



Terpaan Media Instagram Pada *Followers* Klabinaria Subang

Fitriyani

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Subang

Email : ftryni244@gmail.com

Ine Anggraini

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Subang

Email: ineanggra76@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar terpaan media instagram pada followers Klabinaria Subang. Pada penelitian ini menggunakan konsep terpaan media oleh Rakhmat dengan mengukur 3 indikator terpaan media diantaranya frekuensi, atensi dan durasioleh Elvinaro. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskripsi kuantitatif. Responden dalam penelitian ini adalah followers instagram @klabinariasubang yang berjumlah 95 responden. Dengan teknik sampling non probability sampling menggunakan rumus slovin, untuk pengumpulan data diperoleh melalui observasi penelitian pustaka, kuesioner, dan wawancara. Setelah dilakukan penelitian, hasil yang didapatkan bahwa besarnya nilai indikatorfrekuensi terpaan media instagram Klabinaria Subang bahwa dari 95 responden memberikan nilai interval tinggi dengan presentase 68.84%, nilai indikator atensi terpaan media instagram Klabinaria Subang bahwa dari 95 responden memberikan nilai interval tinggi dengan presentase 71.70%, nilai indikator atensi terpaan media instagram Klabinaria Subang bahwa dari 95 responden memberikan nilai interval tinggi dengan presentase 47.69%.

Kata Kunci: Terpaan Media, instagram, followers

Abstract

This study aims to determine how much Instagram media exposure is to Klabinaria Subang's followers. This study uses the concept of media exposure by Rakhmat by measuring 3 indicators of media exposure including frequency, attention and duration by Elvinaro. This research uses quantitative description research method. Respondents in this study were Instagram followers @klabinariasubang, totaling 95 respondents. With sampling technique non probability sampling uses the Slovin formula, for data collection obtained through library research observations, questionnaires, and interviews. After doing the research, the results showed that the value of the indicator of the frequency of exposure to the Klabinaria Subang Instagram media that of 95 respondents gave a high interval value with a percentage of 68.84%, the value of the attention indicator of Klabinaria Subang Instagram media exposure that of 95 respondents gave a high interval value with a percentage of 71.70%, the value of the Klabinaria Subang Instagram media exposure indicator value that out of 95 respondents gave a high interval value with a percentage of 47.69%.

Keywords: media exposure, instagram, followers

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi saat ini bergerak dengan cepat setiap saat, berpengaruh pada hampir semua aspek kehidupan manusia yang turut berkembang dan maju dengan pesatnya. Salah satu produk teknologi informasi yang menjadi kunci perkembangan globalisasi adalah internet. Semakin mudah dan murah penggunaannya internet melalui sistem komunikasi data seluler, memungkinkan semua orang yang memiliki perangkat seluler untuk mengakses berbagai data dan informasi yang disampaikan melalui platform berbasis internet (Cholily et al., 2019). Akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Itu dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda. Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri menghadirkan “dunia dalam genggaman”. Istilah ini sejajar dengan apa yang diutarakan oleh Thomas L. Friedman (2007) sebagai *the world is flat* bahwa dunia semakin rata dan setiap orang bisa mengakses apapun dari sumber manapun. Juga, sebagaimana diulas Richard Hunter (2002) dengan *world without secrets* bahwa kehadiran media baru (*new media/cyber media*) menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah dicari dan terbuka (Nasrullah, 2016). Saat ini pengguna 2 dari internet sangat meningkat sebab gencarnya arus teknologi.

Menurut survei tahun 2016 yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) menemukan sebanyak 132,7 juta penduduk Indonesia telah terhubung ke internet atau 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 256,2 juta jiwa. Angka ini naik cukup tinggi jika dibandingkan dengan hasil survei pada tahun 2014 yang menunjukkan jumlah pengguna internet Indonesia sebesar 88 juta pengguna. Data juga menyebutkan, mayoritas pengguna internet adalah berusia 18-25 tahun. Artinya, segmen pengguna internet terbesar di Indonesia adalah kategori digital natives. Perkembangan zaman era globalisasi yang semakin pesat mengakibatkan tingginya tingkat persaingan bagi

pebisnis masa kini. Menjalankan usaha bisnis perlu adanya sarana informasi yang tersusun dengan baik agar dapat mencapai keuntungan sebagai tujuan utama dari perusahaan tersebut. Masyarakat dapat mengakses berbagai media sebagai sarana komunikasi, salah satu media komunikasi yang digunakan pada society 5.0 saat ini adalah media komunikasi yang berbasis digital dimana internet bukan hanya digunakan untuk sekedar berbagi informasi melainkan untuk menjalani kehidupan. Adanya penyampaian pesan yang tepat melalui media digital membawa peluang bagi perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Masing - masing perusahaan berlomba untuk dapat mempertahankan loyalitas pelanggan agar dapat bertahan dari kompetitornya.

