

Analisis Korelasi antara Intensitas Mengakses Media Sosial dengan Persepsi tentang Puisi “Doa Yang Ditukar” pada Anggota Mahasiswa Nahdlatul Ulama (KMNU) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Achmad Zaky Faiz
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
zakyfaiz@gmail.com

Abstract

This article aims to determine the relationship between the intensity of access to social media with students' perceptions of the Poetry "Doa yang Ditukar." This research uses the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) theory, examining the correlation between stimulus exposure and objects' responses. In addition, this research also uses a survey method on 115 students of the *Nadhatul Ulama* community at the *UIN Sunan Kalijaga Jogja* Campus. The results of hypothesis testing with Pearson's Product Moment Correlation show a correlation score of 0.338 with $p = 0.000$ ($p > 0.05$), which means that there is a significant relationship in low level between the access intensity of social media and perceptions of poetry.

Keywords: *Social Media; Perception; Intensity; Poetry*

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas mengakses media sosial dengan persepsi mahasiswa tentang Puisi “Doa Yang Ditukar”. Riset ini menggunakan teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R) yang menelaah korelasi antara terpaan stimulus terhadap obyek menghasilkan respon tertentu. Selain itu, riset ini juga menggunakan metode survey pada 115 orang mahasiswa komunitas Nahdhatul Ulama di Kampus UIN Sunan Kalijaga Jogja. Hasil uji hipotesis dengan analisis korelasi Pearson's Product Moment Correlation menunjukkan bahwa terdapat korelasi sebesar 0.338 dengan $p = 0.000$ ($p > 0.05$), artinya terdapat hubungan antara variabel intensitas mengakses media sosial dengan persepsi tentang puisi.

Kata kunci: *Media Sosial, Persepsi, Intensitas, Puisi*

Permalink/DOI: <https://doi.org/10.15408/jsj.v4i1.25851>

A. Pendahuluan

Media sosial saat ini menjadi hal yang menarik untuk dikonsumsi. Media sosial

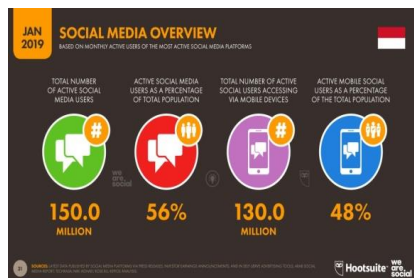
merupakan medium digital tempat realitas sosial terjadi dan ruang-waktu penggunaanya berinteraksi.¹ Perkembangannya tidak hanya

¹ Nasrullah Rulli, “Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sioteknologi,” *Bandung: Simbiosis Rekatama* (2017). h. 57

sekedar menjadi alat mencari hiburan belaka namun digunakan untuk mencari informasi. Selain itu media sosial saat ini juga dapat menjadi wadah untuk *share* informasi tanpa harus ada aturan-aturan paten seperti yang ada di media massa cetak maupun *online*.² Interaksi didalam media sosial juga dapat dilakukan seperti layaknya didunia nyata, hal tersebut dapat dilakukan hanya dengan meninggalkan pesan pada kolom komentar atau dengan memberi jempol atau *like* pada postingan tertentu.

Kemudahan dan kenyamanan dalam berinteraksi di media sosial menyebabkan banyak khalayak yang tertarik untuk menggunakannya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh websindo dalam *we are sosial* edisi Jumat 10 Maret 2019 menunjukkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta secara keseluruhan. Bahkan dalam presentase menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial mencapai 56% dari jumlah total penduduk Indonesia, dengan pengguna berbasis *mobile* mencapai 130%.³

Gambar 1: Presentase Pengguna Media Sosial



Sumber: websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/

Berdasarkan survei websindo diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa masyarakat Indonesia saat ini masih menyukai media sosial. Hal tersebut dibuktikan dengan tingginya angka yang dipaparkan dalam penelitian tersebut yang mencapai 150 juta pengguna. Hal tersebut semakin terbukti

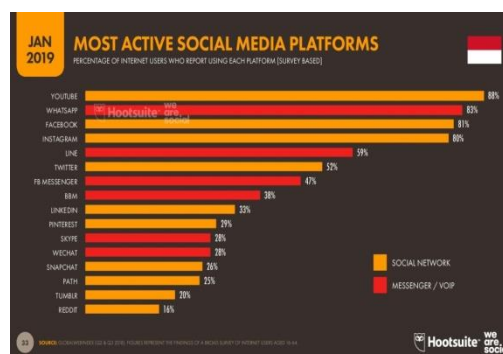
² Fahmi Anwar, "Perubahan Dan Permasalahan Media Sosial," *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni* 1, no. 1 (2017): 137.

³ websindo, "Indonesia Digital 2019: Media

dengan penggunaan media sosial melalui *smartphone* yang mencapai 130 juta. Kita juga bisa melihat masyarakat sekarang yang hampir setiap orang memiliki *smartphone*, baik pelajar ataupun yang sudah bekerja.

