

**PENGARUH CITRA ARTIS TERHADAP MINAT MENONTON FILM DILAN 1991  
BAGI REMAJA (KASUS CITRA IQBAAL RAMADHAN DI AKUN INSTAGRAM  
FANPAGE @DILANKU)**

**Oleh: Muflihunna Syam**

muflihunna@gmail.com

**Pembimbing : Evawani Elysa Lubis, M.Si**

Konsentrasi Hubungan Masyarakat - Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl.H.R. Soebrantas Km 12.5 Simpang Baru Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

**Abstract**

*The artist's image is a picture of the self made by the artist regarding the appearance of himself and the accompanying feeling based on the assessment of the views of others towards him. The presence of the 1991 Dilan movie that was able to attract more than five million viewers and formed a fanpage Instagram account, namely @dilanku. This account is an Instagram official account from fans of the film Dilan which contains Dilan movie footage and Dilan film promotions. The @dilanku account shows a lot of positive comments from Dilan movie viewers who identified the figure of Iqbaal with Dilan so as to produce an image for the artist Iqbaal. The theory used in this study is the Stimulus-Response theory. The purpose of this study was to determine the magnitude of the effect of the artist's image on the interest in watching Dilan 1991 movie in adolescents on my @dilanku fanpage Instagram account.*

*This study uses quantitative research methods, with data collection techniques, namely through distributing questionnaires using Google Form online to followers of Instagram accounts @dilanku with a total sample of 207 which were determined through purposive sampling technique. Data analysis techniques in this study using explanatory statistical techniques.*

*The results of this study indicate that the level of influence of the image on watching Dilan 1991 films on @dilanku followers has a big effect. This is seen from the simple regression in this study is  $Y = 11,748 + 0,291X + e$ . the constants value is 11,748 and the artist image variable coefficient is 0,291. Meanwhile based on the results of the hypothesis test it is known that the significance value of 0,000 is smaller than  $\alpha = 0.05$ . Based on the Model Summary table shows that the value of  $R = 0.473$ , and the coefficient of determination ( $R$  square) is 0.223 in moderate correlation. This figure shows the understanding that the influence of the artist's image on interest in watching is 22.3%. While the remaining 77.7% is influenced by other variables not included in this study.*

## PENDAHULUAN

Media massa merupakan salah satu sarana untuk pengembangan kebudayaan, bukan hanya budaya dalam pengertian seni dan simbol tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya hidup dan norma-norma. (Mc Quail, 2013:1). Media massa sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan pola tingkah laku dari suatu masyarakat, oleh karena itu kedudukan media massa dalam masyarakat sangat penting. Mengingat kedudukan media massa dalam perkembangan masyarakat sangatlah penting, maka industri media massa pun berkembang pesat saat ini. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya stasiun televisi, stasiun radio, perusahaan media cetak, baik itu surat kabar, majalah, dan media cetak lainnya. Salah satu perkembangan media massa paling pesat di Indonesia adalah film.

Film adalah media komunikasi yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu. (Effendy, 1986: 134). Pesan film pada komunikasi massa dapat berbentuk apa saja tergantung dari misi film tersebut. Akan tetapi, umumnya sebuah film dapat mencakup berbagai pesan, baik itu pesan pendidikan, hiburan dan informasi. Pesan dalam film adalah menggunakan mekanisme lambang – lambang yang ada pada pikiran manusia berupa isi pesan, suara, perkataan, percakapan dan sebagainya.

Teori Stimulus Respon memiliki asumsi dasar yaitu komunikasi media massa yang memberitakan artis akan memberikan stimulus kepada penonton dan menimbulkan respon terhadap penonton tersebut. Menurut jika kualitas rangsangan stimulus yang diberikan baik akan sangat mempengaruhi respon yang ditimbulkan. Individu dalam komunikasi tersebut juga dapat mempengaruhi munculnya respon. Dalam hal ini, pemberitaan-pemberitaan tentang artis Iqbaal Ramadhan yang sering

ditampilkan di media massa merupakan bentuk stimulus yang diterima oleh remaja sehingga menghasilkan respon bagi penontonnya (Djamal & Fachrudin 2011).

Menurut melalui proses kognitif, pengalaman, informasi yang diterima oleh penonton akan menghasilkan kesan yang disebut dengan citra. Citra yang terbentuk pada Iqbaal merupakan salah satu bentuk efek stimulus. Citra Iqbaal tercipta karena adanya pembentukan persepsi, pengertian dan kepercayaan dari hasil mengkonsumsi pesan media dalam jangka panjang (Soemirat dan Ardianto 2007)

Citra artis adalah gambaran tentang diri yang dibuat oleh artis tersebut mengenai penampilan diri dan perasaan yang menyertainya berdasarkan penilaian dari pandangan orang lain terhadap dirinya (Sunastiko, 2015). Dalam memperoleh jati diri, artis berusaha membentuk citra atau image tentang dirinya dan upaya ini terlihat dalam suatu gambaran tentang bagaimana setiap remaja mempersepsikan dirinya. Termasuk didalamnya bagaimana ia mencoba menampilkan diri secara fisik.