Klabinaria Subang merupakan salah satu cafe yang ada di kabupaten Subang, yang berdiri sejak tahun 2018 hingga saat ini. Klabinaria Subang menyajikan 3 berbagai macam jenis kopi dan juga makanan. Seiring berkembangnya Klabinaria, saat ini tidak hanya menyediakan makanan dan minuman saja melainkan juga ada tempat yang begitu luas di indoor maupun outdoor yang bisa disewa oleh pelanggan atau konsumen untuk merayakan moment-moment, seperti birthday party, buka puasa bersama pada saat Ramadhan, dan pertemuan antar komunitas. Klabinaria memanfaatkan media baru dalam menyampaikan informasi. Media instagram menjadi salah satu media sosial yang memberikan banyak manfaat bagi para pengusaha pengusaha muda. Instagram merupakan aplikasi yang berfokus pada visual, video, audio, dan text. Kesuksesan Klabinaria Subang membangun dan memperkenalkan namanya dimulai dari posting foto dan video melalui media sosial yang tengah menjadi tren di tengah masyarakat. Konten visual yang dipersiapkan dengan konsep editing yang kekinian membuat followers instagram Klabinaria Subang tertarik untuk mengambil gambar serta membagikannya melalui akun miliknya. Akun instagram Klabinaria Subang ingin menyajikan semua informasi mulai dari menu makanan dan minuman, acara – acara, dan promosi – promosi, atau sekedar saling berkomunikasi dan mendengar aspirasi dan evaluasi dari pelanggannya.

Melalui media instagram juga kita bisa mengetahui laporan berupa grafik dan informasi tentang performa strategi marketing yang dijalankan dan bagaimana efeknya

terhadap followers. Insight merupakan fitur bisnis yang memberi Anda informasi tentang pengikut Anda dan konten yang paling mereka minati. Menggunakan Insight dapat membantu mengenali pemirsa Anda dengan lebih baik sehingga Anda dapat membuat konten yang dapat mencapai tujuan bisnis Anda.

Klabinaria secara tidak langsung melakukan pemasaran media sosial atau biasa disebut social media marketing merupakan bentuk pemasaran yang memanfaatkan teknologi media sosial, kanal media sosial pada praktik pemasaran 6 bisnisnya untuk membentuk, mengkomunikasikan, dan memberikan informasi, penawaran serta banyak sekali fungsi pemasaran lainnya sehingga dapat mempengaruhi konsumen, membentuk loyalitas serta mempertinggi korelasi dengan konsumen (Situmorang et al., 2018), (Truten & Wimsatt, 2018).

Klabinaria memanfaatkan media Instagram untuk menjerap konsumen atau pelanggan dengan segala informasi-informasi yang diunggah. Terpapar adalah intensitas keadaan khalayak dimana khalayak atau seseorang atau kelompok terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh media. Menurut Elvinaro Ardianto (2014: 168), terpapar media bisa diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman serta perhatian terhadap pesan tersebut yang bisa terjadi pada individu atau kelompok. Perkembangan bisnis kafe di Subang telah menciptakan tingkat persaingan yang ketat, untuk itu pengelola Klabinaria harus lebih kreatif dalam menjalin hubungan dengan pelanggannya. Untuk itu Klabinaria terus memberikan konten-konten yang menarik di media sosial Instagramnya. Sehingga penulis berusaha menganalisis atau mencari tahu mengenai "Seberapa Besar Terpapar Media Instagram Pada Followers Klabinaria Subang".

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana pendekatan kuantitatif menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Peneliti lebih mementingkan aspek keluasaan data sehingga data atau hasil penelitian dianggap ialah

representasi asal seluruh populasi. Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif menyajikan termin yang lebih lanjut serta observasi. sesudah memiliki seperangkat skema klasifikasi seperti itu, penulis lalu mengukur besar atau distribusi sifat-sifat itu diantara anggota-anggota kelompok tertentu. Dalam hal ini muncul peranan teknik-teknik statistik mirip distribusi frekuensi, sentral tendensi, dan dispersi (Silalahi, 2015:114).

