

**ANALISIS PENYEBARAN INFORMASI MELALUI MEDIA
SOSIAL UNTUK PENINGKATAN LITERASI DIGITAL PADA
MASYARAKAT**

TUGAS AKHIR

Diajukan oleh:

ADILA PUTRI EFILDA

NIM. 200705057

**Mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi
Program Studi Teknologi Informasi**



**FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2024 M/1446 H**

ANALISIS PENYEBARAN INFORMASI MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK PENINGKATAN LITERASI DIGITAL PADA MASYARAKAT

TUGAS AKHIR

Diajukan kepada Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Pada Prodi Teknologi Informasi

Oleh:
ADILA PUTRI EFILDA
NIM. 200705057
Mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi
Program Studi Teknologi Informasi

Disetujui Untuk di Munaqasyahkan Oleh:

Pembimbing I,



Ima Dwitawati, MBA
NIP.198210132014032002

Pembimbing II,



Ridwan, M.T
NIP.198402242019031004

Mengetahui,
Ketua Program Studi Teknologi Informasi



Malahayati, M.T
NIP.198301272015032003

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PENYEBARAN INFORMASI MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK PENINGKATAN LITERASI DIGITAL PADA MASYARAKAT

TUGAS AKHIR

Telah Diuji Oleh Panitia Ujian Munaqasah Tugas Akhir
Fakultas Sains Dan Teknologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh Dan Dinyatakan Lulus
Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (S-1)
Pada Prodi Teknologi Informasi

Pada Hari/Tanggal : Selasa, 5 Agustus 2024
30 Muharram 1446 H

Panitia Ujian Munaqasah Tugas Akhir:

Ketua,



Ima Dwitawati, MBA
NIP. 198210132014032002

Sekretaris,



Ridwan, M.T
NIP. 198402242019031004

Penguji I,



Khairan AR, M.Kom
NIP. 198607042014031001

Penguji II,

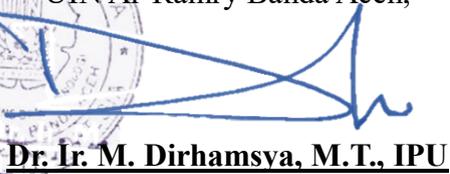


Hendri Ahmadian, S.Si., M.IM.
NIP. 198301042014031002

Mengetahui:



Dekan Fakultas Sains dan Teknologi
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,


Dr. Ir. M. Dirhamsya, M.T., IPU
NIP. 196210021988111001

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang Bertanda tanga dibawah ini :

Nama : Adila Putri Efilda
NIM : 200705057
Program Studi : Teknologi Informasi
Fakultas : Sains dan Teknologi
Judul Tugas akhir : Analisis Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial
Untuk Peningkatan Literasi Digital Masyarakat.

Tugas Akhir saya yang berjudul "*Analisis Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial untuk Peningkatan Literasi Digital Masyarakat*" disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Teknologi Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Saya menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya asli saya sendiri, bebas dari plagiarisme, dan telah mengikuti peraturan serta etika akademik yang berlaku. Semua hasil penelitian, analisis data, dan pemikiran adalah murni hasil kerja saya dengan bimbingan dosen pembimbing.

Apabila terbukti terdapat unsur plagiarisme atau tindakan tidak etis lainnya, saya bersedia menerima sanksi dari pihak universitas. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi pembaca.

Banda Aceh, 20 Agustus 2024

Yang Menyatakan

A 10000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METERAI', and '839A/X/16/25264'. The signature is written in black ink over the stamp.

(Adila Putri Efilda)

ABSTRAK

Nama : Adila Putri Efilda
NIM : 200705057
Program Studi : Teknologi Informasi
Judul Tugas akhir : Analisis Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial
untuk Peningkatan Literasi Digital Masyarakat
Tanggal Sidang : 5 Agustus 2024
Jumlah Halaman : 80 Halaman
Pembimbing I : Ima Dwitawati, MBA
Pembimbing II : Ridwan, M.T

Teknologi digital memberikan dampak signifikan dalam kehidupan manusia, namun pemahaman dan kesadaran dalam menggunakan teknologi secara bertanggung jawab masih menjadi tantangan, khususnya dalam meningkatkan literasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penyebaran informasi melalui media sosial, khususnya Instagram, dalam upaya meningkatkan literasi digital masyarakat Kota Banda Aceh. Dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), penelitian ini mengeksplorasi pengaruh persepsi kemudahan dan manfaat penggunaan media sosial terhadap sikap, niat, dan perilaku masyarakat dalam memanfaatkan teknologi untuk literasi digital. Penggunaan QR-Code sebagai media akses informasi dipadukan dengan analisis *Social Media Analytics* (SMA) untuk memahami pola interaksi pengguna dan efektivitas penyebaran informasi. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan wawasan tentang peran media sosial sebagai alat strategis dalam penyebaran literasi digital, serta mengidentifikasi faktor kunci penerimaan masyarakat terhadap teknologi digital untuk mendukung peningkatan literasi digital secara menyeluruh.

Kata Kunci: Literasi Digital, *Technology Acceptance Model* (TAM), *Social Media Analytics* (SMA).

ABSTRACT

Name : Adila Putri Efilda
NIM : 200705057
Departement : Information Technology
Title : Analisis Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial
untuk Peningkatan Literasi Digital Masyarakat
Date : August 5, 2024
Number of Pages : 80 Pages
Supervisor I : Ima Dwitawati, MBA
Supervisor II : Ridwan, M.T

Digital technology has a significant impact on human life, yet understanding and awareness in using technology responsibly remain challenges, particularly in enhancing digital literacy. This study aims to analyze the dissemination of information through social media, specifically Instagram, to improve digital literacy among the people of Banda Aceh. Using the Technology Acceptance Model (TAM), this research explores the influence of perceived ease of use and usefulness of social media on individuals' attitudes, intentions, and behaviors in utilizing technology for digital literacy. The integration of QR codes as an access medium for information and Social Media Analytics (SMA) is employed to understand user interaction patterns and the effectiveness of information dissemination. This study is expected to provide insights into the role of social media as a strategic tool in promoting digital literacy and to identify key factors influencing public acceptance of digital technology to support comprehensive digital literacy improvement.

Keywords: Digital Literacy, Technology Acceptance Model (TAM), Social Media Analytics (SMA).

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan dan cahaya iman. Dengan segala kerendahan hati, penulis mempersembahkan tugas akhir yang berjudul "Analisis Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial Untuk Peningkatan Literasi Digital Masyarakat" sebagai bagian dari tugas akhir untuk meraih gelar Sarjana di Fakultas [Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Penulisan tugas akhir ini memerlukan banyak dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada ayah saya, yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan moral serta materi yang tiada henti. Dan ibu Terima kasih atas cinta dan semangat yang masih tinggal dan terasa meski kini kau tidak lagi disisi, yang menjadi sumber kekuatan dan inspirasi bagi saya untuk terus berjuang dan menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Ridwan, M.T, dan Ibu Ima Dwitawati, MBA. selaku pembimbing sebagai pembimbing saya, Terima kasih atas bimbingan, arahan, dan saran yang sangat berharga selama proses penyusunan tugas akhir. Kesabaran dan keikhlasan Bapak/Ibu dalam membimbing saya merupakan kontribusi besar bagi penyelesaian karya ini. Bimbingan yang diberikan tidak hanya membantu dalam aspek akademis, tetapi juga memberikan wawasan dan pengetahuan yang sangat berarti bagi pengembangan diri saya. Saya sangat menghargai setiap waktu dan usaha yang telah Bapak/Ibu luangkan untuk membantu saya.
3. Ibu Malahayati, M.T, selaku Ketua prodi Teknologi Informasi, bapak Khairan AR, M.Kom selaku Sekretaris prodi Teknologi Informasi, serta Ibu Cut Ida Rahmadiana selaku Staf Prodi Teknologi Informasi, berkat

bantuan bapak/Ibu sekalian sangat membantu saya dalam menangani berbagai kebutuhan administrasi dan surat surat untuk keperluan penyelesaian tugas akhir ini.

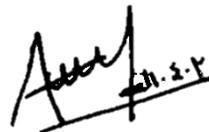
4. Hady Ikhwan, terima kasih atas kesetiaanmu dalam menemani saya di saat-saat sulit maupun bahagia. Kamu adalah salah satu pilar penting dalam perjalanan ini, dan saya sangat menghargai setiap momen yang telah kita lewati bersama. Terima kasih juga kepada sahabat-sahabat penulis dan teman-teman mahasiswa Prodi Teknologi Informasi yang selalu memberi dukungan serta perspektif pemikiran yang membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan tugas akhir ini di masa mendatang. Penulis berharap tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan, serta dapat menjadi kontribusi yang berarti dalam bidang studi Teknologi Informasi.

Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi amal jariyah yang diberkahi oleh Allah SWT. Akhir kata, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penulisan ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat, hidayah, dan ridho-Nya kepada kita semua. Aamiin.

Banda Aceh, 20 Agustus 2024

Penulis,



Adila Putri Efileda

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Batasan Masalah.....	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	9
2.2.1 Implementasi	10
2.2.2 <i>QR Code</i>	10
2.2.3. Literasi digital.....	11
2.2.4. Masyarakat	13
2.2.5. Banda aceh.....	13
2.2.6. <i>Social Media Analytics (SMA)</i>	14
2.2.7. <i>Partial Least Square (PLS)</i>	14
2.2.8. <i>TAM (Technology Acceptance Model)</i>	15
2.2.9. Konten.....	15
2.2.10. <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	17
2.3. Kerangka Teoritis.....	17
2.4. Hipotesis.....	18
BAB III METODE PENELITIAN	20

3.1. Tahapan Penelitian.....	20
3.2. Jenis Penelitian.....	20
3.3. Populasi.....	20
3.4. Teknik Pengambilan <i>Sample</i>	21
3.4.1. Fenomena Pemilihan Sampel.....	23
3.5. Data Primer.....	24
3.6. Data Sekunder.....	24
3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.7.1. Kuesioner.....	26
3.8. Kisi-Kisi Instrumen.....	26
3.4. Uji Outer Model.....	31
3.5. Uji <i>Inner Model</i>	32
3.6. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1. Hasil Konten.....	35
4.1.1. Postingan infografis.....	35
4.1.2. Postingan <i>Reels</i>	36
4.1.3. Copy writing dan teknis posting, teknis deliver konten ke <i>Audience</i> : <i>QR Code</i> dan <i>Digital Campaign</i>	38
4.2. Gambaran Umum.....	47
4.3. Deskripsi Data.....	48
4.3.1. Deskripsi Data Penelitian.....	51
4.3.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	55
4.4. Hasil Olah Data Primer Uji Outer Model.....	58
4.4.1 Uji <i>Convergent Validity</i>	58
4.4.2 Uji <i>Discriminan Validity</i>	60
4.4.3 <i>AVE (Average Variance Extracted)</i>	61
4.4.4 <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i>	61
4.5. Hasil Olah Data Primer Uji <i>Inner Model</i>	63
4.5.1 R ² untuk Variabel <i>Laten Endogen</i>	63
4.5.2 Koefisien Parameter (<i>Path Coefficient</i>) dan T-Statistik (<i>T-Value</i>)	64
4.6. Hasil Olah Data Sekunder Analisis <i>Ouput</i> dengan Mengukur <i>Engagement Rate</i> pada <i>Social Media Analytics Toolss (SMA)</i>	65
4.6.1 Deskripsi Variabel Penelitian.....	66
4.6.2 Pengukuran <i>Engagement Rate</i> Pada Konten <i>Reelss</i>	67
4.6.3 Pengukuran <i>Engagement Rate</i> Pada Konten Post.....	68

4.6.4	Pengukuran <i>Engagement Rate</i> Menggunakan <i>Software Phlanx</i> ..	71
4.7.	Pembahasan Hasil Olah Data Primer	72
4.7.1	Pengaruh Persepsi Kemudahan (PEOU) dan Persepsi Kemanfaatan (PU)	72
4.7.2	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan (PU) terhadap Sikap Pengguna (ATU)	72
4.7.3	Pengaruh Persepsi Kemudahan (PEOU) terhadap Sikap Pengguna (ATU)	73
4.7.4	Pengaruh Sikap Pengguna (ATU) terhadap Perilaku Pengguna (BI)	73
4.7.5	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan (PU) terhadap Perilaku Pengguna (BI)	73
4.7.6	Pengaruh Perilaku Pengguna (BI) terhadap Kepuasan Pengguna (ASU)	74
4.8.	Pembahasan Hasil Olah Data Sekunder	74
4.9.	Persamaan / Perbedaan Penelitian terdahulu	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		76
5.1.	Kesimpulan.....	76
5.2.	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA		78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Diagram alir untuk menciptakan <i>QR Code</i>	11
Gambar 2. 2 Diagram alir proses untuk membaca <i>QR Code</i>	11
Gambar 2. 3 Model diagram TAM (<i>Technology Acceptance Mode</i>)l.....	15
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian.....	20
Gambar 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	49
Gambar 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	49
Gambar 4. 3 Karakteristik berdasarkan alamat (domisili)	50
Gambar 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan lama mengakses instagram .	51
Gambar 4. 5 Uji validitas konvergen	58
Gambar 4. 6 Hasil analisa <i>engagement rate</i> menggunakan <i>software Phlanx</i> ..	71



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala <i>Likert</i>	27
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen	28
Tabel 3. 1 Skala <i>Likert</i>	27
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen	28
Tabel 4. 1 Skor minimum & maximum, rata-rata dan <i>Median</i> dari seluruh variabel dan indikator	51
Tabel 4. 2 Kriteria penilaian rata-rata indikator	54
Tabel 4. 3 Tanggapan responden terhadap variabel <i>Perceived Usefulness</i> (PU)	55
Tabel 4. 4 Tanggapan responden terhadap variabel <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU).....	56
Tabel 4. 5 Tanggapan responden terhadap variabel <i>Attitude Toward Using</i>	56
..... (ATU)	
.....	56
Tabel 4. 6 Tanggapan responden terhadap variabel <i>Behavioral Intention to Use</i> (BI).....	57
Tabel 4. 7 Tanggapan responden terhadap variabel <i>Actual System Use</i> (ASU).	58
Tabel 4. 8 Hasil <i>outer loading</i>	59
Tabel 4. 9 Hasil uji Validitas Diskriminan	60
Tabel 4. 10 Hasil AVE	61
Tabel 4. 11 Hasil <i>Cronbach Alpa</i> dan <i>Composite Reliability</i>	62
Tabel 4. 12 Hasil Uji R ² Variabel <i>Laten Endogen</i>	63
Tabel 4. 13 hasil hitung T-Statistik (<i>T-Value</i>) dan Koefisien Parameter (<i>Path Coefficient</i>)	64
Tabel 4. 14 Deskripsi Statistik Konten <i>Reels</i>	66
Tabel 4. 15 Deskripsi Statistik Konten Postingan	66
Tabel 4. 16 Interaksi konten <i>Reels</i>	67
Tabel 4. 17 Interaksi konten <i>post</i>	68

DAFTAR LAMPIRAN



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi digital membawa dampak yang sangat banyak dalam Kehidupan manusia, untuk itu perlu pemahaman yang benar tentang aturan yang mengatur perilaku yang diizinkan atau dilarang. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran yang penuh tanggung jawab dalam menggunakan teknologi digital, dengan memprioritaskan kepentingan orang lain bukan hanya kepentingan pribadi (Azzahra dkk., 2021).

Pemahaman yang mendalam tentang aturan perilaku dalam penggunaan teknologi digital menjadi inti dari literasi digital. Literasi digital adalah keterampilan kunci di era digitalisasi yang membentuk individu agar mampu menghadapi tantangan kompleks informasi dan teknologi. Fokus pada pemahaman, penggunaan, dan evaluasi informasi di media digital, literasi digital mencakup pemahaman alat komunikasi, jaringan internet, dan elemen teknologi sehari-hari. Dengan literasi digital, individu tidak hanya dapat mengakses, tetapi juga menilai informasi dengan bijak, menjadi konsumen informasi yang kritis dengan pemahaman konteks dan kemampuan membedakan kebenaran dan ketidakbenaran. Dan sosial media menjadi salah satu alat yang sangat efektif dalam penyebaran literasi digital, Penggunaan aplikasi yang tepat dan pemahaman tentang teknologi informasi dan komunikasi sangat penting dalam upaya meningkatkan literasi digital.

Saat ini Terdapat sekitar 167 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia (Widi, 2023). Angka tersebut mencakup sekitar 60,4% dari total populasi Indonesia. Jika dilihat pada provinsi aceh di temui Jumlah pengguna internet mengalami pertumbuhan yang substansial dari tahun ke tahun. Marwan Nusuf, yang menjabat sebagai Kepala Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian Aceh, menyampaikan bahwa dipastikan pengguna internet Sebagian besar merupakan pengguna media social. Ada sebanyak 22,86% pada tahun 2017 dari total penduduk provinsi aceh, 30,69% pada tahun 2018, 35,60% pada tahun 2019, dan pada tahun 2020 jumlah pengguna internet di

aceh mencapai 50% atau setara dengan 3.721.410 orang. Khusus untuk kota banda aceh di jumpai 537,800 pengguna (Nora, 2023).

Dalam upaya penyebaran informasi terkait literasi digital, penulis pernah melakukan pengabdian bersama dosen dan mahasiswa prodi teknologi informasi Universitas UIN AR-Raniry dengan tema “Teknologi Digital, islam dan kita (program pengabdian dosen dan mahasiswa)”. Dalam pengabdian tersebut, para mahasiswa dan dosen menggunakan media melalui *QR Code* yang dilekatkan pada kemasan roti yang dibagikan kepada Masyarakat kota Banda Aceh. *QR-Code* tersebut telah di hubungkan ke tautan sebuah website, yang didalamnya berisi informasi terkait dengan budaya digital. Dari hasil kegiatan tersebut, penulis melihat akan adanya ketertarikan masyarakat terhadap metode peyebaran informasi menggunakan teknologi *QR-Code*.

Banda Aceh, sebagai ibu kota Provinsi Aceh, merupakan pusat pemerintahan, ekonomi, dan pendidikan yang berperan sebagai barometer perkembangan teknologi di wilayah ini. Dengan meningkatnya pengguna internet dan media sosial, literasi digital menjadi prioritas yang perlu ditingkatkan. Komitmen ini tercermin dalam keberhasilan Pemerintah Kota Banda Aceh, melalui Diskominfotik, meraih predikat "Sangat Baik" dengan nilai 3,54 pada Hasil Pemantauan SPBE, menunjukkan upaya serius dalam memajukan teknologi digital dan literasi digital masyarakat.

Penggunaan internet terus meningkat, namun literasi digital pengguna masih rendah, ditandai dengan maraknya penyebaran berita palsu (hoax) (Putri, 2020), dan masih sering terjadi ujaran kebencian melalui berbagai fitur yang tersedia di internet (Ash-Shidiq dkk., 2021). Kasus pinjaman online ilegal meningkat akibat mudahnya akses dan rendahnya literasi digital. Banyak masyarakat terjebak karena tidak menyadari legalitas situs hingga dihadapkan dengan ancaman dan bunga tinggi. (Galuh Putri Riyanto, 2021).

