



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**PENGARUH TERPAAN PESAN DALAM AKUN
TIKTOK @PESONATRAWAS TERHADAP
REFERENSI PARIWISATA SISWA SMAN 1
KRIAN SIDOARJO**

Skripsi

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna Memenuhi Salah satu Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

Itsnaini Jihan Nissa
NIM. B75219059

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya 2022

PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Itsnaini Jihan Nissa
NIM : B75219059
Program studi : Ilmu Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul *Pengaruh Terpaan Pesan Dalam Akun TikTok @PesonaTrawas Terhadap Referensi Pariwisata Siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo* benar merupakan karya sendiri. Hal- hal yang bukan merupakan karya saya yang tercatat dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftarpustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 27 Desember 2022

Yang membuat pernyataan,



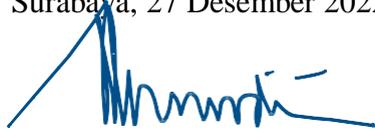
Itsnaini Jihan Nissa
NIM.B75219059

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Itsnaini JihanNissa
NIM : B75219059
Program studi : Ilmu Komunikasi
JudulStudi :Pengaruh TerpaanPesan Dalam
AkunTiktok @PesonaTrawas Terhadap
Referensi Pariwisata Siswa SMAN 1
Krian Sidoarjo

Skripsi ini telahdiperiksa dan disetujuiuntukdiajukan.

Surabaya, 27 Desember 2022



Dr. Ali Nurdin, S.Ag., M.Si.
NIP. 197106021998031001

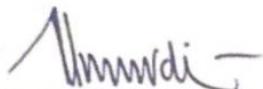
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Pengaruh Terpaan Pesan Dalam Akun Tiktok @PesonaTrawas
Terhadap Referensi Pariwisata Siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo

Disusun oleh:
Itsaini Jihan Nissa
B75219059

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata
Satu pada tanggal 11 Januari 2023
Tim Penguji

Penguji I



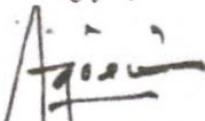
Dr. H. Ali Nurdin, S.Ag, M.Si
NIP. 197106021998031001

Penguji II



Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag
NIP. 19600412199403100

Penguji III



Dr. Agoes Moh. Moefad, S.H, M.Si
NIP. 197008252005011004

Penguji IV



Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag, M.Fil.I
NIP. 197110171998031001



Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag, M.Fil.I
171998031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ITSNAINI JIHAN NISSA
NIM : B75219059
Fakultas/Jurusan : FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI/ILMU KOMUNIKASI
E-mail address : itsnainijihann@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Terpaan Pesan Dalam akun TikTok @PesonaTrawas Terhadap Referensi Pariwisata

Siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 3 Januari 2023

Penulis

(Itsnaini Jihan Nissa)

ABSTRAK

Itsnaeni Jihan Nissa, NIM B75219059, 2022. *Pengaruh Terpaan Pesan Dalam Akun TikTok @PesonaTrawas Terhadap Referensi Pariwisata Siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.*

Kata Kunci: *TikTok*, @PesonaTrawas, Referensi Pariwisata, Siswa SMA

Penelitian ini membahas aplikasi *TikTok*, yang merupakan aplikasi yang banyak digunakan saat ini. Penelitian ini mempunyai dua rumusan masalah, (1) Adakah pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo dan (2) Seberapa besar tingkat pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menjelaskan pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo dan menjelaskan tingkat pengaruh terpaan pesan tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan rumus koefisien korelasi. Hasil penelitian menyatakan nilai r hitung sebesar $0,777 > 0,1413$ r tabel dengan signifikansi 5% terhadap 193 responden, maka hipotesis kerja (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_o) ditolak. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,777, maka terdapat korelasi antara variabel (X) yaitu terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap variabel (Y) yaitu referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo yang memiliki tingkat korelasi kuat dan korelasi bernilai positif. Nilai koefisien determinasi penelitian ini sebesar $r^2 = 0,777^2 = 0,603729$ hasilnya menyatakan terdapat pengaruh dari terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo dan tingkat pengaruhnya sebesar 60%.

ABSTRACT

Itsnaini Jihan Nissa, NIM B75219059, 2022. The Effect of Exposure to Messages in the @PesonaTrawas TikTok Account on Tourism References of SMAN 1 Krian Sidoarjo Students.

Keywords: TikTok, @PesonaTrawas, Tourism Reference, High School Students

This research discusses the TikTok application, which is an application that is widely used today. This study has two formulations of the problem, (1) Is there an effect of message exposure in the TikTok account @PesonaTrawas on tourism references for SMAN 1 Krian Sidoarjo students and (2) How big is the level of influence of message exposure in the TikTok account @PesonaTrawas on tourism references for students of SMAN 1 Krian Sidoarjo . The purpose of this research is to find out and explain the effect of message exposure in the TikTok account @PesonaTrawas on tourism references for SMAN 1 Krian Sidoarjo students and explain the level of influence of message exposure.

This study uses a quantitative method using the correlation coefficient formula. The results showed that the r count value was $0.777 > 0.1413$ r table with a significance of 5% for 193 respondents, so the working hypothesis (H_a) was accepted and the null hypothesis (H_o) was rejected. The cholera coefficient value is 0.777 , so there is a correlation between variable (X), namely message exposure in the TikTok account @PesonaTrawas to variable (Y), namely tourism reference for students of SMAN 1 Krian Sidoarjo which has a strong correlation level and a positive correlation. The coefficient of determination for this research is $r^2 = 0.7772 = 0.603729$, the results state that there is an influence from message exposure in the TikTok @PesonaTrawas account on tourism references for students of SMAN 1 Krian Sidoarjo and the level of influence is 60%

الملخص

إنهون جهان نسا، رقم المؤيد ب75219059، 2022. تأثير عرض الرسالة في حساب نيك نوك @PesonaTrawas على المراجع السياحية لطلّب في مدرسة الثانوية الحكوميّة ١ كريان سيدوارجو.
الكلمات الأساسية: نيك نوك، @PesonaTrawas، المراجع السياحية، الطّلب في مدرسة الثانوية

في هذا البحث، يبحث عن وجود تطبيق نيك نوك، وهو تطبيق شائع الاستخدام حالياً. في هذا البحث يتوي على ٢ أسئلة البحث، (١) هل تأثير عرض الرسالة في حساب نيك نوك @PesonaTrawas على المراجع السياحية لطلّب في مدرسة الثانوية الحكوميّة ١ كريان سيدوارجو. (و) (٢) مدى تأثير عرض الرسالة في حساب نيك نوك @PesonaTrawas على المراجع السياحية لطلّب في مدرسة الثانوية الحكوميّة ١ كريان سيدوارجو. الهدف في هذا البحث هو تعريف وشرح تأثير عرض الرسالة في حساب نيك نوك @PesonaTrawas على المراجع السياحية لطلّب في مدرسة الثانوية الحكوميّة ١ كريان سيدوارجو وشرح مستوى تأثير عرض الرسالة المذكور.

في هذا البحث يستخدم الطريقة الكيفية باستخدام معادل ومعامل الارتباط. بيّنت نتائج البحث أن قيمة عدد r كانت $r < 0,777$ ، $r < 134100$ جدول نو ذلّة ٥% الى 391 مستجيباً. ثم يتم قبول فرضية العمل (Ha) وفرضية العدم (Ho). قيمة معامل الارتباط هي 0,777، فإذالك هناك ارتباط بين المتغير (X) يعنى عرض الرسالة في حساب نيك نوك @Pesona Trawas للمتغير (Y) يعنى المراجع السياحية لطلّب في مدرسة الثانوية الحكوميّة ١ كريان سيدوارجو التي لها مستوى ارتباط قوي وعلّقة موجبة. قيمة معامل التحديد في هذا البحث هو $r = 0,926306$ ، ذكرت الارتباط وجود تأثير عرض الرسالة في حساب نيك نوك @PesonaTrawas على المراجع السياحية في مدرسة الثانوية الحكوميّة ١ كريان سيدوارجو و مستوى تأثير عرض سيدوارجو هو 0,6%.

DAFTAR ISI

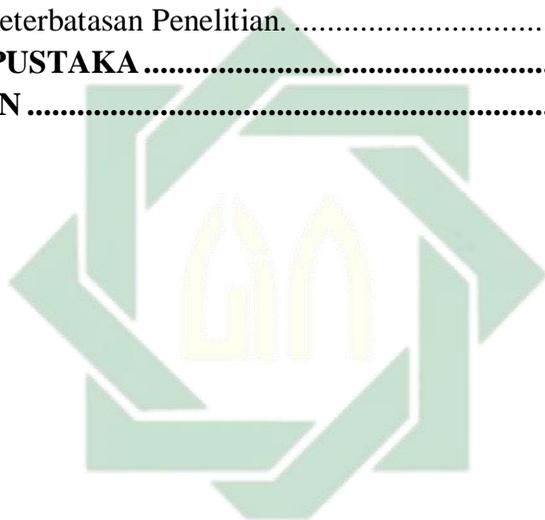
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Definisi Operasional.....	10
1. Terpaan Pesan Dalam Akun <i>TikTok</i> @PesonaTrawas.....	10
2. Referensi Pariwisata.....	14
3. Siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo	17
F. Sistematika Pembahasan.....	18
BAB II: KAJIAN TEORITIK	20
A. Kajian Pustaka	20
1. Terpaan Pesan.....	20
2. Aplikasi <i>TikTok</i>	22
3. Referensi Pariwisata.....	26
4. Siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.....	28

B. Kajian Teoritik	32
1. Teori S-O-R	32
C. Perspektif Islam	36
1. Pariwisata dalam Perspektif Islam.	36
D. Penelitian Terdahulu yang Relevan	41
E. Hipotesis Penelitian	45
1. Hipotesis Kerja.....	46
2. Hipotesis Nihil.	46
BAB III : METODE PENELITIAN.....	47
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.	47
1. Pendekatan Penelitian	48
2. Jenis Penelitian.	49
B. Obyek Penelitian.	49
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	49
1. Populasi.	49
2. Sampel.	50
3. Teknik Sampling.	52
D. Variabel dan Indikator Variabel	52
1. Variabel.	52
2. Indikator Variabel.	53
E. Tahap-tahap Penelitian	55
1. Mendefinisikan dan Merumuskan Masalah.	55
2. Studi Pustaka	55
3. Merumuskan Pernyataan Masalah.	56
4. Memformulasikan Hipotesis Penelitian.	56
5. Memilih Pendekatan.....	57
6. Menentukan Variabel.	57

7. Mengumpulkan Data.....	58
8. Analisis Data.....	58
9. Membuat Generalisasi atau Menarik Kesimpulan.....	58
10. Membuat Kesimpulan Laporan Akhir Hasil Penelitian.....	59
F. Teknik Pengumpulan Data.....	59
1. Data Primer.....	59
2. Data Sekunder.....	61
G. Teknik Reabilitas dan Validitas Instrumen Penelitian.....	62
1. Validitas.....	62
2. Reabilitas.....	62
H. Teknik Analisis Data.....	71

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	73
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	73
1. Lokasi Penelitian.....	73
2. Struktur SMAN 1 Krian.....	74
3. Deskripsi Responden.....	75
B. Penyajian Data Penelitian.....	75
1. Data Responden.....	75
2. Data Skor Penyebaran Angket.....	79
C. Pengujian Hipotesis.....	79
1. UjiNormalitas.....	80
2. Uji Linieritas.....	81
3. Uji Pearson Product Moment.....	82

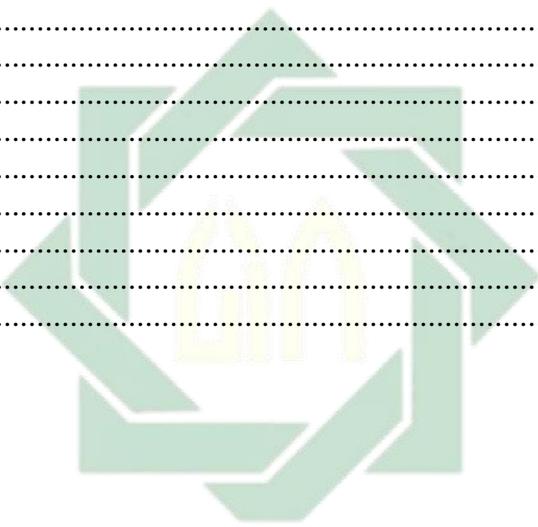
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	85
1. Perpektif Teoritis.....	85
2. Perspektif Islam.....	86
BAB V : PENUTUP	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran dan Rekomendasi	89
C. Keterbatasan Penelitian.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN	99



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.....	55
Tabel 3.2.....	62
Tabel 3.3.....	67
Tabel 3.4.....	69
Tabel 3.5.....	72
Tabel 4.1.....	78
Tabel 4.2.....	78
Tabel 4.3.....	79
Tabel 4.4.....	81
Tabel 4.5.....	91
Tabel 4.6.....	100
Tabel 4.7.....	111
Tabel 4.8.....	112
Tabel 4.9.....	113
Tabel 4.10.....	114



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1.....	34
Bagan 2.2.....	36



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai pengguna teknologi kini dihadapkan dengan kegiatan yang melibatkan penggunaan teknologi. Mulai dari adanya e-KTP (Kartu Tanda Penduduk elektronik) sebagai bentuk kemajuan negara Indonesia dan merambah ke bidang yang lain seperti *e-commerce*, *e-library*, *e-education*, hingga *e-laboratory* dan juga *e-medicine* yang bergerak dibidang kesehatan.³ Teknologi membantu mempermudah pekerjaan manusia menjadi lebih efektif dan hanya memerlukan sedikit waktu.

Teknologi mempunyai banyak arti yang luas, salah satunya adalah teknologi informasi. Teknologi informasi sendiriyaitu teknologi yang digunakan untuk mendapatkan data, mengolah data, memproses dan menyusun, menyimpan data serta menyebarkannya sebagai sumber informasi yang relevan, akurat dan tepat.⁴Hal ini sesuai dengan realitas yang ada dan sudah kita sadari bahwa teknologi dipakai hampir disemua bentuk kegiatan di kehidupan sehari-hari kita. Kemajuan teknologi khususnya dibidang telekomunikasi berkembang begitu pesat sehingga jarak dan waktu bukanlah sebuah kesulitan lagi bagi proses penyampaian informasi.⁵Banyaknya aplikasi yang bisa kita gunakan saat ini untuk melakukan proses

³Wawan Wardiana, "Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia," *eprints.rclis.or*, vol. 01, no. 01 (Juli 2005): hal.1.

<http://hdl.handle.net/10760/6534>.

⁴Ibid.

⁵Ibid.

komunikasi juga merupakan bentuk dari perkembangan dari teknologi.

Perkembangan teknologi dibidang komunikasi berevolusi dengan cepat. Menurut Dissayanake yang dikutip dalam sebuah jurnal, revolusi komunikasi merupakan ledakan teknologi komunikasi.⁶Hal ini bisa dilihat penggunaan satelit, perangkat komputer yang banyak digunakan oleh hampir seluruh lapisan masyarakat, hingga meningkatnya pelayanan melalui aplikasi yang ada *dismartphone* atau diinternet. Perkembangan teknologi yang disini termasuk kepada produk teknologi telekomunikasi yang digunakan sebagai media sekaligus penunjang proses komunikasi.⁷Produk yang dihasilkan oleh adanya teknologi komunikasi sangatlah beragam, mulai dari foto, siaran radio, penggunaan internet, aplikasi pada *smartphone* dan produk audio visual, media inilah yang pada zaman sekarang banyak digunakan sebagai media komunikasi.

Saat ini media komunikasi yang digunakan sebagai penunjang proses komunikasi memiliki berbagai macam bentuk, contohnya adalah penyampaian informasi yang dikemas dalam audio visual yang mudah dipahami oleh banyak masyarakat.Audio visual atau video menjadi media yang dinilai efektif dan tepat untuk digunakan sebagai media penyampaian informasi.⁸Hal ini dikarenakan

⁶Mohammad Zamroni. "Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Dampaknya Terhadap Kehidupan," *Jurnal Dakwah Media Komunikasi dan Dakwah*, vol.10, no. 0, 2009, hal. 197-198.

⁷Ibid.

⁸Dimaz Rizki Fakhur Rozie. "Perancangan Iklan Holder Apparel Melalui Media Audio Visual," *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, vol.5, no. 02. 2017, hal. 02.

video memuat gambar bergerak, suara dan keterangan berupa tulisan untuk memperjelas isi video, tak jarang juga video ini dikemas menarik dengan menggunakan animasi atau teknik videografi yang tepat.

Media komunikasi berupa video paling sering digunakan sebagai media untuk menyampaikan informasi, sesuai dengan pendapat Sadiman, pesan yang dikemas dalam bentuk video mempermudah orang untuk menyampaikan dan menerima materi, ide pemikiran, dan informasi yang menghindarkan dari salah pengertian.⁹ Dalam proses komunikasi, video digunakan sebagai media untuk mengedukasi, menjelaskan suatu tahap pengerjaan sesuatu, hiburan, periklanan dan lainnya.

Video digunakan sebagai media penyampaian pesan seperti yang sering kita jumpai di televisi, dan pada akhir-akhir ini kita melihat iklan di internet dan diaplikasi *smartphone*. Berdasarkan sifat dari video itu sendiri, video digunakan sebagai media oleh banyak perusahaan, instansi pemerintah dan juga pihak yang bekepentingan untuk menyampaikan pesan karena dinilai mampu memberikan pemahaman yang baik untuk masyarakat luas.¹⁰ Karena hal ini, video digunakan sebagai media penyampaian pesan karena sifat video yang dinilai mampu menarik perhatian penonton dan memberikan pemahaman yang baik, sehingga tidak jarang kita melihat banyak orang yang mengenalkan baik produk atau jasa yang mereka miliki melalui video, yang berupa video animasi maupun videografi.

⁹Ibid. hal.3.

¹⁰Ibid. hal. 4.

Dismartphonesendiri banyak terdapat aplikasi yang berbasis video, salahsatunya adalah aplikasi *TikTok*. Aplikasi *TikTok* buatan China ini cukup terkenal di Indonesia, menurut data dari databoks.co.id, pengguna aktif per kuartal II 2022 mencapai 1,46 miliar pengguna, dan pengguna paling banyak berada di Asia Pasifik dengan 313 juta pengguna dan membuat aplikasi ini menjadi populer dikalangan pengguna *smartphone*.¹¹*TikTok* memuat video pendek yang dibuat oleh penggunanya, baik itu menggunakan fitur yang ada diaplikasi *TikTok* sendiri maupun video yang sebelumnya sudah dibuat kemudian mengunggahnya ke aplikasi ini.¹²Pengguna *TikTok* menjadi lebih leluasa untuk membuat video dengan bantuan fitur didalamnya seperti efek *slowmotion*, musik dan lainnya. Selain itu, pengguna aplikasi ini juga bisa mengunggah videografi atau video yang sebelumnya sudah ambil sebelumnya.