Dalam buku Kriyantono (2006 : 69) jenis penelitian deskriptif ini bertujuan untuk membentuk ilustrasi yang sistematis, faktual, dan seksama tentang keterangan dan karakteristik populasi atau objek tertentu. Peneliti telah memiliki konsep (umumnya satu konsep) serta kerangka konseptual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Validitas menunjuk pada sejauh mana ukuran secara akurat mereflesikan pokok isi konstruk yang diukur. Jika ukuran mewakili konstruk maka instrumen ukuran penelitian adalah valid atau sahih (Silalahi, 2015 : 472). Secara sederhana, uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau sahih nya setiap item pernyataan. Berikut adalah hasil uji validitas dari 11 item pernyataan pada variabel terpaan media instagram.

Adapun kriteria untuk menentukan apakah suatu item pernyataan dianggap valid atau tidak yaitu dengan membandingkan hasil r hitung dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan sig 5%. Jika r hitung lebih besar dari r tabel maka item pernyataan tersebut dianggap valid. Tercatat nilai r hitung dari setiap pernyataan bernilai lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel. Sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh item pernyataan dianggap valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Setelah seluruh item pernyataan dinyatakan valid, maka uji statistik yang dilakukan selanjutnya adalah uji reliabilitas. Alat ukur disebut *reliable* bila alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil atau jawaban yang sama pada gejala yang sama meskipun

digunakan berulang kali. Reliabilitas diartikan bahwa alat ukur tersebut stabil, dapat diandalkan (*dependable*) dan tetap konsisten (Kriyantono, 2006 : 145).

Berikut ialah hasil uji reliabilitas pada 11 item pernyataan variabel terpaan media instagram. Adapun kriteria untuk menentukan apakah item pernyataan dianggap reliabel atau tidak yaitu dengan membandingkan nilai *Cronbach's Alpha* dengan nilai 0.1510. Jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dibandingkan dengan nilai 0.1510, maka item pernyataan tersebut reliabel. Sebaliknya jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih kecil dibandingkan dengan nilai 0,1510 maka item pernyataan tersebut tidak reliabel.

Hasil Data Indikator Frekuensi

Dari hasil *Distribusi proposisi* untuk kategori ini pada pernyataan ke-1 (satu), jumlah responden yang memilih Tidak Pernah (TP) adalah sebanyak 13 responden atau 10.5% dari total 95 responden. Jumlah responden yang memilih Jarang (J) sebanyak 14 responden atau 13.7% dari total 95 responden. Jumlah responden yang memilih Kadang – Kadang (KK) sebanyak 14 atau 14.7% dari 95 responden. Jumlah responden yang memilih Sering (S) sebanyak 20 responden atau 22.1% dari 95 responden. Jumlah responden yang memilih Selalu (S) sebanyak 34 atau 38.9% dari total 95 responden.

Dari hasil *Distribusi proposisi* untuk kategori ini pada pernyataan ke-2 (dua), jumlah responden yang memilih Tidak Pernah (TP) adalah sebanyak 15 responden atau 13.7% dari total 95 responden. Jumlah responden yang memilih Jarang (J) sebanyak 7 responden atau 6.3% dari total 95 responden. Jumlah responden yang memilih Kadang – Kadang (KK) sebanyak 23 atau 23.2% dari 95 responden. Jumlah responden yang memilih Sering (S) sebanyak 23 responden atau 25,3% dari 95 responden. Jumlah responden yang memilih Selalu (S) sebanyak 28 atau 31.6% dari total 95 responden.

Dari hasil *Distribusi proposisi* untuk kategori ini pada pernyataan ke-3 (tiga), jumlah responden yang memilih Tidak Pernah (TP) adalah sebanyak 15 responden atau 13.7% dari total 95 responden. Jumlah responden yang memilih Jarang (J) sebanyak 10 responden atau 10.5% dari total 95 responden. Jumlah responden yang memilih Kadang – Kadang (KK) sebanyak 18 atau 18.9% dari 95 responden. Jumlah responden yang memilih Sering (S)

sebanyak 28 responden atau 29.5% dari 95 responden. Jumlah responden yang memilih Selalu (S) sebanyak 24 atau 27.4% dari total 95 responden.