Dari seluruh pernyataan diatas, penulis ingin melakukan penelitian terkait analisis penyebaran informasi melalui media sosial untuk peningkatan literasi digital pada masyarakat khususnya kota banda aceh dengan memanfaatkan media social instagram sebagai media penyebaran. Melihat pengguna Instagram mencapai 1,32 miliar per januarai 2023. Pada awal tahun

ini Indonesia menjadi negara terbanyak penggunaan Instagram ke-4 di dunia (Cindy mutia annur, 2023).

Peneliti menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk memahami bagaimana persepsi masyarakat terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat media sosial memengaruhi sikap, niat, dan perilaku mereka dalam meningkatkan literasi digital. TAM relevan dalam menganalisis sejauh mana media sosial dianggap efektif dan mudah digunakan untuk penyebaran informasi terkait literasi digital. Model ini membantu mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan media sosial sebagai alat untuk meningkatkan literasi digital di masyarakat.

Penggunaan *QR-Code* dalam penelitian ini bertujuan untuk mempermudah dan mempercepat akses informasi terkait literasi digital bagi masyarakat, memungkinkan pengguna untuk dengan cepat mengakses konten yang relevan hanya dengan memindai kode menggunakan perangkat seluler. Hal ini penting untuk mendorong partisipasi dan pemahaman yang lebih luas dalam peningkatan literasi digital. Selain itu, *QR-Code* mendukung pengumpulan data yang lebih terstruktur dan efisien, memungkinkan peneliti untuk melacak interaksi pengguna dengan konten secara real-time. Data ini kemudian dianalisis menggunakan *Social Media Analytics* (SMA) untuk memahami pola perilaku pengguna, efektivitas penyebaran informasi, serta dampak literasi digital yang diberikan, sehingga memberikan wawasan yang lebih mendalam dan mendukung pengambilan keputusan berbasis data.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana penyebaran informasi melalui media sosial dapat meningkatkan literasi digital di kalangan masyarakat. Dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM), penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan media sosial sebagai alat untuk mendukung peningkatan literasi digital, serta untuk mengevaluasi efektivitas media sosial dalam menyebarkan informasi yang relevan dengan literasi digital.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada konteks latar belakang yang telah diuraikan, ‘n masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) terhadap Persepsi Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) di kalangan pengguna teknologi di Kota Banda Aceh?
2. Apa pengaruh Persepsi Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) terhadap Sikap Pengguna (*Attitude Toward Using*) dalam konteks penggunaan teknologi oleh masyarakat Banda Aceh?
3. Sejauh mana Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) mempengaruhi Sikap Pengguna (*Attitude Toward Using*) di kalangan pengguna teknologi di Banda Aceh?
4. Bagaimana Sikap Pengguna (*Attitude Toward Using*) memengaruhi Perilaku Pengguna (*Behavioral Intention to Use*) dalam konteks teknologi di Kota Banda Aceh?
5. Apa dampak Persepsi Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) terhadap Perilaku Pengguna (*Behavioral Intention to Use*) dalam penggunaan teknologi oleh masyarakat Banda Aceh?
6. Seberapa besar pengaruh Perilaku Pengguna (*Behavioral Intention to Use*) terhadap Kepuasan Pengguna (*Actual System Use*) di kalangan masyarakat Banda Aceh?
7. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Attitude Toward Using* pada implementasi *QR Code* sebagai alat peningkatan literasi digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang yang telah dijelaskan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menilai sejauh mana kemudahan penggunaan teknologi memengaruhi persepsi kemanfaatan teknologi di kalangan masyarakat Kota Banda Aceh.
2. Meneliti bagaimana persepsi bahwa teknologi bermanfaat memengaruhi sikap masyarakat Banda Aceh dalam menggunakan teknologi tersebut.

3. Mengevaluasi dampak persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap masyarakat Banda Aceh terhadap penggunaan teknologi.
4. Menilai bagaimana sikap positif terhadap teknologi memengaruhi niat masyarakat Banda Aceh untuk menggunakan teknologi tersebut.
5. Meneliti hubungan antara persepsi kemanfaatan teknologi dengan niat masyarakat Banda Aceh untuk menggunakan teknologi tersebut.
6. Mengevaluasi sejauh mana niat untuk menggunakan teknologi memengaruhi tingkat kepuasan dan penggunaan aktual teknologi oleh masyarakat Banda Aceh.
7. Menilai bagaimana persepsi kemudahan dalam penggunaan *QR Code* memengaruhi sikap masyarakat terhadap penggunaannya untuk meningkatkan literasi digital di Kota Banda Aceh.

1.4 Batasan Masalah

Batasan Masalah dari analisis penyebaran informasi melalui media sosial untuk peningkatan literasi digital pada Masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Objek dalam penelitian ini adalah masyarakat kota banda aceh yang aktif menggunakan media sosial.
2. Platfrom edukasi untuk peningkatan literasi digital adalah social media Instagram.
3. Implementasi *QR Code* sebagai alat peningkatan literasi digital hanya diukur dengan 2 parameter metode TAM yaitu : *Perceived Ease of Use* dan *Attitude Toward Using*

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi atau keuntungan sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - Peningkatan literasi digital
 - Bahan evaluasi bagi masyarakat
 - Pengembangan Model Pembelajaran Digital

2. Manfaat praktis

- Dengan *QR Code*, masyarakat Banda Aceh dapat dengan cepat mengakses informasi.
- menciptakan pengalaman pembelajaran yang lebih interaktif dan menarik.



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian analisis pemanfaatan media social Instagram juga pernah dilakukan oleh ajra Kusuma, darma dan suci khomana sari, pada tahun 2023 dengan judul “Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi di Perpustakaan Universitas Bangka Belitung Berdasarkan *Engagement Rate*, *Impression* dan *Reach*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi di perpustakaan Universitas Bangka Belitung berdasarkan *Engagement Rate*, *impression* dan *reach*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas nilai *Engagement Rate* media sosial instagram sebagai media promosi berada pada level low *Engagement Rate*. Hal tersebut mengindikasikan tingkat keefektifitasan media sosial instagram sebagai media promosi masih rendah. Oleh karena itu, guna meningkatkan keefektifitasnya, dalam memposting konten yang memuat informasi penting seperti informasi tentang pengumuman, informasi tentang cara memanfaatkan perpustakaan, informasi tentang jenis layanan di perpustakaan, perlu mempertimbangkan penggunaan tipe postingan *Reels*, sedangkan untuk konten yang memuat informasi tentang dokumentasi kegiatan perpustakaan bisa mempertimbangkan penggunaan tipe postingan *carousel*, dan untuk konten yang memuat informasi tentang ucapan bisa mempertimbangkan penggunaan tipe postingan *single image*.

Penelitian analisis pemanfaatan media social Instagram juga pernah dilakukan oleh Firra Kholisha Mustika, Rahmat Ingkadijaya dan Adhi Trirachmadi Mumin, pada tahun 2019 dengan judul “Pengaruh *Content Marketing* dan *User-generated Content* instagram Terhadap *Brand Equity* pada Konsultan Pariwisata Desma Center”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *content marketing* dan *user-generated content* instagram terhadap *brand equity* pada konsultan pariwisata DESMA Center. Hasil dari penelitian ini Jasa tersebut tidak berdampak langsung kepada *followers* Instagram. Dampak yang dapat diterima oleh *followers* hanya berupa ilmu pengetahuan terkait pariwisata berkelanjutan melalui konten Instagram @desmacenter.

Penelitian tentang implementasi *QR Code* sebelumnya telah banyak dilakukan, hanya saja penerapan di lakukan pada media yang berbeda Adapun penelitian terdahulu yg berkaitan dengan *QR Code* yang di lakukan oleh afif pribodo, dkk. Pada tahun 2020 dalam jurnal yang berjudul “Implementasi *QR Code* Berbasis Android Pada Sistem Presensi”. Penelitian ini bertujuan untuk mempermudah guru dalam melakukan presensi terhadap murid, dan menghemat waktu presensi. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa Pendeteksian *QR Code* memiliki batasan jarak minimal 3 cm dan maksimal 45 cm, dengan waktu komputasi rata-rata sekitar 1,26 detik. Secara keseluruhan, sistem yang dikembangkan dalam penelitian ini mencapai akurasi sekitar 98% dengan waktu komputasi rata-rata sekitar 1,3 detik (Priyambodo dkk., 2020).

Penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan implementasi *QR Code* juga di lakukan oleh Megawati Indah Sinaga, dkk. Pada tahun 2022 dalam jurnal yang berjudul “Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Aplikasi *QR Code* Generator untuk meningkatkan Kemampuan Bahasa Inggris Siswa Taman Kanak-Kanak”. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi validitas media pembelajaran, menilai kecocokan media pembelajaran, dan mengevaluasi efektivitas pemanfaatan media pembelajaran yang menggunakan *QR Code* Generator dalam meningkatkan hasil belajar Bahasa Inggris pada anak-anak usia TK. Hasil dari ini mengindikasikan peningkatan yang signifikan ($p = 0,000799 < 0,05$) dalam tiga aspek yang dievaluasi: penilaian hasil pembelajaran, tingkat antusiasme/kesukaan, dan tingkat kepuasan sebelum (*pre-test*) dan setelah (*post-test*) mengikuti pembelajaran dengan menggunakan media aplikasi *QR Code* Generator. Terdapat peningkatan kumulatif yang jelas berdasarkan skala *Likert* (1-5). Nilai rata-rata awal sebesar 1,7 (kategori 'tidak baik') ketika menggunakan metode belajar konvensional (*pre-test*) meningkat menjadi rata-rata 4,04 (kategori 'lebih baik') ketika menggunakan metode belajar berbasis media aplikasi *QR Code* Generator (Sinaga dkk., 2022).

Penelitian efektifitas Instagram pernah di lakukan oleh Ghina Shabrina Ulfa dan Anna Fatchiya. Pada tahun 2019 dalam jurnal yang berjudul “Efektivitas Instagram “*Earth Hour Bogor*” sebagai Media Kampanye Lingkungan”. Hasil dari Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram @ehbogor efektif

dalam membangkitkan minat pengikutnya, mendorong ketertarikan untuk memperoleh informasi lebih lanjut, merangsang keinginan untuk berpartisipasi, serta mengikuti serta mengajak orang lain untuk terlibat dalam kampanye yang diselenggarakan (Shabrina Ulfa dkk., 2017).

Pemanfaatan media sosial instagram sebagai media penyebaran informasi juga dilakukan oleh Deswarita Tripani dan Muhammad Al Assad Rohimakumullah. Pada tahun 2022 dalam jurnal yang berjudul “*Studi Koparatif Tentang Pengelolaan Media Sosial Sebagai Alat Diseminasi Informasi Dimasa Covid-19*”. Penelitian ini bertujuan dalam menjangkau target yang lebih luas dan mempercepat pemberitahuan informasi seputar tujuan wisata dan peristiwa yang terjadi di Kabupaten Sukabumi kepada penduduk khususnya Sukabumi dan masyarakat umum. Pada penelitian ini media sosial Instagram digunakan sebagai sarana untuk menyebarkan informasi dan membangun interaksi dengan masyarakat, terutama yang paling aktif menggunakannya (Tripani dkk., 2022).

Penelitian tentang analisis kemampuan literasi pernah dilakukan oleh Karsoni Berta Dinata. Pada tahun 2021 dalam jurnal yang berjudul “*Analisis Kemampuan Literasi Digital Mahasiswa*”. Penelitian ini bertujuan untuk memahami kemampuan literasi digital yang dimiliki oleh mahasiswa. Hasil analisis data dari penelitian ini mengindikasikan bahwa kemampuan para peserta penelitian dalam komponen "kemampuan fungsional dan lebih lanjut" dalam literasi digital dinilai sebagai "Sangat Baik". Sementara itu, untuk tujuh elemen literasi digital lainnya, dinilai sebagai "Baik". Dengan demikian, kesimpulannya adalah bahwa tingkat literasi digital mahasiswa yang terdaftar dalam Program Studi Pendidikan Matematika di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Kotabumi dapat dikategorikan sebagai "Baik" (Dinata, 2021).

2.2. Landasan Teori

Landasan teori merujuk pada rangkaian logika atau pemikiran yang terdiri dari kumpulan konsep, definisi, dan proposisi yang diatur secara terstruktur. Secara umum, landasan teori memiliki tiga peran utama, yakni memberikan penjelasan (*Explanation*), memungkinkan ramalan (*Prediction*), dan memfasilitasi pengendalian (*Control*). Berikut adalah landasan teori dari penelitian

“Implementasi *QR Code* Sebagai Alat Peningkatan Literasi Digital Pada Masyarakat Banda Aceh”.

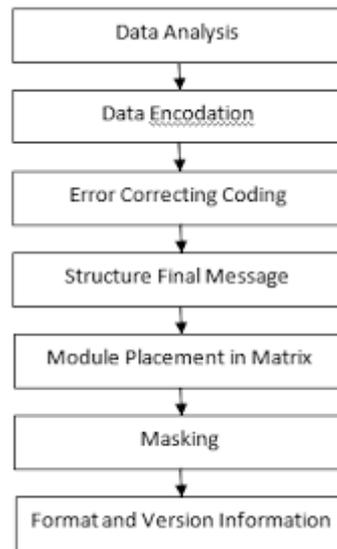
2.2.1 Implementasi

Secara keseluruhan, menurut definisi yang terdapat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah Implementasi diartikan sebagai pelaksanaan atau eksekusi. Implementasi sering kali terhubung dengan tindakan yang dijalankan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam asal katanya, konsep implementasi sebagaimana dicatat oleh Kamus Webster yang diperkenalkan oleh Webster dalam Wahab (2004:64), asal-usul Istilah implementasi berasal dari bahasa Inggris, yakni "*to implement*". Dalam Kamus Besar Webster, "*to implement*" dapat diartikan sebagai "menyediakan sarana untuk melaksanakan sesuatu" dan "memberikan efek praktis terhadap sesuatu". Jadi, implementasi adalah istilah yang berasal dari bahasa Inggris "*to implement*" yang merujuk pada tindakan menyediakan sarana untuk melaksanakan sesuatu dan memberikan efek praktis terhadap sesuatu. Implementasi adalah tindakan menyediakan alat atau sarana untuk melaksanakan suatu tindakan yang dapat menghasilkan dampak atau konsekuensi terhadap suatu hal (Meirinda dkk., 2022).

2.2.2 *QR Code*

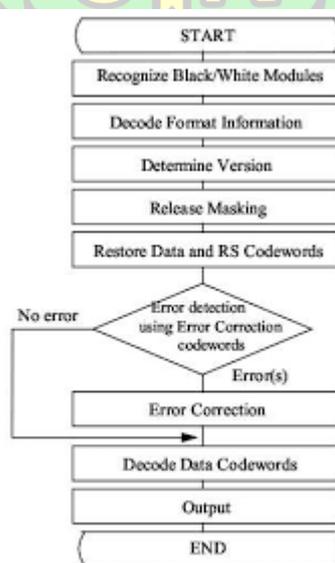
QR Code merupakan Kategori simbol dua dimensi yang diciptakan oleh Denso Wave pada tahun 1994. Setiap *QR Code* dibentuk dalam format persegi. *QR Code* adalah sebuah gambar berbentuk matriks dua dimensi yang memiliki kapasitas untuk menyimpan informasi di dalamnya. *QR Code* merupakan perkembangan lebih lanjut dari kode batang (*barcode*). *Barcode* sendiri adalah sebuah simbol yang digunakan untuk mengidentifikasi objek fisik, terdiri dari pola-pola garis hitam dan putih yang dirancang untuk kemudahan pengenalan oleh komputer (Priyambodo dkk., 2020).

Proses pembangkitan *QR Code* dari sebuah teks dapat dilihat dan di jelaskan dengan diagram alir pada Gambar 2.1.



Gambar 2. 1 Diagram alir untuk menciptakan *QR Code*

Prosedur untuk mengonversi teks yang terdapat dalam *QR Code* kembali ke bentuk aslinya adalah langkah-langkah yang berkebalikan dengan prosedur pembuatan *QR Code*. Secara umum, proses membaca *QR Code* dapat diilustrasikan melalui diagram alir seperti yang terdapat pada Gambar 2.2.



Gambar 2. 2 Diagram alir proses untuk membaca *QR Code*.

2.2.3. Literasi digital

Menurut UNESCO, literasi digital adalah keterampilan yang mencakup kemampuan untuk mengenali, memahami, menginterpretasi, menciptakan, berkomunikasi, melakukan perhitungan, dan menggunakan materi cetak serta

tulisan dengan tujuan mencapai berbagai hasil dalam pengembangan pengetahuan dan potensi individu, serta untuk berperan aktif dalam komunitas dan masyarakat mereka. Oleh karena itu Eshet menekankan bahwa literasi digital seharusnya melebihi sekadar kemampuan yang efisien dalam memanfaatkan berbagai sumber digital (Naufal, 2021).

Sedangkan Menurut Martin, literasi digital menggabungkan beberapa bentuk literasi, termasuk literasi informasi, komputer, visual, dan komunikasi. Sementara menurut Gilster, literasi digital diharapkan menjadi kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dari berbagai format. Gilster menjelaskan bahwa literasi tidak hanya sebatas membaca, tetapi juga melibatkan pemahaman dan interpretasi. Literasi digital melibatkan penguasaan ide-ide, bukan hanya mengutamakan penggunaan alat. Oleh karena itu, Gilster lebih menekankan pada kemampuan berpikir kritis saat berinteraksi dengan media digital daripada hanya keterampilan teknis yang berkaitan dengan literasi digital. Selain aspek berpikir kritis, Gilster juga mengidentifikasi kemampuan untuk belajar cara menyusun pengetahuan dan membangun informasi yang dapat dipercaya dari berbagai sumber yang berbeda sebagai bagian penting dari literasi digital (Naufal, 2021).

Dalam konteks literasi digital, ada empat unsur pokok yang digunakan untuk memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang perangkat teknologi informasi dan komunikasi. Empat unsur tersebut *digital skill*, *digital culture*, *digital ethics* dan *digital safety*. *Digital skill* merujuk pada kemampuan individu untuk mengenali, memahami, dan memanfaatkan perangkat keras, perangkat lunak, serta sistem operasi digital dalam aktivitas sehari-hari. *Digital culture* adalah bentuk aktivitas masyarakat diruang digital dengan tetap memiliki wawasan kebangsaan, nilai-nilai Pancasila dan kebinekaan. *Digital ethics* mengacu pada tindakan dan kegiatan masyarakat dalam lingkungan digital yang tetap mempertahankan kesadaran akan identitas nasional, prinsip-prinsip Pancasila, dan keragaman budaya. *Digital safety* adalah kemampuan masyarakat dalam mengidentifikasi, mengimplementasikan, dan meningkatkan kesadaran tentang perlindungan data pribadi dan keamanan dalam dunia digital (Purnawanto, 2021).