Berdasarkan akun *fanpage* film Dilan 1990 @dilanku ditemukan dominasi postingan adalah tentang sosok Iqbaal Ramadhan walaupun terdapat tokoh utama lain seperti Milea yang diperankan oleh Vanesha Preschila, Wati diperankan oleh Yuriko Angeline, Beni diperankan oleh Brandon Salim, Nandan diperankan oleh Debo Andryos. Namun, Iqbaal Ramadhan menjadi perhatian dalam film Dilan 1990. Selain itu, promosi atau pemberitaan besar-besaran yang dilakukan oleh pihak media massa tentang film Dilan 1990 tentunya dapat membuat *image* atau citra bagi yang diberitakan. Adanya pemberitaan tersebut membuat masyarakat berpersepsi dengan artis yang diberitakan, sehingga secara tidak langsung pemberitaan yang ada dapat meningkatkan ataupun menurunkan citra dari selebritas yang diberitakan tersebut. Hal

ini terlihat dari reaksi warganet (pengguna instagram) pada akun @dilanku hampir pada setiap postingan yang menampilkan Iqbaal Ramadhan.

Di Indonesia, dunia artis dengan segala aktivitasnya merupakan sebuah materi yang menarik untuk dipublikasikan kepada masyarakat. Dibuktikan dengan banyaknya acara-acara yang membahas tentang dunia artis misalnya infotainment, silet, dan lain sebagainya. Hadirnya acara tersebut dan disiarkan hampir setiap hari secara jangka panjang dapat membentuk persepsi, pengertian dan kepercayaan tertentu pada artis-artis yang disiarkannya. Sehingga, pemberitaan mengenai aktivitas yang dilakukan Iqbaal Ramadhan ter-ekspos oleh media massa dan didengar oleh penggemarnya.

Citra yang dimiliki Iqbaal Ramadhan yang diperoleh berkat terpaan media massa dalam jangka panjang yakni sebagai artis yang dikenal dengan ketampanannya, gaya yang *stylish* dan bersuara merdu. Selain itu, citra Iqbaal Ramadhan yang positif juga didukung oleh penghargaan yang ia dapat pada ajang *Indonesian Movie Actors (IMA) Awards 2018* dengan nominasi Pemeran Pasangan Terfavorit dan Film Terfavorit.

Citra bagi artis merupakan hal penting, karena dengan adanya citra tersebut maka eksistensi artis dalam dunia hiburan menjadi eksis karena memiliki fans atau penggemar yang loyal. Membangun suatu citra dibutuhkan waktu yang lama, sedangkan untuk menghancurkannya hanya dibutuhkan waktu yang relatif singkat. Jika suatu organisasi atau seseorang mengalami krisis kepercayaan dari masyarakat, maka sesungguhnya organisasi atau seseorang tersebut tengah berada di ujung tanduk. Citra akan dipersepsikan negatif oleh masyarakat dan bahkan akan sampai pada penurunan citra pada titik terendah (*lost of image*). Hal ini sangat rentan terjadi pada usaha yang bergerak di bidang jasa yang

sangat bergantung pada kepercayaan dan citra itu sendiri, misalnya dunia hiburan.

Selanjutnya dalam melakukan penelitian ini diperlukan penelitian-penelitian terdahulu. Adapun penelitian terdahulu yang diteliti oleh Dimasningtias (2012) yang mengkaji citra artis Julia Perez pada Film Arwah Goyang Kerawang, hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh negatif antara terpaan terhadap citra, besar pengaruhnya sebesar 0,099 atau 9,9%. Kondisi ini menggambarkan bahwa semakin tinggi terpaannya, maka citra Julia Perez semakin negatif. Hal ini menunjukkan bahwa citra artis mampu mempengaruhi minat menonton film. Temuan ini memperlihatkan bahwa semakin negatif citra seorang artis maka minat menontonnya semakin rendah demikian juga sebaliknya.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Ridla An-Nuur (2013) dengan judul Pengaruh Citra Film Indonesia Terhadap Keputusan Menonton: Survei terhadap penonton Film Indonesia, hasil penelitian menunjukkan bahwa citra film indonesia berpengaruh terhadap keputusan menonton.

Penelitian yang ketiga adalah penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Juheti (2014) dengan judul Pengaruh Kualitas Film Indonesia terhadap Minat Menonton Mahasiswa pada Program Studi Digital Communication, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas film mempengaruhi minat menonton mahasiswa pada Program Studi Digital Communication.