Banyaknya *platform* media sosial yang tersedia saat ini menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk menggunakan. Masyarakat saat ini dapat memilih *platform* yang diinginkan dan sesuai kebutuhannya. *Platform* tersebut diantaranya *youtube*, *instagram* dan *facebook*. Namun, pada saat mencari informasi ataupun berinteraksi masyarakat Indonesia beragam dalam menggunakan media sosial.

Gambar 2: Ranking Pengguna Platform Media Sosial di Indonesia



Sumber: websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/

Masih dalam penelitian yang dilakukan Websindo menunjukkan bahwa *youtube* menjadi platform media sosial pertama yang banyak diakses oleh masyarakat Indonesia. Selanjutnya terdapat *facebook* dan *instagram* masuk lima besar sebagai *platform* yang paling banyak diakses oleh masyarakat. Hal tersebut membuktikan bahwa masyarakat Indonesia masih bergantung dengan media sosial baik *social network* (jejaringan sosial) maupun *message* (pesan). Semuanya bertujuan untuk

Sosial," *Websindo.Com*, last modified 2019, accessed December 22, 2021, <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>.

berinteraksi dan mencari informasi sesuai yang dibutuhkan.

Media sosial yang banyak berisi informasi baik dalam bentuk berita, meme, atau video akan membentuk persepsi dari masyarakat. Sarlito W. Sarwono berpendapat persepsi secara umum merupakan proses perolehan, penafsiran, pemilihan dan pengaturan informasi indrawi.⁴ Masyarakat akan memberikan persepsi ketika ada rangsangan yang datang melalui alat-alat indera (peraba, penglihat, pencium, pengecap dan pendengar). Pada proses ini kepekaan seseorang kepada sekelilingnya mulai terlihat sehingga akan memperoleh suatu penilaian terhadap tindakan, sikap dan perilaku setelah mendapatkan rangsangan. Lalu rangsangan ini selanjutnya akan dikirimkan ke otak.

Perhatian tidak terelakkan karena sebelum kita merespon atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apapun, kita harus terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Hal tersebut dapat dilihat dari peristiwa yang viral di media sosial yakni puisi ciptaan dari seorang Wakil Ketua Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) Periode 2014-2019 Fadli Zon. Puisi yang berjudul “Doa Yang Ditukar”. Puisi yang bermuatan unsure politik tersebut menuai kontroversi dari khalayak luas. Pasalnya, ada beberapa perbedaan pendapat yang timbul setelah puisi tersebut dipublikasi di akun *instagram* pribadi Fadli Zon pada 4 Februari 2019. Muncul komentar-komentar negatif dan positif dalam menanggapi adanya postingan tersebut.

Gambar 3: Naskah Puisi Fadli Zon Yang Diposting di Instagram Pribadinya

Doa Yang Ditukar	doa yang ditukar bukan doa otentik produk rezim intrik penuh cara-cara licik kau Penguasa tengik
doa sakral seenaknya kau begal disulam tambal tak punya moral agama diobral	Ya Allah dengarlah doa-doa kami dari hati pasrah berserah memohon pertolonganMu kuatkanlah para pejuang istiqomah di jalan amanah
doa sakral kenapa kau tukar direvisi sang bandar dibisiki kacung makelar skenario berantakan bubar pertunjukan dagelan vulgar	Fadli Zon Parung, Bogor, 3 Feb 2019

Sumber: Instagram (@Fadlizon)

Munculnya kasus tersebut diawali dengan beredarnya video doa kiai *sepuh* KH. Maimoen Zubair yang salah dalam pengucapan doa disaat kunjungan Presiden Republik Indonesia Ir. H. Joko Widodo di Pondok Pesantren Al-Anwar Sarang Rembang, Jawa Tengah. Bermula dari kejadian itu Fadli Zon membuat puisi yang belum tahu ditujukan kepada siapa. Dalam puisi tersebut Fadli Zon menggunakan sosok ‘kau’ yang telah merevisi doa sehingga itu tidak lagi otentik. Fadli Zon mengaku puisi tersebut tidak tertuju kepada KH. Maimun Zubair. Namun hal tersebut menuai banyak pemahaman dari berbagai pihak bahwa kata ‘kau’ itu tertuju kepada KH. Maimun Zubair.⁵

Selain postingan Fadli Zon di *instagram* pribadinya, akun-akun lain yang berfungsi menyampaikan informasi kepada masyarakat juga ikut menanggapi. Informasi tersebut dibagikan melalui akun-akun media sosial seperti *youtube*, *instagram* dan *facebook*. Tidak hanya di media sosial, portal berita pun tidak ketinggalan menulis dan mempublikasikan informasi tentang puisi doa yang ditukar melalui media sosial.

⁴ Rohmaul Listyana and Yudi Hartono, “Persepsi Dan Sikap Masyarakat Terhadap Penanggalan Jawa Dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013),” *Agastya: Jurnal Sejarah Dan Pembelajarannya* 5, no. 01 (2015): 118–138.

⁵ Chyntia Sami Bhayangkara Gunadha, Reza,

“Fadli Zon Bikin Puisi Doa Yang Ditukar, Sindir Doa Mbah Moen Di Sisi Jokowi,” *Suara.Com*, last modified 2019, accessed December 22, 2021, <https://www.suara.com/news/2019/02/05/171053/fadli-zon-bikin-puisi-doa-yang-ditukar-sindir-doa-mbah-moen-di-sisi-jokowi>.