Menurut Yudha Pradana, dalam konteks atribut kewarganegaraan digital dalam literasi digital, terdapat empat prinsip yang harus diperhatikan: Pemahaman,

yaitu kemampuan masyarakat untuk memahami informasi yang disampaikan oleh media, baik secara tersirat maupun eksplisit. Saling ketergantungan, yang berarti media yang ada harus saling mendukung atau melengkapi satu sama lain. Faktor sosial, yang mengacu pada media yang berbagi pesan atau informasi dengan masyarakat. Kurasi, yang berarti masyarakat memiliki kemampuan untuk mengakses, memahami, dan menyimpan informasi agar bisa dibaca di lain waktu (Putri, 2021).

2.2.4. Masyarakat

Secara umum, masyarakat merujuk kepada sekelompok individu yang hidup bersama, berkolaborasi untuk mencapai tujuan bersama, dan memiliki struktur kehidupan, norma, serta tradisi yang diikuti dalam interaksinya. Konsep masyarakat berasal dari kata dalam bahasa Inggris "*society*" yang memiliki arti "masyarakat" dan kata "*society*" sendiri berasal dari bahasa Latin, yaitu "*societas*" yang berarti "kelompok teman atau kawan". Pengertian Masyarakat secara Sederhana adalah sekelompok individu yang berhubungan atau berinteraksi satu sama lain dengan tujuan yang serupa. Masyarakat terbentuk ketika manusia, melalui perasaan, pemikiran, dan keinginan mereka, memberikan tanggapan terhadap lingkungannya (Donny Prasetyo, 2020) .

2.2.5. Banda aceh

Kota Banda Aceh adalah pusat pemerintahan provinsi Aceh, yang sebelumnya dikenal dengan sebutan provinsi Nanggroe Aceh Darussalam. Kota ini terletak di ujung pulau Sumatra dan wilayah tersebut memiliki luas sekitar 61,36 kilometer persegi (Travel n.d.). Jumlah penduduk kota Banda Aceh 2022 adalah 257 635,00. Mayoritas penduduk Kota Banda Aceh adalah kaum muda, hal ini dipengaruhi oleh peran Banda Aceh, yang merupakan pusat pendidikan di Aceh bahkan di Pulau Sumatera. Di samping itu, banyak generasi muda yang pindah ke Banda Aceh dalam rangka mencari pekerjaan (DEMOGRAFI n.d.).

2.2.6. *Social Media Analytics (SMA)*

Media social kini semakin berkembang, pemanfaatan media social kini tidak hanya untuk saling berkomunikasi tapi juga bisa menjadi tempat berinteraksi dan membuat konten sehingga membuat perubahan pada pola penyebaran informasi sebelumnya secara satu kebanyak audiens (media monologue), ke banyak audiens ke banyak audiens (media dialogue) (Sari and Basit, 2020).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan social media analytis melalui media Instagram. Analisis Media Sosial (*Social Media Analytics* atau SMA) adalah sekelompok alat yang dirancang untuk mengumpulkan, menganalisis, dan merangkum data dari media sosial dengan tujuan menghasilkan informasi yang bermanfaat bagi penggunanya. Setiap platform media sosial telah menyusun parameter khususnya yang memberikan informasi mengenai jumlah pemirsa, jumlah suka (*likes*), komentar, serta jumlah pengguna lain yang berbagi ulang konten yang dibagikan oleh seseorang melalui saluran media sosial (Utari, 2022).

2.2.7. *Partial Least Square (PLS)*

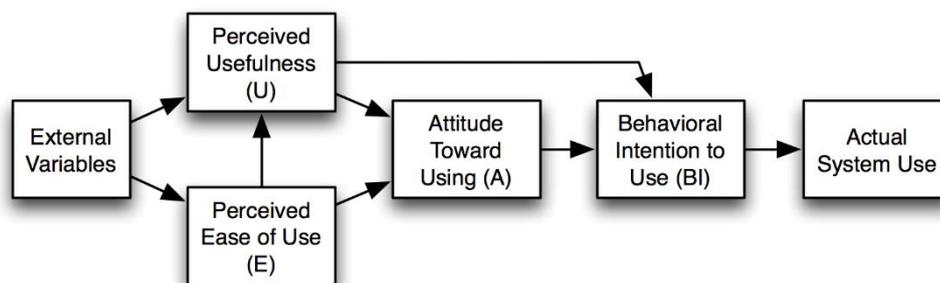
Partial Least Squares (PLS) adalah suatu teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) yang menganalisis variabel laten, variabel indikator, dan kesalahan pengukuran secara langsung. PLS digunakan sebagai teknik alternatif ketika teori yang digunakan lemah atau indikator yang tersedia tidak memenuhi model pengukuran. Teknik ini sangat fleksibel karena dapat diterapkan pada semua skala data, tidak memerlukan banyak asumsi, dan tidak membutuhkan ukuran sampel yang besar (Christian Jody Toha, 2022).

PLS sangat berguna dalam penelitian yang memiliki dua tujuan utama: konfirmasi teori yang ada dan pembangunan hubungan baru yang belum memiliki landasan teori yang kuat. Ini membuat PLS sangat cocok untuk penelitian eksploratif di mana model teoritis belum sepenuhnya dikembangkan atau diuji. PLS mengoptimalkan varian yang dijelaskan dalam variabel dependen dan memperhitungkan kesalahan pengukuran secara langsung, yang meningkatkan akurasi dan keandalan hasil analisis.

2.2.8. TAM (*Technology Acceptance Model*)

Model TAM (*Technology Acceptance Model*) ini pertama kali di perkenalkan oleh Fred David pada tahun 1986. Telah terjadi beberapa revisi terhadap model ini dan revisi terakhir yang di kembangkan oleh Venkatesh dan David pada tahun 1996.

Model TAM adalah suatu kerangka kerja yang digunakan untuk mengevaluasi bagaimana teknologi diterima dengan melakukan perkiraan tentang tingkah laku penggunaannya. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan lima variabel yaitu *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Behavioral Intention to Use*, *Attitude Toward Using* dan *Actual System Use*. *Perceived Usefulness* Memberikan keyakinan bahwa pemanfaatan teknologi informasi akan menghasilkan keuntungan atau manfaat. *Perceived Ease of Use* meyakinkan bahwa teknologi informasi yang diterapkan akan mudah untuk digunakan. *Behavioral Intention to Use* Mendorong pengguna agar terus mengadopsi dan menggunakan teknologi informasi. *Attitude Toward Using* meyakinkan sikap pengguna agar bersedia dan yakin untuk memanfaatkan teknologi informasi. *Actual System Use* Menyatakan bahwa pengguna telah mengadopsi teknologi informasi sepenuhnya karena didasarkan manfaat yang di dapat (Christopher dkk., 2022).



Gambar 2. 3 Model diagram TAM (*Technology Acceptance Model*)

2.2.9. Konten

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konten adalah data atau materi yang berisi informasi yang dapat diakses dengan menggunakan media atau produk elektronik. Konten mencakup segala hal yang bisa di Kelola dalam bentuk

elektronik. Konten dapat berbentuk teks, gambar, grafik, video, audio, dokumen, laporan, dan elemen-elemen lainnya.

Karena ada banyak media social saat ini maka ada banyak jenis konten Sesuai dengan platform atau situs media sosial yang digunakan Menurut buku "Kreator Konten di ERA Digital" tahun 2021, jenis konten yang disusun berdasarkan tujuan sebagai berikut (Iqbal, 2022):

1. Konten edukasi, mengandung informasi yang bernilai guna untuk meningkatkan substansi atau nilai dari konten utama yang kamu sajikan.
2. Konten informasi, bertujuan untuk menyampaikan informasi, baik dalam bentuk teks, gambar, atau video.
3. Konten ulasan, berfokus pada penilaian terhadap suatu produk atau layanan.
4. Konten interaksi, Konten ini dibuat untuk berhubungan dengan pengguna akun media sosial. Interaksi ini penting untuk meningkatkan tingkat keterlibatan pada media sosial.
5. Status/*Tweet/Quote*, berisi tentang kalimat” atau tulisan pendek.
6. Artikel (Blog), berisi tulisan Panjang.
7. Foto.
8. *Gif (Graphics Interchange Format)* adalah jenis format gambar yang mampu bergerak atau menghadirkan animasi sederhana.
9. Meme merupakan kombinasi antara teks dan gambar yang mengikuti tren atau topik yang sedang populer.
10. Infografik merupakan penggabungan istilah "*information*" dan "*graphics*". Infografik ini menggabungkan teks dengan elemen visual atau desain.
11. Video/vlog.
12. Podcast, format yang di hadirkan Podcast dan radio pada dasarnya memiliki kesamaan. Perbedaannya terletak pada fakta bahwa radio disiarkan secara langsung, sementara podcast melibatkan proses perekaman dan pengeditan sebelum disiarkan.
13. Pemutaran langsung (*live streaming*) dilakukan secara *real-time* dan tanpa melalui tahap editing.

2.2.10. *Structural Equation Modeling (SEM)*

Pengolahan serta analisis data dilakukan melalui model persamaan struktural (SEM) dengan menggunakan program aplikasi SmartPLS. Berdasarkan berbagai istilah tersebut, SEM atau *Structural Equation Modeling (SEM)* adalah teknik analisis yang mengintegrasikan pendekatan analisis faktor, model struktural, serta analisis jalur.

SEM adalah sebuah metode analisis statistik multivariat yang berbeda dalam pemrosesan data jika dibandingkan dengan Analisis regresi atau pemodelan jalur. Pengolahan data dengan SEM lebih kompleks karena melibatkan pembangunan model pengukuran dan model struktural. Metode Analisis Persamaan Struktural (SEM) adalah serangkaian teknik statistik yang memungkinkan pengujian hubungan yang kompleks yang tidak dapat dijelaskan dengan persamaan regresi linear. SEM juga dapat dipandang sebagai gabungan antara analisis regresi dan analisis faktor. Di sisi lain, SEM juga disebut sebagai Analisis Jalur atau Analisis Faktor Konfirmatori, karena keduanya merupakan varian khusus dari SEM (Harahap, 2018). SEM memiliki beberapa keunggulan dalam penelitian antara lain:

1. Mampu memeriksa secara bersamaan kausalitas, kevalidan, dan keandalan hubungan.
2. Bisa diterapkan untuk mengevaluasi dampak baik secara langsung maupun tidak langsung antar variabel.
3. Menguji beberapa variabel yang bergantung pada beberapa variabel independen pada saat yang bersamaan.
4. Mampu mengukur sejauh mana variabel indikator dapat memengaruhi variabel faktor yang sesuai dengan masing-masingnya.
5. Dapat mengukur variabel laten yang tidak bisa diukur secara langsung melalui variabel penunjuknya (Lubis dkk., 2020).

2.3. **Kerangka Teoritis**

Melalui proses menyeluruh dalam menganalisis berbagai teori penelitian yang telah ada, serta menggali landasan teori yang relevan, serta mempertimbangkan permasalahan yang telah diungkapkan, tahap awal ini menjadi landasan kokoh untuk merumuskan hipotesis penelitian. Dari titik awal ini,

tampaklah gambaran model kerangka teoritis yang menggambarkan dinamika pengaruh antara variabel-variabel penelitian dan landasan teori yang mendukungnya. Selain itu, informasi yang diperoleh dari hasil penelitian sebelumnya juga diperhitungkan dalam membangun pondasi teoritis yang kuat untuk penelitian ini.

Penelitian ini akan mengukur pengaruh antara variabel *Perceived Usefulness* (Persepsi Kebermanfaatan), *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan), *Behavioral Intention to Use* (Niat Penggunaan Perilaku), *Attitude Toward Using* (Sikap Terhadap Penggunaan) dan *Actual System Use* (Penggunaan Sistem Sebenarnya) sebagai variabel bebas. Kemudian yang menjadi variabel *dependent* (terikat) adalah efektivitas konten pada media sosial (Y).

2.4. Hipotesis

Dalam berbagai referensi, konsep hipotesis dirumuskan oleh para ahli dengan berbagai perspektif. Menurut Rogers (1966), hipotesis adalah suatu dugaan awal yang digunakan untuk merumuskan teori atau eksperimen, dan kemudian diuji. Creswell & Creswell (2018) mendefinisikan hipotesis sebagai pernyataan resmi yang menggambarkan hubungan yang diantisipasi antara variabel independen dan variabel dependen. Abdullah (2015) menganggap hipotesis sebagai jawaban sementara yang akan diuji untuk menentukan kebenarannya melalui penelitian. Dari rangkuman definisi ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis terdiri dari beberapa elemen kunci, yaitu dugaan awal, hubungan antara variabel, dan pengujian kebenarannya (Yam dkk., 2021). Berdasarkan kerangka teori diatas, maka hipotesis penelitian dijabarkan sebagai berikut:

1. (H1): Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh terhadap Persepsi Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*).
2. (H2): Persepsi Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh terhadap Sikap Pengguna (*Attitude Toward Using*).
3. (H3): Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh terhadap Sikap Pengguna (*Attitude Toward Using*).
4. (H4): Sikap Pengguna (*Attitude Toward Using*) berpengaruh terhadap Perilaku Pengguna (*Behavioral Intention to Use*).

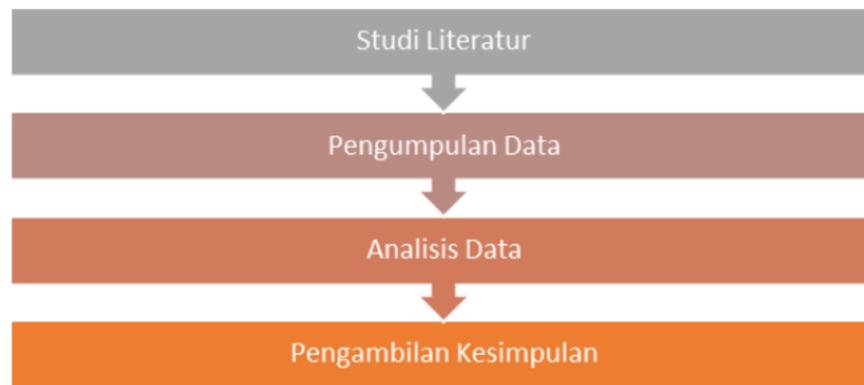
5. (H5): Persepsi Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh terhadap Perilaku Pengguna (*Behavioral Intention to Use*).
6. (H6): Perilaku Pengguna (*Behavioral Intention to Use*) berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna (*Actual System Use*).



BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Tahapan Penelitian

Pentingnya metode penelitian pada sebuah penelitian ilmiah tidak dapat diabaikan. Metode berkaitan dengan langkah-langkah penelitian, validitas, bahan serta materi yang digunakan, dan yang lebih penting adalah kemungkinan untuk mengulangi studi tersebut (replikasi) (Zaluchu, 2021). Pada penelitian ini ada 4 (empat) tahapan yang dilakukan.



Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian

3.2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitiannya. Penelitian kuantitatif ialah pendekatan dalam penelitian ilmiah yang menggunakan data kuantitatif (berupa angka atau statistik) sebagai fokus utama untuk menjawab pertanyaan penelitian (Sugiono, 2022).

Model pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini ialah model TAM (*Technology Acceptance Model*). Model digunakan bertujuan untuk mengukur penerimaan sebuah teknologi dengan memperkirakan perilaku pengguna dengan lima variabel (Christopher dkk., 2022).

3.3. Populasi

Populasi ialah keseluruhan Sebuah kelompok atau sekumpulan individu, objek, atau entitas yang memiliki ciri-ciri khusus dan menjadi fokus kajian

penelitian (Ketut Swarjana dkk., 2022). Keberadaan populasi penelitian memiliki signifikansi karena hasil dan kesimpulan yang diambil dari sampel penelitian dimaksudkan untuk berlaku atau mewakili keseluruhan populasi penelitian.

Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi fokus utama adalah seluruh penduduk yang tinggal di kota Banda Aceh. Kota Banda Aceh, sebagai ibu kota provinsi Aceh, memiliki keragaman penduduk yang mencakup berbagai kelompok usia, jenis kelamin, pendidikan profesi, dan latar belakang sosial. Populasi ini dipilih untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai persepsi dan perilaku masyarakat terkait penyebaran informasi melalui media sosial.

Keseluruhan populasi ini menjadi landasan bagi pengambilan sampel penelitian, di mana pendekatan yang representatif akan digunakan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dapat diandalkan dan relevan. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif melalui media sosial, serta peningkatan literasi digital di kalangan masyarakat Banda Aceh.

3.4. Teknik Pengambilan *Sample*

Sample merupakan metode (prosedur atau alat) yang dimanfaatkan oleh peneliti untuk secara teratur memilih sebagian elemen atau individu yang merupakan bagian lebih kecil (subset) dari populasi yang telah ditentukan sebelumnya, agar dapat digunakan sebagai sumber data atau subjek dalam pengamatan atau percobaan sesuai dengan tujuan penelitian (Firmansyah dkk., 2022).

Berkaca dari populasi yang tidak tentu jumlahnya, maka peneliti menggunakan kategori Teknik sampel Non-Probabilitas (*nonprobability sampling*) dalam menentukan sample. Sample Non-Probabilitas (*Non-probability Sampling*) merupakan teknik pengambilan sample di mana setiap anggota populasi tidak memiliki potensi yang setara untuk menjadi bagian dari sampel (Septiani dkk., 2020). Teknik ini digunakan ketika representasi atau keterwakilan sampel bukanlah faktor yang utama dalam penelitian.

Pengambilan sampel dilaksanakan dengan metode sampel terpilih (*purposive sampling*), suatu pendekatan di dalam kategori sampel Non-

Probabilitas. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel non-random di mana peneliti dengan sengaja memilih pengumpulan contoh-contoh representatif melalui penentuan Orang-orang yang memiliki ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan demikian, diharapkan bahwa sampel akan memberikan tanggapan yang relevan terhadap konteks riset (Lenaini, 2021). Pengambilan sampel penelitian dilakukan pada populasi warga Kota Banda Aceh yang memiliki ciri-ciri tertentu, yaitu 1), ketersediaan akses teknologi, 2), memiliki gadget dengan fitur *scan barcode* dan 3), memiliki kemampuan mengoperasikan smart phone 4), memiliki akun media social.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik tertentu dari penduduk Kota Banda Aceh. Kriteria-kriteria ini dirancang untuk memastikan bahwa sampel yang diambil benar-benar representatif dari populasi yang relevan dengan tujuan penelitian, yaitu penyebaran informasi melalui media sosial dan peningkatan literasi digital. Karakteristik tersebut adalah sebagai berikut:

1. **Ketersediaan Akses Teknologi:** Responden harus memiliki akses terhadap teknologi, baik dalam bentuk jaringan internet maupun perangkat keras seperti komputer, tablet, atau *smartphone*. Ketersediaan akses ini penting karena literasi digital sangat bergantung pada kemampuan individu untuk terhubung dengan dunia digital.
2. **Memiliki Gadget dengan Fitur *Scan Barcode*:** Responden yang dipilih harus memiliki gadget yang mendukung fitur *scan barcode*. Fitur ini sering digunakan dalam berbagai aplikasi digital, termasuk pembayaran digital dan interaksi dengan informasi berbasis kode QR, yang semakin umum di berbagai aspek kehidupan sehari-hari.
3. **Kemampuan Mengoperasikan *Smartphone*:** Responden harus mampu mengoperasikan *smartphone* dengan baik. Kemampuan ini mencakup pemahaman dasar mengenai cara kerja aplikasi, penggunaan internet, serta navigasi berbagai fitur yang ada di dalam *smartphone*. *Smartphone* menjadi alat utama dalam berinteraksi dengan media sosial dan dunia digital secara umum.