Dari hasil *Central Tendency* untuk item ke-1 (satu) dengan pernyataan “Saya sering melihat dan membaca informasi tentang Klabinaria Subang yang diunggah oleh akun instagram @klabinariasubang” untuk kategori ini jumlah jawaban Tidak Pernah (TP) sebanyak 13, Jarang (J) sebanyak 14, jawaban Kadang - Kadang (KK) sebanyak 14, jawaban Sering (S) sebanyak 20, dan jawaban Selalu (S) sebanyak 13. Nilai rata-rata (mean) adalah 3,65, nilai Median 4,00 dan nilai modus 5.

Nilai modus 5 pada item ke-1 menunjukkan bahwa pelajar lebih banyak memberikan jawaban Selalu (S) dibandingkan jawaban lain dengan nilai rata-rata pada item ke-1 yaitu 3,65.

Dari hasil *Central Tendency* untuk item ke-2 (dua) dengan pernyataan “Dalam satu minggu saya rata – rata menghabiskan 7x untuk menonton dan membaca informasi yang diunggah oleh akun @klabinariasubang” untuk kategori ini. Jumlah jawaban Tidak Pernah (TP) sebanyak 15, jawaban Jarang (J) sebanyak 7, jawaban Kadang - Kadang (KK) sebanyak 22, jawaban Sering (S) sebanyak 23, dan jawaban Selalu (S) sebanyak 28. Nilai rata-rata (mean) adalah 3,55, nilai median 4,00 dan nilai modus 5.

Nilai modus 4 pada item ke-2 menunjukkan bahwa lebih banyak memberikan jawaban Selalu (S) dibandingkan jawaban lain dengan nilai rata-rata pada item ke-2 yaitu 3,55.

Dari hasil *Central Tendency* untuk item ke-3 (tiga) dengan pernyataan “Dalam satu bulan rata – rata saya menghabiskan 30x untuk menonton dan membaca informasi yang diunggah oleh akun @klabinariasubang” untuk kategori ini. Jumlah jawaban Tidak Pernah (TP) sebanyak 15, jawaban Jarang (J) sebanyak 10, jawaban Kadang - Kadang (KK) sebanyak 18, jawaban Sering (S) sebanyak 28 dan jawaban Selalu (S) sebanyak 24. Nilai rata-rata (mean) adalah 3,46, nilai median 4,00 dan nilai modus 4.

Nilai modus 4 pada item ke-3 menunjukkan bahwa lebih banyak memberikan jawaban Selalu (S) dibandingkan jawaban lain dengan nilai rata-rata pada item ke-3 yaitu 3,46. Dari hasil variansi kelompok untuk item pernyataan ke-1 (satu), standar deviansinya 1,390,

variannya 1,931 dan rentang datanya 4. Untuk item pernyataan ke-2 (dua), standar deviansinya 1,359, variannya 1,846 dan rentang datanya 4. Untuk item pernyataan ke-3 (tiga), standar deviansinya 1,359, variannya 1,847 dan rentang datanya 4.

Pada data tersebut item pernyataan ke-2 (dua) dan ke-3 (tiga) terlihat lebih normal/homogen, karena terdapat nilai standar deviasinya paling kecil diantara item pernyataan lain. Dari hasil Distribusi proposisi untuk kategori ini pada pernyataan ke-4 (empat), jumlah responden yang memilih Tidak Pernah (TP) adalah sebanyak 17 responden atau 17.9% dari total 95 responden. Jumlah responden yang memilih Jarang (J) adalah sebanyak 15 responden atau 13.7% dari total 95 responden. Jumlah responden yang memilih kadang - kadang (KK) adalah sebanyak 14 responden atau 13.7% dari total 95 responden. Jumlah responden yang memilih Sering (S) adalah sebanyak 28 responden atau 31.6% dari total 95 responden. Jumlah responden yang memilih Selalu (S) adalah sebanyak 21 responden atau 22.1% dari total 95 responden.

Dari hasil Distribusi proposisi untuk kategori ini pada pernyataan ke-5 (lima), jumlah responden yang memilih Tidak Pernah (TP) adalah sebanyak 19 responden atau 20.5% dari total 95 responden. Jumlah responden yang memilih Jarang (J) adalah sebanyak 20 responden atau 18.9% dari total 95 responden. Jumlah responden yang memilih Kadang - Kadang (KK) adalah sebanyak 10 responden atau 10.5% dari total 95 responden. Jumlah responden yang memilih Sering (S) adalah sebanyak 26 responden atau 29.5% dari total 95 responden. Jumlah responden yang memilih Selalu (S) adalah sebanyak 20 responden atau 21.1% dari total 95 responden.