Puisi “Doa Yang Ditukar” oleh Fadli Zon mendapat berbagai tanggapan, tidak hanya dikalangan masyarakat melainkan juga dari santri-santri di Pondok Pesantren. Bahkan terdapat aksi turun jalan yang dilakukan santri-santri diberbagai daerah. Salah satunya protes dari para santri se-Kabupaten Kudus. Massa yang tergabung dalam Aliansi Santri Membela Kiai (ASMAK) menggelar aksi memprotes sekaligus mengecam Fadli Zon agar meminta maaf kepada KH.Maimun Zubair.⁶ Namun dalam klarifikasi yang diposting Fadli Zon di *akun* pribadinya @fadlizon pada 17 Februari 2019 ia mengatakan bahwa puisi tersebut tidak ditujukan kepada KH. Maimun Zubair dan dalam waktu dekat akan bersilaturahmi ke KH. Maimun Zubair. Fadli Zon menganggap kasus tersebut merupakan ‘gorengan’ dari orang-orang yang tidak bertanggung jawab yang membuat tidak nyaman KH.Maimun Zubair dan keluarga.

Persoalan tersebut akan selalu diingat dikalangan santri dengan kesan yang tidak senonoh Fadli Zon dalam mengekspresikan pendapatnya. Walaupun belum jelas arah puisi diperuntukkan ke siapa, akan tetapi Fadli Zon sebagai wakil rakyat seyogyanya tidak membuat puisi tersebut yang dinilai telah membuat kegaduhan atas puisi yang ditulisnya. Keluarga *ndalem* KH. Maimun Zubair dan kalangan warga Nahdlatul Ulama (NU) menyayangkan adanya puisi tersebut. Gus Taj Yasin yang merupakan salah satu Putra KH. Maimun Zubair juga menyayangkan hal tersebut terjadi.

”Tidak menyebutkan nama dan Mas Fadli juga kan sudah klarifikasi bukan ditujukan untuk kiai Maimun. Tetapi yang perlu saya sayangkan, Mas Fadli kenapa sih

bikin seperti ini yang bikin gaduh”.⁷

Hal itu disampaikan Gus Taj Yasin saat menjadi narasumber di Kompas TV pada Rabu 6 Februari 2019. Viralnya isu tersebut memunculkan banyak persepsi yang dibangun oleh santri Pondok Pesantren. Para santri menganggap hal tersebut telah menyinggung kiai yang selama ini dihormati dan disegani. Ada juga hal itu sebagai hal yang biasa ditahun politik kala itu.

Kasus tersebut banyak menjadi perbincangan dikalangan Anggota KMNU UIN Sunan Kalijaga karena anggota di organisasi ini sebagian besar merupakan santri dan juga mahasiswa yang mayoritas berlatar belakang *Nahdlatul Ulama’* (NU). Isu yang dibahas anggota KMNU UIN Sunan Kalijaga juga berkaitan dengan tokoh penting NU, yaitu KH. Maimun Zubair. Mereka sebagian besar merupakan pengguna aktif media sosial. Hal tersebut dilihat dari banyaknya Anggota KMNU UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang memiliki akun media sosial lebih dari satu yang menjadi pemicu akan munculnya persepsi dalam dirinya. Oleh karena itu, meneliti isu yang terkait puisi “Doa Yang Ditukar” pada Anggota KMNU UIN Sunan Kalijaga menjadi hal yang penting untuk diteliti dengan pokok pertanyaan *apakah ada hubungan antara intensitas mengakses media sosial dengan persepsi tentang puisi “doa yang ditukar” pada anggota KMNU UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta serta seberapa besar intensitas mengakses media sosial dan persepsi yang muncul?. Mengacu rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui seberapa besar intensitas mengakses media sosial (2) mengetahui persepsi anggota KMNU UIN Sunan Kalijaga tentang puisi “doa yang ditukar” serta (3) mengetahui ada hubungan atau tidak intensitas mengakses media sosial dan persepsi tentang puisi “doa yang ditukar”.*

⁶ Rifqi Gozali, “Bela Kiai Maimoen Zubair Dan Kecam Fadli Zon, Santri Gelar Aksi Bela Kiai Di Kudus,” *Jateng.Tribunnews.Com*, last modified 2019, <https://jateng.tribunnews.com/2019/02/08/bela-kiai-maimoen-zubair-dan-kecam-fadli-zon-santri-gelar-aksi-bela-kiai-di-kudus>.

⁷ Rr Dewi Kartika, “Polemik Puisi ‘Doa Yang

Ditukar’, Putra Mbah Moen: Santri Marah & Fadli Zon Harus Diberi Peringatan,” *Jakarta.Tribunnews.Com*, last modified 2019, <https://jakarta.tribunnews.com/2019/02/06/polemik-puisi-doa-yang-ditukar-putra-mbah-moen-santri-marah-fadli-zon-harus-diberi-peringatan?page=all>.

B. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sejalan dengan masalah dan tujuan yang ada sehingga penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode korelasional. Teori yang digunakan yakni Teori S-O-R yang merupakan singkatan dari *Stimulus-Organism-Respon* mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku seseorang tergantung kepada kualitas rangsangan komunikator. Rangsangan tersebut berupa kata-kata verbal, isyarat non verbal dan symbol-simbol tertentu.⁸ Hal itu dapat dilihat dari kualitas dari sumber komunikasi (*sources*) seperti kredibilitas, gaya bicara, kepemimpinan yang akan menentukan perubahan perilaku seseorang, kelompok ataupun masyarakat.

Informasi data yang digunakan merupakan hasil dari wawancara yang merupakan data primer dan didukung oleh sekunder yaitu dokumentasi, observasi dan wawancara. Populasi dalam penelitian adalah anggota KMNU UIN Sunan Kalijaga yang berjumlah 973 orang. Selanjutnya, penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan presisi 10% dan tingkat kepercayaan 90% dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{973}{1 + (973 \cdot 0,1)^2} = \frac{973}{10,73}$$

$$= 90,68 / 91 \text{ orang}$$

Keterangan:

n : Sample

N : Jumlah Populasi

e : standar deviasi (10%)

Dari perhitungan tersebut, sehingga sampel

yang digunakan berjumlah minimum 91 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan pertimbangan sebagai berikut:

- Mahasiswa yang terdaftar sebagai anggota tetap KMNU UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Anggota KMNU UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang memiliki dan/ atau mengakses media sosial (*youtube, facebook* dan *instagram*).
- Mengetahui kasus puisi doa yang ditukar melalui media sosial dan/ atau pernah mengakses puisi “Doa Yang Ditukar” di media sosial.

Alat pengumpul data penelitian menggunakan skala likert. Terdapat dua bentuk pertanyaan dalam skala likert yaitu berbentuk positif untuk mengukur skala positif dan bentuk pertanyaan negative untuk mengukur skala negative.⁹ Skala likert juga yang berkaitan Uji validitas menggunakan rumus *Pearson Product Moment* dan rumus *Alpha Cronbach* digunakan untuk menguji reliabilita. Selanjutnya, dalam melakukan analisis data ada tahapan yang dilalui, menurut John W. Creswell yang dikutip dalam jurnal penelitian analisis dan interpretasi data kuantitatif diantaranya: memberikan skor terhadap data dan membuat buku kode, menentukan tipe skor yang akan digunakan, menyeleksi program komputer dalam rangka meng input data ke dalam program-program analisis dan pembersihan data.¹⁰

Analisis data yang digunakan peneliti Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari metode statistika yang dalam pelaksanaannya menggunakan bantuan *SPSS (Statistical Product and Service Solution)* versi 15, adapun tahap pengujiannya

⁸ Veby Zilfania Rizal and Evawani Elysa Lubis, “Social Media Marketing Twitter Dan Brand Image Restoran Burger,” *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)* 3, no. 1 (2014): 103–118.

⁹ Viktor Handrianus Pranatawijaya, R Priskila, and PBAA Putra, “Pengembangan Aplikasi Kuesioner

Survey Berbasis Web Menggunakan Skala Likert Dan Guttman,” *Jurnal Sains dan Informatika* 132 (2019).

¹⁰ Isra Adawiyah Siregar, “Analisis Dan Interpretasi Data Kuantitatif,” *ALACRITY: Journal of Education* (2021): 39–48.

dengan uji normalitas, uji linearitas dan uji hipotesis. Selanjutnya, untuk definisi konseptual dan operasional yang berfungsi untuk mengukur persepsi antara lain: 1. Obyek, 2. Interpretasi, 3. Pengetahuan.¹¹ Sedangkan untuk mengukur intensitas mengakses media sosial diantaranya 1. Durasi, 2. Frekuensi, 3. Memilih Konten (Motivasi).¹²

C. Temuan Hasil Penelitian

Profile Responden

Pada penelitian ini, dari 115 kuesioner yang tersebar, peneliti mendapatkan referensi mengenai identitas responden yang peneliti klasifikasikan menjadi tiga bagian yaitu identitas berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan media sosial yang digunakan:

Tabel 1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki- laki	57	49.6%
Perempuan	58	50.4%
Total	115	100%

Sumber: diolah peneliti dari data kuesioner

Berdasarkan tabel 1 diatas terlihat bahwa identitas responden berdasarkan jenis kelamin jumlahnya lebih banyak perempuan dibanding laki-laki. Pada jenis kelamin laki-laki terdapat 57 orang dengan presentase 49.6% dan perempuan sebanyak 58 orang presentase 50.4%

Tabel 2. Data Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
18-20	27	23.5%
21-23	73	63.5%
24-26	15	13.0%
Total	115	100%

Sumber: diolah peneliti dari data kuesioner

Berdasarkan tabel 2 mengatakan bahwa identitas responden yang berusia 18-20 tahun

sebanyak 27 orang presentase 23.5%, usia 21-23 tahun sebanyak 73 orang presentase 63.5% dan usia 24-26 tahun sebanyak 15 orang presentase 13.0%. Maka dari itu, responden terbanyak dalam mengakses media sosial berusia 21-23 tahun.