4. **Memiliki Akun Media Sosial:** Responden harus memiliki akun media sosial instagram yang aktif. Media sosial menjadi platform utama dalam penyebaran informasi di era digital ini, dan pemahaman tentang cara penggunaannya sangat relevan dengan penelitian yang berfokus pada literasi digital.

3.4.1. Fenomena Pemilihan Sampel

Pemilihan sampel berdasarkan kriteria-kriteria di atas didorong oleh beberapa fenomena yang berkembang di masyarakat Banda Aceh.

1. Terjadi peningkatan signifikan dalam adopsi teknologi digital di kalangan masyarakat. Akses terhadap internet dan perangkat teknologi seperti *smartphone* telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan penduduk perkotaan.
2. Penggunaan fitur-fitur teknologi yang canggih, seperti *scan barcode*, telah menjadi umum dalam berbagai aktivitas sehari-hari, dari transaksi keuangan hingga interaksi sosial. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Banda Aceh semakin terbiasa dengan teknologi yang memerlukan literasi digital yang lebih tinggi.
3. Meskipun akses terhadap teknologi dan kemampuannya semakin luas, terdapat perbedaan dalam tingkat literasi digital di antara berbagai kelompok masyarakat. Oleh karena itu, pemilihan sampel yang memiliki kemampuan dasar dalam mengoperasikan *smartphone* dan memiliki akun media sosial adalah upaya untuk memastikan bahwa responden dalam penelitian ini memiliki tingkat literasi digital yang relevan dengan konteks penelitian.
4. Fenomena globalisasi dan digitalisasi telah mendorong masyarakat Banda Aceh untuk semakin terlibat dalam platform media sosial sebagai sarana utama dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi. Media sosial menjadi alat penting bagi penyebaran informasi, sehingga pemilihan sampel yang memiliki akun media sosial aktif sangatlah penting untuk memahami dinamika penyebaran informasi tersebut.

3.5. Data Primer

Penelitian ini memusatkan analisis pada pengolahan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada masyarakat di Kota Banda Aceh. Fokus utama analisis ini adalah pada faktor-faktor yang diambil dari model *Technology Acceptance Model* (TAM), yang mencakup lima variabel kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Sikap Penggunaan, Minat untuk Menggunakan, dan Kondisi Penggunaan yang Sebenarnya dalam Sistem.

Data untuk analisis ini diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan secara luas kepada masyarakat Banda Aceh. Kuesioner ini dirancang untuk menangkap berbagai aspek terkait persepsi dan penggunaan teknologi, mulai dari tingkat literasi digital hingga faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan sistem informasi tertentu. Distribusi kuesioner dilakukan dengan cermat untuk memastikan bahwa sampel yang diambil representatif dari populasi, baik dari segi demografi maupun akses terhadap teknologi.

3.6. Data Sekunder

Penelitian ini memanfaatkan data sekunder yang diperoleh melalui analisis media sosial (*Social Media Analysis* atau SMA), khususnya dari platform Instagram. Instagram dipilih karena kemampuannya memberikan wawasan mendalam tentang perilaku pengguna, tren, dan interaksi sosial yang terjadi secara digital. Analisis dari Instagram mencakup konten visual, pola interaksi, penggunaan tagar, dan engagement pengguna, yang sangat relevan dengan tujuan penelitian untuk memahami penyebaran informasi melalui media sosial dan dampaknya terhadap literasi digital.

Dengan menggabungkan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dengan data sekunder dari Instagram, peneliti memastikan analisis yang lebih mendalam dan luas. Data primer memberikan pandangan langsung dari masyarakat tentang persepsi dan penggunaan teknologi, sementara data sekunder dari Instagram menawarkan wawasan tambahan tentang dinamika sosial di dunia digital. Kombinasi ini memungkinkan penelitian untuk mencapai kesimpulan yang

lebih valid dan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi literasi digital dan penerimaan teknologi di masyarakat.

3.7. Teknik Pengumpulan Data

Definisi pengumpulan data seperti yang dijelaskan oleh Riduwan (2010:51) adalah "Metode pengumpulan data merujuk pada teknik atau cara-cara yang digunakan oleh peneliti untuk menghimpun informasi" (Tanujaya, 2018) . Teknik pengumpulan data memegang peranan paling mendasar dalam proses penelitian, mengingat tujuan inti dari penelitian itu sendiri ialah memperoleh data yang berharga. Peneliti berperan dalam menemukan dan menerapkan aturan-aturan yang mengatur bagaimana data tersebut akan dikumpulkan melalui berbagai teknik yang sesuai.

Dalam penelitian ini, kedua Sumber informasi terdiri dari data primer dan sekunder menjadi fondasi utama. Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh secara langsung dari aktivitas lapangan seperti wawancara, survei, eksperimen, dan sebagainya. Dalam hal ini, tidak terdapat perantara atau perantara lainnya yang memengaruhi perolehan informasi. Penelitian ini akan mengandalkan informasi langsung yang diperoleh melalui pengisian kuesioner oleh responden yang terkait dengan subjek penelitian.

Namun, tidak kalah pentingnya adalah data sekunder yang memberikan dimensi tambahan. Data sekunder adalah informasi yang telah terkumpul sebelumnya oleh pihak lain atau organisasi, dan kemudian diakses oleh peneliti. Di sini, peneliti memanfaatkan data yang dikumpulkan oleh pihak lain sebagai bahan tambahan untuk mendukung analisis. Data sekunder yang dimanfaatkan dalam penelitian ini diperoleh dari analisis media sosial (SMA) khususnya melalui pemahaman mendalam terhadap wawasan yang dapat diambil dari platform Instagram. Melalui gabungan keduanya, baik data primer maupun data sekunder, peneliti memastikan bahwa analisis yang dihasilkan memiliki kedalaman dan keluasan yang dibutuhkan. Dengan teknik pengumpulan data yang tepat, penelitian ini diharapkan mampu mencapai tujuan utama dan memberikan wawasan yang lebih lengkap terhadap aspek yang diteliti.

3.7.1. Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan informasi yang digunakan untuk menghimpun informasi dalam jumlah yang signifikan). Proses ini melibatkan penyampaian sejumlah pertanyaan tertulis secara sistematis kepada responden, yang berkaitan dengan respons mereka terhadap berbagai variabel yang menjadi fokus penelitian (Pranatawijaya dkk., 2019) .

Pendekatan untuk mengumpulkan data berdasarkan pada metode kuesioner yang disebar secara online kepada kelompok responden. Penggunaan kuesioner dalam bentuk online, memungkinkan Untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh dan mendalam dari berbagai partisipan. Mereka diberikan kesempatan untuk merespons pertanyaan-pertanyaan yang telah dirancang dengan cermat dan mengajukan pandangan serta pemahaman mereka mengenai subjek penelitian. Metode ini memfasilitasi proses pengumpulan data dengan efisiensi dan memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pandangan yang beragam dari para responden.

Informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperoleh melalui proses distribusi kuesioner atau angket kepada sejumlah responden yang telah terpilih. Setelah responden mengisi kuesioner dengan tanggapan mereka, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap data yang telah terkumpul. Dari hasil pengamatan dan analisis ini, penarikan kesimpulan dapat dilakukan untuk memberikan wawasan yang mendalam dan jawaban terhadap pertanyaan penelitian yang diajukan.

3.8. Kisi-Kisi Instrumen

Instrumen penelitian merupakan perangkat yang digunakan untuk menghimpun data atau mengukur aspek dari variabel penelitian. Untuk memastikan bahwa data yang diperoleh akurat dan mencerminkan keadaan yang sebenarnya, instrumen tersebut harus memiliki validitas, konsistensi, dan akurasi yang tepat dalam menghasilkan data penelitian (reliabel).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan yang diadopsi untuk pengumpulan data melibatkan penggunaan instrumen pengukuran berupa skala *Likert*. Skala *Likert* adalah alat pengukuran yang sangat umum digunakan

untuk menilai atau mengukur dan menganalisis persepsi, sikap, serta pendapat individu maupun kelompok terkait dengan sebuah peristiwa atau fenomena sosial yang menjadi fokus penelitian.

Skala *Likert* telah dipilih sebagai alat yang tepat untuk menggambarkan dan mengukur tingkat pandangan serta respon h; responden terhadap aspek-aspek yang relevan dengan topik penelitian. Dengan memanfaatkan skala *Likert*, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai persepsi dan sikap masyarakat terkait dengan implementasi *QR Code* sebagai alat untuk meningkatkan literasi digital.

Alternatif pilihan jawaban responden dirancang berdasarkan skala pengukuran yang diindikasikan dalam instrumen penelitian. Skala 1-5 digunakan untuk merepresentasikan berbagai pendapat yang mungkin dimiliki oleh responden. Skala ini membantu mengukur tingkat sejauh mana respons dan pandangan responden dalam menghadapi isu-isu yang dikaji dalam penelitian. Pilihan alternatif yang disediakan kepada konsumen sesuai dengan skala pengukuran, seperti yang terlihat dalam Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Skala *Likert*

No	Alternative Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3.	Kurang Setuju	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat Setuju	5

Sumber : Indrawan & Yaniawati, 2017.

Kuesioner yang telah disusun untuk setiap variabel mengandung beberapa item pertanyaan yang dirancang secara cermat. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa dalam pengumpulan data yang akurat, kuesioner mampu secara efektif mengukur tujuan penelitian yang diinginkan. Oleh karena itu, untuk menjamin bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner benar-benar sesuai dengan konsep yang ingin diukur, langkah uji validitas dan uji reliabilitas perlu dilakukan. Uji validitas bertujuan untuk memeriksa sejauh mana pertanyaan-pertanyaan tersebut mencerminkan konsep yang dimaksudkan, sementara uji

reliabilitas mengevaluasi sejauh mana pertanyaan-pertanyaan tersebut memberikan hasil yang konsisten jika diulang pada sampel yang sama. Dengan melakukan langkah-langkah uji validitas dan reliabilitas, integritas dan akurasi data yang diperoleh dari kuesioner dapat ditingkatkan. Kisi-kisi instrumen pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.2.

Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen

No.	Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Ukuran
Variabel Bebas				
1	Persepsi Kemanfaatan (<i>Perceived Usefulness</i>). (X1)	menurut Lavenia dan Irawan (2018), presepsi kemanfaatan (<i>Perceived Usefulness</i>) dapat diartikan sebagai sejauh mana keyakinan seseorang bahwa penerapan sistem akan berkontribusi pada peningkatan efektivitas kinerjanya. (Noviatun dkk., 2021).	<ul style="list-style-type: none"> – Meningkatkan Produktivitas – Meningkatkan Efektivitas – Meningkatkan Kinerja – Meningkatkan kecepatan 	<i>Likert</i>
2	Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>) (X2)	Menurut Jogiyanto (2007), Apabila seseorang yakin bahwa sistem dapat dengan mudah digunakan, maka mereka cenderung akan menerapkan sistem tersebut. Sebaliknya, jika keyakinan individu adalah bahwa	<ul style="list-style-type: none"> – Kemudahan dalam memahami fungsi – Interaksi yang jelas dan dapat dipahami – Kemudahan menjadi terampil 	<i>Likert</i>

		<p>penggunaan sistem rumit, maka mereka akan cenderung enggan menggunakan sistem tersebut. (Kumala dkk., 2020).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kemudahan penggunaan 	
3	<p>Sikap Penggunaan (<i>Attitude Toward Using</i>). (X3)</p>	<p>Menurut Davis (1989) dalam Fuad dan Fefri Indra (2013), sikap penggunaan diartikan bagaimana tentang seseorang bereaksi terhadap penggunaan teknologi informasi dalam lingkungan kerjanya, yang mencakup respons positif untuk menerima atau menolak penggunaan teknologi tersebut.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Preferensi penggunaan - Sikap positif - Penggunaan yang menyenangkan - Penggunaan yang bermanfaat 	<i>Likert</i>
4	<p>Minat Perilaku (<i>Behavioral Intention to Use</i>). (X4)</p>	<p>Behavioral Intention (minat perilaku) adalah upaya untuk mendefinisikan bagaimana seseorang merasa tertarik atau ingin melakukan tindakan tertentu. Dalam konteks penggunaan teknologi, kita dapat mem-</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Niat penggunaan - Keinginan untuk mencoba - Rencana penggunaan - Kesiediaan untuk menggunakan 	<i>Likert</i>

		<p>perkirakan seberapa banyak seseorang akan menggunakan teknologi berdasarkan seberapa banyak perhatian mereka terhadap teknologi tersebut, apakah mereka ingin menambahkan komponen pendukung, sejauh mana motivasi mereka untuk terus menggunakannya, dan apakah mereka tertarik untuk memotivasi orang lain untuk menggunakan teknologi ini (Thompson dkk., 1991).</p>		
5	<p>Kondisi nyata penggunaan sistem (<i>Actual System Use</i>). (X5)</p>	<p>Kondisi nyata penggunaan sistem (<i>Actual System Use</i>) dikonsepsikan dalam bentuk pengukuran terhadap sejauh mana teknologi digunakan dari segi frekuensi dan durasi waktu. Setiap orang akan merasa puas apabila menggunakan sistem apabila mereka merasa yakin bahwa</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Frekuensi penggunaan - Durasi penggunaan - Intensitas penggunaan - Rutin penggunaan 	<i>Likert</i>

		sistemnya mudah digunakan dan akan meningkatkan produktifitasnya yang tergambarkan dalam kondisi actual system.		
--	--	---	--	--

3.4. Uji Outer Model

1. Uji *Convergent Validity*

Convergent validity bertujuan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan konstruk atau variabel latennya. Validitas konvergen dalam analisis struktur faktorial (PLS-SEM) bertujuan untuk mengetahui apakah setiap indikator mewakili dengan baik konstruk atau variabel laten yang diukur (Binus University, 2024). Indikator yang memiliki nilai loading factor lebih besar dari 0,7 dianggap memenuhi validitas konvergen. Namun, beberapa sumber juga menyatakan bahwa nilai loading factor antara 0,5 hingga 0,6 masih dapat diterima, terutama dalam studi khusus seperti kenaikan skala (Silvia Anastasia, 2023).

2. Uji *Discriminant Validity*

Nilai cross loading harus lebih besar dari nilai cross loading terhadap konstruk lain. Ini menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki korelasi yang lebih tinggi dengan konstraknya sendiri daripada dengan konstruk lainnya. Validitas diskriminan (*Discriminant Validity*) dalam analisis struktur faktorial (PLS-SEM) bertujuan untuk mengetahui apakah setiap konstruk berbeda dengan konstruk lainnya (Binus University, 2024).

3. AVE (*Average Variance Extracted*)

Average Variance Extracted (AVE) adalah ukuran yang digunakan dalam analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menilai validitas konvergen dari variabel laten dalam model. AVE (*Average Variance Extracted*) ini dilakukan dengan membandingkan nilai square root of average variance extracted atau

akar kuadrat dari AVE (*Average Variance Extracted*) untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Nilai AVE berkisar antara 0 dan 1. Sebagai aturan umum, nilai AVE yang lebih besar dari 0.50 menunjukkan bahwa, rata-rata, konstruk lebih banyak menjelaskan varians yang ditangkap oleh indikator-indikator daripada varians yang disebabkan oleh kesalahan pengukuran. Dengan kata lain, nilai AVE yang tinggi menunjukkan validitas konvergen yang baik (Christian Jody Toha, 2022).

4. *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*

Dalam uji validitas dan reliabilitas konstruk, penggunaan *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* adalah langkah krusial untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan memiliki tingkat konsistensi dan keandalan yang tinggi. *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* yang masing-masing bernilai di atas 0,70 menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur konstruk tersebut konsisten dan andal (Christian Jody Toha, 2022).

3.5. Uji *Inner Model*

Pengujian *Inner Model* atau model struktural dalam analisis Partial Least Squares *Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dilakukan untuk mengevaluasi hubungan antara variabel laten eksogen (*independen*) dan endogen (*dependen*). Salah satu indikator utama yang digunakan dalam pengujian ini adalah nilai *R-Square* (R^2), yang merupakan ukuran *goodness-of-fit model*. Nilai R^2 memberikan gambaran tentang kekuatan model dalam menjelaskan variabilitas variabel endogen berdasarkan variabel eksogen yang digunakan. Ini membantu peneliti memahami seberapa baik model tersebut sesuai dengan data dan seberapa kuat hubungan antar variabel laten dalam model.

1. R^2 untuk Variabel *Laten Endogen*

Untuk uji R^2 pada variabel *Laten Endogen*, nilai R^2 sebesar 0,67, 0,33, dan 0,19 menunjukkan variasi dalam kecocokan model. Nilai 0,67 menunjukkan model dengan kekuatan prediktif yang baik. Nilai 0,33 menunjukkan kekuatan moderat. Sementara nilai 0,19 mengindikasikan kekuatan lemah, yang menunjukkan perlunya perbaikan atau penambahan variabel dalam model.

2. Koefisien Parameter (*Path Coefficient*) dan *T-Statistik (T-Value)*

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menentukan nilai-T untuk setiap faktor jalur dalam model. Proses ini melibatkan penggunaan metode resampling seperti bootstrapping untuk mengestimasi distribusi nilai-T dan mengevaluasi signifikansi jalur hubungan antara variabel laten. Bootstrapping menghasilkan distribusi nilai-T dengan membuat banyak sampel ulang dari data, memungkinkan penilaian yang lebih akurat terhadap signifikansi jalur. Hipotesis diterima jika taraf signifikansi (*p-value*) lebih kecil dari 0,05 dan nilai-T lebih besar dari 1,96, yang menunjukkan bahwa hubungan jalur tersebut signifikan secara statistik dan memberikan dasar yang kuat untuk menerima hipotesis yang diuji. Dengan cara ini, analisis ini memastikan bahwa hubungan antar variabel dalam model memiliki pengaruh yang berarti dan tidak terjadi secara kebetulan.