Aplikasi *TikTok* tidak hanya menjadi aplikasi yang berisikan konten hiburan, namun juga banyak digunakan sebagai media edukasi, dan promosi. Dalam bidang informasi, aplikasi *TikTok* digunakan beberapa pihak untuk media sebagai penyampai pesan. Sebagian besar akun yang memanfaatkan *TikTok* dan mengisi konten mereka dengan konten informasi,hal ini dikarenakan banyaknya penguana aplikasi ini.¹³ Akun

¹¹Dwi Putri Robiatul Adawiyah. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang," *Jurnal Komunikasi*, vol.14, no. 2. 2020, hal. 136, DOI : <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>.

¹²Ibid. hal. 136.

¹³Chriswardana Bayu Dewa dan Lina Ayu Safitri. "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)," *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, vol.12, no. 1, 2021, hal.2. DOI : <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>.

TikTok milik beberapa pihak ini diisi dengan konten video yang menyampaikan suatu informasi yang ingin disampaikan kepada masyarakat.

Pada aplikasi *TikTok*, terdapat fitur FYP (for your page) dan disinilah video yang belum pernah kita lihat sebelumnya diaplikasi *TikTok* bisa muncul tanpa perlu kita mencari akun-akun dan kata kunci tertentu untuk mencari sesuatu terlebih dahulu.¹⁴ Pada fitur FYP inilah video akun-akun *TikTok*, konten video yang dibuat oleh akun-akun lain bisa muncul dan dilihat oleh pengguna akun *TikTok* yang lainnya, sehingga jangkauannya bisa lebih luas lagi. Fitur “bagikan” atau *share* diaplikasi ini juga memudahkan pengguna *TikTok* untuk membagikan video yang mereka lihat kepada orang lain. baik melalui pesan dari aplikasi *TikTok* sendiri, maupun media sosial yang lainnya, seperti *WhatsApp* dan *Instagram*.¹⁵ Fitur-fitur inilah yang mendukung dan memudahkan video yang ada diaplikasi *TikTok* diketahui secara langsung maupun tidak langsung oleh orang lain menjadikan *TikTok* sebagai media sosial yang bisa digunakan sebagai media penyampai informasi yang menjangkau masyarakat lebih luas.

Aplikasi *TikTok* digunakan sebagai *platform* untuk menyampaikan informasi oleh banyak pengusaha, atau *influencer* contohnya adalah *influencer* tempat wisata yang membuat akun *TikTok*.¹⁶ Fitur FYP diaplikasi *TikTok* yang bisa menjangkau lebih banyak

¹⁴Ibid. hal.136.

¹⁵Ibid.

¹⁶Ryan Priatama dkk. “Analisis Teknik Digital Marketing Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun Tik Tok @jogjafoodhunterofficial),” *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, vol.18, no. 1, 2021, hal.2, DOI : <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40467>.

penonton dari pengguna *TikTok* membuat video yang dibagikan oleh akun-akun bisnis, khususnya dibidang pariwisata menjadi dikenal oleh banyak orang. Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, pengertian pariwisata bisa dipahami sebagai “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.”¹⁷Pada awalnya sektor pariwisata dimulai saat penjajahan Belanda, karena menginkatnya perdagangan Eropa dengan negara di Asia, dan wisatawan banyak yang berasal dari Eropa, namun setelah kemerdekaan Indonesia industri pariwisata kembali dibangkitkan untuk mendukung sektor perekonomian saat itu, dan berkembang pesat dibawah naungan Pemerintah pusat, dinas perhubungan dan Yayasan Tourisme Indonesia (YTI), yang mempromosikan sektor wisata pada saat itu melalui kampanye kepada masyarakat.¹⁸

Penyampaianinformasitentang tempat wisata sebelum berkembangnya sumber daya manusia, dan teknologi serta aplikasi *smarthphone* seperti saat ini hanya terbatas melalui yayasan dan promosi yang dilakukan oleh pemerintah, yaitu melalui surat kabar, iklan ditelevisi dan siaran radio.¹⁹Dengan adanya internet dan media sosial dan konten kreator, kini sektor pariwisata mudah kita temui melalui internet, baik itu oleh pengelola swasta, pemerintah, maupun pihak yang menyebarluaskan infomasi tentang pariwisata tersebut,

¹⁷Rony Ika Setiawan, “Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Pariwisata:Perspektif Potensi Wisata Daerah Berkembang,” *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, vol.1, no. 1, 2016, hal. 2.

¹⁸Oka A. Yoeti, MBA. *ILMU PARIWISATA:Sejarah, Perkembangan, dan Prospeknya*. (Jakarta: PT. PERCA, 2006), hal. 1-13.

¹⁹*Ibid.* hal. 191.

khususnya melalui video atraktif diaplikasi *TikTok*, sehingga aplikasi ini sering digunakan untuk menjadi referensi penggunaannya untuk mencari informasi tentang tempat wisata.

Salah satu akun *TikTok* yang berisikan konten tentang pariwisata adalah akun @PesonaTrawas. Akun *TikTok* @PesonaTrawas berisikan tentang konten informasi tentang tempat wisata di Kawasan Trawas, Mojokerto. Akun *TikTok* @PesonaTrawas ini mengemas informasi tentang tempat wisata di Trawas dalam video atraktif. Akun ini sendiri bukanlah akun milik satu tempat wisata di Trawas, namun merupakan akun dari seorang influencer yang sering menyebarkan informasi tentang pariwisata, mulai dari informasi tentang tempat pariwisata hingga informasi lengkap mulai dari harga tiket masuk, akses jalan menuju tempat wisata dan juga menu makanan di tempat wisata tersebut.

Pengguna *TikTok* sendiri dari berbagai kalangan, mulai dari usia belasan tahun hingga mereka yang usianya paruh baya, tidak terkecuali siswa yang merupakan generasi millennial.²⁰ Kalangan siswa sekolah menengah atas atau SMA yang menjadi pengguna internet yang aktif sebagai media belajar bagi mereka, secara tidak langsung juga merupakan pengguna aktif aplikasi *smartphone*, tak terkecuali aplikasi *TikTok*.²¹ Tak terkecuali siswa SMAN 1 Krian, sebagai pengguna aktif sosial media dan juga internet. Seperti

²⁰ Wisnu Nugroho Aji dan Dwi Bambang Putut Setiyadi, "Aplikasi *TikTok* Sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra," *JURNAL METAFORA*, vol.6, no. 2, 2020, hal.148.

²¹ Birrul Walidaini dan Ali Murtadha Muhammad Arifin, "Pemanfaatan Internet Untuk Belajar Pada Mahasiswa," *Jurnal Penelitian Bimbingan dan Konseling*, vol.3, no. 1, 2018, hal. 2.

mereka yang berada di jurusan yang berhubungan dengan penggunaan internet sebagai sarana untuk mendukung pembelajaran mereka sebagai siswa sekolah. Aplikasi *TikTok* sebagai sarana hiburan dan penunjang siswa dalam mencari informasi, jadi tidak menutup kemungkinan siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo. Sekolah ini juga merupakan salah satu dari 3 dari sekolah menengah atas yang ada di Kecamatan Krian. Merujuk kepada penelitian ini, siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo menjadi objek penelitian karena telah dilakukan pra penelitian bahwa siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo jumlah persentasenya yang paling banyak mengetahui atau terpapar pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas.

Oleh karena itu, dari fenomena yang sudah dijelaskan di atas maka peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut tentang terpaan konten akun *TikTok* @PesonaTrawas dalam referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo, dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Terpaan Pesan Dalam Akun *TikTok* @PesonaTrawas Terhadap Referensi Pariwisata Siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dijelaskan di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo?
2. Seberapa besar tingkat pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dijelaskan diatas, maka terdapat tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui dan menjelaskan mengenai pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.
2. Mengetahui dan menjelaskan seberapa besar tingkat pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok*@PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapatbermanfaat, baiksecarateoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut :

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam kajian ilmu komunikasi yang berhubungan dengan pengaruhterpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo, serta pengembangan teori S-O-R dibidang ilmu komunikasi.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan manfaat bagi mahasiswa atau pembaca sebagai rujukan penelitian serta informasi mengenai hal yang berhubungan dengan terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional menjelaskan tentang pengertian dari topik pembahasan pada penelitian yang sedang dilakukan. Menurut Sugiyono dalam bukunya, definisi operasional variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²² Definisi operasional berguna untuk memahami suatu makna dalam penelitian ini, berikut definisi operasional dalam penelitian ini :

1. Terpaan Pesan Dalam Akun *TikTok*

@PesonaTrawas

Dalam penelitian ini akan membahas tentang terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas, untuk itu terlebih dahulu harus memahami tentang pengertian dari terpaan pesan. Terpaan sendiri dalam KBBI memiliki arti serangan, sedangkan pesan memiliki arti amanat atau wasiat.²³ Dalam konteks penelitian, terpaan pesan diartikan sebagai terpaan atau mengetahui suatu informasi.

Untuk memahami lebih lanjut, pengertian dari terpaan pesan menurut Rakhmat, terpaan pesan adalah banyaknya pesan atau informasi yang diperoleh melalui media, yang meliputi frekuensi, atensi dan durasi penggunaan

²²Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 38.

²³Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, “KBBI Daring,” April 2022, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/>.

media.²⁴Dari pengertian diatas, terpaan iklan dapat dipahami secara sederhana sebagai suatu proses tersampainya informasi atau pesan yang dilihat atau diperoleh.

Selanjutnya, dalam penelitian ini akan membahas media apa yang digunakan sehingga seseorang bias terpapar suatu pesan. Kata aplikasi dalam KBBI memiliki arti penggunaan atau penerapan, namun dalam arti lain aplikasi juga berarti perangkat lunak.²⁵ Dapat dipahami bahwa aplikasi merupakan suatu perangkat yang digunakan untuk mengolah suatu data. Secara istilah pengertian aplikasi adalah suatu program yang siap digunakan dan dibuat untuk melaksanakan suatu fungsi bagi pengguna jasa aplikasi serta penggunaan aplikasi lain yang dapat digunakan oleh suatu sasaran yang akan dituju.²⁶

Pengertian aplikasi juga dikemukakan oleh para ahli, salah satunya adalah pengertian menurut Ali Zaki dan *Smitdev Community*, Aplikasi merupakan komponen yang bermanfaat sebagai media untuk menjalankan pengolahan data, dan berbagai kegiatan lainnya, seperti pembuatan serta

²⁴Eka Wijaya, “Pengaruh Terpaan Iklan Bumbu Racik Indofood Di Televisi Terhadap Pilihan Bumbu Racik Bagi Ibu Rumah Tangga” , *Skripsi*, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Politik dan Sosial, Universitas Muhammadiyah Malang, 2016, hal. 23.

²⁵Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, “Arti Kata Aplikasi,” *KBBI Daring* (blog), 2016, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/aplikasi>.

²⁶Andi Juansyah, “Pembangunan Aplikasi Child Tracker Berbasis Assisted – Global Positioning System (A-GPS) Dengan Platform Android,” *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)*, vol.1, 2015, hal.2.

pengolahan dokumen dan file.²⁷ Sesuai dengan pendapat Ali Zaki, aplikasi adalah komponen yang memudahkan kita dalam menjalankan suatu pengolahan data.

Selain Ali Zaki, Hengky W. Pramana juga mengemukakan pendapatnya tentang pengertian aplikasi, menurutnya aplikasi adalah unit perangkat lunak yang sengaja dibuat untuk memenuhi kebutuhan berbagai aktivitas ataupun pekerjaan, seperti aktivitas jual beli, periklanan, layanan masyarakat, *game*, dan berbagai aktivitas lainnya yang dilakukan oleh manusia.²⁸ Dari seluruh definisi yang tertulis diatas, aplikasi bisa dipahami sebagai perangkat yang sengaja dibuat untuk mempermudah suatu pengolahan data.

Aplikasi merupakan bagian dari perangkat lunak, dan memiliki berbagai macam bentuk. Salah satu contoh aplikasi yang banyak digunakan oleh pengguna *smartphone* adalah aplikasi *TikTok*. *TikTok* merupakan aplikasi pada *smartphone* yang diluncurkan oleh ByteDance salah satu perusahaan yang berada di Tiongkok, awalnya *TikTok* bernama Douyin, dan dikenal luas secara global dengan nama *TikTok*.²⁹ Aplikasi ini menggunakan internet untuk pengoperasiannya. Pengertian tentang *TikTok* juga dikemukakan oleh Abdulkhkim, menurutnya *TikTok* merupakan salah satu media sosial sebagai

²⁷Baenil Huda dan Bayu Priyatna, "Penggunaan Aplikasi Content Management System (CMS) Untuk Pengembangan Bisnis Berbasis E-commerce," *SYSTEMATICS* 1, no. 2 (1 Desember 2019): hal. 82. DOI : <https://doi.org/10.35706/sys.v1i2.2076>.

²⁸Ibid.

²⁹Dwi Putri Robiatul Adawiyah. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang", hal. 136

tempat berekspresi serta berkreasi para penggunanya melalui konten video singkat.³⁰ Dalam aplikasi *TikTok* terdapat berbagai fitur yang mendukung penggunanya untuk membuat video pendek yang akan diupload di aplikasi ini, ada berbagai macam efek kamera atau *filter*, musik, dan *for your page* yaitu tempat video dari berbagai akun ditampilkan.

Sesuai uraian pada latar belakang penelitian, *TikTok* dikenal luas dan penggunanya sudah ratusan juta diseluruh dunia. Selain fungsinya sebagai aplikasi hiburan dan sarana untuk menyalurkan kreatifitas, *TikTok* dimanfaatkan sebagai media penyampaipesankepadapenggunanya.³¹ Aplikasi ini dimanfaatkan oleh pihak yang berkepentingan seperti *influencer* yang menggunakan aplikasi *TikTok* sebagai media untuk menyampaikan informasi kepada khalayak.

Salah satunya adalah akun *TikTok* @PesonaTrawas yang merupakan akun berisikan tentang tempat wisata yang ada di daerah Trawas, Mojokerto dan sekitarnya. Akun ini memuat informasi pariwisata yang dikemas menarik dalam video singkat yang diupload di akun *TikTok* milik pihaknya. Melalui akun ini dan fitur FYP di aplikasi *TikTok*, kemungkinan besar pengguna aplikasi *TikTok* terpapar atau mengetahui pesan yang disampainya.

Dapat dipahami bahwa terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas dengan proses

³⁰Ryan Priatama, dkk. "Analisis Teknik Digital Marketing Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun Tik Tok @jogjafoodhunterofficial)", hal. 50

³¹Ibid.

tersampainya informasi dalam konten yang dimuat akun *TikTok* @PesonaTrawas kepada pengguna aplikasi *TikTok* yang berupa pesan informasi seputar pariwisata, pesan hiburan dan juga pesan pendidikan yang berhubungan dengan pariwisata.

2. Referensi Pariwisata

Aplikasi *TikTok* merupakan aplikasi yang dimanfaatkan pula untuk menyediakan berbagai informasi yang berupa video atraktif, tak terkecuali tentang pariwisata. Hal ini membuat menjadikan media baru bagi referensi pariwisata pengguna *TikTok*.

Selanjutnya, penelitian ini akan membahas tentang referensi pariwisata. Secara etimologi, referensi berasal dari bahasa Inggris yaitu *to refer* yang memiliki arti merujuk, dan Menurut KBBI referensi memiliki arti acuan, sumber, rujukan atau petunjuk.³² Referensi atau sumber rujukan berupa bentuk apapun menjadi penting bagi mereka yang membutuhkan banyak informasi mengenai sesuatu, tidak terkecuali disektor pariwisata. Pengertian mengenai referensi juga dijelaskan oleh para ahli, salah satunya adalah Louis Shores, referensi adalah bagian dari pelayanan kepustakaan yang tugasnya menginterpretasi seluruh koleksi perpustakaan untuk kepentingan pemakainya.³³ Ini berarti referensi termasuk kepada kegiatan perpustakaan

³²Umi Kalsum, "Referensi sebagai layanan, referensi sebagai tempat: sebuah tinjauan terhadap layanan referensi di perpustakaan perguruan tinggi," *Jurnal Iqra*, vol.10, no. 01, 2016, hal.2. DOI : <http://dx.doi.org/10.30829/iqra.v10i1.305>.

³³Ibid. hal.2.

yang memerlukan rujukan untuk suatu pendapat atau ide-ide yang membutuhkan sumber untuk keterangannya. Sesuai dengan definisi tersebut, referensi bisa dipahami sebagai sebuah sumber atau rujukan sebagai keterangan dalam memperoleh suatu informasi yang dibutuhkan.

Dalam penelitian ini membahas tentang pariwisata. Secara etimologis, kata “pariwisata” berasal dari dua kata berbahasa Sansekerta, yang pertama “pari” yang berarti banyak, berkali-kali atau berputar, dan kata yang kedua “wisata” memiliki arti perjalanan.³⁴ Sedangkan KBBI mengartikan pariwisata sebagai pelancogan atau perjalanan untuk rekreasi.³⁵ Pengertian tentang pariwisata tertulis dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, pariwisata bisa dipahami sebagai “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.”³⁶ Sesuai pengertian pada UU tersebut, pariwisata tidak hanya dikelola oleh pemerintah namun juga oleh masyarakat sekitar tempat wisata itu sendiri.

Definisi mengenai pariwisata juga dikemukakan oleh para ahli, seperti pendapat dari James J. Spillane, yang dikutip dalam sebuah

³⁴A. Yoeti, MBA, "*ILMU PARIWISATA: Sejarah, Perkembangan, dan Prospeknya*.", hal. 110.

³⁵Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, “Arti Kata Pariwisata,” *KBBI Daring* (blog), 2016, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pariwisata>.