Tabel 3. Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
S1	89	77,4 %
S2	4	3,5 %
Alumni S1	22	19,1 %
Total	115	100%

Sumber: diolah peneliti dari data kuesioner

Tabel 3 menunjukkan bahwa responden penelitian ini di dominasi mahasiswa dengan tingkat pendidikan Strata 1 (S1) sebanyak 89 orang dengan presentase 77,4 %. Selanjutnya, ada di urutan nomor dua yakni orang-orang yang telah selesai mengenyam studi S1 (Alumni S1) sebanyak 22 orang dengan presentase 19,1%. Sedangkan paling sedikit adalah responden dengan pendidikan Strata 2 (S2) sebanyak 4 orang dengan presentase 3,5 %.

Tabel 4. Data Responden Berdasarkan Media Sosial yang Digunakan

Media Sosial	Total Responden	Jumlah	Presentase
Youtube	115	83	72,2 %
Facebook	115	78	67,8 %
Instagram	115	107	93 %

Sumber: diolah peneliti dari data kuesioner

Tabel 4 di atas menjelaskan media sosial apa saja yang digunakan responden untuk mengakses informasi “Doa Yang Ditukar”. Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa media sosial *instagram* paling banyak digunakan responden untuk mengakses puisi “Doa Yang Ditukar”, yakni sebanyak 107 orang dari 115 responden dengan presentase 93%. Kemudian, responden yang menggunakan media sosial *facebook*

¹¹ HM. Kholili, *Beberapa Pendekatan Psikologi Dalam Dakwah* (Yogyakarta: Bidang Akademik UIN Sunan Kalijaga, 2008).

¹² Asma Abidah Al Aziz, “Hubungan Antara

Intensitas Penggunaan Media Sosial Dan Tingkat Depresi Pada Mahasiswa,” *Acta Psychologia* 2, no. 2 (2020): 92–107.

sebanyak 78 orang dari 115 responden dengan presentase 16.6 %, dan media sosial *youtube* dari 115 responden ada 83 orang menggunakan media sosial ini dengan presentase 72,2 %.

Untuk durasi mengakses responden mayoritas tergolong sedang, yaitu sebanyak 66 orang dengan presentase 57,4%. Sedangkan 46 responden atau 40,0% mengakses dengan durasi tinggi dan sisanya 3 responden mengakses dengan durasi rendah dengan presentase 2,6%. Dengan demikian durasi yang digunakan dalam mengakses media sosial mayoritas responden anggota Keluarga Mahasiswa Nahdlatul Ulama (KMNU) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tergolong sedang.

Validitas dan Realibilitas

Validitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.¹³ Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Penelitian ini menggunakan rumus *Pearson Product Moment* untuk mengukur uji validitas dengan bantuan aplikasi *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 15 Distribusi (table r) untuk $\alpha = 0.05$ dan derajat kebebasan ($dk = n-2$) dengan kaidah keputusan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti valid dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti tidak valid.

Uji validitas ini peneliti menggunakan sampel sebesar 30 sampel sesuai dengan pendapat Singarimbun dan Efendi yang mengatakan bahwa jumlah minimal dalam uji coba kuesioner adalah dengan menggunakan 30 responden. Dengan jumlah tersebut maka distribusi nilai lebih mendekati kurva normal.¹⁴ Dengan demikian dk dalam

penelitian ini sebesar 28 dari perhitungan $dk = 30 - 2 = 28$ sehingga r_{tabel} di dk tersebut sebesar 0.361.

Tabel 5: Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardize Butirs	N of Butirs
.807	.926	33

Sumber: diolah peneliti dari data kuesioner

Dengan demikian dari data di atas dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini reliabel karena nilai koefisien reliabilitasnya lebih dari 0,6 ($0,807 > 0,6$) dan apabila dilihat interpretasi reliabilitasnya tergolong dalam tingkat reliabilitas sangattinggi karena nilainya rentang 0.800-0,1000.

Analisis Data

Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak.¹⁵ Sebuah data dikatakan berdistribusi normal apabila taraf signifikansinya lebih dari 0,05 dan sebaliknya apabila kurang dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan bantuan SPSS versi 15 dengan menggunakan uji *test of normality Kolmogorov Sminrov*, karena jumlah sampel penelitian ini lebih dari 50. Berikut ini hasil uji normalitas:

Tabel 6: Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov-Smirnov(a)		
	Statistic	Df	Sig.

¹³ Livia Amanda, Ferra Yanuar, and Dodi Devianto, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang," *Jurnal Matematika UNAND* 8, no. 1 (2019): 179–188.

¹⁴ Yanto Suharto and Eko Hariadi, "Analisis Kualitas Website Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Menggunakan Metode Webqual 4.0," *Jurnal*

Manajemen dan Organisasi 12, no. 2 (2021): 109–121.

¹⁵ Uswatun Hasanah, Sarjono Sarjono, and Ahmad Hariyadi, "Pengaruh Model Problem Based Learning Terhadap Prestasi Belajar IPS SMP Taruna Kedung Adem," *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal* 7, no. 1 (2021): 43–52.