3.6. Teknik Analisis Data

Langkah analisis data kuantitatif dilakukan setelah berhasil mengumpulkan data dari seluruh responden dalam populasi atau sampel yang telah ditetapkan. Proses analisis data ini melibatkan serangkaian tindakan, termasuk pengelompokan data sesuai dengan variabel dan tipe responden, tabulasi data yang disusun berdasarkan variabel dari semua partisipan/responden, penyajian data untuk masing-masing variabel yang sedang diteliti, melakukan perhitungan yang bertujuan untuk memberikan jawaban terhadap rumusan masalah, serta melakukan komputasi statistik untuk menguji hipotesis yang telah diajukan sebelumnya (Sugiyono, 2018: 147). Alat dalam analisis kuantitatif, seperti model matematika dan model statistik, berperan penting dalam menerjemahkan data mentah menjadi informasi yang dapat dimengerti dengan lebih baik. Hasil-hasil ini, berupa angka-angka yang diuraikan secara detail, memberikan pandangan yang lebih jelas dan empiris terhadap pola-pola yang ada dalam data, mendukung pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena yang sedang diteliti.

Masyarakat terhadap efektivitas *QR Code* sebagai alat pendukung peningkatan literasi digital. Hal ini dapat mencakup apakah *QR Code* membantu meningkatkan pemahaman mereka tentang konsep-konsep digital, apakah

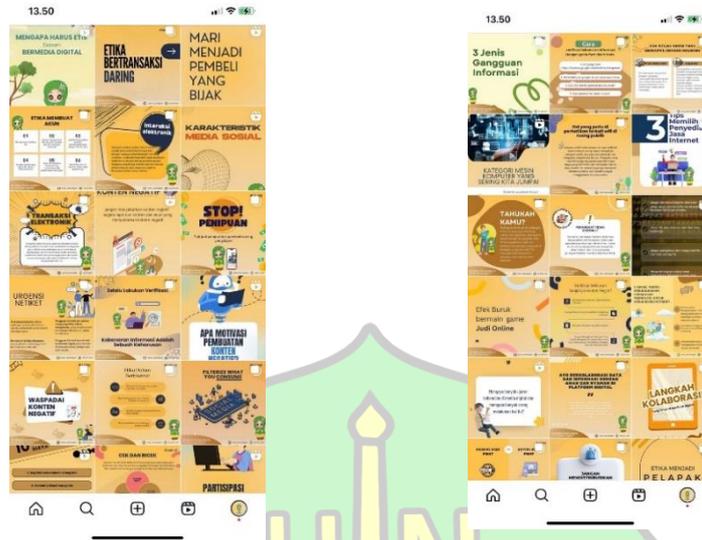
penggunaan *QR Code* menghasilkan peningkatan keterampilan dalam berinteraksi dengan teknologi digital, dan apakah ada kendala atau tantangan dalam menggunakan *QR Code* sebagai alat pendukung literasi digital. Dalam tahap analisis data ini, dua jenis data utama dianalisis, yaitu data primer dan data sekunder. Fokus analisis pada data primer terarah pada konsep Faktor-faktor yang terdiri dari Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Sikap Penggunaan, Minat untuk Menggunakan, dan Kondisi Penggunaan yang Sebenarnya dalam Sistem. Selanjutnya, untuk menggambarkan hubungan yang kompleks antara variabel-variabel tersebut, digunakanlah model Persamaan Struktural (SEM). Melalui kombinasi teknik perhitungan dan analisis SEM, diharapkan pemahaman yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan perilaku pengguna terhadap sistem dapat tercapai.

Dalam tahap analisis data sekunder, dilakukan pengkajian terhadap data yang diperoleh dari *Social Media Analytics* (SMA) dengan menggunakan metrik *Engagement Rate* (tingkat keterlibatan). *Engagement Rate* mengukur sejauh mana pengguna berinteraksi dengan konten yang diunggah di media sosial. Metrik ini mencakup berbagai jenis interaksi, seperti *like*, komentar, dan berbagi (*share*) pada suatu posting. *Engagement Rate* biasanya dihitung sebagai persentase dari jumlah total interaksi dibagi dengan jumlah *followers* atau *audience* yang terhubung.

Untuk memastikan perolehan data yang memiliki validitas yang tinggi melalui analisis data primer dan data sekunder, penelitian ini menerapkan pendekatan triangulasi sumber data. Dengan pendekatan ini, tujuan utamanya adalah menguji dan memastikan kebenaran data dengan menggabungkan informasi dari berbagai sumber yang berbeda. Melalui proses ini, data yang dihasilkan dari berbagai sumber akan dibandingkan dan disejajarkan, sehingga memungkinkan untuk mengidentifikasi kesamaan, perbedaan, serta konvergensi antara data primer dan data sekunder.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Konten



Dari hasil konten di atas bisa dilihat bahwa penulis menggunakan dua jenis konten Instagram:

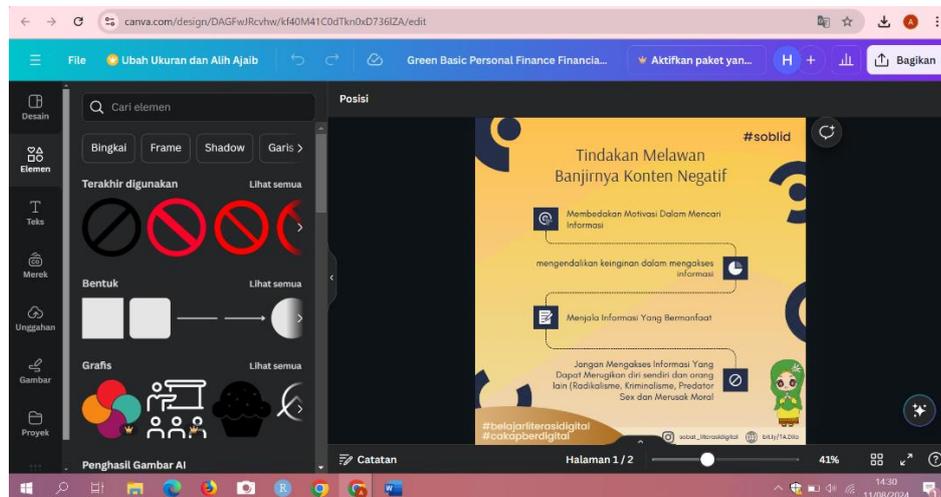
4.1.1. Postingan infografis

Postingan infografis adalah konten visual yang dirancang untuk menyampaikan informasi, data, atau pengetahuan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Infografis menggabungkan elemen grafis, teks, dan data visual untuk merangkum topik yang kompleks menjadi format yang lebih sederhana dan visual. Langkah-langkah pembuatan konten infografis sebagai berikut :

1. Mencari informasi berkaitan dengan literasi digital pada web atau platform terpercaya, seperti modul literasi digital dari kominfo.



2. Melakukan desain konten pada canva



3. Selalu sertakan sumber di akhir postingan



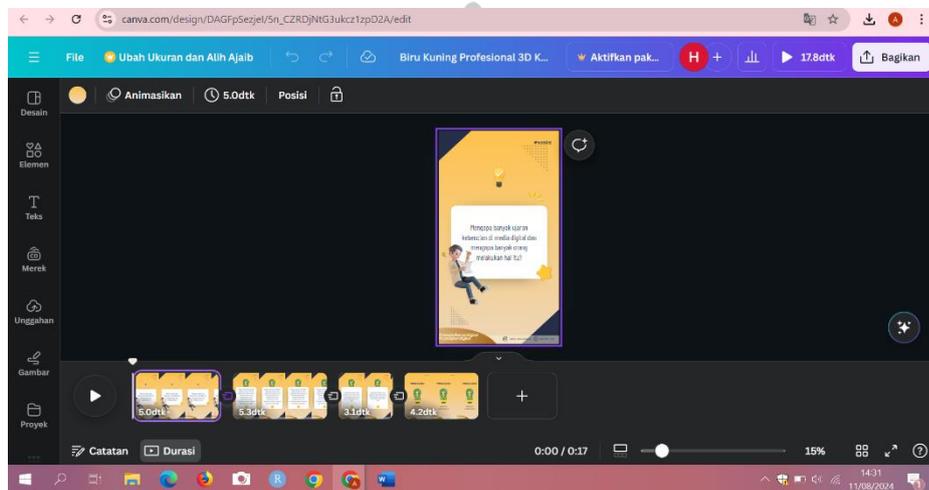
4.1.2. Postingan Reels

Reels adalah fitur video pendek berdurasi hingga 60 detik dengan musik, filter, dan efek khusus. Fitur ini sangat populer untuk konten kreatif, dance challenges, tips, dan hiburan singkat. Langkah-langkah pembuatan *Reels* Instagram

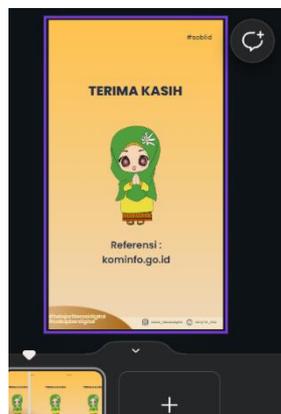
1. Pencari informasi berkaitan dengan literasi digital pada web atau platform terpercaya, seperti modul literasi digital dari kominfo.



2. Melakukan desain *Reels* pada aplikasi canva



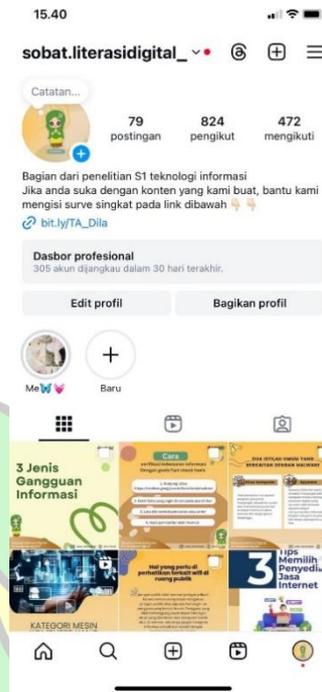
3. Selalu sertai sumber di akhir video



4.1.3. Copy writing dan teknis posting, teknis deliver konten ke Audience: QR Code dan Digital Campaign

1. Langkah-langkah penyebaran konten di Instagram Konten infografis

- Buka akun Instagram dan buka menu profil kemudian klik icon tambah pada bagian atas sebelah kanan.



- Buka kemudian pilih fitur postingan



- Pilih satu atau beberapa gambar yang akan di unggah



- Pilih Selanjutnya, lakukan edit apa bila ingin di lakukan perubahan



- Selanjutnya, isi caption dan hashtag agar sesuai dengan algoritma platform

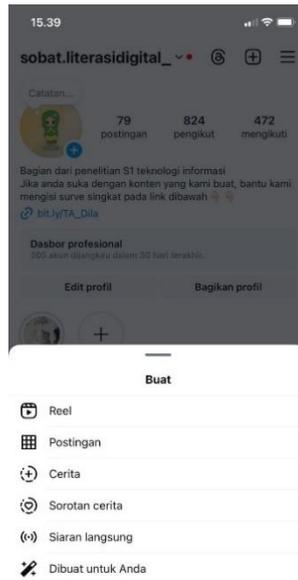


2. Langkah-langkah penyebaran konten di Instagram Konten *Reelss*

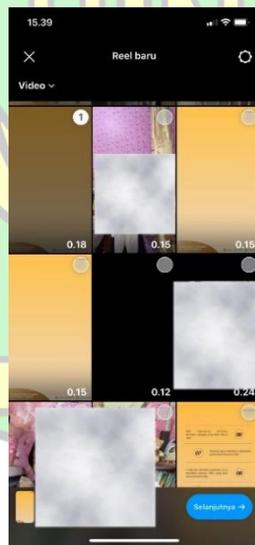
- Buka akun Instagram dan buka menu profil kemudian klik icon tambah pada bagian atas sebelah kanan.



- Kemudian pilih fitur *Reelss*



- Pilih *Reels* yang akan di unggah



- Pilih Selanjutnya, lakukan edit apa bila ingin di lakukan perubahan



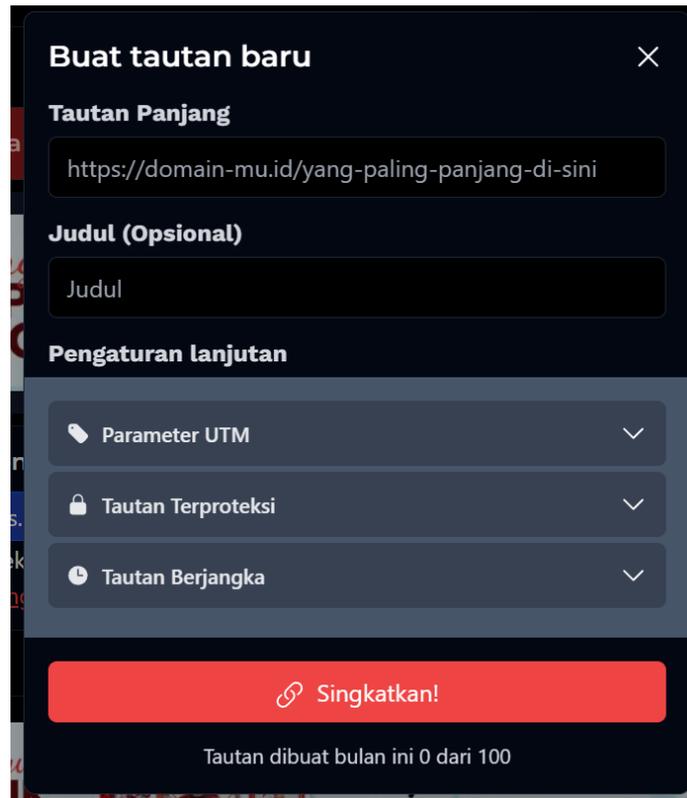
- Selanjutnya, isi caption dan hashtag agar sesuai dengan algoritma platform.



3. Langkah-langkah pembuatan *QR-Code*

QR-Code yang digunakan didalam penelitian ini di dapatkan atau di generate oleh situs online yang bernama S.id. Langkah Langkah yang dilakukan sebagai berikut :

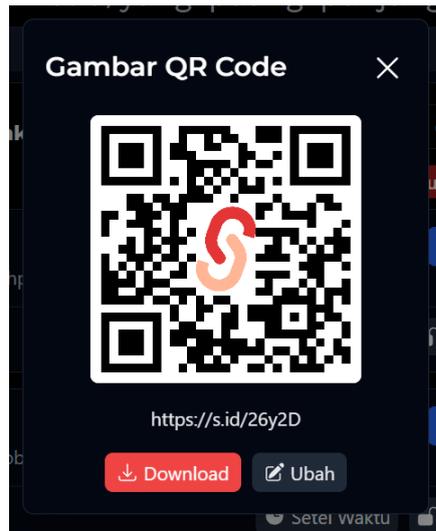
- Akses situs dari S.id menggunakan browser internet.
- Kemudian pilih membuat tautan baru



- Masukkan *link* dari Instagram literasi digital, kemudian pilih singkatkan.
- Setelahnya masuk kedalam menu “Tautan”, kemudian akan tampil seperti tampilan dibawah ini



- Kemudian pilih pada gambar atau bentuk *QR Code* pada tampilan *link* tersebut, maka akan muncul tampilan seperti berikut



- Pada tampilan diatas telah muncul *QR-Code* yang langsung dapat diakses menuju *link* yang telah di berikan pada step sebelumnya.

4. Langkah-langkah penyebaran *QR Code*

QR Code yang sudah di buat akan di sebarakan dengan dua cara:

- Di tempel pada madding
- Desain *QR Code* yang sudah di buat ke dalam bentuk madding yang menarik.



- Print desain *QR Code* yang telah di buat.
- Tempelkan *QR Code* pada mading-mading.



- Berbagi infused water
- Desain *QR Code* yang sudah di buat agar terlihat menarik.



- Print desain *QR Code* menjadi stiker.



- Tempel stiker pada botol infused water.



- Bagikan *infusedwater* pada masyarakat banda aceh.





4.2. Gambaran Umum

Pada era digital ini, media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif dalam penyebaran informasi. Instagram, sebagai salah satu platform yang populer, memiliki potensi besar untuk digunakan dalam meningkatkan literasi digital masyarakat. Penelitian ini berfokus pada masyarakat Banda Aceh dan bertujuan untuk menganalisis sejauh mana penyebaran informasi melalui Instagram dapat meningkatkan literasi digital. Konten-konten literasi digital diunggah secara rutin untuk mengedukasi masyarakat tentang topik-topik seperti keamanan internet, etika dalam berinternet, dan penggunaan teknologi secara bijak.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, di mana data diperoleh melalui survei yang disebarakan kepada masyarakat Banda Aceh yang mengikuti akun Instagram berisi konten literasi digital. Fokus penelitian ini adalah untuk mengukur efektivitas penyebaran informasi melalui Instagram dalam meningkatkan literasi digital masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga menilai sejauh mana konten literasi digital di Instagram dapat diterima oleh masyarakat dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penyebaran informasi tersebut.

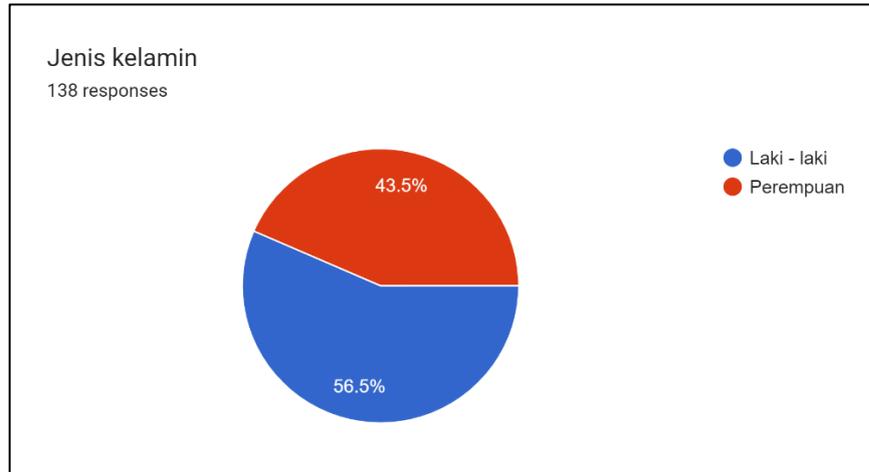
Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah memberikan gambaran yang jelas tentang tingkat penerimaan dan pemahaman masyarakat Banda Aceh terhadap konten literasi digital di Instagram. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengukur efektivitas penyebaran informasi untuk peningkatan literasi digital kepada masyarakat melalui media sosial. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi penggiat literasi digital dan pembuat kebijakan mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana edukasi.

4.3 Deskripsi Data

Berdasarkan hasil data primer yang diperoleh melalui kuesioner online yang disebarakan dari tanggal 4 Juli 2024 hingga 18 Juli 2024 melalui tautan bit.ly/TA_Dila, penelitian ini berhasil mengumpulkan 138 sampel responden. Responden merupakan pengikut akun Instagram *sobat.literasidigital*, yang populasi awalnya berjumlah lebih dari 800 orang. Karakteristik responden dibagi berdasarkan jenis kelamin, alamat domisili, usia, dan lama waktu dalam mengakses media sosial Instagram. Dengan adanya kuesioner ini, penelitian bertujuan untuk memahami demografi dan kebiasaan pengguna Instagram dari akun tersebut dengan lebih mendalam.