Penelitian yang keempat, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Faricha Sa'adatul Ummah (2017) dengan judul Pengaruh Film AADC 2 Terhadap Niat Berkunjung Melalui Citra Kognitif dan Citra Afektif di Keraton Boko Yogyakarta Studi pada MahasiswaIAIN Surakarta dengan hasil yang menunjukkan bahwa film berpengaruh terhadap citra kognitif dan citra afektif, dan citra kognitif juga citra afektif

berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung. Akan tetapi film tidak berpengaruh terhadap niat berkunjung.

Melihat dari kasus di atas, citra merupakan hal yang sangat penting baik bagi seseorang terutama artis. Peningkatan atau penurunan citra ini diperkuat dengan adanya kehadiran media massa. Media massa, dalam konteks ini berfungsi sebagai pemasok dan agen distribusi yang diperlukan untuk penentuan sikap serta pembentukan opini publik. Dalam dunia perfilman, menimbulkan minat masyarakat untuk menonton film merupakan hal yang sangat penting. Karena sebuah film dikatakan sebagai film yang sukses jika dilihat dari banyaknya masyarakat yang telah mengkonsumsi film tersebut. Timbulnya minat menonton film sendiri dapat dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya citra dari artis dalam film tersebut.

Dari penelitian sejenis terdahulu, dapat dilihat bahwa citra artis terhadap minat menonton film masih memberikan pengaruh yang besar terhadap penonton. Dengan demikian membuat penulis menjadi tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra artis terhadap minat menonton film dilan 1991. Dengan demikian dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Artis Terhadap Minat Menonton Film Dilan 1991 Bagi Remaja (Kasus Citra Iqbaal Ramadhan di Akun *Instagram Fanpage @dilanku*)”.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh citra artis terhadap minat menonton film dilan 1991 bagi remaja kasus citra Iqbaal Ramadhan di akun *instagram fanpage @dilanku*?

### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh citra artis terhadap minat menonton film dilan

1991 pada remaja kasus citra Iqbaal Ramadhan di akun *instagram fanpage @dilanku*.

### **Manfaat Penelitian**

#### **Manfaat Teoritis**

- Sebagai bahan masukan dan sumbangan pemikiran para pengkaji masalah ilmu komunikasi khususnya bidang Hubungan Masyarakat dalam penelitian tentang pengaruh citra terhadap minat menonton film bagi remaja.
- Sebagai bahan pengembangan ilmu pengetahuan yang penulis peroleh selama menjalankan perkuliahan di Universitas Riau.

#### **Manfaat Praktis**

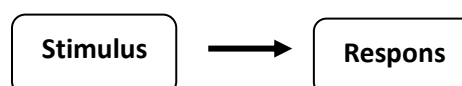
Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi serta membantu para dosen, mahasiswa, dan kalangan akademis lainnya dalam penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh citra terhadap minat menonton remaja.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Teori S-R**

Teori S-R merupakan singkatan dari *Stimulus* dan *Response* ini semula berasal dari psikologi. Kalau demikian menjadi teori komunikasi tidaklah mengherankan, karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang meliputi komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afektif dan konasi. Menurut teori ini manusia menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi (Effendy, 2010:254).

#### **Model S-R**



Sumber: Ferrinadewi, 2008:71

Asumsi dasar dari teori ini adalah media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi.

### **Citra**

Citra adalah kesan yang dipikirkan dan yang diketahui oleh seseorang atau kelompok mengenai suatu hal baik perusahaan maupun produknya. Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa citra adalah gambaran singkat mengenai sebuah organisasi atau perusahaan yang diciptakan melalui akumulasi pesan – pesan yang diterima melalui pengalaman yang dirasakan oleh seluruh indera (Buchari Alma 2000:317).

Adapun jenis - jenis citra dapat diartikan sebagai gambaran yang didapat oleh lingkungan di sekitar atau pihak lain sebagai hasil dari pengalaman dan pengetahuannya tentang suatu obyek. (Munandar, 1995:17-19) mengemukakan bahwa ada beberapa jenis-jenis citra tersebut adalah :

- a. Citra Bayangan (*Mirror Image*) adalah citra yang di anut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya.
- b. Citra Yang Berlaku (*Current Image*) adalah suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi atau perusahaan.
- c. Citra Yang Diharapkan (*Wish Image*) adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Biasanya citra yang diharapkan lebih baik atau lebih menyenangkan dari pada citra yang ada.
- d. Citra Perusahaan (*Corporate Image*) adalah citra dari suatu organisasi atau perusahaan secara keseluruhan. Jadi bukan citra produk dan pelayanannya saja. Citra perusahaan ini terbentuk banyak hal. Hal positif yang dapat

meningkatkan citra suatu perusahaan, antara lain sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang dan lain sebagainya.