³⁶Roni Ika Setiawan, “Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Pariwisata: Perspektif Potensi Wisata Daerah Berkembang,”.

jurnal, pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ketempat lain yang bersifat sementara, dilakukan perorangan atauberkelompok sebagai suatu usaha mencari keseimbangan, keserasian dalam dimensi sosial budaya alam dan ilmu, sedangkan Mc. Intosh dan Goelder memberi definisi pariwisata sebagai ilmu atau seni dan bisnis yang dapat menarik dan menghimpun pengunjung, termasuk didalamnya berbagai akomodasi dan katering yang dibutuhkan dan diminati oleh pengunjung.³⁷ Berdasarkan pengertian pariwisata yang sudah dijelaskan diatas, maka bisa dipahami bahwa pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan dalam kurun waktu tertentu ke suatu tempat dengan tujuan sebagai hiburan atau rekreasi.

Untuk melakukan kegiatan wisata, pengunjung tetap membutuhkan informasi tentang pariwisata tersebut, informasi itu sendiri didapatkan melalui referensi yang tersedia. Pada saat ini, referensi pariwisata dapat diketahui melalui media sosial dan internet. Sesuai dengan uraian diatas, referensipariwisataadalahbertambahnyasebuah sumber atau rujukan mengenai tempat wisata yang akan dituju untuk kepentingan hiburan atau rekreasi. Dalam penelitian ini meneliti tentang akun *TikTok* @PesonaTrawas sebagai sumber rujukan atau referensi untuk mencari informasi pariwisata, rujukan pendidikan pariwisata dan juga sumber hiburan yang berhubungan dengan pariwisata.

³⁷Diky Dermawan, “Analisis Pengaruh Pendapatan Pariwisata Melalui Pajak Hotel, Pajak Restoran Dan Retribusi Objek Wisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung”, *Skripsi*, Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) EKUITAS, 2013, hal. 14.

3. Siswa SMAN 1 KrianSidoarjo

Pada penelitian ini yang akan menjadi respondennya adalah siswadari SMAN 1 Sidoarjo. Perlu diketahui secara definisi dari siswa menurut KBBI adalah murid atau pelajar.³⁸ Ditinjau dari segi bahasa, siswa berarti individu yang mencari ilmu di bangku sekolah. Pengertian siswa juga dikemukakan oleh ahli, salah satunya adalah Sarwono, ia mendefinisikan siswa sebagai orang yang secara resmi terdaftar untuk mengikuti pelajaran di dunia pendidikan. Selain Sarwono, Arifin juga berpendapat bahwa siswa atau murid merupakan manusia didik yang berada dalam proses perkembangan fitrah manusia yang memerlukan bimbingan dan pengarahan yang konsisten menuju kearah titik yang optimal.³⁹ Dari pengertian siswa baik dari segi bahasa dan juga pendapat para ahli, siswa dapat dipahami dengan seseorang pelajar yang mengikuti kegiatan pendidikan yang terdaftar secara resmi.

Siswa sendiri memiliki beberapa tingkatan yang sesuai dengan umur dan juga kemampuan mereka. Di Indonesia sendiri jenis siswa ada 4 tingkatan, mulai dari tingkatan terendah yaitu siswa taman kanak-kanak, lalu siswa sekolah dasar, ditingkat selanjutnya yaitu siswa sekolah menengah

³⁸Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, “KBBI Daring,” April 2022, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/siswa>.

³⁹Temiks Merpati, Apeles Lexi Lonto, dan Julien Biringan, “Kreativitas Guru Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Di Smp Katolik Santa Rosa Siau Timur Kabupaten Sitaro,” *Jurnal Civic Education: Media Kajian Pancasila dan Kewarganegaraan*, vol.2, no. 2, 2018, hal.18. DOI : <https://doi.org/10.36412/ce.v2i2.772>.

pertama dan yang terakhir adalah siswa sekolah menengah atas.⁴⁰

Dalam penelitian ini akan menjadikan siswa sekolah menengah atas atau SMA sebagai responden. Penelitian ini juga terfokuskan kepada satu SMA Negeri, yang beralamat di jalan Gubernur Sunandar Prijoedarmo No.5, Sidowaras, Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo. SMAN 1 Krian merupakan salah satu sekolah menengah atas di kecamatan Krian, kabupaten Sidoarjo. Namun SMAN 1 Krian ini merupakan satu-satunya SMA negeri di Kecamatan Krian.⁴¹

F. Sistematika Pembahasan

Pada penelitian ini terdapat sub bab sistematika pembahasan yang digunakan peneliti untuk mempermudah dalam pengurutan pembahasan yang akan dikaji setiap bab nya.

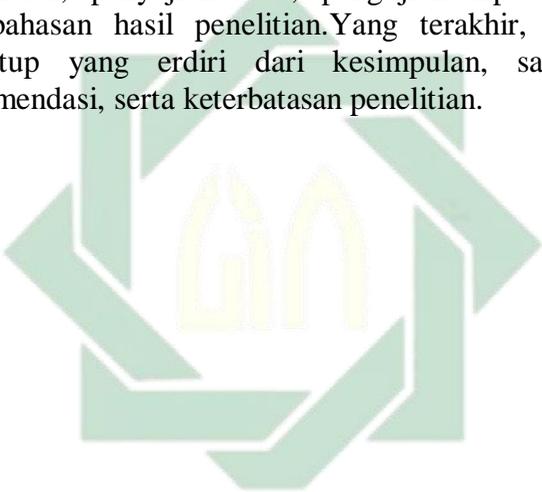
Pada Bab I yaitu Pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu, definisi operasional, dan sistematika pembahasan. Kemudian bab II yakni Kajian teoritik yang terdiri dari penelitian terdahulu yang relevan, kerangka teori, paradigma penelitian, dan hipotesis penelitian.

⁴⁰Khairul Bariyyah dan Leny Latifah, "Kecerdasan Emosi Siswa Ditinjau dari Jenis Kelamin dan Jenjang Kelas," *JPGI (Jurnal Penelitian Guru Indonesia)*, vol.4, no. 2, 2019, hal.150. DOI : <https://doi.org/10.29210/02379jpgi0005>.

⁴¹Yulio Ravian Frandani dan Rr. Nanik Setyowati, "Strategi Guru PPKN Dalam Membentuk Perilaku Etis Pergaulan Siswa Sesuai Dengan Nilai-Nilai Pancasila Di Sman 1krian," *E-Jurnal Kajian Moral dan Kewarganegaraan* , vol.2, no. 04, 2016, hal.484.

BabIII Metode Penelitian berisikan tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi, sampel dan teknik sampling, variabel dan indikator penelitian, tahapan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validitas, instrument penelitian, serta teknik analisis data.

Bab IV yaitu Hasil Penelitian dan Pembahasan, padabab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian, penyajian data, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian. Yang terakhir, BAB V Penutup yang erdiri dari kesimpulan, saran dan rekomendasi, serta keterbatasan penelitian.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II KAJIAN TEORETIK

A. Kajian Pustaka

1. Terpaan Pesan

Para ahli mendefinisikan kata terpaan pesan, seperti Ardianto dan Erdianya mendefinisikan terpaan pesan sebagai kegiatan seperti mendengar, membaca pesan, dan melihat pesan yang terkandung dalam media atau memiliki pengalaman dan perhatian pada pesan tersebut.⁴² Terpaan diartikan sebagai suatu keadaan dimana individu maupun kelompok melihat, membaca, dan mendengar suatu hal yang membuat mereka menaruh perhatian kepada hal tersebut. Sedangkan, menurut Rakhmat terpaan pesan dapat dipahami sebagai banyaknya informasi yang di dapatkan melalui media, yang meliputi frekuensi, atensi dan durasi dari penggunaan media yang digunakan.⁴³ Terpaan pesan dapat dipahami sebagai intensitas keadaan dari individu maupun kelompok yang terpapar pesan yang tersebar melalui suatu media.

Dari pengertian tersebut diatas, terpaan pesan dapat dipahami sebagai intensitas individu atau kelompok terpapar informasi, seperti mendengar, melihat dan membaca suatu pesan yang disampaikan melalui media yang membuat khalayak menaruh perhatian pada pesan tersebut. Kriyanto menyatakan bahwa terpaan pesan media mampu memperkuat persepsi khalayak terhadap

⁴²E. Ardianto, *Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004), hal.106.

⁴³Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, Kedua (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1991), hal.66.

realitas sosial. Terpaan pesan sendiri memiliki dampak yang signifikan terhadap kepercayaan khalayak, baik dampak yang positif maupun negatif.

Secara general, terpaan pesan dalam media dapat diukur. Pengukuran terpaan pesan media sendiri dapat diukur yang terfokuskan pada dua variabel, yaitu dari frekuensi terpaan setiap media dan durasi seseorang menerima terpaan pesan tersebut. Dari teori tersebut diketahui, frekuensi dan juga durasi terpaan pesan yang diterima oleh individu dapat membentuk persepsi seseorang.⁴⁴ Secara tidak langsung, waktu penggunaan dari media mempengaruhi frekuensi terpaan pesan terhadap individu atau kelompok, sehingga dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap suatu hal.

Penelitian ini membahas tentang terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas sebagai salah satu jenis media massa, terhadap pesan pariwisata yang dimuat dalam akun tersebut yang mempengaruhi referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo. Dalam penelitian ini, terpaan pesan dipahami sebagai intensitas siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo terpapar informasi, seperti mendengar, melihat dan membaca suatu pesan yang disampaikan melalui akun *TikTok* @PesonaTrawas media yang membuat siswa menaruh perhatian pada pesan tersebut.

⁴⁴Shiefti Dyah Alyusi, *Media sosial : Interaksi, Identitas dan Modal Sosial* (Surabaya: Prenada Media, 2019), hal.70.

2. Aplikasi *TikTok*

Pengertian aplikasi dikemukakan oleh Ali Zaki dan *Smitdev Community*, aplikasi merupakan komponen yang bermanfaat sebagai media untuk menjalankan pengolahan data ataupun berbagai kegiatan lainnya seperti pembuatan ataupun pengolahan dokumen dan file.⁴⁵ Aplikasi merupakan bagian dari perangkat lunak, dan memiliki berbagai macam bentuk. Dalam *smartphone* sendiri aplikasi merupakan fitur pada *smartphone* yang memiliki fungsi masing-masing untuk mengoptimalkan fungsi dari *smartphone* yang biasa kita gunakan sehari-hari.

TikTok merupakan salah satu aplikasi pada *smartphone* yang diluncurkan oleh ByteDance salah satu perusahaan yang berada di Tiongkok pada tahun 2013, awalnya *TikTok* bernama Douyin, dan dikenal luas secara global dengan nama *TikTok*, kewilayah Eropa dan mengambil posisi aplikasi *Musically* di Amerika, yang merupakan aplikasi serupa dengan *TikTok*.⁴⁶ *TikTok* merupakan aplikasi yang digunakan untuk membuat serta membagikan video pendek berdurasi 15-60 detik.⁴⁷ Dapat dipahami bahwa aplikasi *TikTok* merupakan suatu perangkat pada *smartphone* yang sengaja dibuat sebagai media bersosialisasi di dunia maya dan sarana untuk mengekspresikan diri serta

⁴⁵Huda dan Priyatna, "Penggunaan Aplikasi Content Management System (CMS) Untuk Pengembangan Bisnis Berbasis E-commerce," hal.82.

⁴⁶Dwi Putri Robiatul Adawiyah. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang,". hal.136

⁴⁷Adesya Massie, "Kehadiran TikTok Di Masa Pandemi (The Presence of TikTok in the Pandemic)," *SSRN Electronic Journal*, 2020, hal.3. DOI : <https://doi.org/10.2139/ssrn.3633854>.

kegiatan yang lain seperti perniagaan, pelayanan, dan lainnya.

Dalam aplikasi *TikTok* selain seperti aplikasi biasa yang bisa saling *follow* atau saling mengikuti akun untuk mengetahui aktifitas masing-masing akun, terdapat berbagai fitur utama yang mendukung penggunaannya untuk membuat video pendek yang akan diupload di aplikasi ini, beberapa fitur tersebut adalah :⁴⁸

a) Kamera

Tidak seperti kamera bawaan dari *smarthphone*, kamera yang tersedia di aplikasi *TikTok* memiliki efek atau *filter* yang membuat hasil video lebih menarik.

b) Musik

Fitur musik juga tersedia otomatis di aplikasi ini untuk membuat video pendek lebih menarik dan pengguna tidak perlu lagi menambahkan musik secara manual untuk video yang mereka buat.

c) Beranda mengikuti dan *for your page*

Beranda mengikuti ini adalah tempat dimana kita bisa melihat video dari akun yang kita ikuti. Dan fitur *for your page* atau yang biasa disebut FYP adalah beranda umum yang ada di aplikasi *TikTok* yang luas jangkauannya. FYP berisikan video-video yang dibuat oleh pengguna *TikTok* yang bisa masuk beranda pengguna yang lain secara otomatis.

⁴⁸Adesya Massie, "Kehadiran TikTok di Masa Pandemi (The Presence of TikTok in the Pandemic)", hal.3.

- d) Kolom komentar dan *likes*
Hampir sama dengan media sosial yang lain, aplikasi *TikTok* juga memiliki fitur kolom komentar untuk menyampaikan pendapat kita tentang video yang kita lihat dan fitur *likes* yang tersedia agar kita bisa menyukai video yang kita tonton.
- e) Fitur pesan atau *direct message*
Fitur pesan diaplikasi *TikTok* membuat kita bisa mengirimkan pesan ke pengguna lain dan bisa untuk mengirim video yang kita lihat diberanda kita.
- f) Fitur *Share*
Fitur ini merupakan fitur yang memudahkan pengguna *TikTok* jika ingin membagikan video yang mereka lihat kepada pengguna lain, baik melalui fitur *direct message* atau aplikasi lainnya. Fitur ini juga yang membuat jangkauan dari suatu video lebih luas lagi.
- g) Siaran Langsung atau *live*
Fitur ini digunakan oleh pengguna akun untuk membagikan secara langsung pada detik itu juga tentang kegiatan mereka kepada pengguna aplikasi yang lain.

Penggunaan aplikasi *TikTok* yang semakin marak di dunia, bahkan Indonesia sendiri dikarenakan *TikTok* juga memiliki beberapa fungsi, berikut fungsi dari *TikTok*, diantaranya :

- a) Hiburan
Fungsi utama *TikTok* adalah sebagai hiburan. Konten video yang berada diaplikasi ini bersifat menghibur, seperti

video yang menggunakan fitur *sticker*, tarian dan musik-musik yang menarik.

b) Edukasi

TikTok bisa menjadi sarana edukasi bagi penggunaanya karena dengan singkatannya durasi yang tersedia diaplikasi ini, para kreator video harus menggunakan kreatifitasnya untuk membuat video yang menarik dalam waktu singkat. Konten video yang ada diaplikasi ini, seperti video memasak, tutorial, dan saling memberikan informasi tentang suatu hal, menjadikan pengguna *TikTok* memiliki pengetahuan yang lebih luas lagi tentang hal-hal tersebut.

c) Pemasaran

Dengan bentuk kontennya yang berupa video pendek dimanfaatkan oleh beberapa pengguna yang merupakan pengusaha atau memiliki bisnis toko *online* untuk mempromosikan barang atau jasa yang mereka miliki melalui video diaplikasi *TikTok*.

Sesuai uraian sebelumnya, *TikTok* yang bisa dipahami sebagai aplikasi hiburan video berbasis internet *dismartphone* atau rujukan, dan pariwisata memiliki arti pelancongan atau perjalanan rekreasternyata memberikan fungsi lain seperti edukasi dan juga pemasaran. Untuk pemasaran, *TikTok* dianggap sebagai aplikasi yang cukup efektif karena jangkauannya yang luas dan didukung dengan banyak fitur yang memudahkan kreator.

3. Referensi Pariwisata

Referensi Pariwisata merupakan gabungan dari dua kata, yaitu referensi dan pariwisata. Sesuai dengan KBBI, secara etimologi referensi memiliki arti acuan.⁴⁹ Dari segi etimologi, referensi pariwisata diartikan sebagai rujukan dari perjalanan rekreasi. Referensi pariwisata diperlukan agar kita sebagai wisatawan bisa memutuskan dengan baik perjalanan rekreasi kita.

a) Faktor-Faktor yang mempengaruhi referensi pariwisata

Menurut Horner Swarbrooke (2007), ada dua faktor utama dimana seorang wisatawan untuk mempertimbangkan destinasi wisata yang akan dia kunjungi, yaitu tujuan dari perjalanan wisata tersebut untuk perjalanan sebagai hiburan atau sebagai perjalanan yang pengalaman bagi wisatawan itu sendiri, lebih rincinya Swarbrooke mengungkapkan faktor-faktor seorang memiliki referensi pariwisata, adalah sebagai berikut :⁵⁰

- a. Motivasi personal dari wisatawan.
- b. Ketersediaan obyek dan produk wisata yang menarik.

⁴⁹Kalsum, "Referensi sebagai layanan, referensi sebagai tempat: sebuah tinjauan terhadap layanan referensi di perpustakaan perguruan tinggi," hal.2.

⁵⁰M. Ariza Eka Yusendra, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Destinasi Wisata Bagi Wisatawan Domestik Nusantara," *Jurnal Magister Manajemen*, vol.1, no. 01, 2015, hal.47.

- c. Nasihat dan rekomendasi dari pihak yang bersangkutan dan teman atau keluarga wisatawan.
- d. Informasi yang diperoleh tentang tujuan wisata dari organisasi turisme.
- e. Kondisi politik, keamanan dan teknologi dari tempat wisata.
- f. Kondisi higienitas lingkungan tujuan wisata.
- g. Promosi spesial dari pihak pengelola pariwisata.
- h. Iklim dan cuaca dari tempat wisata.
- i. Sikap opini terhadap tujuan wisata.
- j. Gaya hidup wisatawan, termasuk dengan tingkat pendapatan wisatawan.
- k. Pengetahuan tentang destinasi wisata.
- l. Hobi, ketertarikan serta pengalaman konsumen pariwisata yang telah berkunjung kesuatu destinasi wisata tertentu.

Dengan faktor tersebut diatas wisatawan memerlukan referensi pariwisata yang baik agar tujuan wisata mereka sesuai dengan keinginan serta kemampuan dari wisatawan itu sendiri. Mencari referensi pariwisata penting untuk persiapan wisatawan untuk menghadapi kondisi di tempat wisata tersebut, termasuk dengan antisipasi jika mengalami permasalahan ditempat wisata yang mereka kunjungi. Pada penelitian ini, akun *TikTok* @PesonaTrawas yang pada akun tersebut berisikan

video singkat seputar pariwisata yang bisa menjadi referensi pariwisata.

4. Siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo

a) Pengertian Siswa

Pengertian siswa atau pelajar dapat tercantum dalam undang-undang, menurut ketentuan umum Undang-Undang Dasar Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional, siswa merupakan anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang, dan jenis pendidikan tertentu.⁵¹ Merujuk dari pengertian tersebut, siswa merupakan individu yang mengikuti kegiatan belajar di sebuah organisasi pendidikan. Siswa dalam KBBI diartikan sebagai murid atau pelajar. Sejalan dengan pengertian siswa yang tercantum di Undang-Undang Dasar Republik Indonesia, siswa dipahami sebagai individu yang mengikuti dan menjadi bagian dari kegiatan belajar mengajar pada sebuah sistem pendidikan.

Para ahli dibidang pendidikan juga megemukakan pendapatnya tentang pengertian dari siswa. Menurut Oemar Hamalik definisi dari siswa adalah suatu komponen masukkan dalam sistem pendidikan, yang selanjutnya diproses dalam proses pendidikan, sehingga menjadi manusia yang berkualitas sesuai

⁵¹Republik Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia 1945* (Bandung: Permana, 2006), hal. 102.

dengan tujuan pendidikan Nasional⁵². Siswa menjadi salah satu komponen dalam sistem pendidikan yang turut berproses dalam kegiatan belajar dan mengajar. Sedangkan Hasbullah mendefinisikan siswa sebagai peserta didik yang merupakan salah satu input yang menentukan keberhasilan proses pendidikan.⁵³ Dalam pendapat Hasbullah, siswa sebagai salah satu komponen dari sistem pendidikan yang turut menentukan keberhasilan dari proses pendidikan itu sendiri.

Meninjau dari pengertian dari segi bahasa dan juga pendapat dari para ahli, secara sederhana siswa dapat dipahami sebagai individu yang terlibat dalam proses belajar mengajar dan menjadi salah satu komponen pada sistem pendidikan sehingga menjadi manusia berkualitas yang turut menentukan keberhasilan dari proses pendidikan itu sendiri.

b) Karakteristik Siswa

Siswa atau peserta didik mempunyai karakteristik yang melekat pada mereka yang diperoleh dari lingkungan, yakni ruang lingkup pendidikan. Karakteristik dari peserta didik itu sendiri melekat pada diri mereka yang merupakan bawaan ketika mereka berada di lingkungan pendidikan yang menyangkut faktor biologis, faktor sosial maupun faktor

⁵²Connie Chairunnisa, *Manajemen Pendidikan Dalam Multi Perspektif* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), hal.54.

⁵³Ibid. hal.54.

psikologis.⁵⁴ Sesuai dengan pengertiannya, siswa atau peserta didik merupakan bagian dari kegiatan pendidikan serta turut menentukan keberhasilan dari proses pendidikan itu sendiri, dan untuk itu siswa memiliki beberapa karakteristik. Tirtaraharja mengemukakan 4 karakteristik dari siswa, yang dimaksud yaitu :⁵⁵

- 1) Siswa sebagai individu yang memiliki potensi fisik dan juga psikis yang khas sehingga merupakan makhluk yang unik
- 2) Siswa merupakan individu yang sedang berkembang. Siswa mengalami perubahan dalam dirinya secara wajar seiring pertumbuhan dan juga pengaruh lingkungannya.
- 3) Siswa memerlukan bimbingan individual.
- 4) Siswa merupakan individu yang memiliki kemampuan untuk mandiri dalam perkembangannya, peserta didik mampu untuk berkembang kearah kedewasaan.

c) Siswa Sekolah Menengah Atas

Pada jenis dari tingkat pendidikan, pendidikan menengah merupakan lanjutan dari pendidikan dasar. Pendidikan menengah sendiri terdiri dari pendidikan menengah umum dan juga kejuruan, bentuk dari

⁵⁴Syarifuddin Nurdin, *Kurikulum dan Pembelajaran*, kedua (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), hal.67.

⁵⁵Ibid. hal.78.

pendidikan menengah sendiri berbentuk sekolah menengah atas (SMA), sekolah menengah kejuruan (SMK), madrasah aliyah (MA), madrasah aliyah kejuruan (MAK), dan bentuk pendidikan menengah lainnya yang sederajat.⁵⁶

Tercantum pada dasar-dasar pendidikan, Kepmendikbud No. 0186/P/1984, menyatakan pendidikan menengah merupakan pendidikan yang mempersiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan untuk mengadakan hubungan timbal balik dengan lingkungan sosial budaya dan juga lingkungan alam disekitarnya, kemudian bisa mengembangkan kemampuan diri lebih lanjut untuk dunia kerja atau pendidikan yang lebih tinggi.⁵⁷ Pendidikan menengah menjadi tingkat pendidikan yang paling akhir sehingga pada tingkat ini lah peserta didik terlatih menjadi individu yang siap untuk terjun dimasyarakat dan siap untuk menempuh jenjang pendidikan yang lebih tinggi.

Penelitian ini menjadikan siswa SMA sebagai subjek penelitian dikarenakan pada fase ini lah peserta didik sudah mencapai sistem pendidikan dimana mereka siap untuk bersosialisasi dan juga menempuh pendidikan tinggi.⁵⁸ Di Indonesia, sekolah menengah atas

⁵⁶Sudarwan Danim, *Otonomi Manajemen Sekolah* (Bandung: ALFABETA, 2010), hal.65.

⁵⁷Ibid. hal.63.

⁵⁸Syarifuddin Nurdin, *Kurikulum dan Pembelajaran*, hal. 74.

dibawah naungan kementerian pendidikan, namun ada yayasan swasta yang mendirikan sekolah menengah atas. SMA negeri dan SMA swasta tetap berada dibawah naungan kementerian pendidikan Republik Indonesia. Salah satu contohnya adalah SMA Negeri 1 Krian yang merupakan salah satu SMA Negeri yang berada di kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo yang memiliki 1.201 siswa aktif dan 367 siswa kelas XII merupakan populasi dari penelitian ini.

B. Kajian Teori

1. Teori Stimulus-Organism-Respon (S-O-R)

Kerangka teoritik dalam penelitian ini membahas tentang pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo. Dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat, kini hampir seluruh lapisan masyarakat menggunakan *smartphone* untuk memudahkan kegiatan mereka sehari-hari, mulai dari fungsinya sebagai sarana komunikasi hingga menggunakan aplikasi di *smartphone* untuk kepentingan penyebaran informasi. Dari fenomena tersebut, lahirlah penelitian ini yang respondennya adalah mahasiswa sebagai orang-orang yang dekat dengan penggunaan *smartphone* beserta aplikasi didalamnya dalam kehidupan sehari-hari.

Membahas tentang media komunikasi massa, dangat berkaitan dengan teori *Stimulus-Organism-Respon* atau yang biasa disebut dengan teori S-O-R, pada dasarnya merupakan reaksi dari

efek stimulus yang diterima *audience* yang erat kaitannya dengan pesan media.⁵⁹

Pesan yang didapatkan melalui media, baik itu media cetak, elektronik maupun internet memiliki pengaruh terhadap orang yang melihatnya. Teori yang dikemukakan oleh Houland ini merupakan material psikologi dari ilmu komunikasi.⁶⁰ Dari sudut pandang psikologi, orang akan melakukan reaksi jika mereka mendapatkan stimulus, contohnya jika orang melihat video pendek yang menarik tentang tempat wisata mereka akan mendapatkan informasi baru tentang pariwisata dan ada rasa untuk pergi berwisata.

Asumsi dasar dari model ini adalah media masa, dalam penelitian ini yaitu akun *TikTok* menimbulkan efek yang terarah segera dan langsung terhadap komunikan. Unsur-unsur dalam model ini adalah pesan (stimulus, S), komunikan (organism, O), efek (respon, R). Menurut teori ini, media masa memiliki pengaruh besar kepada penerimaan pesan, teori S-R ini juga menggambarkan proses komunikasi sederhana yang hanya melibatkan duakomponen, yaitu media massa dan penerima pesan, dalam hal ini masyarakat pengguna media massa, namun respon sesungguhnya juga dimodifikasi oleh organisme (O) yang stimulus dan penerima menaggapinya

⁵⁹Septian Silvan Janis Hulu, "Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Wanita di Group Blackberry Messenger Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Syiah Kuala", *Skripsi*, Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala, 2014, hal.11.

⁶⁰Sukma Irdiana, Kusnanto Darmawan, dan Kurniawan Yunus Ariyono, "Impulse Buying Di Masa Pandemi Covid 19," *Jurnal Conference on Economic and Business Innovation (CEBI)*, vol. 1, no. 1, 2021, hal.3.

dengan menunjukkan respon sehingga dinamakan teori S-O-R.⁶¹ Teori S-O-R dapat dirumuskan sebagai berikut :

Bagan 2.1
Kerangka Teori S-O-R



Sesuai dengan bagan tersebut, stimulus yang berupa pesan bisa memberikan perubahan perilaku kepada individu yang menerima pesan tersebut. Pesan yang tersampaikan akan diterima oleh komunikan jika ada perhatian dari komunikan sehingga pesan tersebut dapat diterima dan terjadi perubahan sikap. Penerapan teori S-O-R dalam penelitian yaitu mengenai hubungan pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata, yang ditentukan sebagai berikut :

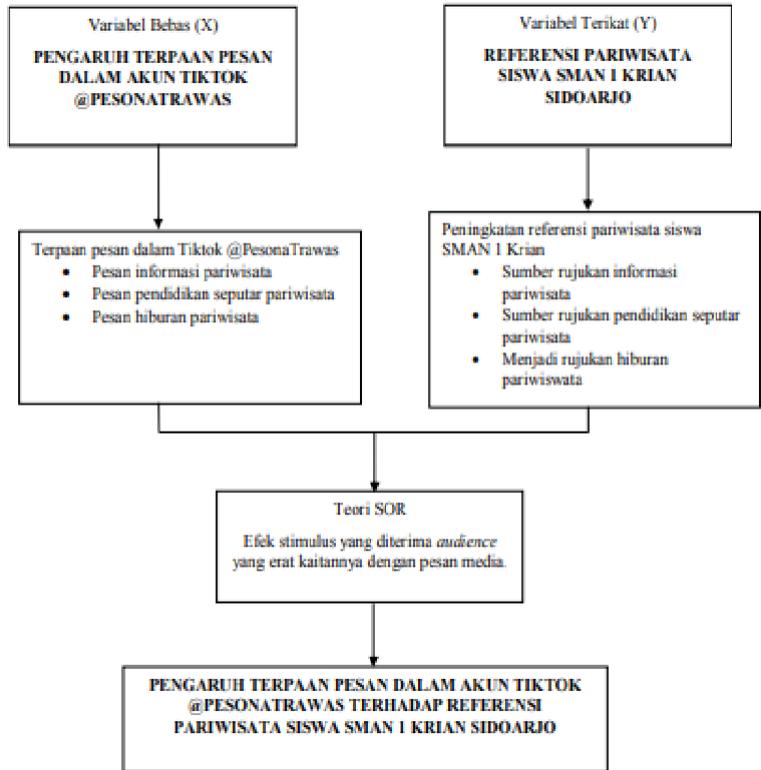
- S (Stimulus) : konten dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas
- O (Organisme) : komunikan (Siswa SMAN 1 Krian yang menonton konten akun *TikTok* @PesonaTrawas)
- R (Respon) : konten dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas menjadi referensi pariwisata Siswa SMAN 1 Krian

⁶¹Sukma Irdiana, Kusnanto Darmawan, dan Kurniawan Yunus Ariyono, "Impulse Buying Di Masa Pandemi Covid 19,".hal.3

Proses komunikasi pada penelitian ini berdasarkan teori S-O-R, karena objek dari penelitian ini adalah manusia yang memiliki komponen sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan kehendak. Menurut teori stimulus respon ini dalam proses komunikasi yang terjadi melalui video pendek sebagai pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas yang memberikan rangsangan kepada pengguna aplikasi *TikTok*, yaitu siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo yang akhirnya menimbulkan efek kepada referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo yang melihat video tersebut, dan mereka juga bisa membagikan video tersebut kepada orang lain. Berikut merupakan kerangka pikir dari penelitian ini berdasarkan teori S-O-R.



Bagan 2.2 Kerangka Pikir Penelitian



C. Perspektif Islam

1. Pariwisata dalam Perspektif Islam

Pariwisata jarang sekali disinggung dan dibahas oleh kita dari sudut pandang Islam. Membahas pariwisata dari sudut pandang Islam mungkin tabu bagi kita, namun dalam Islam juga membahas tentang pariwisata. Diriwayatkan oleh

Ibnu Hani dari Ahmad bin Hanbal, beliau ditanya tentang seseorang yang bepergian atau bermukim di suatu kota, mana yang lebih anda sukai? Beliau menjawab: "Wisata tidak ada sedikit pun dalam Islam, tidak juga perilaku para nabi dan orang-orang saleh." Ibnu Rajab mengomentari perkataan Imam Ahmad ini dengan mengatakan: "Wisata dengan pemahaman ini telah dilakukan oleh sekelompok orang yang dikenal suka beribadah dan bersungguh-sungguh tanpa didasari ilmu. Diantara mereka ada yang kembali ketika mengetahui hal itu."⁶² Kegiatan berwisata sering dipandang sebagai hal yang kurang memberikan manfaat dari sisi kegamaan, padahal berwisata dengan niat yang baik dan dikarenakan Allah SWT bisa menjadi kegiatan yang penuh dengan keberkahan.

Generasi milenial dan generasi Z merupakan orang yang sering untuk melakukan kegiatan pariwisata harusnya mengetahui apa tujuan mereka berwisata. Sebagai remaja muda seperti siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo memiliki jiwa bebas, mereka yang berpengaruh juga terhadap sektor pariwisata, namun perlu diketahui lebih dalam mengenai niat dan tujuan pariwisata agar menjadi keberkahan bagi mereka.

Sebagaimana disebutkan Allah dalam surat al-Ankabut: 20

نُؤْتِيهِمْ أَجْرَهُمْ بِحَسَنَاتِهِمْ ۖ إِنَّهُمْ فِي شَرِّ الْوَسْوَءِ الْغَوْثِ
 لَأُولُو سُلُوسٍ مُّسْتَوْسِلِينَ ۖ يُؤْتِيهِمْ أَجْرَهُمْ بِحَسَنَاتِهِمْ ۖ إِنَّهُمْ فِي شَرِّ الْوَسْوَءِ الْغَوْثِ
 لَأُولُو سُلُوسٍ مُّسْتَوْسِلِينَ ۖ يُؤْتِيهِمْ أَجْرَهُمْ بِحَسَنَاتِهِمْ ۖ إِنَّهُمْ فِي شَرِّ الْوَسْوَءِ الْغَوْثِ
 لَأُولُو سُلُوسٍ مُّسْتَوْسِلِينَ ۖ يُؤْتِيهِمْ أَجْرَهُمْ بِحَسَنَاتِهِمْ ۖ إِنَّهُمْ فِي شَرِّ الْوَسْوَءِ الْغَوْثِ

⁶²Rahmi Syahriza, "Pariwisata Berbasis Syariah (Telaah Makna Kata Sara dan Derivasinya dalam al-Qur'an)," *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, vol. 01, no.2, 2014, hal.5.

Katakanlah: "Berjalanlah di (muka) bumi, Maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu."⁶³

Jadi, dalam ajaran islam pun telah diterangkan secara jelas tentang diperbolehkannya pariwisata ke berbagai tempat di seluruh dunia dengan maksud dan tujuan tertentu yang diantaranya adalah sebagai berikut :⁶⁴

- a. untuk beribadah seperti haji dan umrah
- b. untuk menambah wawasan dan pengetahuan agama seperti ke tempat yang menyimpan sejarah tentang islam
- c. untuk berdakwah dan menyiarkan agama islam
- d. pergi ke beberapa tempat untuk melihat berbagai peninggalan sebagai nasehat, pelajaran dan manfaat lainnya
- e. menikmati indahnya alam yang indah sebagai pendorong jiwa manusia untuk menguatkan keimanan terhadap keesaan Allah dan memotivasi menunaikan kewajiban hidup.

Berdasarkan ayat Q.S Al-Ankabut ayat 20, pariwisata boleh dilakukan dengan niat baik, seperti mencari wawasan serta pengetahuan, dan

⁶³Departemen Agama Ri, Al-Qur'an, hal.561.

⁶⁴Rahmi Syahriza, Ibid. hal. 6.

menguatkan keimanan dengan menikmati ciptaan Allah SWT yang indah. Dalam islam sendiri banyak terdapat anjuran untuk tidak berpergian sendirian, seperti sabda dari Rasulullah SAW berikut ini :

الْوَالِدَاتُ يُغْتَابُونَ بَنَاتَهُنَّ وَالْبَنَاتُ يُغْتَابُونَ آبَهُنَّ وَالرِّجَالُ يَمُوتُونَ وَنِسَاؤُهُمْ حَيَاتُهُمْ
يُغْتَابُونَ نِسَاءَهُمْ وَالنِّسَاءُ يَمُوتُونَ وَرِجَالُهُنَّ حَيَاتُهُنَّ

Artinya : “orang yang berkendaraan sendirian adalah setan, orang yang berkendaraan berdua adalah dua setan, orang yang berkendaraan bertiga maka itulah orang yang berkendaraan yang benar.” (HR. Malik dalam Al Muwatha, Abu Daud no.2607, dan At Tirmidzi no. 1674, dihasankan Al Albani dalam *Shahih Abu Daud*)⁶⁵

Dari hadits tersebut jika seseorang melakukan perjalanan sendirian, apalagi tidak diniatkan untuk kebaikan maka setan ikut serta bersamanya. Anjuran untuk pergi dengan beberapa orang juga untuk menghindari adanya kejahatan dan tidak ada saksi yang berada didekatnya. Maka sangat dianjurkan untuk mengajak teman atau banyak orang untuk berpariwisata dan bersama menikmati keindahan yang telah diciptakan oleh Allah SWT. Dengan menyebarkan konten sudah mengajak dan memberitahu orang lain tentang pariwisata.

⁶⁵Rahmi Syahriza, “Pariwisata Berbasis Syariah (Telaah Makna Kata Sara dan Derivasinya dalam al-Qur’an),” hal. 75.