Analisis terhadap data yang terkumpul akan memberikan wawasan tentang distribusi jenis kelamin, lokasi geografis, kelompok usia, serta frekuensi penggunaan Instagram di antara para pengikut.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

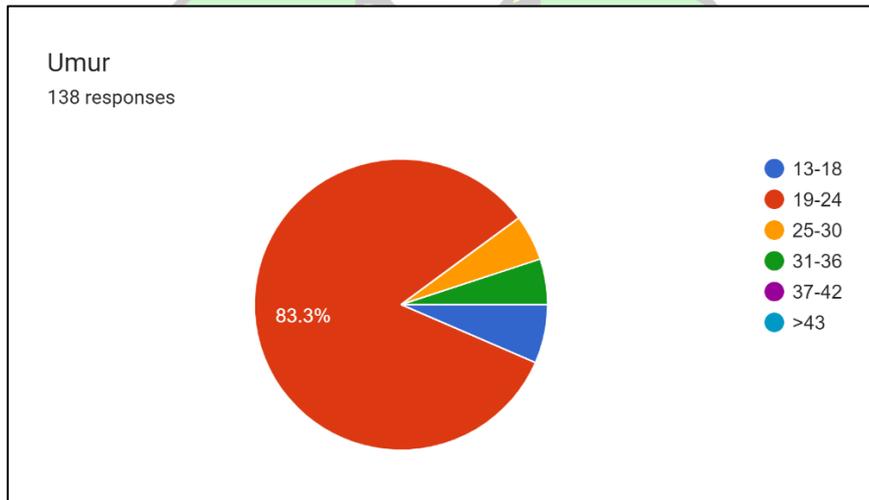


Gambar 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Sumber Data : Data diolah, 2024

Berdasarkan Gambar 4.1 di atas, bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terdiri dari dua yaitu perempuan dan laki-laki. Dari 138 jumlah responden tersebut didominasi oleh responden laki-laki yaitu berjumlah 78(56.5%) dan responden perempuan berjumlah 60(43.5%).

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



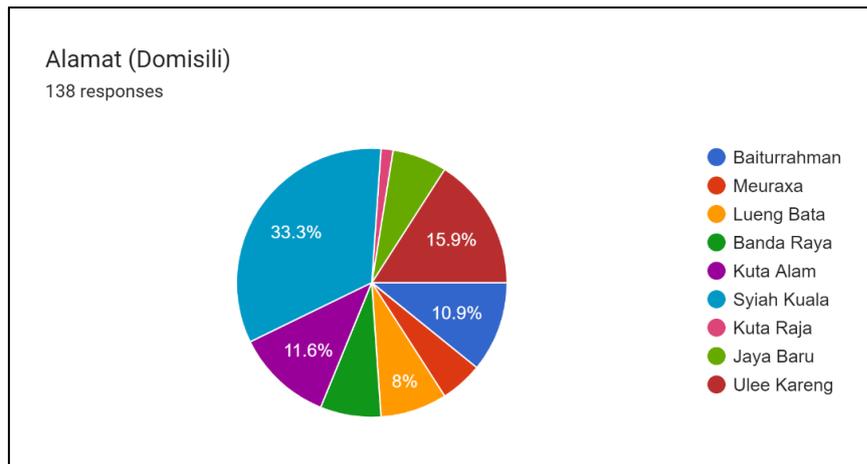
Gambar 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia

Sumber Data : Data diolah, 2024

Berdasarkan Gambar 4.2 di atas, bahwa karakteristik responden berdasarkan usia terdiri dari enam kategori. Dari 138 responden terdapat perbedaan

rentang usia yaitu: 13-18 tahun berjumlah 9 responden, 19-24 tahun berjumlah 115 responden, 25-30 tahun berjumlah 7 responden, 31-36 tahun berjumlah 7 responden, 37-42 tahun berjumlah 0 responden, dan di atas 43 tahun berjumlah 0 responden.

3. karakteristik Berdasarkan Alamat (Domisili)

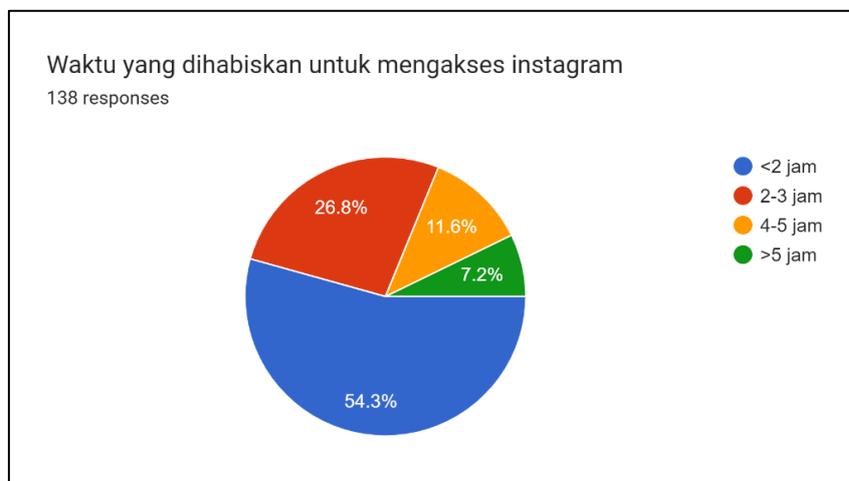


Gambar 4. 3 Karakteristik berdasarkan alamat (domisili)

Sumber Data : Data diolah, 2024

Berdasarkan Gambar 4.3 di atas, bahwa karakteristik responden berdasarkan alamat (domisili) terdiri dari sembilan kategori. Dari 138 responden diketahui bahwa, responden paling banyak berasal dari kecamatan Syiah Kuala sebanyak 46 (33,3%) responden, kecamatan Ulee Kareng sebanyak 22 (15.9%) responden, kecamatan Leung Bata sebanyak 11 (8%) responden, kecamatan Kuta Alam sebanyak 16 (11.6%) responden, kecamatan Jaya Baru sebanyak 9 (6.5%), kecamatan Banda Raya sebanyak 10 (7.2%) responden, kecamatan Baiturrahman sebanyak 15 (10.9%) responden, kecamatan Meuraxa sebanyak 7 (5.1%) dan kecamatan Kuta Raja sebanyak 2 (1.4%) responden.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mengakses Instagram



Gambar 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan lama mengakses instagram

Sumber Data : Data diolah, 2024

Berdasarkan Gambar 4.4 di atas, bahwa karakteristik responden berdasarkan lama waktu mengakses instagram terdiri dari empat kategori. Berdasarkan lama waktu responden dalam mengakses aplikasi Instagram, 10 (7.2%) responden menghabiskan waktu lebih dari 5 jam, 16 (11.6%) responden menghabiskan 4-5 jam, 37 (26.8%) responden menghabiskan 2-3 jam, dan 75 (54.3%) responden menghabiskan waktu kurang dari 2 jam.

4.3.1. Deskripsi Data Penelitian

Deskriptif data penelitian digunakan untuk melihat karakteristik data yang mencakup dari jumlah sampel, skor minimum, skor maximum, rata-rata (*Mean*) dan *Median* yang lebih jelasnya ditunjukkan pada table berikut.

Tabel 4. 1 Skor minimum & maximum, rata-rata dan *Median* dari seluruh variabel dan indicator

Variabel/ Sub Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Median
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>					
<i>Produktivitas</i>	138	1.00	5.00	4.268	4
<i>Efektivitas</i>	138	1.00	5.00	3.210	4

<i>Kinerja</i>	138	1.00	5.00	4.231	4
<i>Kecepatan</i>	138	1.00	5.00	4.224	4
Perceived Ease of Use (PEOU)					
<i>Mudah memahami</i>	138	1.00	5.00	4.253	4
<i>Interaksi yang jelas</i>	138	1.00	5.00	4.181	4
<i>Kemudahan menjadi terampil</i>	138	1.00	5.00	4.137	4
<i>Kemudahan penggunaan</i>	138	1.00	5.00	4.130	4
Attitude Toward Using (ATU)					
<i>Preferensi penggunaan</i>	138	1.00	5.00	3.673	4
<i>Sikap Positif</i>	138	1.00	5.00	4.181	4
<i>Menyenangkan</i>	138	1.00	5.00	4.043	4
<i>Bermanfaat</i>	138	1.00	5.00	4.123	4
Behavioral Intention to Use (BI)					
<i>Niat penggunaan</i>	138	1.00	5.00	4.065	4
<i>Keinginan mencoba</i>	138	1.00	5.00	3.891	4
<i>Rencana Penggunaan</i>	138	1.00	5.00	3.789	4
<i>Kesediaan</i>	138	1.00	5.00	4.065	4
Actual System Use (ASU)					
<i>Frekuensi penggunaan</i>	138	1.00	5.00	3.913	4
<i>Durasi penggunaan</i>	138	1.00	5.00	3.710	4
<i>Intensitas penggunaan</i>	138	1.00	5.00	3.971	4
<i>Rutin penggunaan</i>	138	1.00	5.00	3.898	4

Berdasarkan (table) diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai minimum 1.00 dan nilai maksimum 5.00. Variabel *Perceived Usefulness (PU)* yang memiliki sub variabel Produktivitas memiliki nilai rata-rata (*Mean*) sebesar 4.268, *Median* sebesar 4.00. Sub variabel Efektivitas memiliki nilai rata-rata (*Mean*) sebesar 3.210, *Median* sebesar 4.00. Sub variabel Kinerja memiliki nilai rata-rata (*Mean*) sebesar 4.231, *Median* sebesar 4.00. Sub variabel Kecepatan memiliki nilai rata-rata (*Mean*) sebesar 4.224, *Median* sebesar 4.00.

Berdasarkan diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai minimum 1.00 dan nilai maksimum 5.00. Variabel ***Perceived Ease of Use (PEOU)*** yang memiliki sub variabel Mudah memahami memiliki nilai rata-rata (*Mean*) sebesar 4.253, *Median* sebesar 4.00. Sub variabel Interaksi yang jelas memiliki nilai rata-rata (*Mean*) sebesar 4.181, *Median* sebesar 4.00. Sub variabel Kemudahan menjadi terampil memiliki nilai rata-rata (*Mean*) sebesar 4.137, *Median* sebesar 4.00. Sub variabel Kemudaha penggunaan memiliki nilai rata-rata (*Mean*) sebesar 4.130, *Median* sebesar 4.00.

Berdasarkan diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai minimum 1.00 dan nilai maksimum 5.00. Variabel ***Attitude Toward Using (ATU)*** yang memiliki sub variabel Preferensi penggunaan memiliki nilai rata-rata (*Mean*) sebesar 3.673, *Median* sebesar 4.00. Sub variabel Sikap Positif memiliki nilai rata-rata (*Mean*) sebesar 4.181, *Median* sebesar 4.00. Sub variabel Menyenangkan memiliki nilai rata-rata (*Mean*) sebesar 4.043, *Median* sebesar 4.00. Sub variabel Bermanfaat memiliki nilai rata-rata (*Mean*) sebesar 4.123, *Median* sebesar 4.00.

Berdasarkan diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai minimum 1.00 dan nilai maksimum 5.00. Variabel ***Behavioral Intention to Use (BI)*** yang memiliki sub variabel Niat penggunaan memiliki nilai rata-rata (*Mean*) sebesar 4.065, *Median* sebesar 4.00. Sub variabel Keinginan mencoba memiliki nilai rata-rata (*Mean*) sebesar 3.891, *Median* sebesar 4.00. Sub variabel Rencana Penggunaan memiliki nilai rata-rata (*Mean*) sebesar 3.789, *Median* sebesar 4.00. Sub variabel Kesiediaan memiliki nilai rata-rata (*Mean*) sebesar 4.065, *Median* sebesar 4.00.

Berdasarkan diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai minimum 1.00 dan nilai maksimum 5.00. Variabel ***Actual System Use (ASU)*** yang memiliki sub variabel Frekuensi penggunaan memiliki nilai rata-rata (*Mean*) sebesar 3.913, *Median* sebesar 4.00. Sub variabel Durasi penggunaan mencoba memiliki nilai rata-rata (*Mean*) sebesar 3.710, *Median* sebesar 4.00. Sub variabel Intensitas penggunaan memiliki nilai rata-rata (*Mean*) sebesar 3.971, *Median* sebesar 4.00. Sub variabel Rutin penggunaan memiliki nilai rata-rata (*Mean*) sebesar 3.898, *Median* sebesar 4.00.

Untuk memudahkan penilaian rata-rata dari indikator masing-masing konstruk pada kuesioner, penelitian ini menetapkan interval kelas terhadap penilaian rata-rata responden. Penelitian ini mengelompokkan setiap sub variabel ke dalam 5 kelas interval. Sub variabel tersebut meliputi Produktivitas, Efektivitas, Kinerja, Kecepatan, Kemudahan dalam Memahami, Interaksi yang Jelas, Kemudahan Menjadi Terampil, Kemudahan Penggunaan, Preferensi Penggunaan, Sikap Positif, Menyenangkan, Bermanfaat, Niat Penggunaan, Keinginan Mencoba, Rencana Penggunaan, Ketersediaan, Frekuensi Penggunaan, Durasi Penggunaan, dan Intensitas Penggunaan.

$$\text{Interval kelas} = \frac{\text{Nilai terbesar} - \text{Nilai terkecil}}{\text{Jumlah kelas}}$$

Berdasarkan rumus di atas, maka penentuan interval kelas untuk variabel penelitian adalah sebagai berikut:

$$\text{Interval kelas} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Kriteria penilaian rata-rata indikator kuesioner dalam penelitian ini sebagaimana yang ditunjukkan dalam table 4.2 berikut:

Tabel 4. 2 Kriteria penilaian rata-rata indikator

Interval	Penilaian
1,00 - 1,79	Sangat tidak baik
1,80 - 2,59	Tidak baik
2,60 - 3,39	Kurang baik
3,40 - 4,19	Baik
4,20 - 5,00	Sangat baik

Table menunjukkan bahwa masing-masing variabel dari rata-rata setiap indikator dengan interval kelas 1,00 sampai dengan 1,79 bernilai sangat tidak baik, interval kelas 1,80 sampai dengan 2,59 bernilai tidak baik, interval kelas 2,60 sampai dengan 3,39 bernilai kurang baik, interval kelas 3,40 sampai dengan 4,19 bernilai baik dan interval kelas 4,20 sampai dengan 5,00 bernilai sangat baik.

4.3.2. Deskripsi Variabel Penelitian

a. Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel *Perceived Usefulness (PU)*

Dalam penelitian ini, variabel *Perceived Usefulness (PU)* dijelaskan dalam 4 sub variabel dengan 4 indikator pertanyaan. Setiap pertanyaan diberikan alternatif jawaban berkisar antara 1 sampai 5, yaitu dari sangat tidak setuju memiliki skor 1 sampai dengan sangat setuju memiliki skor 5. Tingkatan persetujuan responden terhadap indikator pertanyaan yang berhubungan dengan variabel teknologi dapat dilihat dari alternatif pilihan jawaban yang diberikan responden atas pertanyaan yang diajukan. Tanggapan responden terhadap variabel *Perceived Usefulness (PU)* sebagaimana yang ditunjukkan pada table berikut

Tabel 4. 3 Tanggapan responden terhadap variabel *Perceived Usefulness (PU)*

Indikator	SS	S	KS	TS	STS	Mean
Sub variable Produktivitas						
PU1	45	85	8	0	0	4,268
Sub variable Efektivitas						
PU2	36	95	7	0	0	4,210
Sub variable Kinerja						
PU3	44	83	10	1	0	4,231
Sub variable Kecepatan						
PU4	37	95	6	0	0	4,224
Rata-rata						4,233

b. Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel *Perceived Ease of Use (PEOU)*

Dalam penelitian ini, variabel *Perceived Ease of Use (PEOU)* dijelaskan dalam 4 sub variabel dengan 4 indikator pertanyaan. Setiap pertanyaan diberikan alternatif jawaban berkisar antara 1 sampai 5, yaitu dari sangat tidak setuju memiliki skor 1 sampai dengan sangat setuju memiliki skor 5. Tingkatan persetujuan responden terhadap indikator pertanyaan yang berhubungan dengan variabel teknologi dapat dilihat dari alternatif pilihan jawaban yang diberikan responden atas

pertanyaan yang diajukan. mTanggapan responden terhadap variabel *Perceived Ease of Use (PEOU)* sebagaimana yang ditunjukkan pada table berikut

Tabel 4. 4 Tanggapan responden terhadap variabel *Perceived Ease of Use (PEOU)*

Indikator	SS	S	KS	TS	STS	Mean
Sub variable Produktivitas						
PU1	43	88	6	1	0	4,253
Sub variable Efektivitas						
PU2	38	88	11	1	0	4,181
Sub variable Kinerja						
PU3	34	91	11	2	0	4,137
Sub variable Kecepatan						
PU4	32	92	12	1	0	4,130
Rata-rata						4,175

c. Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel *Attitude Toward Using (ATU)*

Dalam penelitian ini, variabel *Attitude Toward Using (ATU)* dijelaskan dalam 4 sub variabel dengan 4 indikator pertanyaan. Setiap pertanyaan diberikan alternatif jawaban berkisar antara 1 sampai 5, yaitu dari sangat tidak setuju memiliki skor 1 sampai dengan sangat setuju memiliki skor 5. Tingkatan persetujuan responden terhadap indikator pertanyaan yang berhubungan dengan variabel teknologi dapat dilihat dari alternatif pilihan jawaban yang diberikan responden atas pertanyaan yang diajukan. Tanggapan responden terhadap variabel *Attitude Toward Using (ATU)* sebagaimana yang ditunjukkan pada table berikut

Tabel 4. 5 Tanggapan responden terhadap variabel *Attitude Toward Using (ATU)*

Indikator	SS	S	KS	TS	STS	Mean
Sub variable Produktivitas						
PU1	28	50	51	5	4	3,673
Sub variable Efektivitas						
PU2	37	93	6	2	0	4,181
Sub variable Kinerja						

PU3	24	101	10	1	2	4,043
Sub variable Kecepatan						
PU4	34	92	9	1	2	4,123
Rata-rata						4,005

d. Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel *Behavioral Intention to Use (BI)*

Dalam penelitian ini, variabel *Behavioral Intention to Use (BI)* dijelaskan dalam 4 sub variabel dengan 4 indikator pertanyaan. Setiap pertanyaan diberikan alternatif jawaban berkisar antara 1 sampai 5, yaitu dari sangat tidak setuju memiliki skor 1 sampai dengan sangat setuju memiliki skor 5. Tingkatan persetujuan responden terhadap indikator pertanyaan yang berhubungan dengan variabel teknologi dapat dilihat dari alternatif pilihan jawaban yang diberikan responden atas pertanyaan yang diajukan. Tanggapan responden terhadap variabel *Behavioral Intention to Use (BI)* sebagaimana yang ditunjukkan pada table berikut

Tabel 4. 6 Tanggapan responden terhadap variabel *Behavioral Intention to Use (BI)*