- e. Citra Majemuk (*Multiple Image*). Citra ini dapat diterapkan pada semua jenis organisasi atau perusahaan yang memiliki banyak unit dan pegawai (anggota). Masing-masing unit dan individu memiliki perangai dan perilaku tersendiri sehingga secara sengaja atau tidak sengaja, mereka pasti memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan secara keseluruhan.

### **Citra Artis**

citra artis adalah kesan yang hadir dari kepribadian artis untuk memberikan menilai pengaruh daya tarik masyarakat lain. Citra artis adalah kesan-kesan yang ditampilkan media kepada orang lain. Artis/selebritis adalah individu populer yang merupakan ikon budaya simbolik, dan mentransfer makna simbolik mereka ke produk yang mereka sarankan dalam berita (Choi dan Rifon, 2007).

Indikator citra artis memiliki beberapa dimensi diantaranya yang dikemukakan Menurut Choi dan Rifon, (2007: 315):

1. Keaslian (*genuiness*) yang merupakan Tanggung jawab diri secara sosial, kebijaksanaan yang tampil, sikap nyaman yang ditunjukkan, kecerdasan yang ditampilkan.
2. Kompetensi (*competence*) merupakan Keahlian, percaya diri, kegigihan, dan prestasi yang tampak
3. Aura (*excitement*) merupakan aura yang tampak menyenangkan dan membuat tertarik
4. Keramahan (*sociability*) merupakan keramahan yang tampil saat di publik.

## Minat Menonton

Pengaruh citra artis menimbulkan minat menonton. Adapun terdapat dua faktor yang mempengaruhi minat seseorang yaitu:

### 1. Faktor internal

Faktor internal adalah sesuatu yang membuat seseorang berminat, yang berasal dari dalam dirinya sendiri. Faktor internal tersebut antara lain: pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi, dan kebutuhan

### 1 Faktor eksternal

Faktor eksternal adalah sesuatu yang membuat seseorang berminat yang datangnya dari luar diri, seperti dorongan dari orang lain, fasilitas atau sarana yang mendukung serta lingkungan.

## Media Sosial

Media sosial atau dalam bahasa Inggris '*social media*' menurut tata bahasa, terdiri dari kata '*social*' yang memiliki arti kemasyarakatan atau sebuah interaksi dan '*media*' adalah sebuah wadah atau tempat sosial itu sendiri. Menurut Andreas Kaplan dan Micheal Haenlein, mendefinisikan *social media* sebagai *a group of internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of web 2.0, and that allow the creation and exchange of user generated content* (Kaplan & Haenlein, 2010:61).

Menurut Kaplan & Haenlein (2010:65) beberapa tipe dari media sosial :

### a. *Collaboration Project*

Pada proyek kolaborasi ini, website memungkinkan usernya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun membuang konten-konten yang ada di website ini.

### b. *Micro Blogs*

Pada *blog* dan *micro blog* ini, user lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti bercerita ataupun mengkritik kebijakan pemerintah.

### c. *Content Community*

Pada konten ini, para pengguna website saling membagikan konten-konten media, baik seperti video, ebook, gambar, dan lain-lain.

### d. *Social Networking Sites*

Pada situs jejaring ini, aplikasi yang memungkinkan user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain.

### e. *Social Virtual World*

Pada dunia *virtual* yang dimana penggunanya merasa hidup di dunia *virtual*, sama seperti *virtual game world*, berinteraksi dengan yang lain.

## Pengaruh Citra Artis terhadap Minat Menonton Film

Beberapa faktor yang mempengaruhi minat menonton adalah perhatian, dorongan atau motif, dan karena ia mempunyai sangkut paut dengan objek di luar dirinya, juga dapat disebabkan karena ia telah menerima informasi yang jelas mengenai objek tersebut (Sukmanto 2014:18-19).

Citra artis yang menjadi pemeran dalam film adalah penting. Menurut Pattipeilohy (2016) dalam memaknai citra diri dan popularitasnya di media massa, artis membutuhkan sebuah pemahaman yang menyeluruh mengenai diri pribadinya maupun orang-orang di sekitarnya. Segala macam perilaku interaksi yang artis lakukan dalam kehidupannya sehari-hari menampilkan citra diri mereka sendiri dalam cara yang sama dengan cara seorang aktor menampilkan karakter orang lain dalam sebuah pertunjukan film. Cara yang sama ini berarti mengacu kepada kesamaan bahwa ada citra diri yang ingin ditampilkan artis. Citra diri yang terjadi di publik adalah untuk memberi artis kesan yang baik untuk mencapai tujuan.

Munculnya pemaknaan ini sangat tergantung pada latar belakang sosial artis itu sendiri. Film yang *booming* atau terkenal



akan banyak menayangkan sosok artis pemeran film tersebut. Dalam hal ini menurut teori stimulus respon, media massa yang memuat sosok artis/ pemeran film akan memberikan respon/reaksi kepada penonton. Melalui media yang menampilkan sosok artis akan menghadirkan citra pada artis tersebut. Menurut Dimasningtias (2012:15) citra bagi artis merupakan hal yang penting, karena dengan adanya citra tersebut maka eksistensi artis dalam dunia hiburan menjadi eksis karena memiliki fans atau penggemar yang loyal.

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah riset kuantitatif. Jenis penyajian data dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu nilai pembahasan yang dapat dinyatakan dalam bentuk angka. (Sony, 2004:267). Analisis kuantitatif adalah analisis berupa data yang diperoleh dari responden yang telah dikumpulkan, kemudian dianalisis dan diolah menggunakan teori statistik sebagai alat pemecahan masalah yang dihadapi, sehingga metode ini akan memberikan kepastian dalam mengambil keputusan.

Sementara itu, jenis atau tipe riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksplanasi. Eksplanasi dimaksudkan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh suatu variabel dengan yang lain. Jadi penelitian eksplanasi memiliki kredibilitas untuk mengukur hubungan sebab akibat dari dua atau beberapa variabel dengan menggunakan analisis statistik inferensial (Bungin, 2011:38).

Penelitian ini juga menggunakan metode penelitian survei. Metode penelitian survei adalah metode riset yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya, tujuan untuk memperoleh informasi

tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu.

## Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu *followers* akun *Instagram fanpage @dilanku* yang menonton film *Dilan 1991* yaitu 429.000 orang.

Berdasarkan jumlah populasi diatas, maka sampel minimal dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

$n^2$  = tingkat kesalahan/error karena pengambilan sampel yang akan ditolerir, 5%, kemudian  $n$  dikuadratkan.

Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik *purposive sampling*, Teknik ini merupakan pengambilan responden dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling*, didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Maka dengan kata lain, unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian atau permasalahan penelitian Sugiyono (2016:85).

Alasan menggunakan teknik *Purposive Sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, penulis memilih teknik *Purposive Sampling* yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

Adapun sampel yang akan peneliti tetapkan untuk dijadikan responden adalah pengikut (*followers*) akun *Instagram fanpage*

@dilanku dengan kriteria yang dijadikan sampel yaitu :

- 1) Remaja yang menonton film dilan 1991;
- 2) Remaja yang menjadi *follower* akun @dilanku
- 3) Remaja dengan usia 16-20 tahun

Dalam penelitian ini jumlah populasinya diketahui sejumlah 429.000 dari data terakhir, dan kemungkinan dapat bertambah ataupun berkurang, maka peneliti menerapkan rumus slovin yaitu pengambilan sampel akan ditelorir 5% kemudian  $n$  dikuadratkan yaitu sebanyak 206,9 atau dibulatkan menjadi 207 responden.

### **Jenis Sumber Data**

#### **Data Primer**

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang dikumpulkan melalui angket atau kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi oleh responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup, karena alternatif jawaban telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti (Juliansyah, 2013:139).

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari pengikut (*followers*) *instagram fanpage* @dilanku dari hasil pengisian kuesioner dan *google form*.

#### **Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara (dihasilkan oleh pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahannya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder pada dasarnya berbentuk catatan atau laporan oleh lembaga tertentu yang dipublikasikan (Ruslan 2004:138).

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner

(angket) dengan jenis kuesioner tertutup. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi angket tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan. Kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang disajikan dengan serangkaian alternatif, sedangkan responden cukup memberi tanda silang, melingkar ataupun mencentang( sesuai permintaan) pada jawaban yang dianggapnya sesuai dengan keadaan dirinya (Idrus, 2009:100)

### **Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional merupakan sebuah proses dimana konsep yang digunakan di operasional agar dapat diukur. Operasional konsep adalah tahap mengubah konsep agar menjadi variabel yang dapat diukur (Kriyantono, 2008:83). Untuk memudahkan dan menghindari terjadinya kekaburan mengenai masalah yang hendak diteliti. Dengan dilatarbelakangi masalah yang ada, maka konsep operasional akan menjadi tolak ukur lapangan. Hasilnya dapat berupa konstruk dan variabel beserta indikator-indikator pengukurnya.

### **Teknik Pengukuran Data**

Pada penelitian ini menggunakan teknik pengukuran data dengan skala likert. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti dan selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2011 : 93).

Skala ini merupakan suatu skala psikometrik yang biasa diaplikasikan dalam angket dan paling sering digunakan untuk riset yang berupa survey, termasuk dalam penelitian survey deskriptif.

### **Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

#### **Uji Validitas**

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Jadi pengujian validitas itu mengacu pada sejauh mana suatu instrument



dalam menjalankan fungsi. Instrument dikatakan valid jika instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2010).

Penelitian ini menggunakan validitas bangun/konstruk. Validitas bangun (*Construct validity*) berkenaan dengan kesanggupan alat ukur mengukur pengertian-pengertian yang terkandung dalam materi yang diukurnya. Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang sebenarnya diukur.

Uji validitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan korelasi *Pearson Correlation*. Setelah harga koefisien validitas tiap butir soal diperoleh, kemudian hasil diatas dibandingkan dengan nilai r dari tabel pada taraf signifikansi 5% dan taraf signifikansi 1% dengan  $df = N-2$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka koefisien validitas butir soal pada taraf signifikansi yang dipakai (Arikunto, 2010).

#### Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan korelasi *Cronbach Alpha*, apabila nilai signifikansi  $> 0,06$  maka instrument dikatakan reliabel. Nilai 0,6 didapatkan dari teori pengambilan keputusan Reliabilitas syarat minimum koefisien korelasi 0,6 karena dianggap memiliki titik aman dalam penentuan reliabilitas instrumen dan juga secara umum banyak digunakan dalam penelitian, sedangkan nilai 0,5 dianggap reliabel namun dalam taraf kurang baik (Rochaety, 2012). Uji ini menggunakan *software SPSS for Windows* versi 24.0.

Hasil pengujian reliabilitas penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Uji Reliabilitas**

| Variabel           | Cronbach Alpha | Koefisien Reliabilitas | Keterangan |
|--------------------|----------------|------------------------|------------|
| Citra Artis (X)    | 0,835          | 0,60                   | Reliabel   |
| Minat Menonton (Y) | 0,788          | 0,60                   | Reliabel   |

Sumber: Olahan Data, 2019

Berdasarkan tabel 3.4 di atas menunjukkan bahwa semua variabel yang diuji menghasilkan nilai koefisien *cronbach alpha* lebih besar dari pada 0,60 dengan demikian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel citra artis dan minat menonton adalah reliabel dan layak digunakan.

#### Uji Normalitas

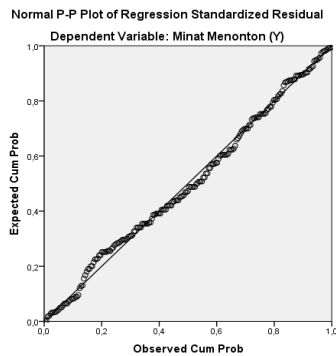
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian memiliki data yang terdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki asumsi klasik dengan data yang terdistribusi normal (Ghozali, 2011: 160). Pengujian normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat *probability plot* yang membandingkan distribusi komulatif dari data sesungguhnya dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya maka data menunjukkan distribusi normal.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya maka data tidak menunjukkan distribusi normal.

Berikut adalah grafik hasil uji normalitas *probability plot* hasil uji normalitas dengan menggunakan SPSS versi 24.0 pada variabel citra artis dan minat menonton.

**Gambar 3.1**

### Grafik Probability Plot Uji Normalitas



Sumber: Olahan data SPSS, 2019

### Teknik Analisa Data

#### Uji Regresi Linear Sederhana

Untuk penelitian ini, penulis akan menggunakan teknik analisis data secara statistic dengan menggunakan program SPSS (*Statistic Package for Sosial Science*) versi 24.0 *for Windows*, yaitu regresi linier sederhana untuk menganalisa hubungan linier antara dua variabel yakni variabel independen yaitu citra artis (X) dengan variabel dependen minat menonton film (Y) mengenai minat menonton film bagi remaja. Sementara untuk mengetahui pengaruh antara variabel X dengan variabel Y dapat dilihat dari nilai signifikansi (sig).

#### Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisis regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ), yaitu antara nol sampai dengan satu (1). Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi dapat dijelaskan oleh perubahan atau variasi suatu variabel lainnya (Santosa & Ashari, 2005: 125).

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang penulis lakukan melalui google form akan penulis uraikan dalam bab ini. Hasil penelitian ini diperoleh dengan mengolah data primer yang bersumber dari kuesioner/angket yang telah disebarakan kurang lebih 2 minggu (12 April – 26 April 2019), dengan total responden sebanyak 207 orang melalui *google form* di akun *fanpage @dilanku*. Selanjutnya data yang didapatkan dianalisis dengan menggunakan SPSS versi 24.0.

Adapun hasil dalam penelitian yang penulis dapatkan tentang pengaruh citra artis terhadap minat menonton film Dilan 1991 bagi remaja didapatkan hasil penelitian ini memiliki signifikasi sebesar 0,00 itu artinya lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Artinya dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Sehingga, variabel citra artis berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menonton.

Berdasarkan nilai R menunjukan bahwa korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen yakni bahwa nilai R sebesar 0,473 maka dari model summary diatas diketahui nilai  $R_{\text{square}}$  sebesar 0,223. Artinya terdapat besarnya pengaruh antara citra artis terhadap minat menonton dengan pengaruh sebesar 22,3 yang dikategorikan pengaruh rendah. Sementara sisanya sebesar 77,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Untuk skor rata-rata setiap kategori, pada variabel X (Citra Artis) indikator yang memiliki nilai rata-rata yang tertinggi adalah indikator aura (*excitement*) dengan nilai rata-rata sebesar 3,43 dan yang terendah adalah indikator kompetensi dengan nilai 3,24. Sementara itu untuk variabel Y (Minat Menonton) nilai rata-rata yang tertinggi adalah indikator internal dengan nilai 3,39 dan yang terendah adalah indikator eksternal dengan nilai rata-rata sebesar 3,33.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Teori S-R (Stimulus-Respon) yang digunakan untuk menguji penelitian ini. Penelitian ini

yang menjadi stimulus (S) adalah tentang pesan yang disampaikan di media tentang artis Iqbaal Ramadhan dan yang menjadi response (R) yaitu informasi yang diterima penonton akan mempersepsikan artis tersebut sehingga menarik minatnya untuk menyaksikan film yang diperankan oleh artis Iqbaal Ramadhan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh citra artis terhadap minat menonton film Dilan 1991 bagi remaja dengan koefisien variabel Citra Artis sebesar 0,835 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  yang artinya menunjukkan bahwa citra artis memberikan pengaruh terhadap minat menonton film Dilan 1991 bagi remaja. Sementara itu  $t$  hitung 7,680 lebih besar dari  $t$  tabel yaitu 1,562.

Berdasarkan hitungan statistik yang diperoleh, maka hipotesis yang diterima dalam penelitian ini adalah  $H_a$  adanya pengaruh besar citra artis terhadap minat menonton film Dilan 1991 bagi remaja.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi memperlihatkan nilai  $R_{square}$  yaitu 0,223 yang berarti terdapat pengaruh sebesar 22,3%. Sementara sisanya sebesar 77,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Hasil ini mendukung teori S-R memaparkan bahwa *Stimulus* yang diberikan kepada akun *instagram fanpage @dilanku* dapat merangsang orang lain untuk memberikan respon. Dari pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa akun *instagram fanpage @dilanku* akan membuat *followersnya* memberikan respon. Respon yang didapatkan dalam penelitian ini adalah semakin tinggi citra artis Iqbaal Ramadhan, maka semakin tinggi pula minat menonton film dilan 1991.

### Saran

Dari kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti menyajikan saran sebagai masukan untuk *Fanpage @dilanku* sebagai salah satu *fanpage* pertama dan memiliki anggota terbanyak di Indonesia :

1. Dengan diketahui besarnya pengaruh akun instagram terhadap followers *@dilanku*, maka sangat penting bagi *Fanpage @dilanku* mempertahankan citra Iqbal Ramadhan melalui postingan di akun instagram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra seorang artis berpengaruh terhadap minat menonton film, semakin positif citra seorang artis maka minat menonton pun juga semakin tinggi. Dengan demikian bagi manajemen artis yang khususnya yang fokus dalam bidang hiburan terutama yang membantu artis diharapkan mulai merubah teknik pencitraan agar artis tetap memiliki citra positif di mata penonton.
2. Sedangkan untuk peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk mengetahui pengaruh citra artis terhadap minat menonton film. Hanya saja diharapkan lebih bervariasi dan berkembang. Dengan variabel berbeda yang dapat mempengaruhi minat menonton, misalnya seperti kualitas film dan lainnya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E., dan Lukiati K,E, (2004), *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, Elvinaro. 2004. *Dasar-dasar Public Relations*. Remaja Rosadakarya: Bandung
- Ardianto & Erdinaya, Lukiati Komala. 2005. *Komunikasi massa: suatu pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Djaali. 2009. *Pikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Ety Rochaety; Ratih Tresnati; H. Abdul Madjid Latief. (2007). *Edisi 1. Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi SPSS*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Griffin, 2004. *Komitmen Organisasi*, Terjemahan, Jakarta :Erlangga
- Jalaluddin, Rakhmat. 2001. *Psikologi komunikasi edisi revisi*. Bandung: Remaja rosdakarya
- Jefkins, Frank. 1992. *Public Relations, edition. Penerjemah Haris Munandar*. 1995. *Public Relations, edisi keempat*. Jakarta: Erlangga
- Juliansyah, Noor. 2011. *Metodologi Penelitian. Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana
- Kriyantono, Rachmat, 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana
- Mc Quail, D., 2000. *Teori Komunikasi Massa*, Edisi Kedua, Jakarta: Erlangga
- Moleong. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Muhibbin Syah. 2010. *Psikologi Pendidikan dengan pendekatan baru*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2004. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Santosa dan Ashari. 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft Axcel & SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset
- Sedarmayanti dan Hidayat, Syarifudin. (2011). *Metodologi Penelitian*. Bandung : Mandar Maju
- Sendjaja, S. Djuarsa. 1994. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Singarimbun, Masri & Effendi Sofian. 2009. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3ES
- Siregar, Syofian. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. 2007. *Dasar-dasar Public Relations*. Remaja Rosadakarya: Bandung
- Sugiyono. 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Jurnal**
- Anggraini, Dwi. 2016. *Sterotip Perempuan dalam Film Get Married Analisis Semiotika Roland Bhartes*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, vol. 4(2)
- Astini, Rina. *Mediasi Sikap Penonton Film Terhadap Intensi Menonton Film Nasional: Kajian Movie Viewing, Ethnosentrisme dan Cultural Proximity Sebagai Variabel Antesenden*. Jurnal Komunikasi. Universitas Mercubuana.
- Choi, S.M dan N.J. Rifon. 2007. *Who is the Celebrity in Advertising? Understanding Dimensions of Celebrity Image. The Journal of Popular Culture. Journal Compilation. Vol. 40 (2)*. Blackwell Publishing
- Dewi, S.K. 2014. *Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Tayangan dan Sikap atas Tayangan terhadap Minat Menonton Acara "Yuk Keep Smile" di Trans TV*. Skripsi. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Handayani, Yeni. 2015. *Mengembalikan Kejayaan Perfilman Indonesia Melalui Penyempurnaan Undang-Undang Perfilman*. Jurnal Rechtsvinding Online: Media Pembinaan Hukum Nasional. ISSN 2089-9009
- Herlina, Dyna. 2012. *Identifying Key Factors Affecting Consumer Decision Making Behavior in Cinema Context : A Qualitative Approach. International Conference on Business, Economics, Management and Behavioral Sciences*. Dubai

Junaidi. 2018. *Mengenal Teori Kultivasi dalam Ilmu Komunikasi*. Jurnal Simbolika Vol. 4(1) April.

Kasriani, 2014. *Dampak Tayangan Show Imah Di Trans TV Pada Gaya Bicara Remaja Di Desa Santan Ilir Kecamatan Marangkayu*, Jurnal Ilmu Komunikasi. Samarinda: FISIP Universitas Mulawarman

Lunardo, R., O.Gergaud, dan F. Livat. 2015. *Celebrities as human brands: An investigation of the effects of personality and time on celebrities' appeal*. *Journal of Marketing Management*. Vol.2 (2).

Pattipeilohy, Esther Meylani. 2016. *Citra Diri dan Popularitas Artis*. Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol. 1 No. 2

Revole, L.M. 2015. *Citra Diri dan Popularitas Artis*. *Jurnal Kajian Komunikasi*. Vol. 3 (1) Juni.

Setiawan, Aria Aditya. 2013. *Peran Medi Massa dalam Meningkatkan Kualitas Kepemerintahan Lokal Berbasis Human Security di Kota Jayapura*. Jurnal Komunikasi. Universitas Diponegoro

#### **Skripsi**

Annuur, Ridla An. 2013. *Pengaruh Citra Film Indonesia Terhadap Keputusan Menonton: Survei terhadap penonton Film Indonesia..* Jakarta: Universitas Indonesia

Dimasningtias, Tri Indah. 2013. *Pengaruh Citra terhadap Minat Menonton Film*. Skripsi Fisip Atma Jaya. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Juheti. 2014. *Pengaruh Kualitas Film Indonesia terhadap Minat Menonton Mahasiswa Program Studi Digital Komunikasi Surya University*. Skripsi Surya University. Serpong

Ummah, Faricha Saadatul. 2017. *Pengaruh Film AADC 2 terhadap Niat Berkunjung Melalui Citra Kognitif dan Afektif di Keraton Boko Yogyakarta*. Skripsi IAIN Surakarta.

#### **Sumber Lain**

**Anisa, Dina Fitri. 2018. 2018 Bisa Menjadi Tahunnya Film Indonesia.**

#### **Diakses**

**dalam**<http://www.beritasatu.com/film/475493-2018-bisa-menjadi-tahunnya-film-indonesia.html>

**Arthasalina. 2018. 5 Sikap Iqbaal Ramadhan ini Patut diteladani Generasi Muda. Dikutip dari idntimes.com diakses pada 2 Agustus 2018.**

**Prasetya, Bayu. 2018. 5 Alasan Logis Kenapa Film Dilan 1990 Tembus 5 Juta Penonton. Diakses dalam**  
**<https://www.brilio.net/creator/alasan-logis-kenapa-film-dilan-deserbu-penonton-021365.html>**

**Safitri, Rahmi. 2018. Rajin Ngegy dan Jaga Pola Makan, Iqbaal Ramadhan Sukses Naik 5 Kilo. Dikutip dari kapanlagi.com diakses pada 2 Agustus 2018.**