Intensitas Mengakses	.095	115	.012
Persepsi Anggota	.87	115	.033

Sumber: diolah peneliti dari data kuesioner

Berdasarkan data tabel 18 diatas maka dapat diketahui nilai signifikansi variabel intensitas mengakses (variabel X) berdistribusi normal karena nilai signifikansinya lebih dari 0,05 ($0,12 > 0,05$) dan variabel persepsi anggota (variabel Y) juga berdistribusi normal karena nilai signifikansinya lebih dari 0,05 ($0,33 > 0,05$). Dengan demikian kedua variabel tersebut berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan SPSS versi 15 untuk menguji linearitas. Adapun teknik uji linearitas yang digunakan adalah *test for linearity Anova* dengan taraf signifikansi 0,05. Berikut ini hasil uji linearitas:

Tabel 7: Hasil Uji Linieritas

Variabel	Linearity		Deviation from Linearity		Ket.
	F	Sig.	F	Sig.	
Intensitas Mengakses Media Sosial Dengan Persepsi Tentang Puisi "Doa Yang Ditukar"	15,422	0.000	1,370	0.169	Linier

Sumber: diolah peneliti dari data kuesioner

Berdasarkan nilai signifikansi pada tabel 19 diatas maka dua variabel penelitian ini memiliki hubungan yang linear. Hal ini dikarenakan nilai *deviation from linearity sig.* lebih besar dari 0,05 ($0,169 > 0,05 = \text{linear}$). Dengan demikian terdapat hubungan yang signifikan antara Intensitas Mengakses Media Sosial (variabel X) dengan Persepsi Tentang Puisi "Doa Yang Ditukar" (variabel Y).

Uji Hipotesis

Hipotesis yang peneliti ajukan dalam penelitian ini terdiri dari dua hipotesis, yaitu hipotesis nol dan hipotesis alternatif.

Hipotesis nol menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan antara intensitas mengakses media sosial dengan persepsi tentang puisi "Doa Yang Ditukar", sedangkan hipotesis alternatif menyatakan terdapat hubungan antara intensitas mengakses media sosial dengan persepsi tentang informasi puisi "Doa Yang Ditukar. Jenis data dalam penelitian ini merupakan data interval dan telah lulus uji normalitas dan linieritas. Maka dari itu, untuk pengujian hipotesis peneliti menggunakan rumus *Pearson's Product Moment* dengan bantuan SPSS 15 guna mengetahui apakah terdapat hubungan antara intensitas mengakses media sosial dengan persepsi tentang puisi "Doa Yang Ditukar".¹⁶ Berikut adalah hasil penghitungannya:

Tabel 8: Hasil Uji Hipotesis Pearson Product Moment

Variabel	N	Pearson Correlation	Sig.	Ket.
Intensitas Mengakses Media Sosial dengan Persepsi Tentang Puisi "Doa Yang Ditukar"	15	0.338	.000	<0.05

Sumber: diolah peneliti dari data kuesioner

Berdasarkan tabel uji hipotesis di atas, dapat diketahui bahwa variabel yang telah diteliti mempunyai nilai signifikansi (p) 0.000, artinya p lebih kecil dari 0.05 ($p < 0.05$) dan nilai korelasinya (r hitung) sebesar 0.338 yang artinya lebih besar dari r tabel yaitu 0.1541 ($N=115$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara intensitas mengakses media sosial dengan persepsi tentang puisi "Doa Yang Ditukar".

D. Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha menjawab rumusan masalah yang sebelumnya telah dirumuskan. Sebelum menjawab rumusan masalah, terlebih dahulu peneliti

¹⁶ Diah Rosa Septiani and Sigid Edy Purwanto, "Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Hasil Belajar Matematika Berdasarkan Gender," *JKPM*

(*Jurnal Kajian Pendidikan Matematika*) 6, no. 1 (2020): 141–148.

memaparkan data variabel X (intensitas mengakses media sosial) dan variabel Y (persepsi tentang puisi “Doa Yang Ditukar”). Dari hasil olah data variabel X (intensitas mengakses media sosial) pada tabel 13 didapatkan hasil bahwa variabel intensitas mengakses media sosial dikategorikan menjadi 3 yaitu rendah, sedang dan tinggi. Berdasarkan data yang telah diolah dan dipaparkan pada tabel 13 dan deskripsi sebelumnya, dari total 115 responden menunjukkan bahwa intensitas mengakses media sosial secara keseluruhan termasuk dalam kategori sedang, yaitu memperoleh persentase sebesar 58,3%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa intensitas mengakses media sosial yang mencakup durasi, frekuensi dan motivasi (memilih konten) terhadap puisi “Doa Yang Ditukar” berada pada tingkat sedang, artinya anggota Keluarga Mahasiswa Nahdlatul Ulama (KMNU) UIN Sunan Kalijaga dalam mengakses media sosial dengan durasi, frekuensi dan motivasi yang sedang. Hampir menuju ke tingkatan tinggi dengan selisih 17,4% pada tingkatan tinggi yakni diangka 40,9% yang ada 47 responden apalagi ketika hal tersebut dipengaruhi adanya informasi yang baru viral saat itu.

Hasil olah data untuk variabel kedua itu persepsi tentang puisi “Doa Yang Ditukar” didapatkan hasil bahwa variabel persepsi tentang puisi “Doa Yang Ditukar” pada Keluarga Mahasiswa Nahdlatul Ulama (KMNU) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta diklasifikasikan menjadi dua kategori, yaitu positif, sedang dan negatif. Berdasarkan data yang telah diolah dan dipaparkan pada tabel 17 dan deskripsi sebelumnya, dari total 115 responden menunjukkan bahwa persepsi anggota tentang puisi “Doa Yang Ditukar” secara keseluruhan dalam kategori sedang, yaitu memperoleh presentase sebesar 65,2%. Artinya dengan adanya kegiatan mengakses media sosial dengan intensitas yang sedang tersebut, responden memiliki persepsi tentang puisi “Doa Yang Ditukar” dengan kategori sedang. Hal ini karena dipengaruhi oleh

masing-masing indikator dari persepsi yaitu obyek, interpretasi, dan pengetahuan yang rata-rata dari indikator tersebut dalam kategori sedang.

Kemudian untuk menjawab rumusan masalah yang harus dijawab adalah bagaimana hubungan intensitas mengakses media sosial dengan persepsi tentang puisi “Doa Yang Ditukar” pada anggota Keluarga Mahasiswa Nahdlatul Ulama (KMNU) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, serta untuk melakukan pengujian hipotesis alternatif (H_a) dan hipotesis nihil (H_0). Sebelum dilakukan perhitungan, terlebih dahulu dirumuskan hipotesis alternatif (H_a) dan hipotesis nihil (H_0) sebagai berikut :

H_0 : Tidak ada hubungan antara mengakses media sosial dengan persepsi tentang puisi “Doa Yang Ditukar” pada Anggota KMNU UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

H_a : Ada hubungan antara mengakses media sosial dengan persepsi tentang puisi “Doa Yang Ditukar” pada Anggota KMNU UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Kemudian peneliti melakukan beberapa pengujian untuk dapat menjawab rumusan masalah tersebut, di antaranya adalah uji normalitas, uji linieritas, serta uji hipotesis. Dari hasil pengolahan data menggunakan *SPSS 15*, data penelitian dinyatakan lolos uji asumsi yaitu uji normalitas dengan hasil data normal dan uji linieritas dengan hasil data linier. Maka untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan rumus *Pearson Product Moment*. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara intensitas mengakses media sosial dengan persepsi tentang puisi “Doa Yang Ditukar” dilihat dari nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai korelasinya adalah 0,338. N dalam penelitian ini sebesar 115, maka diperoleh r tabel sebesar 0,1541. Dengan demikian, hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima, $0,338 > 0,1541$ dan $0,000 <$

0,05 dengan kategori hubungan rendah karena berada dalam interval 0,20-0,399. Arah hubungan dalam penelitian ini adalah sedang, artinya dengan intensitas mengakses media sosial sedang, menunjukkan responden dalam memersepsikan tentang puisi “Doa Yang Ditukar” tergolong sedang. Persepsi yang muncul terhadap puisi “Doa Yang Ditukar” tersebut cukup dipengaruhi oleh intensitas mengakses media sosial. Selain itu, ada kemungkinan media lain seperti media massa, media cetak juga mempengaruhi. Dilain sisi dapat juga dipengaruhi hubungan secara kultural antara santri dengan kiainya.

Hasil penelitian ini berkaitan dengan teori S-O-R yang menjelaskan bahwa proses komunikasi berkenaan dengan perubahan persepsi. Dalam teori ini dinyatakan bahwa manusia membentuk suatu sikap dengan adanya stimulus (pesan) yang disampaikan media. Komunikan (organism) akan memahami setiap pesan yang disampaikan oleh media kemudian mereka akan mengolah, mengartikan, dan memahaminya, serta akan memberikan tanggapan (respon) baik dalam perubahan pemikiran, perasaan ataupun tindakan. Dalam penelitian ini, pesan yang disampaikan media sosial menentukan persepsi terhadap puisi “Doa Yang Ditukar”. Artinya teori ini membuktikan bahwa pesan (stimulus) yang disampaikan oleh media sosial yang kemudian diterima oleh anggota Keluarga Mahasiswa Nahdlatul Ulama (KMNU) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (organism), mampu menumbuhkan persepsi terhadap puisi “Doa Yang Ditukar” sehingga selanjutnya terjadi perubahan persepsi untuk memersepsikan terhadap puisi “Doa Yang Ditukar”

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pemaparan penelitian yang telah peneliti lakukan, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa penelitian ini telah menjawab rumusan masalah dari hipotesis dalam penelitian ini. Berdasarkan

hasil penghitungan korelasi antara variabel X dan variabel Y dengan menggunakan *Pearson's Correlation (Product Moment)* diperoleh koefisien korelasi sebesar 0.338 dengan taraf signifikansi 0.000 (<0.05) sehingga dapat diartikan bahwa terdapat korelasi (hubungan) rendah karena masuk dalam rentang nilai 0,20-0,399 antara variabel X dengan variabel Y. Selanjutnya, nilai koefisien korelasi 0.338 menandakan bahwa persepsi yang muncul terhadap puisi “Doa Yang Ditukar” tersebut cukup dipengaruhi oleh intensitas mengakses media sosial. Dengan intensitas mengakses media sosial sedang, menunjukkan responden dalam memersepsikan tentang puisi “Doa Yang Ditukar” tergolong sedang pula. maka dari itu, hasil tersebut telah menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini bahwa terdapat hubungan negatif dengan kualitas rendah antara intensitas mengakses media sosial dengan persepsi tentang puisi “Doa Yang Ditukar” pada Anggota KMNU UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Daftar Pustaka