Didukung dengan media yang sangat beragam dan jangkauannya luas, seperti menggunakan media sosial. Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-An'am ayat 6, sebagai berikut :

اَلَمْ يَرْوَاكَ اِذَا لَمْ يَلْمُوكُمْ وَاِذَا لَمْ يَنْصَلِحْكُمْ لَقَدْ عَلِمْتُمْ لَوْمَةَ الرَّسُولِ اِنَّهَا لَكُنْ مِنْكُمْ قَبْلَ الْاِسْلَامِ فَادْعُوهُمْ بِالْاِسْمِ الَّذِي اسْمَوْا بِهِ مِنْ قَبْلِ ۗ هُوَ اَعْيُنُهُمْ اَلْبَتَّةَ لَا يَرَوْنَ سُبْحَانَ اللَّهِ عِندَ رَبِّهِمْ اِنَّهُمْ لَكَاذِبُونَ
 وَمَا يَرْوَاكَ اِذَا لَمْ يَلْمُوكُمْ وَاِذَا لَمْ يَنْصَلِحْكُمْ لَقَدْ عَلِمْتُمْ لَوْمَةَ الرَّسُولِ اِنَّهَا لَكُنْ مِنْكُمْ قَبْلَ الْاِسْلَامِ فَادْعُوهُمْ بِالْاِسْمِ الَّذِي اسْمَوْا بِهِ مِنْ قَبْلِ ۗ هُوَ اَعْيُنُهُمْ اَلْبَتَّةَ لَا يَرَوْنَ سُبْحَانَ اللَّهِ عِندَ رَبِّهِمْ اِنَّهُمْ لَكَاذِبُونَ

Artinya : “Dan tidaklah kami mengutus para Rasul itu melainkan untuk memberikan kabar gembira dan memberikan peringatan. Barang siapa yang beriman dengan mengadakan perbaikan, maka tak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak pula mereka bersedih”⁶⁶

Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S Al-An'am ayat 6 tersebut, dengan menyampaikan berita baik kita bisa membuat orang lain merasakan bahagia. Termasuk dengan mempromosikan tempat wisata kepada banyak orang dan juga menyebar luaskan berita tersebut kepada orang lain. Dalam sebuah hadits, Rasulullah SAW bersabda, “Berilah mereka kabar gembira, dan janganlah menakut-nakuti, mudahkanlah urusan mereka dan jangan kamu persulit” (H.R Muslim No. 3262).⁶⁷ Sebagai umat Rasulullah SAW, hendaknya kita menjadikan Rasulullah sebagai panutan melalui sunnah, dan najuran dalam hadits yang disampaikan oleh Rasulullah SAW.

⁶⁶Departemen Agama RI, Al-Qur'an, hal. 171.

⁶⁷Muhajirin Muhajirin, "Pariwisata Dalam Tinjauan Ekonomi Syariah," *Al-Mashlahah Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial*, vol. 6, no. 01, 2018, hal. 92. DOI : <https://doi.org/10.30868/am.v6i01.241>.

Berdasarkan dalil da juga ayat tersebut diatas, pariwisata dalam Islam diperbolehkan, apalagi kalau diiringi dengan niat yang baik sebagai ibadah kepada Allah SWT. Sebagai pihak yang bekerja dibidang pariwisata, membuat video singkat untuk memperkenalkan tempat wisatan juga akan terbantu secara perekonomian karena pariwisata tersebut dikunjungi wisatawan. Dan bagi wisawatan, hendaknya dalam setiap perjalanan penuh dengan persiapan, perjalan pun diiringi dengan do'a dan niat baik sesuai sunnah dan firman Allah SWT.

D. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Kajian penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini digunakan oleh peneliti sebagai rujukan penelitian yang dilakukan dan untuk mengetahui apakah penelitian dengan judul yang sama telah dilakukan sebelumnya. Referensi yang tertulis dibawah ini sebagai pengkaji penelitian yang dilakukan oleh peneliti, berikut penelitian terdahulu yang relevan dengan judul penelitian “Pengaruh TerpaanPesan dalam Akun *TikTok* @Pesonatrawas Terhadap Referensi Pariwisata Siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo”.

Sebuah jurnal penelitian dengan judul “Video Atraktif sebagai Media Promosi PariwisataAman dan Nyamandi Tengah PandemiCOVID-19” yang ditulis oleh Farra Almeira Suyanto dan Dewa Ayu Lingga Saridewi yang merupakan mahasiswa Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Denpasar. Jurnal ini menggunakan metode kualitatif. Jurnal ini dibuat pada tahun 2020. Hasil dari penelitian ini adalah promosi yang dilakukan melalui media video atraktif singkat yang dimuat disosial media lebih menarik bagi

orang yang mencari referensi pariwisata sehingga mereka lebih mudah untuk menemukan tempat wisata, apalagi jika video tersebut memuat informasi tentang sebuah tempat wisata yang mudah dipahami dan tidak bertele-tele.⁶⁸ Persamaan antara jurnal tersebut dengan penelitian ini adalah membahas tentang video atraktif sebagai media penyampai pesan tentang pariwisata. Dan adapun perbedaan antara jurnal tersebut dengan penelitian ini adalah pada jurnal tersebut hanya meneliti media promosi melalui video atraktif saat masa pandemi COVID-19, penelitian ini jugatidak menyebutkan aplikasi atau sosial media yang diteliti dan tidakmenelitiakun @PesonaTrawas. Selain itu jurnal ini juga menggunakan metode kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Jurnal penelitian dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial *TikTok* Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun *TikTok* Javafoodie)” yang ditulis oleh Chriswardana Bayu Dewa dan Lina Ayu Safitri yang dimuat oleh Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya, memiliki relevansi dengan penelitian ini. Jurnal ini menggunakan metode kualitatif. Jurnal ini dibuat pada tahun 2020. Hasil dari penelitian dijurnal ini adalah akun *TikTok* @javafoodie menjadi salah satu akun yang mempromosikan berbagai tempat kuliner dengan konten yang diselipkan komedi, karena jumlah *followers* yang mencapai empat ratus ribu lebih akun

⁶⁸Farra Almeida Suyanto, “Video Atraktif sebagai Media Promosi Pariwisata Aman dan Nyaman di Tengah Pandemi COVID-19 (Attractive Video as Promotion Media for a Comfortable and Safe Tourism during COVID-19 Pandemic),” *SANDI : Seminar Nasional Desain*, vol.1, no. 01, 2021, hal. 6.

TikTok ini digunakan sebagai media pemasaran oleh beberapa tempat wisata kuliner di wilayah Yogyakarta pada masa pandemi COVID-19.⁶⁹ Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti konten sebuah akun *TikTok* sebagai media penyampai pesan dan meneliti satu akun *TikTok*. Dan perbedaannya adalah jurnal tersebut membahas tentang promosi wisata kuliner di Yogyakarta, tidak membahas tentang akun *TikTok* @PesonaTrawas dan tidak meneliti siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.

Sebuah jurnal penelitian dengan judul “Pengaruh Influencer Marketing *TikTok* terhadap Brand Image Bittersweet by Najla” yang ditulis oleh Winnie Agustina dan Wulan Purnama Sari yang dipublikasikan melalui website PROLOGIA memiliki relevansi terhadap penelitian ini. Jurnal tersebut menggunakan metode kuantitatif dan penelitian dilakukan pada tahun 2020. Hasil dari penelitian pada jurnal tersebut adalah adanya peningkatan penjualan *desertbittersweet* by Najla melalui promosi yang dilakukan oleh *influencer* diaplikasi *TikTok*.⁷⁰ Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti konten akun *TikTok* sebagai media penyampaian pesan yang banyak digunakan pada saat ini. Adapun perbedaannya adalah jurnal tersebut membahas tentang pengaruh *influencer* terhadap *brand image* makanan, sedangkan penelitian ini membahas tentang pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok*

⁶⁹Dewa dan Safitri, “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie),” hal. 53.

⁷⁰Winnie Agustina dan Wulan Purnama Sari, “Pengaruh Influencer Marketing Tiktok terhadap Brand Image Bittersweet by Najla,” *Prologia*, vol.5, no. 2, 2021, hal. 360. DOI : <https://doi.org/10.24912/pr.v5i2.10211>.

@PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.

Sebuah jurnal internasional yang menggunakan metode kualitatif berjudul “What Is Influencer Marketing and How Does It Target Children? A Review and Direction for Future Research” yang disusun oleh Marijke De Veirman, Liselot Hudders dan Michelle R. Nelson, yang dimuat pada website *Frontiers In Psychology*, jurnal ini dibuat pada tahun 2019. Jurnal ini memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan penulis. Hasil dari penelitian tersebut adalah media sosial sering digunakan oleh anak muda, dan *influencer* yang terkenal yang digangrungi oleh anak-anak mempengaruhi pemasaran suatu produk melalui konten yang mereka bagikan di media sosial mereka.⁷¹ Persamaannya dengan penelitian ini adalah membahas tentang video atraktif sebagai penyampai pesan melalui media sosial. Sedangkan perbedaannya adalah jurnal tersebut tidak membahas secara spesifik media sosial yang diteliti dan membahas iklan dari *influencer* yang targetnya adalah anak-anak.

Jurnal internasional yang menggunakan metode kualitatif berjudul “Research on the International Marketing Strategy of TikTok -- Based on the Analysis of 4P Theory” yang disusun oleh Yuan Weilin, Mao yue, dan Sun QI, yang dimuat pada website *Frontiers in Educational Research*, memiliki relevansi dengan penelitian ini. Jurnal ini dibuat pada tahun 2020. Hasil penelitian jurnal tersebut adalah banyaknya pengguna *TikTok* dari seluruh dunia mempengaruhi pemasaran

⁷¹Marijke De Veirman, Liselot Hudders, dan Michelle R. Nelson, “What Is Influencer Marketing and How Does It Target Children? A Review and Direction for Future Research,” *Frontiers in Psychology*, vol.10, 2019, hal. 11-12. DOI : <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02685>.

aplikasi itu sendiri, dan aplikasi ini dimanfaatkan sebagai media promosi produk, dan juga media hiburan dimasa yang akan datang.⁷² Persamaan jurnal tersebut dengan penelitian ini adalah membahas tentang aplikasi *TikTok* sebagai media penyampai pesan dan pengaruhnya terhadap para penggunanya. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini membahas pemasaran global dari banyak negara, dan membahas tentang peningkatan penggunaan aplikasi *TikTok* yang meningkatkan perekonomian perusahaannya.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat dipahami sebagai jawaban sementara dari rumusan masalah yang dimaksud dalam sebuah penelitian berupa pernyataan terhadap hubungan antara dua variabel, hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Syofian Siregar, menurutnya, hipotesis adalah dugaan sementaraterthadap hubungan antara dua variabel atau lebih.⁷³ Dugaan sementara ini belum didasarkan dan sesuai dengan fakta yang ada dilapangan, yang datanya sendiri harus dikumpulkan melalui penelitian, namun hipotesis ini digunakan sebagai penunjuk arah penelitian yang akan dilakukan.⁷⁴

⁷²Yuan Weilin, Mao yue, dan Sun QI, “Research on the International Marketing Strategy of Tik Tok -- Based on the Analysis of 4P Theory,” *Frontiers in Educational Research*, vol.3, no. 14, 2020, hal.148-149. DOI : <https://doi.org/10.25236/FER.2020.031423>.

⁷³Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hal.38.

⁷⁴Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainny)* Edisi Kedua (Jakarta: Kencana Prenanda Media Group, 2005), hal. 85.

Sedangkan secara etimologi, hipotesis terbentuk dari dua kata, yaitu kata *Hypo* yang berarti kurang dan *Thesis* yang berarti pendapat, hypothesis memiliki arti suatu dugaan yang belum sempurna.⁷⁵ Ada dua jenis hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini, hipotesis kerja (H.a) yang cenderung menerima kebenaran dari pernyataan, yang menyatakan ada hubungan yang berarti antara variabel X dengan variabel Y, sedangkan hipotesis nihil (H.o) yang cenderung diuji dengan analisis statistik, yang menyatakan tidak ada hubungan antara variabel X dan variabel Y yang akan diteliti.⁷⁶ Dalam penelitian ini terdapat hipotesis sebagai berikut :

1. Hipotesis Kerja (H.a)

Terdapat pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.

2. Hipotesis Nihil (H.o)

Tidak ada pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.

Jika H.a diterima dan H.o ditolak, maka ada pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap peningkatan referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo, dan begitu sebaliknya, jika H.a ditolak dan H.o diterima, maka tidak ada pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap peningkatan referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.

⁷⁵Ibid.

⁷⁶Ibid., hal. 90

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan penjabaran khusus terkait pendekatan kepada jenis penelitian, unit analisis, jenis serta sumber data, tahap penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data penelitian.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian diartikan oleh Mc Millan dan Schumacher sebagai proses sistematis pengumpulan dan penganalisaan informasi atau data yang memiliki tujuan tertentu, sedangkan Kerlinger memberi definisi penelitian sebagai penyelidikan sistematis, terkontrol, empiris, dan kritis mengenai fenomena sosial yang didasarkan pada teori dan hipotesis tentang dugaan yang berhubungan dengan fenomena yang diteliti.⁷⁷

Untuk penelitian sendiri terdapat dua pendekatan yang berbeda sesuai dengan kebutuhan peneliti dan berdasarkan fenomena yang ada. Berikut menurut Rummel, ada empat penggolongan periode pengembangan metode penelitian, yaitu *Trial and Error*, *Authority and Tradition*, *Speculation and Argumentation*, dan *Hypothesis and Experimentation*.⁷⁸ Penelitian ini menggunakan metode *Hypothesis and Experimentation*, yang diawali dengan dugaan atau hipotesis kemudian dikumpulkan data atau bukti empiris dan akhirnya diambil kesimpulan dari

⁷⁷Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)* (Klaten: Hidayatul Quran, 2019), hal.2.

⁷⁸Ibid. hal.3.

masalah yang dihadapi dengan pola pikir deduktif dan atau induktif.⁷⁹

Dalam penelitian ini penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Karena pendekatan kuantitatif dapat menghasilkan data yang akurat setelah perhitungan untuk menghasilkan hasil kuantitatif yang tepat, dimana peneliti ingin membuktikan ada atau tidak adanya pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang jenis penelitiannya menggunakan metode survei dengan menyebarkan angket pada responden.⁸⁰ Untuk mengetahui dan menjelaskan hubungan serta pengaruh dari variabel X dan variabel Y, peneliti menggunakan penelitian asosiatif.

Penelitian asosiatif merupakan metode dimanarumusan masalah menjadi suatu pertanyaan penelitian yang sifatnya menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih yang memiliki hubungan sebab akibat sehingga ada variabel yang memengaruhi (*independent variable*) dan variabel yang dipengaruhi (*dependent variable*).⁸¹ Dengan ini peneliti dapat mengetahui ada atau tidak nya pengaruh variabel X yaitu pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap variabel Y yaitu terhadap peningkatan referensi

⁷⁹Ibid.

⁸⁰Burhan Bungin, Ibid. hal.38.

⁸¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Al-Fabeta, 2010), hal.55-56.

pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo, serta mengukur besarnya pengaruh tersebut.

B. Obyek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan diteliti kemudian ditarik kesimpulan.⁸² Dalam penelitian, objek adalah sasaran dari penelitian dan fokus dari sebuah penelitian. Objek penelitian berasal dari fenomena yang muncul dimasyarakat atau permasalahan yang ada dan bersumber dari pengamatan serta pengalaman peneliti melalui observasi dan kepustakaan lainnya. Fokus penelitian dan objek dari penelitian ini adalah siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo. Penelitian ini melibatkan siswa kelas 12 SMAN 1 Krian Sidoarjo untuk menjadi responden penelitian.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi diartikan sebagai wilayah umum yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diteliti kemudian ditarik kesimpulannya.⁸³ Adanya populasi bertujuan untuk pembatasan subjek oleh peneliti, peneliti dapat menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian.

Populasi terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari serta

⁸²Sugiyono, Ibid., hal.39.

⁸³Sugiyono, Ibid., hal.80

diteliti kemudian ditarik kesimpulan. Seluruh siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo yang berjumlah 1.201 siswa aktif, dan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas 12 SMAN 1 Krian Sidoarjo yang berjumlah 371 siswa.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan suatu himpunan bagian dari populasi yang anggotanya disebut sebagai subjek, sedangkan anggota populasi adalah elemen populasi tersebut.⁸⁴ Sampel merupakan bagian dari populasi yang mewakili secara keseluruhan populasi yang dimaksud dalam penelitian ini.

Sampel mencerminkan seluruh unsur dalam suatu populasi secara proporsional atau memberi kesempatan yang sama pada semua unsur populasi untuk dipilih, sehingga dapat mewakili keadaan sebenarnya dalam keseluruhan populasi.⁸⁵ Sampel dalam penelitian ini adalah siswa kelas 12 SMAN 1 Krian Sidoarjo.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin, sebagai berikut :⁸⁶

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

n = Ukuran sampel

⁸⁴Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis : Pendekatan Filosofi dan Praktis*. (Jakarta: Indeks, 2009), hal.56.

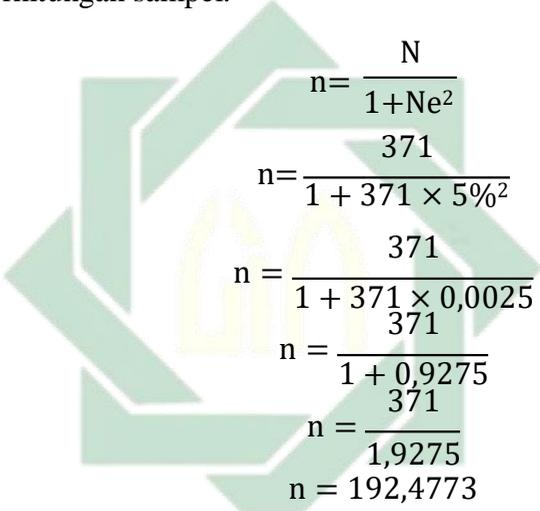
⁸⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, hal.81

⁸⁶Umar Husein, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hal.79.

$N = \text{Jumlah populasi} = 371$

$e = \text{tingkat kesalahan dalam penelitian}$

Jika dilakukan penghitungan, maka akan diketahui sampel untuk penelitian ini. Peneliti memilih menggunakan presentase 5% sebagaiantisipasi kesalahan dalam proses perhitungan sampel.⁸⁷


$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\n &= \frac{371}{1 + 371 \times 5\%^2} \\n &= \frac{371}{1 + 371 \times 0,0025} \\n &= \frac{371}{1 + 0,9275} \\n &= \frac{371}{1,9275} \\n &= 192,4773\end{aligned}$$

Melalui perhitungan menggunakan rumus slovin di atas, dapat diketahui jumlah perhitungan sampel adalah 192,4773, dibulatkan menjadi 193. Jadi yang harus diteliti pada penelitian ini adalah 193 respondensiswakelas 12 SMAN 1 KrianSidoarjo.