Dari hasil Distribusi proposisi untuk kategori ini pada pernyataan ke-6 (enam), jumlah responden yang memilih Tidak Pernah (TP) adalah sebanyak 16 responden atau 16.8% dari total 95 responden. Jumlah responden yang memilih Jarang (J) adalah sebanyak 20 responden atau 16.8% dari total 95 responden. Jumlah responden yang memilih Kadang - Kadang (KK) adalah sebanyak 13 responden atau 13.7% dari total 95 responden. Jumlah responden yang memilih Sering (S) adalah sebanyak 30 responden atau 35.8% dari total 95 responden. Jumlah responden yang memilih Selalu (S) adalah sebanyak 16 responden atau 16.8% dari total 95

responden.

PEMBAHASAN

Interpretasi Hasil Penelitian Frekuensi Terpaan Media Instagram

Berdasarkan hasil penelitian indikator frekuensi yang diperoleh dari 95 responden, maka di dapatkan hasil jumlah responden yang memberikan nilai interval tinggi dengan presentase 68,84%. Dari 3 pernyataan indikator frekuensi nilai tertinggi mean berada pada P1 dengan nilai mean 3,65 dimana *followers* instagram Klabinaria Subang dalam satu minggu telah diterpa oleh informasi yang diunggah oleh akun instagram Klabinaria Subang. Nilai median pada indikator frekuensi dari 3 pernyataan tersebut memiliki nilai tengah yang sama yaitu 4,00. Kemudian untuk nilai modus pada indikator frekuensi dari seluruh pernyataan angka yang sering muncul adalah 4 dengan demikian tidak ada angka yang dominan dari 3 pernyataan tersebut. Untuk nilai variansi tertinggi diantara tiga pernyataan dari indikator frekuensi berada pada P1 dengan nilai 1,931.

Interpretasi Hasil Penelitian Durasi Terpaan Media Instagram

Berdasarkan hasil penelitian indikator durasi yang diperoleh dari 95 responden, maka di dapatkan hasil jumlah responden yang memberikan nilai interval tinggi dengan presentase 47,69%. Dari 3 pernyataan indikator durasi nilai tertinggi mean berada pada P9 dengan nilai 3,26 dimana *followers* instagram Klabinaria Subang mengakses informasi atau unggahan Klabinaria Subang selama 5 menit dalam sehari.

Nilai median pada indikator durasi dari 3 pernyataan tersebut nilai tengah P9 , P10, dan P11 sama yaitu 4,00. Kemudian untuk nilai modus pada indikator durasi berada pada P11 dengan angka yang sering muncul yaitu 4 dengan demikian nilai tersebut sangat dominan dari angka yang lainnya. Untuk nilai variansi tertinggi diantara empat pernyataan dari indikator durasi berada pada P9 dengan nilai 2.133 hal ini menunjukkan bahwa rata - rata *followers* instagram Klabinaria Subang mengakses informasi yang diunggah oleh Klabinaria Subang selama 1 jam.

Interpretasi Hasil Penelitian Atensi Terpaan Media Instagram

Berdasarkan hasil penelitian indikator atensi yang diperoleh dari 95 responden, maka didapatkan hasil jumlah responden yang memberikan nilai interval sangat tinggi dengan presentase 71,48%. Dari 5 pernyataan indikator atensi nilai tertinggi mean berada pada P4 dengan nilai 3,71 dimana *followers* instagram Klabinaria Subang tertarik dengan promo – promo yang ditawarkan oleh Klabinaria Subang melalui unggahan akun instagram Klabinaria Subang.

Nilai median pada indikator atensi dari 5 pernyataan tersebut nilai tengahnya sama yaitu 4,00. Kemudian untuk nilai modus pada indikator atensi berada pada P4 dan P5 dengan angka yang sering muncul yaitu 5 dengan demikian nilai tersebut sangat dominandari angka yang lainnya. Untuk nilai variansi tertinggi diantara lima pernyataan dari indikator atensi berada pada P4 dengan nilai 1.853 hal ini menunjukkan bahwa rata-rata *followers* instagram Klabinaria tertarik dengan promo – promo yang ditawarkan dandiunggah melalui instagram Klabinaria Subang.