- Amanda, Livia, Ferra Yanuar, and Dodi Devianto. “Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang.” *Jurnal Matematika UNAND* 8, no. 1 (2019): 179–188.
- Anwar, Fahmi. “Perubahan Dan Permasalahan Media Sosial.” *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni* 1, no. 1 (2017): 137.
- Al Aziz, Asma Abidah. “Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dan Tingkat Depresi Pada Mahasiswa.”

- Acta Psychologia* 2, no. 2 (2020): 92–107.
- Gozali, Rifqi. “Bela Kiai Maimoen Zubair Dan Kecam Fadli Zon, Santri Gelar Aksi Bela Kiai Di Kudus.” *Jateng.Tribunnews.Com*. Last modified 2019. <https://jateng.tribunnews.com/2019/02/08/bela-kiai-maimoen-zubair-dan-kecam-fadli-zon-santri-gelar-aksi-bela-kiai-di-kudus>.
- Gunadha, Reza, Chyntia Sami Bhayangkara. “Fadli Zon Bikin Puisi Doa Yang Ditukar, Sindir Doa Mbah Moen Di Sisi Jokowi.” *Suara.Com*. Last modified 2019. Accessed December 22, 2021. <https://www.suara.com/news/2019/02/05/171053/fadli-zon-bikin-puisi-doa-yang-ditukar-sindir-doa-mbah-moen-di-sisi-jokowi>.
- Hasanah, Uswatun, Sarjono Sarjono, and Ahmad Hariyadi. “Pengaruh Model Problem Based Learning Terhadap Prestasi Belajar IPS SMP Taruna Kedung Adem.” *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal* 7, no. 1 (2021): 43–52.
- Kartika, Rr Dewi. “Polemik Puisi ‘Doa Yang Ditukar’, Putra Mbah Moen: Santri Marah & Fadli Zon Harus Diberi Peringatan.” *Jakarta.Tribunnews.Com*. Last modified 2019. <https://jakarta.tribunnews.com/2019/02/06/polemik-puisi-doa-yang-ditukar-putra-mbah-moen-santri-marah-fadli-zon-harus-diberi-peringatan?page=all>.
- Kholili, HM. *Beberapa Pendekatan Psikologi Dalam Dakwah*. Yogyakarta: Bidang Akademik UIN Sunan Kalijaga, 2008.
- Listyana, Rohmaul, and Yudi Hartono. “Persepsi Dan Sikap Masyarakat Terhadap Penanggalan Jawa Dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013).” *Agastya: Jurnal Sejarah Dan Pembelajarannya* 5, no. 01 (2015): 118–138.
- Pranatawijaya, Viktor Handrianus, R Priskila, and PBAA Putra. “Pengembangan Aplikasi Kuesioner Survey Berbasis Web Menggunakan Skala Likert Dan Guttman.” *Jurnal Sains dan Informatika* 132 (2019).
- Pratama, Fausal, and Umi Anugerah Izzati. “Hubungan Antara Psychological Well-Being Dengan Komitmen Organisasi Pada Guru.” *Character: Jurnal Penelitian Psikologi* 8, no. 4 (2021): 1–12.
- Rafa’al, Mubaddilah, Lisda Ariani Simabur, and Suwandi S Sangadji. “Komunikasi Pemasaran Di Pemerintahan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Wisatawan Domestik.” *Jurnal Komunikasi Profesional* 5, no. 6 (2021): 533–550.
- Rizal, Veby Zilfania, and Evawani Elysa Lubis. “Social Media Marketing Twitter Dan Brand Image Restoran Burger.” *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)* 3, no. 1 (2014): 103–118.
- Rulli, Nasrullah. “Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi.” *Bandung: Simbiosis Rekatama* (2017).
- Septiani, Diah Rosa, and Sigid Edy Purwanto. “Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Hasil Belajar Matematika Berdasarkan Gender.” *JKPM (Jurnal Kajian Pendidikan Matematika)* 6, no. 1 (2020): 141–148.
- Siregar, Isra Adawiyah. “Analisis Dan Interpretasi Data Kuantitatif.” *ALACRITY: Journal of Education* 1, no. 2 (2021): 39–48.
- Suharto, Yanto, and Eko Hariadi. “Analisis Kualitas Website Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Menggunakan Metode Webqual 4.0.” *Jurnal Manajemen dan Organisasi* 12, no. 2

- (2021): 109–121.
- websindo. “Indonesia Digital 2019: Media Sosial.” *Websindo.Com*. Last modified 2019. Accessed December 22, 2021. <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>.
- Yusup, Febrinawati. “Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif.” *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan* 7, no. 1 (2018).