⁸⁷Siti Roykhanah, “Pengaruh Tagline Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya”, *Skripsi*, Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, , UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018, hal.18.

3. Teknik Sampling

Peneliti akan menggunakan teknik *random sampling* dalam penelitian ini. *Random Sampling* merupakan teknik memilih sampel penelitian dimana semua individu disuatu populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel dalam penelitian.⁸⁸ Namun, Peneliti mempunyai kriteria tertentu atas sampel penelitiannya dengan mempertimbangkan hal-hal tertentu dalam penarikan sampel penelitian. Berikut kriteria peneliti tentang sampel yang akan diambil dalam penelitian ini :

- a) Siswa aktif kelas 12 SMAN 1 Krian Sidoarjo.
- b) Pernah melihat konten dari akun *TikTok@PesonaTrawas*.

D. Variabel dan Indikator Variabel

1. Variabel

Menurut KBBI, arti dari variabel adalah faktor atau unsur kata yang menggambarkan hubungan gramatikal.⁸⁹ Sedangkan para ahli juga mengemukakan pendapatnya tentang pengertian dari variabel pada penelitian, variabel penelitian didefinisikan sebagai suatu atribut, sifat atau aspek dari obyek yang mempunyai variasi tertentu

⁸⁸Asep Syaputra, "Implementasi Metode Random Sampling Pada Animasi Motion Graphic Herbisida Dan Fungisida," *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, vol.11, no. 2, 2022, hal.144. DOI : <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v11i2.1370>.

⁸⁹Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, "Arti Kata Variabel," *KBBI Daring* (blog), 2016, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/variabel>.

yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan diteliti kemudian ditarik kesimpulannya.⁹⁰ Dalam penelitian kuantitatif ini terdapat dua variabel yang akan dicari korelasinya, yaitu :

- a) Variabel bebas (*Independent variabel*), merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain yang menjadi penyebab pada variabel lain, variabel ini disimbolkan dengan variabel "X".⁹¹ Variabel X penelitian ini adalah pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas
- b) Variabel terikat (*Dependent variabel*) merupakan variabel yang menjadi akibat atau dipengaruhi oleh variabel bebas, variabel ini disimbolkan dengan variabel "Y".⁹² Variabel Y dalam penelitian ini adalah peningkatan referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.

2. Indikator Variabel

Indikator variabel dalam penelitian bisa dipahami sebagai petunjuk yang menggambarkan adanya hubungan antara dua variabel.⁹³ Untuk

⁹⁰Siti Roykhanah, "Pengaruh Tagline Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya," hal. 19-20.

⁹¹Martono Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafind Persada, 2011), hal. 57.

⁹²Ibid.

⁹³Siti Roykhanah, "Pengaruh Tagline Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya," hal. 22.

memperjelas indikator variabel, maka disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 3.1
Tabel Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
<p style="text-align: center;">(X)</p> <p style="text-align: center;">Terpaan pesan dalam akun TikTok @PesonaTrawas</p>	- Pesaninformasi pariwisata	Likert
	- Pesanpendidikanseputarpariwisata	Likert
	- Pesanhiburanpariwisata	Likert
<p style="text-align: center;">(Y)</p> <p style="text-align: center;">Referensi pariwisata siswa SMAN 1 KrianSidarjo</p>	- Sumberrujukaninformasi pariwisata	Likert
	- Sumberrujukanpendidikanseputarpariwisata	Likert
	- Menjadirujukanhiburanpariwisata	Likert

E. Tahap-tahap Penelitian

Menurut Husein Umar, langkah – langkah dalam penelitian ilmiah yang menggunakan metode penelitian kuantitatif adalah sebagai berikut⁹⁴ :

1. Mendefinisikan dan Merumuskan Masalah

Pada tahap ini peneliti harus memutuskan masalah apa yang akan diteliti dan dirumuskan dengan jelas. Dalam proses ini, peneliti perlu melakukan studi lapangan dan kegiatan penjajakan masalah, serta menambah referensi bacaan yang dapat lebih memberikan pemahaman masalah dan juga fakta sosial yang terjadi di lapangan. Kemudian peneliti menemukan masalah tentang pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.

2. Studi Pustaka

Ditahap studi pustaka, peneliti melakukan pra-survey dan observasi pendahuluan. Pada tahap ini, peneliti harus memiliki konsep dasar yang kuat dan peneliti juga harus menentukan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti, agar dapat dijadikan sebagai acuan dalam penelitian. Melalui tahap ini peneliti diharuskan untuk memperhatikan apakah judul penelitian yang akan dilakukan sudah menjadi topik penelitian sebelumnya, agar penelitian yang dilakukan dapat menjadi penunjang dibidang ilmu pengetahuan.

⁹⁴Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, hal 83.

3. Merumuskan Pernyataan Masalah

Tahap merumuskan pernyataan masalah adalah tahapan penting dalam sebuah penelitian. Rumusan masalah dapat mempengaruhi proses penelitian. Rumusan masalah yang baik mempunyai lima karakteristik yaitu spesifik, dapat diverifikasi secara empiris, menggunakan kalimat tegas positif, sederhana, jelas, dan tidak bermakna ganda. Pada penelitian ini, rumusan masalahnya adalah :

- 1) Adakah pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo?
- 2) Seberapa besar tingkat pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo?

4. Memformulasikan Hipotesis Penelitian

Tahap memformulasikan hipotesis atau anggapan dasar penelitian adalah menentukan anggapan dasar yang harus dirumuskan dengan jelas, agar memperkuat permasalahan penelitian serta membantu peneliti dalam menentukan objek penelitian, wilayah pengambilan data, serta instrument pengumpulan data. Hipotesis pada penelitian ini adalah:

H_a : Ada tentang pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.

H₀ : Tidak ada tentang pengaruh terpaanpesan dalam akunTikTok@PesonaTrawasterhadappreferensi pariwisataasiswa SMAN 1 KrianSidoarjo.

5. Memilih Pendekatan

Tahap memilih pendekatan ini peneliti harus menentukan pendekatan yang sesuai dengan fenomena yang ada di lapangan. Untukmelakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Peneliti memilih metode pendekatan kuantitatif agar dapat mengetahui kausalitas dari variabel penelitian. Pendekatan ini merupakan salah satu pendekatan yang terencana, sistematis, terstruktur dan jelas.Peneliti mendapatkan gambaran sistematis dan juga dapat menafsirkan data tentangadanya pengaruh terpaanpesan dalam akunTikTok@PesonaTrawas terhadappreferensipariwisataasiswa SMAN 1 KrianSidoarjo.

6. Menentukan Variabel

Tahapan menentukan variabel dalam penelitian merupakan tahappenentuanvariabel bebas (*independent variable*)dan variabel bebas (*dependent variable*). Dalam penelitian ini variabel bebas (*independent variable*)atauvariabel (X) yaitu pengaruh terpaanpesan dalam akunTikTok@PesonaTrawas dan variabel bebas (*dependent variable*) atau variabel (Y) yaitu referensipariwisataasiswa SMAN 1 KrianSidoarjo.

7. Mengumpulkan Data

Tahap pengumpulan data, dimana peneliti harus mengumpulkan data dengan menggunakan metode yang sesuai dengan metode pengumpulan sampel. Pada penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan angket atau kuisioner pada subjek penelitian. Teknik yang akan digunakan juga harus sesuai dengan variabel, sampel, lokasi pelaksanaan, dan waktu penelitian.

8. Analisis Data

Tahapan analisis data adalah tahap analisis dan menginterpretasikan hasil pengolahan data dengan menguji hipotesis dengan tujuan dan juga sasaran penelitian. Peneliti harus melakukan analisis data dalam penelitian kuantitatif dengan menggunakan statistik. Peneliti dapat menggunakan statistik manual atau menghitung dengan kalkulator statistik, menggunakan aplikasi SPSS, dan *Microsoft Excel* pada tahap analisis data ini.

9. Membuat Generalisasi atau Menarik Kesimpulan

Pada tahapan menarik kesimpulan ini peneliti harus membuat generalisasi dari hasil temuan korespondensi dengan hipotesis penelitian, kemudian dirangkum menjadi sebuah simpulan, yaitu hasil dari penelitian. Kesimpulan yang dibuat harus disesuaikan dengan rumusan masalah dan hipotesis dalam penelitian ini yang sebelumnya sudah dirumuskan sebelumnya, agar menjawab pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini.

10. Membuat Kesimpulan Laporan Akhir Hasil Penelitian

Tahapan akhir dari setiap penelitian adalah menyusun laporan akhir dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Peneliti harus membuat generalisasi dari temuan korespondensi dengan hipotesis penelitian, yang dirangkum dan dijadikan sebagai kesimpulan yang merupakan hasil penelitian. Kesimpulan harus sesuai dan menjawab rumusan masalah dan juga hipotesis penelitian. Setelah semua tahap selesai dilakukan dalam proposal penelitian, peneliti harus menulis hasil penelitiannya dan menyusunnya sesuai dengan format dan ketentuan yang telah ditetapkan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling utama dalam sebuah penelitian, karena tujuan utama dari penelitian yaitu memperoleh data. Jika tidak mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan memperoleh data yang memenuhi standar dari data yang telah ditentukan.⁹⁵ Penelitian ini menggunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu data primer dan data sekunder. Berikut penjelasan dari data primer dan data sekunder :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber utama penelitian atau bersumber

⁹⁵Aidil Amin Effendy dan Denok Sunarsi, "Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan," *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akutansi)*, vol.4, no. 03, 2020, hal. 707.

langsung dari subjek penelitian.⁹⁶ Data primer didapatkan oleh peneliti melalui beberapa teknik, yaitu melalui wawancara, observasi dan penyebaran angket. Dengan teknik tersebut peneliti dapat mendapatkan data yang sesungguhnya dari responden yang dimaksud dalam penelitian ini. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif yang berbentuk angka, maka dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi dan penyebaran angket atau kuesioner.

Teknik observasi adalah teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik dan dicatat secara sistematis.⁹⁷ Peneliti akan melakukan pengamatan kepada respondennya secara biologis dan psikologis terhadap topik penelitian yang sedang diteliti. Teknik observasi digunakan bersama dengan penyebaran angket atau kuesioner.

Angket atau kuesioner dipahami sebagai serangkaian atau daftar pertanyaan yang dibuat secara sistematis, yang diisi oleh responden. Setelah diisi, kuesioner dikembalikan ke peneliti sebagai data hasil penelitian.⁹⁸ Angket yang akan disebar kepada responden berisi tentang pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, dengan skala penilaian angka. Pengukurannya adalah sangat tidak setuju diberi skor 1, tidak setuju diberi skor 2, netral diberi skor 3, setuju diberi skor 4 dan sangat setuju diberi skor 5. Jawaban dari responden inilah yang nantinya akan diukur sebagai hasil penelitian.

⁹⁶Ibid.

⁹⁷Ibid.

⁹⁸Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya)* Edisi Kedua, hal. 98.

Tabel 3.2

Tabel Instrumen Penelitian

No	Jenis Data	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
1.	Besarnya pengaruh terpaanpesan dalam akun <i>TikTok</i> @PesonaTrawas	Responden	Angket dan observasi
2.	Siswa SMAN 1 Krian sebagai pengguna aktif aplikasi <i>TikTok</i>	Responden dan data dari penelitian sebelumnya	Angket dan dokumentasi
3.	Referensi pariwisata siswa SMAN 1 KrianSidoarjo	Responden	Angket
4.	Ada atau tidaknya pengaruhterpaanpesan dalam akun <i>TikTok</i> @PesonaTrawas terhadappreferensipariwisatasiswa SMAN 1 KrianSidoarjo	Responden	Angket

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua dari data yang diperlukan dalam melakukansuatupenelitian.⁹⁹ Data sekunder menjadi data pendukung dari data primer,

⁹⁹Aidil Amin Effendy dan Denok Sunarsi, Aidil Amin Effendy dan Denok Sunarsi, "Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan," hal. 711.

dan didapatkan melalui teori-teori, informasi diinternet atau dokumen resmi pendukung lainnya.

Menurut Arikunto, dokumentasi adalah kegiatan mencari serta mengumpulkan data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, majalah, agenda, notulen rapat, dan sebagainya.¹⁰⁰ Peneliti mencari informasi tambahan yang menjadi pendukung data yang didapatkan oleh peneliti sebagai data primer. Data pendukung ini dapat digunakan pada awal pemilihan objek penelitian dan pelengkap untuk mendeskripsikan kondisi objek penelitian. Penelitian ini meneliti tentang pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap preferensi siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.

G. Teknik Reabilitas dan Validitas Instrumen Penelitian

Data yang memiliki tingkat reabilitas tinggi dapat menghasilkan data tetap dan konsisten. Tingkat ukur harus tetap sama atau relatif sama. Tujuan dari pengujian reabilitas yang terjadi adalah untuk mengetahui besaran konsistensi dari skor satu dengan skor lainnya.

1. Validitas

Pengujian validitas digunakan sebagai ukuran valid atau tidaknya sebuah instrument atau kuisioner. Instrument dapat dikatakan valid, jika dapat digunakan untuk mengukur hal yang seharusnya diukur.¹⁰¹ Validitas instrumen dibuktikan dengan mengkorelasikan skor yang didapat pada setiap item

¹⁰⁰Ibid.

¹⁰¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, hal. 203.

dengan skor total dalam masing-masing atribut. Untuk mengetahui valid atau tidak nya setiap butir pertanyaan disesuaikan dengan syarat sebagai berikut :

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan signifikasi 5%, maka instrument tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan signifikasi 5%, maka instrument tersebut dinyatakan tidak valid.

Pengukuran validitas dihitung dengan meng-korelasikan skor dari setiap item. Instrumen disusun sesuai dengan kisi-kisi pertanyaan berdasarkan keterkaitan indikator variabel dibawah ini

Tabel 3.3

Tabel instrumen penelitian

Variabel (X)			Variabel (Y)		
Terpaan pesan dalam akun <i>TikTok</i> @PesonaTrawas			Peningkatan referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo		
Indikator	Item	Kisi-kisi Pertanyaan	Indikator	Item	Kisi-kisi Pertanyaan
Pesaninformasi pariwisata	1	Akun <i>TikTok</i> @PesonaTrawas menjadi salah satu akun yang berisikan informasi	Sumber rujukan informasi pariwisata	11	Akun <i>TikTok</i> @PesonaTrawas menjadi rujukan saya saat mencari referensi

		mengenai pariwisata			pariwisata
	2	Akun TikTok @PesonaTra was memuat Pesan informasi pariwisata yang dikemas dengan video singkat yang menarik		12	Saya pernah melihat pesan informasi pariwisata dari akun TikTok @PesonaTra was
	3	Pesan informasi pariwisata yang dimuat oleh akun TikTok @PesonaTra was mudah untuk dipahami		13	Saya mendapatkan informasi pariwisata dari konten akun TikTok @PesonaTra was
	4	Informasi yang dimuat oleh akun TikTok @PesonaTra was menambah		14	Informasi yang dimuat oleh akun TikTok @PesonaTra was menambah

		informasi penting tentang pariwisata			pengetahuan tentang pariwisata saya
Pesan pendidikan seputar pariwisata	5	Akun TikTok @PesonaTra was memuat pesan pendidikan pariwisata mudah untuk dipahami	Sumber rujukan pendidikan seputar pariwisata	15	Saya mendapatkan informasi pendidikan seputar pariwisata dari akun TikTok untuk dipahami
	6	Pesan pendidikan pada akun TikTok @PesonaTra was menambah pengetahuan seputar pariwisata		16	Saya pernah melihat pesan pendidikan dari akun TikTok @PesonaTra was
	7	Pesan pendidikan dari akun		17	Saya bisa dengan mudah

		TikTok @PesonaTra was dikemas dengan video singkat yang menarik			memahami pesan pendidikan pariwisata pada akun TikTok @PesonaTra was
Pesahiburanpariwisata	8	Akun TikTok @PesonaTra was juga memuat konten seputar hiburan tentang pariwisata	Menjadi rujukanhiburanpariwisata	18	Saya pernah melihat pesan hiburan dari akun TikTok @PesonaTra was
	9	Konten hiburan akun TikTok @PesonaTra was dikemas dalam video singkat yang menarik		19	Konten hiburan dari akun akun TikTok @PesonaTra was mudah untuk dipahami
	10	Pesan hiburan akun TikTok		20	Konten hiburan dari akun TikTok

		@PesonaTra was mengikuti trend yang sedang ramai		@PesonaTra was membuat saya menjadi terhibur dan tidak bosan dengan konten akun TikTok @PesonaTra was
--	--	--	--	---

Uji validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan 30 responden yang datanya diambil dari total sampel penelitian. Pengukuran validitas instrumen menggunakan rumus formula *Pearson Product Moment* dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dengan signifikansi 5%. Berikut merupakan tabel hasil perhitungan uji validitas instrumen :

Tabel 3.4
Tabel hasil uji validitas instrumen

Item	r hitung	r table	Keterangan
1	0,620	0,361	Valid
2	0,674	0,361	Valid
3	0,688	0,361	Valid
4	0,631	0,361	Valid

5	0,683	0,361	Valid
6	0,701	0,361	Valid
7	0,766	0,361	Valid
8	0,507	0,361	Valid
9	0,668	0,361	Valid
10	0,676	0,361	Valid
11	0,736	0,361	Valid
12	0,835	0,361	Valid
13	0,749	0,361	Valid
14	0,841	0,361	Valid
15	0,903	0,361	Valid
16	0,902	0,361	Valid
17	0,943	0,361	Valid
18	0,913	0,361	Valid
19	0,889	0,361	Valid
20	0,928	0,361	Valid

Berdasarkan data pengujian validitas tersebut, dapat diketahui bahwa instrumen pada penelitian dinyatakan valid. Dengan nilai r hitung tertinggi yaitu sebesar 0,943 pada soal ke 17 dengan

pernyataan “Saya bisa dengan mudah memahami konten yang berisi pesan pendidikan pariwisata dalam akun TikTok @PesonaTrawas”, dan r hitung terendah yaitu sebesar 0,507 pada soal ke 8 dengan pernyataan “Akun TikTok @PesonaTrawas juga memuat konten seputar tentang hiburan pariwisata”

2. Reabilitas

Uji realibilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran dapat tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap masalah yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama.¹⁰²

Reliabilitas instrumen penelitian diukur dari koefisien korelasi antara percobaan pertama dengan percobaan selanjutnya, instrumen dinyatakan reliabel jika koefisien korelasi positif dan signifikan.¹⁰³ Uji reliabilitas sendiri terdapat banyak instrumen teknik uji yang berbeda sesuai dengan kebutuhan penelitian dan datanya. Untuk penelitian ini menggunakan *Alfa Cronbach*.

Alfa Cronbach digunakan sebagai pengujian reabilitas untuk instrumen yang memiliki jawaban benar lebih dari satu, misalnya instrumen yang berbentuk angket atau kuesioner.¹⁰⁴ Rumus koefisien *Alfa Cronbach* adalah :

¹⁰²Sugiyono, hal. 354.

¹⁰³Febrianawati Yusup, “Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif,” *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, vol. 7, no. 01, 2018, hal. 19.

¹⁰⁴Ibid., hal 20

$$r_{ac} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{ac} = koefisien reliabilitas alpha cronbach

k = banyak butir/item pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah/total varians per-butir/item pertanyaan

σ_t^2 = jumlah atau total varians

Nunnally menyatakan bahwa instrumen dikatakan reliabel jika koefisien reliabilitas Alfa Cronbach lebih dari 0,70 ($r_i > 0,70$).¹⁰⁵Tahap uji reabilitas digunakan untuk tujuan pengukuran konsistensi dari sebuah kuesioner. Uji reabilitas penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha* pada SPSS versi 25. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai (α) $> 0,060$. Kategori koefisien reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a) $0,80 < r_{11} \leq 1,00$ reliabilitas sangat tinggi
- b) $0,60 < r_{11} \leq 0,80$ reliabilitas tinggi
- c) $0,40 < r_{11} \leq 0,60$ reliabilitas sedang
- d) $0,20 < r_{11} \leq 0,40$ reliabilitas rendah
- e) $-1,00 < r_{11} \leq 0,20$ reliabilitas sangat rendah

Tabel 3.5

Tabel hasil uji reabilitas penelitian

Reliability Statistics

¹⁰⁵Febrianawati Yusup, Ibid., hal.21.

Cronbach's Alpha	N of Items
.973	20

Sumber : Olah data pada SPSS versi 25

Menurut perhitungan menggunakan SPSS versi 25 tabel diatas, instrumen penelitian yang peneliti gunakan memiliki nilai (α) 0,973 dan dinyatakan instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas sangat tinggi.

H. Teknik Analisis Data

Data yang telah diperoleh peneliti, akan dianalisis menggunakan teknik analisis koefisien korelasi. Koefisien korelasi adalah pernyataan bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel. Korerasi Product Moment merupakan teknik korerasi tunggal yang digunakan untuk mencari korerasi dari data interval satu dengan yang lainnya.¹⁰⁶ Rumus mentah untuk mencari koefisiensi korerasi data interval adalah 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

r_{xy} : Koefisien validitas

N : Banyaknya subjek

X : Nilai pembanding

Y : Nilai dari instrument yang akan dicari validitasnya.

¹⁰⁶Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, 2 ed. (Depok: Prenadamedia Group, 2005), hal. 194.

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur perubahan variabel Y yang disebabkan oleh variabel X, besarnya koefisien korelasi berkisar $-1 \leq r \leq +1$. Arah hubungan dinyatakan tanda positif atau negatif di depan angka koefisien korelasi.¹⁰⁷

Analisis korelasi ini menguji adanya hubungan dua variabel X dan Y yang diteliti, pada penelitian ini adalah variabel X yaitu pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas dengan variabel Y yaitu referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo, dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

$$r = (r)^2 \times 100\%$$

Rumus tersebut digunakan peneliti agar mengetahui berapa persen pengaruh variabel X terhadap variabel Y yang telah ditentukan dalam penelitian ini.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

¹⁰⁷Ibid. hal.202

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

a) SMAN 1 Krian Sidoarjo

Dalam penelitian ini, SMAN 1 Krian Sidoarjo dipilih sebagai lokasi penelitian. SMAN 1 Krian Sidoarjo merupakan salah satu sekolah menengah atas negeri yang ada di kecamatan Krian, kabupaten Sidoarjo. SMAN 1 Krian Sidoarjo beralamat di jalan Gubernur Sunandar Prijosoedarmo No.5, Sidowaras, Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo. SMAN 1 Krian Sidoarjo merupakan salah satu sekolah menengah atas yang ada di kecamatan Krian, namun SMAN 1 Krian Sidoarjo merupakan satu-satunya SMA Negeri yang ada di Kecamatan Krian.

SMAN 1 Krian berdiri pada tanggal 30 Juli 1980, berdasarkan surat keterangan (SK) No. 0206/0/1980. SMAN 1 Krian memiliki 1.201 siswa aktif pada tahun pembelajaran 2021/2022. Berikut ini merupakan visi dan misi dari SMAN 1 Krian Sidoarjo :

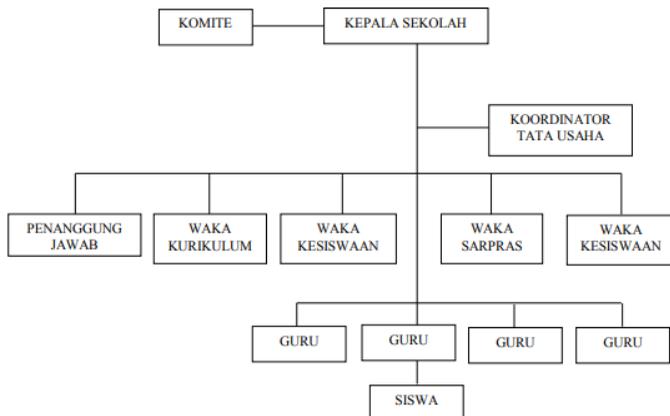
a. Visi

“Terbentuknya warga sekolah yang berakhlak mulia, cerdas, berpengetahuan, berprestasi, mandiri dan berwawasan global berdasarkan iman dan taqwa”

b. Misi

1. Membentuk warga sekolah yang berakhlak mulia dan berbudi pekerti luhur.
2. Meningkatkan prestasi dibidang akademik.
3. Meningkatkan kompetensi berbahasa inggris.
4. Berprestasi dalam kegiatan ekstrakurikuler.
5. Meningkatkan manajemen berbasis sekolah yang partisipatif dengan melibatkan semua warga sekolah dan komite sekolah.
6. Mewujudkan kultur sekolah yang kondusif dan bebas NAPEA.
7. Berprestasi dalam kehidupan bermasyarakat berbangsa dan bernegara.

2. Struktur SMAN 1 Krian Sidoarjo



3. Deskripsi Responden

Objek dalam penelitian ini merupakan siswa aktif di SMAN 1 Krian Sidoarjo angkatan 2020, yang kini sedang duduk dibangku kelas 12 SMA. Di SMAN 1 Krian Sidoarjo snediri terdapat 11 kelas yang terdiri dari XII IPA 1, XII IPA 2, XII IPA 3, XII IPA 4, XII IPA 5, XII IPA 6, XII IPA 7, XII IPS 1, XII IPS 2, XII IPS 3 dan XII Bahasa. Keseluruhan siswa kelas 12 yang aktif berjumlah 370 siswa.

Dari populasi 371 siswa, diambil sampel sesuai dengan perhitungan dengan menggunakan rumus slovin dan juga kriteria responden, sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 193 siswa sebagai pengguna aplikasi *TikTok* dan pernah menonton konten dari @PesonaTrawas. Peneliti menyebarkan Google Form untuk mengumpulkan data dari responden yang berisikan angket penelitian, kriteria dan kesediaan dari siswa SMAN 1 Krian Sdioarjo untuk menjadi responden. Dari Google Form tersebut terkumpul sebanyak 193 siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo yang menjadi responden dari penelitian ini.

B. Penyajian Data Penelitian

1. Data Responden

Data yang disajikan berikut merupakan hasil dari pengisian kuesioner oleh para responden, yaitu para siswa. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 193 siswa kelas 12 SMAN 1 Krian Sidoarjo. Berikut merupakan deskripsi subyek penelitian ini :

a) Jenis kelamin

Tabel 4.1

Tabel data jenis kelamin responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Perempuan	111	57.5%
Laki-laki	82	42.5%
Total	193	100%

Sumber : Olah Data SPSS Versi 25

Tabel diatas merupakan data dari siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo yang telah mengisi kuesioner. Didapatkan data sebanyak 111 siswa perempuan dengan presentase 57,5% dan 82 siswa laki-laki dengan presentase 42,5%, sehingga keseluruhan responden berjumlah 193 siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.

b) Usia

Tabel 4.2

Tabel data usia responden

Usia	Jumlah	Presentase
16 tahun	3	1.6%
17 tahun	90	46.6%
18 tahun	97	50.3%
19 tahun	3	1.6%

Total	193	100%
-------	-----	------

Sumber : Olah Data SPSS Versi 25

Tabel diatas merupakan data usia dari siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo yang telah mengisi kuesioner. Didapatkan data sebanyak 3 siswa berusia 16 tahun dengan presentase 1,6%, 90 siswa berusia 17 tahun dengan presentase 46,6%, 97 siswa berumur 18 tahun dengan presentase 50,3% dan 3 siswa berusia 19 tahun dengan presentase 1,6%, sehingga keseluruhan responden berjumlah 193 siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.

c) Kelas

Tabel 4.3
Tabel data usia responden

Kelas	Jumlah	Presentase
XII-IPA 1	17	8.8%
XII-IPA 2	21	10.9%
XII-IPA 3	17	8.8%
XII-IPA 4	20	10.4%
XII-IPA 5	16	8.3%
XII-IPA 6	14	7.3%
XII-IPA 7	17	8.8%

XII-IPS 1	17	8.8%
XII-IPS 2	17	8.8%
XII-IPS 3	21	10.9%
XII-BAHASA	16	8.3%
Total	193	100%

Sumber : Olah Data SPSS Versi 25

Tabel diatas merupakan data usia dari siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo yang telah mengisi kuesioner. Didapatkan data dari kelas XII-IPA 1 sebanyak 17 siswa dengan presentase 8,8%, kelas XII-IPA 2 sebanyak 21 siswa dengan presentase 10,9%, kelas XII-IPA 3 sebanyak 20 siswa dengan presentase 10,4%, kelas XII-IPA 5 sebanyak 16 siswa dengan presentase 8,3%, kelas XII-IPA 6 sebanyak 14 siswa dengan presentase 7,3%, kelas XII-IPA 7 sebanyak 17 siswa dengan presentase 8,8%, kelas XII-IPS 1 sebanyak 17% siswa dengan presentase 8,8%, kelas XII-IPS 2 sebanyak 17% siswa dengan presentase 8,8%, kelas XII-IPS 3 sebanyak 21 siswa dengan presentase 10,9%, dan XII-BAHASA sebanyak 16 siswa dengan presentase 8,3% yang sudah mengisi kuesioner, sehingga didapatkan sebanyak 193 responden.

2. Data Skor Penyebaran Angket

Sampel yang berkaitan dengan penelitian ini berjumlah 193 responden. Penyebaran angket dan pengambilan data dilakukan secara daring dengan menyebarkan Google Form. Responden penelitian ini memiliki kriteria yaitu merupakan siswa kelas 12 SMAN 1 Krian Sidoarjo dan pernah melihat konten dari @PesonaTrawas. Angket yang dibagikan berisi 20 pertanyaan, dengan sepuluh pertanyaan untuk variabel (X) dan enam pertanyaan untuk variabel (Y).

Penelitian ini menggunakan skala likert sebagai pengukurannya. Tidak ada jawaban benar atau salah, jawaban menggunakan 5 alternatif jawaban berbeda, yaitu sangat tidak setuju nilainya (1), tidak setuju nilainya (2), netral nilainya (3), setuju bernilai (4) dan sangat setuju nilainya (5). Data lapangan yang terkumpul kemudian diolah menggunakan Microsoft Excel dan aplikasi SPSS Versi 25.

C. Pengujian Hipotesis

Sebelum membahas analisis data, tahap ini hipotesis dalam penelitian ini dijabarkan dan dipaparkan lagi dari pada bab sebelumnya. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

1. Hipotesis Kerja (H.a)

Terdapat pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.

2. Hipotesis Nihil (H.o)

Tidak ada pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi

pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.

Untuk mencari adakah pengaruh Terpaan Pesan dalam Akun TikTok @PesonaTrawas (X) terhadap Referensi Pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo (Y) dilakukan perhitungan dan analisis data sebagai berikut :

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu populasi data. Peneliti menggunakan uji normalitas Kolmogorov Smirnov dalam penelitian ini dengan menggunakan SPSS versi 25 dengan pengambilan keputusan :

- a) Jika nilai Sign > 0,05 maka nilai residual berdistribusi dengan normal
- b) Jika nilai Sign , 0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi dengan normal

Tabel 4.7

Paparan Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		193
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.27284838
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.058
	Negative	-.049

Test Statistic	.058
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

Sumber : Olah data SPSS Versi 25

Uji normalitas yang telah dilakukan menggunakan SPSS versi 25, diketahui besaran nilai Sign. hasil dari perhitungan adalah 0,200, dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka dari data tersebut berdistribusi normal.

b) Uji Linieritas

Uji linieritas berguna digunakan untuk mengetahui bentuk keterhubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Perhitungan uji linieritas ini menggunakan SPSS versi 25 dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a) Apabila nilai Sign. “deviation from linearity” $> 0,05$, maka terdapat hubungan keterkaitan yang linier antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).
- b) Apabila nilai Sign. “deviation from linearity” $< 0,05$, maka tidak terdapat hubungan keterkaitan yang linier antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

Tabel 4.8
Paparan Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	5111.924	22	232.360	14.818	.000
		Linearity	4694.739	1	4694.739	299.385	.000
		Deviation from Linearity	417.185	21	19.866	1.267	.204
	Within Groups		2665.817	170	15.681		
	Total		7777.741	192			

Sumber : Olah Data SPSS Versi 25

Tabel diatas merupakan hasil uji dari linieritas penelitian dengan nilai Sign. sebesar 0,204 dimana nilai tersebut diatas 0,05. Maka ketersesuaian uji di atas menyatakan adanya hubungan yang linier terkait dengan variabel X dan variabel Y.

c) Uji Pearson Product Moment

Uji kolerasi bertujuan untuk mengetahui tingkatan atas keeratan hubungan antara bagian variabel yang dinyatakan dengan koefisien kolerasi (r). Penelitian ini menggunakan uji kolerasi yang diolah melalui aplikasi SPSS bersi 25 dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a) Jika nilai Sign. $< 0,05$ maka berkolerasi
- b) Jika nilai Sign. $> 0,05$ maka tidak berkolerasi

Tabel 4.9
Paparan Uji Korelasi

Correlations			
		PengaruhTerpaanPesandalamakun TikTok @PesonaTrawas	ReferensiPariwisataSiswa SMAN 1 KrianSidoarjo
PengaruhTerpaanPesandalamakun TikTok @PesonaTrawas	Pearson Correlation	1	.777**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	193	193
ReferensiPariwisataSiswa SMAN 1 KrianSidoarjo	Pearson Correlation	.777**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	193	194
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Sumber : Olah Data SPSS Versi 25

Berdasarkan data perhitungan uji kolerasi diatas, nilai kolerasi Pearson Product Moment yang muncul yakni 0,777 dengan nilai Sign. 0,000 dimana nilai ini dibawah 0,05 dengan tingkat hubungan kuat. Dari perhitungan tersebut, berdasarkan nilai uji kolerasi dan signifikasi berdasarkan pedoman dapat dinyatakan terdapat kolerasi sempurna bernilai positif terkait antara variabel X pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas dan variabel Y yaitu referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian.

Untuk mencari tahu nilai koefisien determinasi, perlu dilakukan perhitungan menggunakan nilai kolerasi. Untuk mengetahui diterima atau tidaknya hipotesis, perlu dilakukan

perhitungan. Berikut merupakan nilai koefisien kolerasi :¹⁰⁸

Tabel 4.10
Tabel nilai koefisien

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
$0,00 < r_{xy} \leq 0,199$	Sangat Rendah
$0,20 < r_{xy} \leq 0,399$	Rendah
$0,40 < r_{xy} \leq 0,599$	Sedang
$0,60 < r_{xy} \leq 0,799$	Kuat
$0,80 < r_{xy} \leq 1,000$	Sangat Kuat

Penelitian ini koefisien determinasi digunakan untuk menguji perubahan variabel Y yang disebabkan oleh variabel X. Perhitungan kolerasi $r^2 = r$, maka $0,777^2 = 0,603729$ atau sama dengan 60%. Diketahui nilai r hitung adalah 0,777 dengan r hitung dengan signifikansi 5% pada 193 responden adalah 0,1413. Sehingga diketahui nilai r hitung 0,777 > nilai r tabel 0,1413, yang artinya hipotesis kerja atau Ha diterima dan hipotesis nol atau Ho ditolak dan terdapat pengaruh dari terpaan pesan

¹⁰⁸Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, 2 ed., hal.202.

dalam akun TikTok @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo dan dan tingkat pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo sebesar 60%.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Perpektif Teoritis

Penelitian ini menggunakan teori SOR atau Stimulus-Organism-Respon. Menurut McQuail, teori S-O-R yaitu teori dari efek stimulus yang diterima *audience* yang erat kaitannya dengan pesan media. Teori ini berasumsi bahwa perilaku dapat merubah tergantung dengan rangsangan kepada setiap organisme. Teori ini menyatakan setiap terpaan pesan menimbulkan efek kepada individu.

Teori S-O-R yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Stimulus (S) yaitu pesan dalam bentuk video singkat yang dimuat oleh akun *TikTok* @PesonaTrawas. Organisme (O) yaitu siswa kelas 12 SMAN 1 Krian Sidoarjo. Dan Respon (R) yaitu referensi pariwisata dari siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo yang telah melihat video singkat akun *TikTok* @PesonaTrawas, seperti pengetahuan akan informasi berwisata dan juga tempat wisata.

Hasil penelitian ini dijabarkan dan diuji menggunakan rumus *Pearson Product Moment* dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Sesuai dengan perhitungan uji koefisien korelasi, diketahui nilai uji kolerasi (r hitung) yang muncul sebesar 0,777. Sehingga dinyatakan terdapat

sebuah kolerasi sempurna bernilai positif terkait variabel (X) yaitu Pengaruh Terpaan Pesan dalam Akun *TikTok*@PesonaTrawas terhadap variabel (Y) referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.

Ditemukan nilai determinasi nilai kolerasi $r^2 = r$ atau $0,777^2 = 0,603729$ atau sebesar 60%.hasil penelitian terkait membuktikan bahwa terdapat pengaruh dari terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo, dan tingkat pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas berpengaruh signifikan terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo sebesar 60%. Berdasarkan uji tersebut, hipotesis kerja atau H_a diterima dan hipotesis nol atau H_o ditolak, jadi terdapat pengaruh dari terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.

2. Perspektif Islam

Dalam perspektif keislaman, banyak hal tentang pariwisata cukup banyak dibahas dalam Al-Qur'an dan hadits. Memanfaatkan teknologi untuk melakukan kebaikan sangat disarankan, apalagi untuk menyebarkan kabar baik, dan juga sebagai sumber informasi sebelum melakukan segala sesuatu, seperti dalam keterangan sebelumnya tentang firman Allah SWT dalam Q.S Al-An'am ayat 6, sebagai berikut :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا اِذَا بَلَغْتُمُ الْحُلُوْمَ فَلِمَ لَا تُبٰنُوْا فِيْ سَبِيْلِ اللّٰهِ وَرِجَالِهِۦمُ الْمَسٰكِيْنَ اَلَمْ يَكُنْ لَكُمْ اَلْحٰقُّ بِالْحٰقِّ اَنْ تَدْعُوْا اِلَيْهِمْ لِتُنذِرُوْهُمْ اِنَّهُمْ لَمَّا يَلُوْا اَكْثَرُ النَّاسِ لَا يَفْقَهُوْنَ شَيْۤآءًا

Artinya : “Dan tidaklah kami mengutus para Rasul itu melainkan untuk memberikan kabar gembira dan memberikan peringatan. Barang siapa yang beriman dengan mengadakan perbaikan, maka tak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak pula mereka bersedih”¹⁰⁹

Melalui aplikasi *TikTok*, pemilik akun @PesonaTrawas menyebarkan informasi tentang tempat wisata melalui video pendek yang dikemas menarik dan mudah dipahami oleh pengguna *TikTok* yang melihat video tersebut. Informasi ini menjadi penting bagi calon wisatawan untuk mengetahui kondisi tempat pariwisata dan persiapan mereka untuk pergi ke tempat tersebut. Pada penelitian ini siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo yang menjadi responden penelitian, dari hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.

Pariwisata menjadi kegiatan yang bermanfaat dan bernilai pahala jika diniatkan dengan niat baik, seperti mempersiapkan diri agar tidak merugikan orang lain selama di tempat wisata atau saat perjalanan, mengagumi ciptaan Allah SWT, bersilaturahmi, dan untuk menambah wawasan atau

¹⁰⁹Departemen Agama RI, Al-Qur'an, hal. 171

pengetahuan.¹¹⁰Rasulullah SAW bersabda mengenai kegiatan berpergian, sebagai berikut :

الَّذِينَ يَخْبِئُونَ كَيْدًا بِإِطْرَارٍ وَالَّذِينَ يَتَّبِعُونَ هُدًى سَبِيلًا
يَكْفُرُونَ بِهِمْ لَبِئْسَ مَا كَانُوا يَكْفُرُونَ
ش ِ ش ِ ش ِ

Artinya : “orang yang berkendaraan sendirian adalah setan, orang yang berkendaraan berdua adalah dua setan, orang yang berkendaraan bertiga maka itulah orang yang berkendaraan yang benar.” (HR. Malik dalam Al Muwatha, Abu Daud no.2607, dan At Tirmidzi no. 1674, dihasankan Al Albani dalam *Shahih Abu Daud*)¹¹¹

Berpergian sendirian memiliki resiko yang tinggi, apalagi jika tempatnya jauh. Maka dari itu wisatawan disarankan untuk berpergian dengan teman atau ke tempat yang terdapat banyak orang, agar jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan akan mudah meminta pertolongan. Disinilah referensi pariwisata dibutuhkan sebagai pratinjau wisatawan yang akan mengunjungi suatu tempat, dan dalam penelitian ini terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas berpengaruh terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo.

¹¹⁰Syahriza, “Pariwisata Berbasis Syariah (Telaah Makna Kata Sara dan Derivasinya dalam al-Qur’an),” hal.5.

¹¹¹Ibid., hal. 76

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan juga analisis data yang telah dilakukan, hipotesis kerja dalam penelitian Pengaruh Terpaan Pesan Dalam Akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo diterima, dengan hasil analisis perhitungan instrumen penelitian yang peneliti gunakan memiliki nilai (α) 0,973 dan dinyatakan reliabel dengan tingkat reliabilitas sangat tinggi. Dengan nilai signifikansi $> 0,05$, dinyatakan nilai residual berdistribusi normal. Berdasarkan uji normalitas, diketahui nilai signifikansi $0,200 > 0,05$, jadi nilai residual berdistribusi normal.

Berdasarkan uji kolerasi Pearson Product Moment menghasilkan nilai kolerasi sebesar 0,777 dan dengan nilai Sgin. 0,000 dengan tingkat kolerasi kuat. Nilai koefisien determinasi penelitian ini diketahui sebesar 0,603729 atau sebesar 60%. Dengan begitu hipotesis kerja atau H_a diterima dan hipotesis nol atau H_o ditolak. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh dari terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo dan tingkat pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo sebesar 60%.

B. Saran dan Rekomendasi

Penelitian yang membahas tentang teknologi lebih memudahkan peneliti, karena kecanggihan teknologi banyak digunakan dimasa sekarang ini. Salah

satunya adalah meneliti manfaat lain yang bisa didapatkan dari penggunaan aplikasi. Peneliti yang mengambil judul “Pengaruh Terpaan Pesan Dalam Akun Tiktok @Pesonatrawas Terhadap Referensi Pariwisata Siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo”. Adapun saran dan rekomendasi peneliti yaitu :

1. Bagi Program Studi Ilmu Komunikasi

Bagi program studi ilmu komunikasi, penelitian ini dapat menjadibermanfaat dalam kajian ilmu komunikasi yang berhubungan dengan pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo, atau penelitian yang serupa serta pengembangan teori S-O-R dibidang ilmu komunikasi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

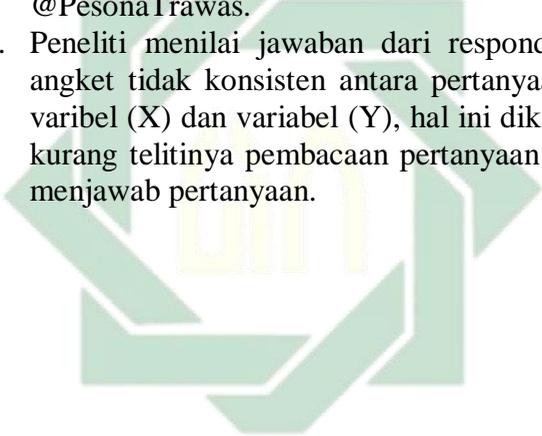
Bagi peneliti selanjutnya yang mengangkat tema besar seputar pariwisata, khususnya meneliti pengaruh terpaan pesan konten kreator *TikTok* pariwisata, diharapkan memilih akun yang memiliki jangkuan yang lebih luas. Sehingga dapat mendapatkan data yang jauh lebih banyak dan juga lengkap serta dapat meneliti faktor lainnya seputar referensi pariwisata.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan penelitian yang ditemui oleh peneliti selama melakukan peneltian tentang pengaruh terpaan pesan dalam akun *TikTok* @PesonaTrawas terhadap referensi pariwisata siswa

SMAN 1 Krian Sidoarjo, berikut beberapa keterbatasan penelitian :

1. Penelitian ini meneliti salah satu akun pariwisata diantara banyak akun pariwisata lainnya, sehingga responden merasa banyak melihat akun serupa untuk dijadikan sebagai referensi pariwisata.
2. Menghadapi kendala pencarian responden, karena beberapa siswa SMAN 1 Krian Sidoarjo belum pernah melihat konten dari akun *TikTok* @PesonaTrawas.
3. Peneliti menilai jawaban dari responden pada angket tidak konsisten antara pertanyaan untuk variabel (X) dan variabel (Y), hal ini dikarenakan kurang telitnya pembacaan pertanyaan sebelum menjawab pertanyaan.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- A. Yoeti, Oka. *ILMU PARIWISATA: Sejarah, Perkembangan, dan Prospeknya*. Jakarta: PT. PERCA, 2006.
- Adawiyah, Dwi Putri Robiatul. “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang.” *Jurnal Komunikasi* 14, no. 2 (23 Oktober 2020): 135–48. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>.
- Agustina, Winnie, dan Wulan Purnama Sari. “Pengaruh Influencer Marketing Tiktok terhadap Brand Image Bittersweet by Najla.” *Prologia* 5, no. 2 (29 September 2021): 356. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i2.10211>.
- Al-Qur'an. *Departemen Agama RI*. Jakarta: CV. Karya Insan Indonesia, 2004.
- Amin Effendy, Aidil, dan Denok Sunarsi. “Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan.” *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akutansi)* 4, no. 03 (2020).
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. “Arti Kata Aplikasi.” *KBBI Daring (blog)*, 2016. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/aplikasi>.
- Bariyyah, Khairul, dan Leny Latifah. “Kecerdasan Emosi Siswa Ditinjau dari Jenis Kelamin dan Jenjang Kelas.” *JPGI (Jurnal Penelitian Guru Indonesia)* 4, no. 2 (30 November 2019): 68. <https://doi.org/10.29210/02379jpgi0005>.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya) Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana Prenanda Media Group, 2005.

- Burhan Bungin. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. 2 ed. Depok: Prenadamedia Group, 2005.
- Connie Chairunnisa. *Manajemen Pendidikan Dalam Multi Perspektif*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016.
- De Veirman, Marijke, Liselot Hudders, dan Michelle R. Nelson. "What Is Influencer Marketing and How Does It Target Children? A Review and Direction for Future Research." *Frontiers in Psychology* 10 (3 Desember 2019): 2685. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02685>.
- Dermawan, Diky. "Analisis Pengaruh Pendapatan Pariwisata Melalui Pajak Hotel, Pajak Restoran Dan Retribusi Objek Wisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Bandung." Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) EKUITAS, 2013. <http://repository.ekuitas.ac.id/handle/123456789/99>.
- Dewa, Chriswardana Bayu, dan Lina Ayu Safitri. "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tik Tok Javafoodie)." *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 12, no. 1 (29 Maret 2021): 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>.
- E. Ardianto. *Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004.
- Eka Wijaya. "PENGARUH TERPAAN IKLAN BUMBU RACIK INDOFOOD DI TELEVISI TERHADAP PILIHAN BUMBU RACIK BAGI IBU RUMAH TANGGA Studi pada Ibu Rumah Tangga RW. 009 di Kelurahan Kartoharjo Kota Madiun." Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang, 2016. <http://eprints.umm.ac.id/id/eprint/30099>.
- Eka Yusendra, M. Ariza. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN

- PEMILIHAN DESTINASI WISATA BAGI WISATAWAN DOMESTIK NUSANTARA.” *Jurnal Magister Manajemen* 01, no. 01 (Januari 2015): 46–64.
- Firdaus, Rizal. “PEMIKIRAN PENDIDIKAN IBNU JAMA’AH (w. 773 H)(Tela’ah atas Kitab Tadzkirat al-Sâmi’ wa al-Mutakallim fî Adab al-’Âlim wa al-Muta’allim).” *Râyah al-Islâm: Jurnal Ilmu Islam* vol.01, no. 01 (April 2016).
- Hermawan, Iwan. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)*. Klaten: Hidayatul Quran, 2019.
- Huda, Baenil, dan Bayu Priyatna. “Penggunaan Aplikasi Content Management System (CMS) Untuk Pengembangan Bisnis Berbasis E-commerce.” *SYSTEMATICS* 1, no. 2 (1 Desember 2019): 81.
<https://doi.org/10.35706/sys.v1i2.2076>.
- Husein, Umar. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Ika Setiawan, Rony. “Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Pariwisata: Perspektif Potensi Wisata Daerah Berkembang.” *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* 01, no. 1 (2016).
- Irdiana, Sukma, Kusnanto Darmawan, dan Kurniawan Yunus Ariyono. “IMPULSE BUYING DI MASA PANDEMI COVID 19.” *Jurnal Conference on Economic and Business Innovation (CEBI)* 1, no. 01 (Maret 2021).
- Jalaluddin Rakhmat. *Metode Penelitian Komunikasi*. Kedua. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1991.
- Juansyah, Andi. “PEMBANGUNAN APLIKASI CHILD TRACKER BERBASIS ASSISTED – GLOBAL POSITIONING SYSTEM (A-GPS) DENGAN PLATFORM ANDROID.” *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)* 01 (Agustus 2015).

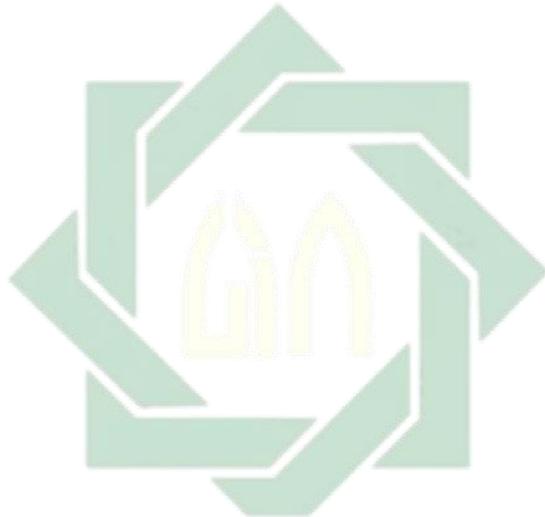
- Kalsum, Umi. "Referensi sebagai layanan, referensi sebagai tempat: sebuah tinjauan terhadap layanan referensi di perpustakaan perguruan tinggi." *Jurnal Iqra'* 10, no. 01 (Mei 2016). <http://dx.doi.org/10.30829/iqra.v10i1.305>.
- Massie, Adesya. "Kehadiran TikTok Di Masa Pandemi (The Presence of TikTok in the Pandemic)." *SSRN Electronic Journal*, 2020. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3633854>.
- Merpati, Temiks, Apeles Lexi Lonto, dan Julien Biringan. "KREATIVITAS GURU DALAM MENINGKATKAN HASIL BELAJAR SISWA DI SMP KATOLIK SANTA ROSA SIAU TIMUR KABUPATEN SITARO." *Jurnal Civic Education: Media Kajian Pancasila dan Kewarganegaraan* 2, no. 2 (28 November 2018): 55. <https://doi.org/10.36412/ce.v2i2.772>.
- Muhajirin, Muhajirin. "Pariwisata Dalam Tinjauan Ekonomi Syariah." *Al-Mashlahah Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial* 6, no. 01 (4 Juni 2018): 91. <https://doi.org/10.30868/am.v6i01.241>.
- Nanang, Martono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafind Persada, 2011.
- Nugroho Aji, Wisnu, dan Dwi Bambang Putut Setiyadi. "APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN KETERAMPILAN BERSASTRA." *JURNAL METAFORA* 06, no. 02 (April 2020).
- Priatama, Ryan, Ilham Hilal Ramadhan, Az- Zuhaida, Awanis Akalili, dan Febriansyah Kulau. "ANALISIS TEKNIK DIGITAL MARKETING PADA APLIKASI TIKTOK (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial)." *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 18, no. 1 (29 Juni 2021): 49–60. <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40467>.

- Republik Indonesia. *Undang-Undang Republik Indonesia 1945*. Bandung: Permana, 2006.
- Rizki Fakhrur Rozie, Dimaz. "PERANCANGAN IKLAN HOLDER APPAREL MELALUI MEDIA AUDIO VISUAL." *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual* 05, no. 02 (2017).
- Roykhanah, Siti. "PENGARUH TAGLINE SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UIN SUNAN AMPEL SURABAYA." UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018.
- Shiefti Dyah Alyusi. *Media sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Surabaya: Prenada Media, 2019.
- Silvan Janis Hulu, Septian. "PENGARUH PROMOSI PENJUALAN PAKAIAN WANITA DI GROUP BLACKBERRY MESSENGER TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS SYIAH KUALA." Universitas Syiah Kuala, 2014.
- Siregar, Syofian. *Metode penelitian Kuantitatif Dilengkapidengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Sudarwan Danim. *Otonomi Manajemen Sekolah*. Bandung: ALFABETA, 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Al-Fabeta, 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suharso, Pugh. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*. Jakarta: Indeks, 2009.
- Suyanto, Farra Almeira. "Video Atraktif sebagai Media Promosi Pariwisata Aman dan Nyaman di Tengah Pandemi COVID-19 (Attractive Video as Promotion

- Media for a Comfortable and Safe Tourism during COVID-19 Pandemic).” *SANDI: Seminar Nasional Desain 1*, no. 0 (14 Februari 2021): 248–55.
- Syahriza, Rahmi. “Pariwisata Berbasis Syariah (Telaah Makna Kata Sara dan Derivasinya dalam al-Qur’an).” *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol. 01, no. 02 (2014).
- Syaputra, Asep. “Implementasi Metode Random Sampling Pada Animasi Motion Grapich Herbisida Dan Fungisida.” *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)* 11, no. 2 (2 Agustus 2022): 142–47. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v11i2.1370>.
- Syarifuddin Nurdin. *Kurikulum dan Pembelajaran*. Kedua. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.
- Walidaini, Birrul, dan Ali Murtadha Muhammad Arifin. “PEMANFAATAN INTERNET UNTUK BELAJAR PADA MAHASISWA.” *JURNAL PENELITIAN BIMBINGAN DAN KONSELING* 03, no. 01 (2018).
- Wardiana, Wawan. “Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia.” *eprints.rclis.org* 01, no. 01 (Juli 2005). <http://hdl.handle.net/10760/6534>.
- Weilin, Yuan, Mao yue, dan Sun QI. “Research on the International Marketing Strategy of Tik Tok -- Based on the Analysis of 4P Theory.” *Frontiers in Educational Research* 03, no. 14 (2020). <https://doi.org/10.25236/FER.2020.031423>.
- Yulio Ravian Frandani dan Rr. Nanik Setyowati. “STRATEGI GURU PPKn DALAM MEMBENTUK PERILAKU ETIS PERGAULAN SISWA SESUAI DENGAN NILAI-NILAI PANCASILA DI SMAN 1KRIAN.” *E-Jurnal Kajian Moral dan Kewarganegaraan* 02, no. 04 (Mei 2016): 483–97.
- Yusup, Febrianawati. “UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

KUANTITATIF.” *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan* 7, no. 01 (Juni 2018).

Zamroni, Mohammad. “PERKEMBANGAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEHIDUPAN.” *Jurnal Dakwah Media Komunikasi dan Dakwah* 10, no. 02 (Desember 2009).



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A