Interpretasi Hasil Penelitian Keseluruhan Terpaan Media Instagram

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan, didapatkan hasil bahwa dari 95 responden memberikan nilai interval tinggi dengan presentase 73,62%. Dari 3 indikator terpaan media dengan beberapa pernyataan bahwa indikator frekuensi nilai rata-rata tertinggi berada pada P1, untuk indikator atensi nilai rata-rata tertinggi berada pada P4 dan untuk indikator durasi nilai rata-rata tertinggi berada pada P9.

Hal ini menunjukkan dalam terpaan media instagram pada *followers* Klabinaria Subang dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, bahwa *followers* Klabinaria Subang dalam satu minggu rata – rata menghabiskan 7x untuk menonton dan membaca informasi yang diunggah oleh akun instagram @klabinariasubang, mereka juga tertarik dengan promo- promo yang ditawarkan oleh Klabinaria subang melalui unggahan akun instagram @Klabinariasubang dan mereka juga mengakses informasi dari akun instagram @Klabinariasubang selama 5 menit.

Terpaan media terjadi pada *followers* instagram Klabinaria Subang karena instagram merupakan salah satu media yang digunakan untuk *followers* Klabinaria Subang untuk mencari informasi – informasi tentang Klabinaria mengenai even ataupun promo – promo

menarik yang dilakukan oleh Klabinaria Subang.

Menurut Rakhmat (66 : 2004) Terpaan media adalah suatu perilaku seseorang (audiens) dalam menggunakan media. Maksudnya bahwa seseorang dinyatakan diterpa oleh suatu media (khususnya instagram) karena jumlah waktu yang digunakan dalam bermedia dan isi pesan media yang dikonsumsi melekat pada pengguna media tersebut. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa peneliti ini dinyatakan adanya terpaan media dengan terbuktinya nilai interval yang kuat/tinggi didapat pada seluruh indikator. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *followers* instagram Klabinaria Subang telah diterpa oleh suatu media karena tingginya tingkat frekuensi, atensi dan durasi dengan nilai keseluruhan interval 73,62%.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap 95 responden *followers* instagram Klabinaria Subang yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah penelitian mengenai seberapa besar Terpaan Media Instagram dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Klabinaria Subang dan identifikasi masalah penelitian mengenai seberapa besar tingkat frekuensi, atensi dan seberapa lama durasi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan Klabinaria Subang. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai indikator frekuensi terpaan media instagram Klabinaria Subang Nilai indikator frekuensi terpaan media instagram Klabinaria Subang bahwa dari 95 responden memberikan nilai interval tinggi dengan presentase 68.84% karena *followers* instagram dalam satu minggu rata – rata menghabiskan 7x untuk menonton dan membaca informasi yang diunggah oleh akun instagram @klabinariasubang.
2. Nilai indikator durasi terpaan media instagram Klabinaria Subang Nilai indikator durasi terpaan media instagram Klabinaria Subang bahwa dari 95 responden memberikan nilai interval tinggi dengan presentase 47.69% karena *followers* instagram dalam sehari mengakses informasi dari akun instagram @Klabinariasubang selama 5 menit. 90
3. Nilai indikator atensi terpaan media instagram Klabinaria Subang Nilai indikator atensi terpaan media instagram Klabinaria Subang bahwa dari 95 responden memberikan nilai

interval tinggi dengan presentase 71.70% karena followers instagram tertarik dengan promo – promo yang ditawarkan dan diunggah oleh akun instagram @klabinariasubang.

Hasil penelitian ini dapat menggambarkan bahwa adanya terpaan media instagram pada followers Klabinaria Subang karena seseorang dinyatakan diterpa oleh suatu media berdasarkan banyaknya jumlah waktu dan isi media yang di konsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dilihat dari data range presentase dimana 61%-80% dinyatakan kuat/tinggi dan hasil nilai yang diberikan oleh followers berada pada presentase 73,62%

DAFTAR PUSTAKA

Annas, A., Atmoko, B. D., Agustinova, D. E., Dommermuth, W. P., & Enterprise, Ardianto, Elvinaro, dkk 2014. *Komunikasi massa suatu pengantar*. Bandung: Simbiosia

Bandung: Simbiosia Rekatama Media J. BUKU TEKS. *Baru, dan Disrupsi Informasi*. PrenadaMedia.

Bungin, Burhan. 2005. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group

Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Prenada Media Group
McQuail, D. (1987). *Mass communication theory: An introduction*. Sage

Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya dan Siosioteknologi*.

Nugroho, C., Sos, S., & Kom, M. I. (2020). *Cyber Society: Teknologi, Media*

Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada.

Sugiyono, 2019. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta