
- K = Kadang
- S = Sering
- SS = Sangat Sering

Tabel 4. Hubungan antara akun Twitter @WatchmenID jujur dalam menulis konten review dengan memutuskan untuk menonton film Indonesia yang direview

		Memutuskan untuk menonton film Indonesia yang direview oleh akun @WatchmenID di Twitter karena yakin dengan WatchmenID					Total
		STS	TS	N	S	SS	
Akun Twitter @WatchmenID menulis konten review dengan jujur	TJ	0	0	0	0	0	0
	KJ	0	0	0	0	0	0
	C	1	3	14	15	2	35
	J	0	3	24	33	11	71
	SJ	2	1	7	17	7	34
Total		3	7	45	65	20	140

Keterangan:

- TJ = Tidak Jujur
- KJ = Kurang Jujur
- C = Cukup Jujur
- J = Jujur
- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju

SJ = Sangat Jujur SS = Sangat Setuju

Tabel 5. Hubungan antara puas dengan informasi mengenai review suatu film yang disampaikan dan menonton film Indonesia yang direview oleh akun @WatchmenID di Twitter.

		Menonton film Indonesia yang direview oleh akun @WatchmenID di Twitter					Total
		STS	TS	N	S	SS	
Puas dengan informasi mengenai review suatu film yang disampaikan?	TP	0	0	0	0	0	0
	KP	0	0	0	0	0	0
	C	2	3	6	9	6	26
	P	1	4	14	39	21	79
	SP	0	2	5	13	15	35
Total		3	9	25	61	42	140

Keterangan:

- TP = Tidak Puas
- KP = Kurang Puas
- C = Cukup Puas
- P = Puas
- SP = Sangat Puas
- STS = Sangat Tidak Setuju
- TS = Tidak Setuju
- N = Netral
- S = Setuju
- SS = Sangat Setuju

Uji Hipotesis Uji Korelasi

Hasil korelasi antara persepsi konten review film Indonesia pada akun Twitter @WatchmeID dengan minat penonton menunjukkan angka koefisien korelasi *product moment* sebesar ,613**. Artinya besar korelasi atau ada pengaruh antara persepsi konten review film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID dan minat penonton sebesar 0,613 atau sangat kuat mendekati angka 1.

Tanda dua bintang (**) artinya korelasi signifikan hingga pada angka signifikansi sebesar 0,001. Berdasarkan tabel di atas pengaruh variabel persepsi konten review film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID terhadap minat penonton signifikan, karena angka signifikansi sebesar 0,005 < 0,01.

Arah korelasi dapat dilihat melalui angka koefisien korelasi hasilnya positif atau negatif. Berdasarkan hasil analisis, koefisien korelasi kedua variabel bernilai positif yaitu 0,613 maka korelasi kedua variabel bersifat searah, artinya jika persepsi konten *review* film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID tinggi maka minat penonton juga tinggi. Korelasi antara variabel persepsi konten *review* film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID terhadap minat penonton sangat cukup, signifikan, dan searah.

Analisis Regresi Sederhana

Tabel 65. Nilai Korelasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,613 ^a	0,376	0,371	6,62740

a. Predictors: (Constant), Persepsi Konten Review Film Indonesia

Berdasarkan tabel tersebut diketahui nilai R sebesar 0,613 dan diperoleh koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,376 sehingga pengaruh variabel persepsi konten *review* film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID terhadap minat penonton sebesar 37,6% dan dibulatkan menjadi 38%.

Kontribusi persepsi konten *review* film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID sebesar 38% dari keseluruhan terhadap minat penonton, sedangkan 62% lainnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak dianalisis, misal seperti tingkat ekonomi, hobi, lingkungan pertemanan, dan sebagainya.

Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa pengaruh persepsi konten *review* film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID terhadap minat penonton dalam penelitian ini sebesar 32% sedangkan 68% bersumber dari faktor lainnya.

PEMBAHASAN

Pada penelitian ini telah dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus persamaan regresi antara dua variabel, yaitu persepsi konten *review* film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID dengan minat penonton yang hasilnya sebesar 0,939.

Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa pengaruh yang diberikan adalah positif. Angka koefisien korelasi *product moment* sebesar ,613**, artinya besar korelasi atau ada pengaruh antara persepsi konten *review* film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID dan minat penonton sebesar 0,613 atau sangat kuat mendekati angka 1.

Hasil korelasi dapat diketahui melalui perbandingan nilai probabilitas serta tanda */** (*flag of significant*) yang tercantum pada aplikasi SPSS sebesar 0,01. Dengan demikian apabila nilai signifikansi <0,05 maka hipotesis yang diajukan diterima sedangkan apabila nilai signifikansi >0,05 maka hipotesis yang diajukan ditolak. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pengaruh antara persepsi konteni *review* film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID terhadap minat penonton adalah signifikan. Sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh antara persepsi konten *review* film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID terhadap minat penonton diterima sebagai hasil penelitian.

Pengaruh persepsi konten *review* film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID terhadap minat penonton dalam penelitian ini sebesar 38% sedangkan 62% bersumber dari faktor lainnya.

Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap 140 responden menyatakan sering melihat konten *review* film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID. Hal tersebut dibuktikan dengan seperti yang ditunjukkan pada tabel 10, dimana terdapat 64 orang (45,7%) menyatakan sangat sering, serta 60 orang (42,9%) yang menyatakan sering

melihat konten *review* film di akun Twitter @WatchmenID.

Hasil ini tidak jauh berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Yoselvin Christine Gozali berjudul Pengaruh Konten *ReviewProduct Beauty Vlogger* dan Minat Beli Mahasiswa yang dilakukan pada 2018. Pada penelitian tersebut besar pengaruh 40% sedangkan 60% bersumber dari faktor lainnya.

Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa sosial media dapat menjadi alasan seseorang untuk mengonsumsi sesuatu hal, informasi disampaikan oleh pihak *reviewer* sebagai komunikator yang memiliki nilai untuk dapat dipercaya serta memiliki keahlian mampu mempengaruhi audiens sehingga melakukan tindakan berupa mengonsumsi hal yang disampaikan tersebut.

Pada hasil penelitian ini terdapat 38% pengaruh yang diberikan Watchmen ID sehingga penonton memiliki minat untuk menonton film yang *direview*. Sebagai *reviewer* di media sosial Twitter Watchmen ID memiliki 38% pengaruh untuk menentukan film apa yang khalayak ingin tonton, dalam hal ini khalayak yang dipengaruhi adalah *followers* akun Twitter @WatchmenID yang berjumlah lebih dari 50.000 *followers*.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa.

Responden yang merupakan *followers* dari akun Twitter @WatchmenID telah sering membaca konten *review* film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID, dengan hasil 64 orang (45,7%) menyatakan sangat sering, 60 orang (42,9%) menyatakan sering membaca konten *review* film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID.

Berdasarkan hasil tersebut, mayoritas dari 140 responden juga setuju bahwa akun Twitter @WatchmenID mampu mendapatkan kepercayaan melalui

indikator jujur, dapat diandalkan, sumber terpercaya, tulus dan dapat dipercaya dari *followers*nya.

Followers akun Twitter @WatchmenID sebagai responden menyatakan tertarik untuk menonton film Indonesia yang *direview*. Beberapa alasan utama yang membuat mereka memiliki minat untuk menonton yakni suka membaca konten *review* film Indonesia di akun Twitter @WatchmenID (85%), menemukan solusi dilema menonton film setelah membaca *review* dari akun Twitter @WatchmenID (71,4%), serta informasi yang disampaikan oleh akun Twitter @WatchmenID mengenai suatu film (67,1%).

Pada pengujian terhadap hipotesis yang diajukan memperoleh hasil koefisien determinasi 0,376 (signifikan pada nilai R 0,613) sehingga pengaruh persepsi konten *review* film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID terhadap minat penonton sebesar 37,6% dan dibulatkan menjadi 38%.

Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa kontribusi persepsi konten *review* film Indonesia pada akun Twitter @WatchmenID dalam penelitian ini sebesar 38% terhadap minat penonton, sedangkan 62% bersumber dari faktor lainnya.

Saran

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel untuk dapat digunakan dalam penelitian yang berhubungan dengan persepsi konten *review* serta minat penonton. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi konten *review* dan minat penonton.

Bagi akun *reviewer* film diharapkan dapat memberikan *review* dan informasi yang bermanfaat serta mengikuti perkembangan dunia perfilman khususnya film Indonesia, film indie dan film festival masih harus dieksplor lebih dalam lagi sehingga selain dapat terus dipercaya

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. R. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- APJII. (2017). *Infografis Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survey 2017*. Diperoleh dari <https://apjii.or.id/survei2017/download/Yh6WabacsBqNeDmtL8Uzuf4r27z9g0> pada Selasa, 5 Maret 2019 pukul 12.29.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2013). *Analisis multivariat dan ekonometrika: teori, konsep, dan aplikasi dengan EVIEWS 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (1995). *Methodologi research: untuk penulisan paper, skripsi, thesis dan disertasi*. Penerbit Andi Offset.
- Herlina, D. (2012). Identifying Key Factors Affecting Consumer Decision Making Behavior in Cinema Context: A Mix Method Approach. In *International Conference on Business Economics, Management and Behavioral Sciences*.
- Herman, YUD. (3 Mei 2017). *Indonesia Masuk Lima Besar Pengguna Twitter*. Diakses dari <https://www.beritasatu.com/digital-life/428591-indonesia-masuk-lima-besar-pengguna-twitter.html> diakses pada Selasa, 19 Februari 2019 pukul 17:09
- Mishne, G & Natalie. (2006). Predicting Movie Sales from Blogger Sentiment. *The American Sociation for Artificial Intelegence Journal (aaai.org)*.
- Singarimbun, Masri. (2006). *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3S.
- Sumadiria, H. (2014). *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Supranto, J. (2001). *Statistik Teori dan Aplikasi, Cetakan Kedua*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Suryabrata, Sumadi. (2008). *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

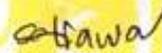
LEMBAR PENGESAHAN JURNAL

Judul : Pengaruh Persepsi Konten *Review* Film Indonesia pada Akun Twitter
@WatchmenID Terhadap Minat Penonton
Nama : Priambodo Diyon Saputra
NIM : 15419144009
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Yogyakarta, Agustus 2019

Reviewer

Dosen Pembimbing



Siti Machmiyah, S.IKom., M.A.

Benni Setiawan, S.H.I, M.S.I.

NIP. 19880522 201504 2 002

NIP. 19830329 201504 1 001

Rekomendasi Pembimbing (mohon dilingkari salah satu)

1. Dikirim ke *Journal Student*
2. Dikirim ke *Journal Informasi*
3. Dikirim ke *Journal lain*