Indikator	SS	S	KS	TS	STS	Mean
Sub variable Produktivitas						
PU1	37	76	22	3	0	4,065
Sub variable Efektivitas						
PU2	27	74	33	3	1	3,891
Sub variable Kinerja						
PU3	27	62	45	1	3	3,789
Sub variable Kecepatan						
PU4	28	93	16	0	1	4,065
Rata-rata						3,952

e. Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel *Actual System Use (ASU)*

Dalam penelitian ini, variabel *Actual System Use (ASU)* dijelaskan dalam 4 sub variabel dengan 4 indikator pertanyaan. Setiap pertanyaan diberikan alternatif jawaban berkisar antara 1 sampai 5, yaitu dari sangat tidak setuju memiliki skor 1 sampai dengan sangat setuju memiliki skor 5. Tingkatan persetujuan responden

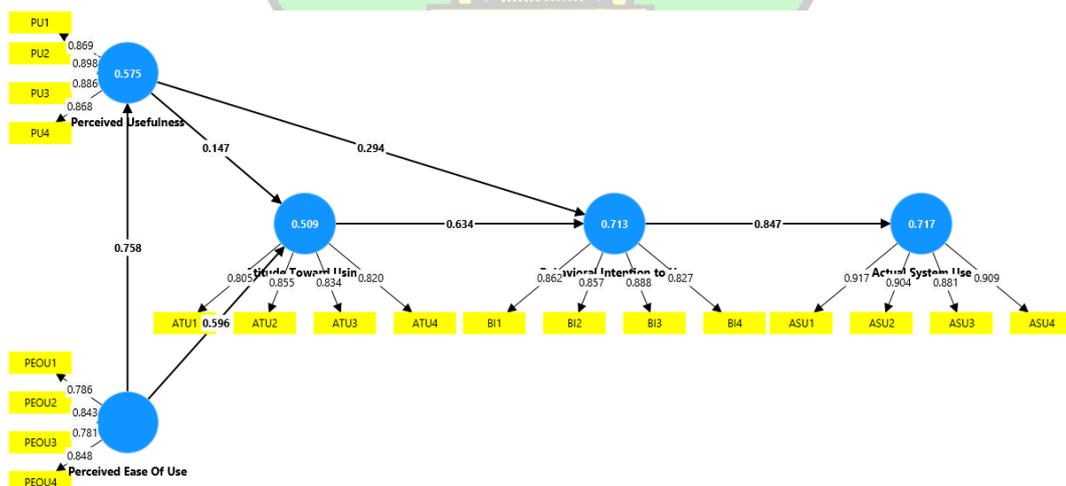
terhadap indikator pertanyaan yang berhubungan dengan variabel teknologi dapat dilihat dari alternatif pilihan jawaban yang diberikan responden atas pertanyaan yang diajukan. Tanggapan responden terhadap variabel *Actual System Use (ASU)* sebagaimana yang ditunjukkan pada tabel 4.7 berikut

Tabel 4. 7 Tanggapan responden terhadap variabel *Actual System Use (ASU)*

Indikator	SS	S	KS	TS	STS	Mean
Sub variable Produktivitas						
PU1	30	70	34	4	0	3,913
Sub variable Efektivitas						
PU2	18	73	39	5	3	3,710
Sub variable Kinerja						
PU3	30	80	23	4	1	3,971
Sub variable Kecepatan						
PU4	23	83	28	3	1	3,898
Rata-rata						3,873

4.4. Hasil Olah Data Primer Uji Outer Model

4.4.1 Uji *Convergent Validity*



Gambar 4. 5 Uji validitas konvergen

Uji validitas konvergen (outer loadings) pada Gambar diatas menunjukkan bahwa pengujian dilakukan pada model awal penelitian. Tabel 4.8 menunjukkan hasil pengujian *outer loading*.

Tabel 4. 8 Hasil *outer loading*

	<i>Actual System Use</i>	<i>Atitude Toward Using</i>	<i>Behavioral Intention to Use</i>	<i>Perceived Ease of Use</i>	<i>Perceived Usefulness</i>
ASU1	0.917				
ASU2	0.904				
ASU3	0.881				
ASU4	0.909				
ATU1		0.805			
ATU2		0.855			
ATU3		0.834			
ATU4		0.820			
BI1			0.862		
BI2			0.857		
BI3			0.888		
BI4			0.827		
PEOU1				0.786	
PEOU2				0.843	
PEOU3				0.781	
PEOU4				0.848	
PU1					0.869
PU2					0.898
PU3					0.886
PU4					0.868

Dari Tabel diatas, dapat dilihat bahwa semua indikator memiliki nilai loading factor lebih dari 0.5. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki kontribusi yang signifikan terhadap konstruk yang diukur. Dengan terpenuhinya syarat validitas konvergen, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini mampu mengukur konstruk secara tepat dan akurat. Ini memberikan kepercayaan lebih dalam hasil penelitian dan mendukung generalisasi temuan-temuan yang diperoleh.

4.4.2 Uji Discriminan Validity

Diskriminan untuk mengkonfirmasi nilai korelasi cross-load dari variabel laten, uji reliabilitas deskriminan untuk membandingkan korelasi variabel laten. Tabel berikut menunjukkan hasil uji validitas diskriminan (korelasi variabel laten).

Tabel 4. 9 Hasil uji Validitas Diskriminan

	<i>Actual System Use</i>	<i>Atitude Toward Using</i>	<i>Behavioral Intention to Use</i>	<i>Perceived Ease of Use</i>	<i>Perceived Usefulness</i>
<i>Actual System Use</i>	1.000	0.747	0.847	0.663	0.603
<i>Atitude Toward Using</i>	0.747	1.000	0.811	0.707	0.598
<i>Behavioral Intention to Use</i>	0.847	0.811	1.000	0.707	0.674
<i>Perceived Ease of Use</i>	0.663	0.707	0.707	1.000	0.758
<i>Perceived Usefulness</i>	0.603	0.598	0.674	0.758	1.000

Dari data Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai korelasi antar metrik dalam desain tertentu lebih tinggi dibandingkan korelasi antar metrik dalam desain lain. Hal ini menunjukkan bahwa setiap metrik lebih terkait erat dengan desain yang

diukur daripada dengan desain lainnya, sehingga mendukung validitas diskriminan yang baik. Validitas diskriminan mengukur sejauh mana konstruk atau metrik yang seharusnya tidak berkorelasi satu sama lain memang menunjukkan korelasi yang rendah.

4.4.3 AVE (*Average Variance Extracted*)

Didalam Partial Least Squares *Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), untuk menilai seberapa baik setiap konstruk dapat menjelaskan varians dari indikator-indikatornya. AVE dihitung sebagai rata-rata dari squared loadings dari indikator-indikator yang terkait dengan konstruk tersebut. Nilai AVE yang lebih tinggi menunjukkan bahwa konstruk tersebut mampu menjelaskan varians dari indikator-indikatornya dengan lebih baik, yang berarti indikator-indikator tersebut benar-benar merefleksikan konstruk laten yang diukur.

Tabel 4. 10 Hasil AVE

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Actual System Use</i>	0.815
<i>Attitude Toward Using</i>	0.687
<i>Behavioral Intention to Use</i>	0.738
<i>Perceived Ease of Use</i>	0.664
<i>Perceived Usefulness</i>	0.775

Pada tabel di atas, terlihat bahwa nilai *Average Variance Extracted (AVE)* untuk setiap konfigurasi model bernilai lebih dari 0.05. Ini menunjukkan bahwa setiap konstruk dalam model memiliki validitas diskriminan yang baik.

4.4.4 *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*

Uji validitas juga dilakukan dengan menguji reliabilitas konstruk melalui pengukuran *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dari indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut. Reliabilitas adalah ukuran konsistensi internal dari sebuah konstruk, yang menunjukkan sejauh mana indikator-indikator tersebut

memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan untuk mengukur konstruk yang sama. Dalam analisis PLS-SEM, nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang lebih besar dari 0.70 dianggap memadai dan menunjukkan reliabilitas yang baik.

Cronbach's Alpha: Mengukur konsistensi internal dari serangkaian indikator, memberikan gambaran seberapa baik indikator-indikator tersebut bekerja sama untuk mengukur konstruk yang sama. Nilai alpha yang lebih tinggi dari 0.70 menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut memiliki konsistensi internal yang tinggi.

Composite Reliability: Memberikan estimasi reliabilitas yang memperhitungkan bobot dari setiap indikator dalam konstruk tersebut. *Composite Reliability* yang lebih besar dari 0.70 menunjukkan bahwa konstruk tersebut memiliki reliabilitas yang baik, dengan semua indikator secara konsisten mengukur konstruk yang dimaksud.

Tabel 4. 11 Hasil *Cronbach Alpha* dan *Composite Reliability*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Actual System Use</i>	0.924	0.946
<i>Attitude Toward Using</i>	0.848	0.898
<i>Behavioral Intention to Use</i>	0.881	0.918
<i>Perceived Ease of Use</i>	0.831	0.888
<i>Perceived Usefulness</i>	0.903	0.932

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang diuji memiliki reliabilitas yang baik dengan hasil lebih besar dari 0.70. Ini menunjukkan

bahwa indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur setiap variabel dalam model memiliki konsistensi internal yang tinggi. Dengan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang lebih besar dari 0.70, dapat dipastikan bahwa setiap konstruk memiliki reliabilitas yang memadai.

4.5. Hasil Olah Data Primer Uji *Inner Model*

Inner Model berfungsi untuk menguji teori dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian, dengan menilai sejauh mana konstruk laten mempengaruhi satu sama lain. Keberhasilan dalam membangun *Inner Model* yang baik akan membantu peneliti memahami hubungan yang kompleks antar variabel dan memberikan wawasan yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti.

4.5.1 R² untuk Variabel *Laten Endogen*

R² (*R-Square*) digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik variabel *Laten Endogen* dapat dijelaskan oleh variabel laten eksogen dalam model. Nilai R² menunjukkan proporsi varians dari konstruk endogen yang dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen, dengan kategori interpretasi sebagai berikut: Nilai R² sebesar 0.67 atau lebih tinggi menunjukkan model dengan kemampuan prediktif yang "baik", nilai R² sebesar 0.33 hingga 0.66 menunjukkan kemampuan prediktif yang "moderat", dan nilai R² sebesar 0.19 hingga 0.32 menunjukkan kemampuan prediktif yang "lemah".

Tabel 4. 12 Hasil Uji R²Variabel *Laten Endogen*

	<i>R-Square</i>	Percentase	Keterangan
<i>Actual System Use</i>	0.717	71,9%	Baik
<i>Attitude Toward Using</i>	0.509	50,9%	Moderat
<i>Behavioral Intention to Use</i>	0.713	71,3%	Baik
<i>Perceived Usefulness</i>	0.575	57,2%	Baik

Pada table diatas, dapat dilihat bahwa *Acrual system Use* yang mendapat persentasi yang baik yaitu sebesar 71,9%, *Attitude Toward Using* yang mendapat

persentasi moderat yaitu sebesar 71,3%, *Behavioral Intention to Use* yang mendapat persentasi yang baik yaitu sebesar 57,2%, *Behavioral Intention to Use* yang mendapat persentasi yang baik yaitu sebesar 71,3%.

4.5.2 Koefisien Parameter (*Path Coefficient*) dan T-Statistik (*T-Value*)

Menguji hipotesis dengan menentukan nilai-T dari setiap faktor jalur. Untuk mencari nilai signifikan faktor jalur dilakukan dengan menggunakan metode resampling bootstrapping. Jika taraf signifikansi <0.05 dan nilai-T lebih besar dari 1.96, dengan demikian hipotesis diterima [8]. Tabel berikut merupakan hasil hitung T-Statistik (*T-Value*) dan Koefisien Parameter (*Path Coefficient*).

Tabel 4. 13 hasil hitung T-Statistik (*T-Value*) dan Koefisien Parameter (*Path Coefficient*)

	T statistics (O/STDEV)	P values	keterangan	Kesimpulan
<i>Attitude Toward Using -> Behavioral Intention to Use</i>	8.424	0.000	Signifikan	Hipotesis diterima
<i>Behavioral Intention to Use -> Actual System Use</i>	29.105	0.000	Signifikan	Hipotesis diterima
<i>Perceived Ease of Use -> Attitude Toward Using</i>	4.308	0.000	Signifikan	Hipotesis diterima
<i>Perceived Ease of Use -> Perceived Usefulness</i>	18.539	0.000	Signifikan	Hipotesis diterima
<i>Perceived Usefulness -> Attitude Toward Using</i>	0.951	0.341	Tidak Signifikan	Hipotesis ditolak
<i>Perceived Usefulness -> Behavioral Intention to Use</i>	4.399	0.000	Signifikan	Hipotesis diterima

Dari tabel diatas hasil pengujian hipotesis model penelitian sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 adalah *Perceived Ease of Use* berpengaruh Signifikan terhadap *Perceived Usefulness* (H1), berdasarkan hasil uji *T-Value* 18.539 dan taraf signifikan 0.000, maka hipotesis 1 diterima.
2. Hipotesis 2 dalam penelitian ini adalah *Perceived Usefulness* berpengaruh Tidak Signifikan terhadap *Attitude Towards Using* (H2), berdasarkan hasil uji *T-Value* 0.951 dan taraf signifikan 0.341, maka hipotesis 2 ditolak.
3. Hipotesis 3 penelitian ini yaitu *Perceived Ease of Use* berpengaruh Signifikan terhadap *Attitude Towards Using* (H3), berdasarkan hasil uji *T-Value* 5.56 dan taraf signifikan 0.000, maka hipotesis 3 diterima.
4. Hipotesis 4 dari penelitian ini adalah *Attitude Towards Using* berpengaruh Signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* (H4), berdasarkan hasil uji *T-Value* 8.424 dan taraf signifikan 0.000, Maka hipotesis 4 diterima.
5. Hipotesis 5 merupakan *Perceived Usefulness* berpengaruh Tidak Signifikan terhadap *Behavioral Intention to Use* (H5), berdasarkan hasil uji *T-Value* 4.399 dan taraf signifikan 0.000, maka hipotesis 5 diterima.
6. Hipotesis 6 penelitian ini *Behavioral Intention to Use* berpengaruh Signifikan terhadap *Actual System Use* (H6), berdasarkan hasil uji *T-Value* 29.105 dan taraf signifikan 0.000, maka hipotesis 6 diterima.

4.6. Hasil Olah Data Sekunder Analisis *Ouput* dengan Mengukur *Engagement Rate* pada *Social Media Analytics Toolss* (SMA)

Analisis ini dilakukan dengan mengukur metrik suatu akun melalui *Engagement Rate* yang dihasilkan dari data sekunder pada *Social Media Analytics tools* terhadap efektivitas konten dalam mengadopsi media sosial. Sumber data diperoleh dari analitik Instagram yang mencakup data dari jumlah *like*, *comment*, dan *followers* Instagram (@sobat.literasidigital_) mulai dari 17 maret 2024 hingga 19 juli 2024. Selain menghitung dengan rumus manual, kemudian akan

dibandingkan juga hasil dari analisa pengaruh *Engagement Rate* dari data tersebut terhadap efektivitas konten dengan alat bantu *software Phlanx* yang merupakan salah satu jenis *Social Media Analytics Toolss* untuk menganalisis big data pada media sosial (Instagram). Hal yang mampu mempengaruhi *Engagement Rate* di Instagram adalah *like* dan komentar, semakin tinggi *like* dan komentar pada suatu konten post maka semakin tinggi juga *Engagement Rate* yang dimiliki suatu akun.

4.6.1 Deskripsi Variabel Penelitian

Berikut ini adalah hasil analisis deskriptif dari konten *Reelss* periode Maret 2024 – Juli 2024, Tabel berikut Deskripsi Statistik Konten *Reels* Instagram Sobat.literasidigital_

Tabel 4. 14 Deskripsi Statistik Konten *Reelss*

Karakteristik	N	Jumlah Total
<i>Followers</i>	23	828
<i>Likes</i>	23	1160
<i>Comments</i>	23	4

Berdasarkan table diatas didapatkan sejumlah data dari 23 konten *Reelss* dengan jumlah total pengikut (*followers*) sebanyak 828, suka (*likes*) sebanyak 1160, dan komentar (*comments*) sebanyak 92. Konten post tersebut diunggah mulai dari 17 maret 2024 hingga 19 juli 2024.

Berikut ini adalah hasil deskriptif dari konten postingan periode Maret 2024 – Juli 2024. Tabel 4.15 Deskripsi Statistik Konten Postingan Instagram sobat.literasidigital_

Tabel 4. 15 Deskripsi Statistik Konten Postingan

Karakteristik	N	Jumlah Total
<i>Followers</i>	56	828
<i>Likes</i>	56	3155
<i>Comments</i>	56	19

Berdasarkan tabel 4.15 didapatkan sejumlah data dari 56 konten post dengan jumlah total pengikut (*followers*) sebanyak 828, suka (*likes*) sebanyak 3155, dan komentar (*comments*) sebanyak 19. Konten post tersebut diunggah mulai dari 17 maret 2024 hingga 19 juli 2024.

4.6.2 Pengukuran *Engagement Rate* Pada Konten *Reelss*

Tabel di bawah ini merupakan data interaksi yang terjadi pada setiap konten *Reelss*. Dihitung selama periode yang diteliti terdapat 23 konten *Reelss* yang telah diunggah.

Tabel 4. 16 Interaksi konten *Reelss*

Postingan <i>Reelss</i>	Jumlah <i>Like</i>	Jumlah <i>Comment</i>	Jumlah engagement = Jumlah <i>Like</i> + Jumlah <i>Comment</i>	<i>Engagement Rate/ERP (%)</i>
Konten 1	69	0	69	8,3
Konten 2	68	0	68	8,2
Konten 3	74	1	75	9,0
Konten 4	74	0	74	8,9
Konten 5	74	0	74	8,9
Konten 6	75	0	75	9,0
Konten 7	73	0	73	8,8
Konten 8	79	0	79	9,5
Konten 9	76	1	77	9,3
Konten 10	74	0	74	8,9
Konten 11	75	0	75	9,0
Konten 12	72	0	72	8,7
Konten 13	24	0	24	2,9
Konten 14	27	0	27	3,2
Konten 15	27	0	27	3,2
Konten 16	26	0	26	3,1
Konten 17	27	0	27	3,2
Konten 18	25	0	25	3,0

Konten 19	23	0	23	2,7
Konten 20	25	0	25	3,0
Konten 21	23	1	24	2,9
Konten 22	26	1	27	3,2
Konten 23	24	0	24	2,9

Rumus menghitung *Engagement Rate* secara manual berdasarkan konten *Reels* yang diunggah (Ramadhan dkk., 2023):

$$Engagement\ rate\ (ERP) = \frac{(Jumlah\ Like + Jumlah\ Comment)}{Jumlah\ Followers} \times 100\%$$

Rumus di atas merupakan pengukuran untuk engagement masing-masing post/konten. Jumlah engagement yang digunakan pada penelitian ini yaitu dari jumlah *like* dan *comment*.

4.6.3 Pengukuran *Engagement Rate* Pada Konten Post

Tabel di bawah ini merupakan data interaksi yang terjadi pada setiap konten *Reels*. Dihitung selama periode yang diteliti terdapat 56 konten post yang telah diunggah.

Tabel 4. 17 Interaksi konten post

Postingan post	Jumlah Like	Jumlah Comment	Jumlah engagement = Jumlah Like + Jumlah Comment	Engagement Rate/ERP (%)
Konten 1	71	3	74	8,9
Konten 2	75	0	75	9,0
Konten 3	70	1	71	8,5
Konten 4	72	0	72	8,7
Konten 5	75	0	75	9,0
Konten 6	75	0	75	9,0
Konten 7	69	0	69	8,3
Konten 8	70	0	70	8,4
Konten 9	68	0	68	8,2

Konten 10	69	0	69	8,3
Konten 11	69	0	69	8,3
Konten 12	73	0	73	8,8
Konten 13	70	0	70	8,4
Konten 14	73	0	73	8,8
Konten 15	69	0	69	8,3
Konten 16	74	0	74	8,9
Konten 17	71	2	73	8,8
Konten 18	71	1	72	8,7
Konten 19	73	0	73	8,8
Konten 20	71	0	71	8,5
Konten 21	68	0	68	8,2
Konten 22	71	0	71	8,5
Konten 23	69	0	69	8,3
Konten 24	66	0	66	7,9
Konten 25	69	1	70	8,4
Konten 26	70	0	70	8,4
Konten 27	73	1	74	8,9
Konten 28	78	0	78	9,4
Konten 29	77	0	77	9,3
Konten 30	74	0	74	8,9
Konten 31	75	0	75	9,0
Konten 32	76	0	76	9,2
Konten 33	71	1	72	8,7
Konten 34	72	0	72	8,7
Konten 35	54	0	54	6,5
Konten 36	58	0	58	7,0
Konten 37	31	0	31	3,7
Konten 38	29	0	29	3,5
Konten 39	30	0	30	3,6
Konten 40	37	0	37	4,4

Konten 41	25	0	25	3,0
Konten 42	29	0	29	3,5
Konten 43	35	1	36	4,3
Konten 44	30	1	31	3,7
Konten 45	29	0	29	3,5
Konten 46	28	0	28	3,3
Konten 47	29	1	30	3,6
Konten 48	28	0	28	3,3
Konten 49	29	0	29	3,5
Konten 50	29	2	31	3,7
Konten 51	31	0	31	3,7
Konten 52	27	0	27	3,2
Konten 53	30	1	31	3,7
Konten 54	32	0	32	3,8
Konten 55	33	1	34	4,1
Konten 56	35	2	37	4,4

Rumus menghitung *Engagement Rate* secara manual berdasarkan konten post yang diunggah (Ramadhan dkk., 2023):

$$Engagement\ rate\ (ERP) = \frac{(Jumlah\ Like + Jumlah\ Comment)}{Jumlah\ Followers} \times 100\%$$

Rumus di atas merupakan pengukuran untuk engagement masing-masing post/konten. Jumlah engagement yang digunakan pada penelitian ini yaitu dari jumlah *like* dan *comment*.

4.6.4 Pengukuran *Engagement Rate* Menggunakan *Software Phlanx*

Berikut hasil analisis menggunakan *Phlanx* pada gambar 4.6



Gambar 4. 6 Hasil analisa engagement rate menggunakan *software Phlanx*

Hasil dari *software Phlanx*, diperoleh hasil sebesar 3,18% dengan informasi tambahan yaitu jumlah *followers* sebanyak 828 *followers* dan rata-rata interaksi pada tiap post/konten 29 *likes* dan 1 *comments*. Dapat disimpulkan bahwa *Engagement Rate* Instagram *sobat.literasidigital_* dari bulan Maret hingga Juli 2024 memiliki klasifikasi yang baik yaitu mendapatkan 3.18%. Klasifikasi ini diambil dari karya tulis karangan N. S. Miyata yang dapat dilihat pada table dibawah

<i>Engagement Rate</i>	Klasifikasi
<1%	Rendah
1% - 3,5%	Baik
3,5% - 6%	Tinggi
>6%	Sangat tinggi

4.7. Pembahasan Hasil Olah Data Primer

4.7.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan (PEOU) dan Persepsi Kemanfaatan (PU)

Hasil analisis data menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan (PEOU) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Kemanfaatan (PU). Statistik regresi linier menunjukkan nilai koefisien β sebesar 18.539 dan nilai $p < 0.05$, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan media sosial, semakin tinggi pula persepsi pengguna mengenai manfaat media sosial. Temuan ini mendukung hipotesis pertama bahwa PEOU berpengaruh terhadap PU. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna yang merasa bahwa media sosial mudah digunakan cenderung menganggap media sosial lebih bermanfaat dalam konteks literasi digital. Implikasi praktis dari temuan ini adalah pentingnya desain antarmuka yang user-friendly untuk meningkatkan persepsi kemanfaatan media sosial.

4.7.2 Pengaruh Persepsi Kemanfaatan (PU) terhadap Sikap Pengguna (ATU)

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh Persepsi Kemanfaatan (PU) terhadap Sikap Pengguna (ATU) tidak signifikan. Berdasarkan data yang diperoleh, nilai koefisien β untuk hubungan ini adalah 0.951 dengan nilai $p > 0.05$ (0.341). Ini mengindikasikan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara persepsi pengguna mengenai manfaat media sosial dan sikap mereka terhadap penggunaannya dalam konteks literasi digital.

Temuan ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini, persepsi kemanfaatan media sosial tidak secara langsung mempengaruhi sikap pengguna terhadap penggunaannya. Hal ini mungkin disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, persepsi manfaat yang diukur mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan manfaat yang dirasakan oleh pengguna atau tidak relevan dalam konteks spesifik dari literasi digital. Kedua, mungkin ada variabel lain yang lebih berpengaruh terhadap sikap pengguna yang tidak ditangkap dalam penelitian ini, seperti kemudahan penggunaan atau pengalaman pribadi dengan media sosial.

4.7.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan (PEOU) terhadap Sikap Pengguna (ATU)

Pengaruh Persepsi Kemudahan (PEOU) terhadap Sikap Pengguna (ATU) juga diuji. Hasil analisis menunjukkan pengaruh positif signifikan dengan nilai koefisien β sebesar 4.308 dan nilai $p < 0.05$. Ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan media sosial tidak hanya mempengaruhi persepsi kemanfaatan tetapi juga secara langsung mempengaruhi sikap pengguna. Hipotesis ketiga yang mengusulkan pengaruh PEOU terhadap ATU diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa meningkatkan kemudahan penggunaan media sosial dapat memperbaiki sikap pengguna terhadap media sosial, yang penting untuk meningkatkan penggunaan dalam konteks literasi digital.

4.7.4 Pengaruh Sikap Pengguna (ATU) terhadap Perilaku Pengguna (BI)

Hasil analisis menunjukkan bahwa Sikap Pengguna (ATU) berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Pengguna (ITU) dengan nilai koefisien β sebesar 8.424 dan nilai $p < 0.05$. Ini mendukung hipotesis keempat bahwa sikap positif terhadap media sosial dapat meningkatkan niat pengguna untuk menggunakannya. Temuan ini menunjukkan bahwa sikap pengguna terhadap media sosial memainkan peran penting dalam membentuk niat mereka untuk menggunakan media sosial dalam meningkatkan literasi digital.

4.7.5 Pengaruh Persepsi Kemanfaatan (PU) terhadap Perilaku Pengguna (BI)

Hasil Analisis menunjukkan bahwa Persepsi Kemanfaatan (PU) juga berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Pengguna (BI) dengan nilai koefisien β sebesar 4.399 dan nilai $p < 0.05$. Hipotesis kelima yang menyatakan bahwa PU berpengaruh terhadap BI diterima. Ini berarti bahwa semakin tinggi persepsi pengguna mengenai manfaat media sosial, semakin besar niat mereka untuk menggunakannya. Temuan ini menekankan pentingnya mempromosikan manfaat media sosial untuk meningkatkan niat pengguna dalam konteks literasi digital.

4.7.6 Pengaruh Perilaku Pengguna (BI) terhadap Kepuasan Pengguna (ASU)

Hasil analisis mengenai pengaruh Perilaku Pengguna (BI) terhadap Kepuasan Pengguna (ASU) menunjukkan hasil positif signifikan dengan nilai koefisien β sebesar C dan nilai $p < 0.05$. Hipotesis keenam yang mengusulkan bahwa BI berpengaruh terhadap ASU terbukti benar. Ini menunjukkan bahwa niat pengguna untuk menggunakan media sosial secara langsung mempengaruhi kepuasan mereka terhadap media sosial tersebut. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan media sosial sebagai cara untuk meningkatkan kepuasan mereka dalam konteks literasi digital.

4.8. Pembahasan Hasil Olah Data Sekunder

Analisis ini dilakukan dengan mengukur metrik suatu akun melalui *Engagement Rate* yang dihasilkan dari data sekunder pada *Social Media Analytics tools* terhadap efektivitas konten dalam mengadopsi media sosial. Sumber data diperoleh dari analitik Instagram yang mencakup data dari jumlah *like*, *comment*, dan *followers* Instagram (@sobat.literasidigital_) mulai dari 17 maret 2024 hingga 19 juli 2024. Selain menghitung dengan rumus manual, kemudian akan dibandingkan juga hasil dari analisa pengaruh *Engagement Rate* dari data tersebut terhadap efektivitas konten dengan alat bantu *software Phlanx* yang merupakan salah satu jenis *Social Media Analytics Toolss* untuk menganalisis big data pada media sosial (Instagram).

Deskripsi variable penelitian mencakup 2 bagian, yaitu konten *Reels* dan postingan. terdapat 23 konten *Reels* dan 56 konten postingan. pengukuran *Engagement Rate* pada konten *Reels* dan konten postingan mendapat nilai sebesar 3.18% dari *software Phlanx* dengan jumlah *followers* berjumlah 828. berdasarkan klasifikasi hasil, persentase 3.18% dikelompokkan pada kategori baik.

4.9. Persamaan / Perbedaan Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu oleh Ajra Kusuma Dkk dengan judul “Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi di Perpustakaan Universitas Bangka Belitung Berdasarkan *Engagement Rate*, Impression dan Reach” memiliki beberapa kesamaan dan perbedaan yang penting. Kesamaannya terutama terletak pada penggunaan metode analisis yang sama, yaitu *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Kedua penelitian ini menggunakan SEM-PLS untuk menguji hubungan antar variabel, menunjukkan bahwa kedua studi mengadopsi pendekatan kuantitatif yang serupa. Selain itu, baik penelitian ini maupun penelitian terdahulu sama-sama fokus pada pemanfaatan media sosial Instagram. Perbedaannya penelitian mereka tidak menerapkan *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk melihat bagaimana faktor-faktor seperti *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Attitude Toward Using* mempengaruhi adopsi informasi yang disebarluaskan melalui media sosial Instagram.

Penelitian terdahulu oleh Firra Kholisha Mustika Dkk dengan judul “Pengaruh *Content Marketing* dan *User-generated Content* Instagram Terhadap *Brand Equity* pada Konsultan Pariwisata Desma Center” memiliki beberapa kesamaan dan perbedaan yang penting. Kesamaannya terletak pada penggunaan metode analisis yang sama, yaitu *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Kedua penelitian ini menggunakan SEM-PLS untuk menguji hubungan antar variabel, menunjukkan bahwa kedua studi mengadopsi pendekatan kuantitatif yang serupa. Selain itu, baik penelitian ini maupun penelitian terdahulu sama-sama fokus pada pemanfaatan media sosial Instagram. Perbedaannya juga sama terletak pada tidak digunakannya *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk melihat bagaimana faktor-faktor seperti *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Attitude Toward Using* mempengaruhi adopsi informasi yang disebarluaskan melalui media sosial Instagram.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial terbukti efektif dalam meningkatkan literasi digital. Temuan ini didasarkan pada pengaruh signifikan dari kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap sikap pengguna dan niat mereka untuk menggunakan media sosial, serta dampak niat pengguna terhadap kepuasan mereka. Kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat berkontribusi positif terhadap sikap pengguna, niat mereka untuk menggunakan media sosial, dan pada akhirnya kepuasan mereka.

Namun, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap pengguna. Temuan ini mengindikasikan bahwa efektivitas media sosial dalam konteks literasi digital mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak sepenuhnya tercermin hanya dari persepsi manfaat. Faktor-faktor tersebut termasuk desain konten, kualitas interaksi, serta fitur-fitur tambahan dari platform media sosial yang dapat mempengaruhi pengalaman pengguna secara keseluruhan.

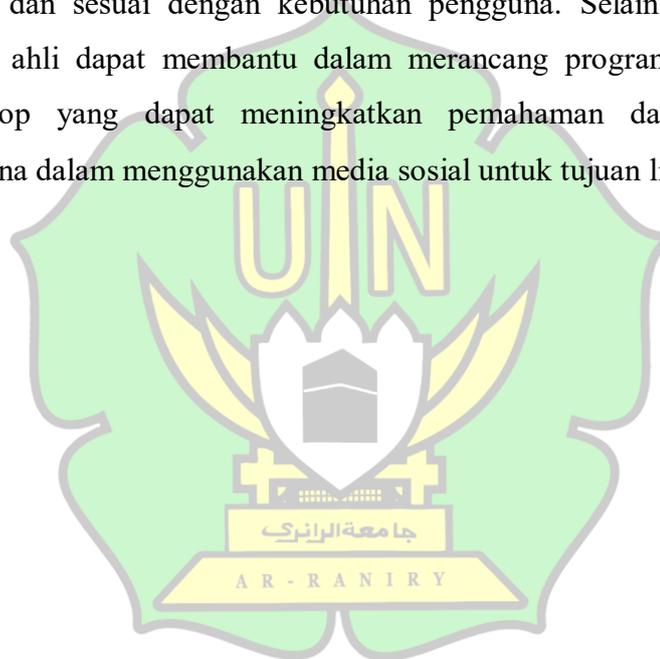
Temuan ini menegaskan bahwa meskipun media sosial memiliki potensi besar untuk meningkatkan literasi digital, efektivitasnya tidak hanya bergantung pada kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan. Desain yang menarik, konten yang relevan, serta interaksi yang positif juga memainkan peran penting dalam menentukan sejauh mana media sosial dapat meningkatkan literasi digital. Oleh karena itu, penting untuk merancang dan mengelola platform media sosial dengan mempertimbangkan berbagai aspek yang dapat mempengaruhi pengalaman pengguna.

5.2. Saran

1. Diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi efektivitas media sosial dalam konteks literasi digital. Penelitian lanjutan dapat membantu memahami lebih dalam

tentang bagaimana berbagai elemen platform media sosial berkontribusi pada peningkatan literasi digital, serta menemukan strategi baru untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai alat edukatif. Fokus penelitian dapat mencakup analisis mendalam tentang peran interaksi pengguna, kualitas konten, dan desain antarmuka dalam meningkatkan literasi digital.

2. Berkolaborasi dengan ahli literasi digital, pendidik, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengembangkan strategi dan konten yang efektif dalam meningkatkan literasi digital melalui media sosial. Kolaborasi ini dapat membantu memastikan bahwa konten yang disajikan relevan, akurat, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Selain itu, kolaborasi dengan ahli dapat membantu dalam merancang program pelatihan dan workshop yang dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan pengguna dalam menggunakan media sosial untuk tujuan literasi digital.



DAFTAR PUSTAKA

- (n.d.).
- aceh, B. b. (2022). *jumlah penduduk(jiwa),2020-2022*. Retrieved from badan pusat statistik provinsi aceh: <https://aceh.bps.go.id/indicator/12/55/1/jumlah-penduduk.html>
- aceh, p. k. (2022). *Demografi-pemerintah kota banda aceh*. Retrieved from pemerintah kota banda aceh: <https://bandaacehkota.go.id/p/demografi.html>
- aeni, s. n. (2022, mei). *Pengertian Inovatif, Jenis, dan Cara Melatihnya yang Perlu Diketahui*. Retrieved from Katadata.co.id: <https://katadata.co.id/sitinuraeni/berita/6295c3e574b54/pengertian-inovatif-jenis-dan-cara-melatihnya-yang-perlu-diketahui>
- Afif Priyambodo, K. U. (2020). IMPLEMENTASI *QR CODE* BERBASIS ANDROID PADA SISTEM PRESENSI. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 1011-1020.
- Albert Christopher, d. (2022). Analisis Tingkat Penerimaan Aplikasi BCA MOBILE di Kota Malang Menggunakan Metode Technology Accetance Model(TAM). *jurnal teknoifo*, 452-459. Retrieved from diction: <https://www.diction.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-technology-acceptance-model-tam/12975>
- BINUS UNIVERSITY. (2024, July 22). *MEMAHAMI VALIDITAS KONVERGEN (CONVERGENT VALIDITY) DALAM PENELITIAN ILMIAH*. Retrieved from binus.ac.id: <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-validitas-konvergen-convergent-validity-dalam-penelitian-ilmiah/>
- Christian Jody Toha, M. (2022). ANALISIS *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)* PADA APLIKASI GREATDAY. *Klik -Jurnal Ilmu Komputer*, 84.
- Christopher, A. (2022). Analisis Tingkat Penerimaan Aplikasi BCA Mobile Di Kota Malang Menggunakan Metode Techology Acceptance Model(TAM). *JURNAL TEKNOINFO*, 452-459.
- dataindonesia.id. (2023). *pengguna media social di indonesia*.
- Deswarita Tripani, M. A. (2022). Studi Komparatif Tentang Pengelolaan Media Sosial. *Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA) Volume 5, Nomor 2*, 247-257.
- dialeksis.com. (2023, april minggu). *pengguna internet di aceh terus bertambah dari tahun ke tahun. jumlah pengguna*.
- Dian Nurvita sari, & A. (2020). media sosial instagram sebagai media informasi edukasi parenting. *PERSEPSI: Communication Journal*, 23-36.
- Dinata, K. B. (2021). ANALISIS KEMAMPUAN LITERASI DIGITAL MAHASISWA. *Edukasi: Jurnal Pendidikan, Volume19Nomor1*, 105-119.

- Firmansyah, D. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 88.
- ghina shabrina, a. f. (2019). efektifitas instagram "earth hour bogor" as a environmental campaign media. *jurnal komunikasi pembangunan*, 144-157.
- indonesiabaik.id. (2021). *Literasi Digital Nasional Hadirkan 4 Pilar*. Retrieved from indonesiabaik: <https://indonesiabaik.id/videografis/literasi-digital-nasional-hadirkan-4-pilar#:~:text=Sementara%20itu%2C%20materi%20kelas%20literasi,Digital%2C%20dan%20Budaya%20Bermedia%20Digital.>
- iqbal, m. (2022). *Konten Adalah: Pengertian Menurut Para Ahli, Jenis, dan Etika Membuat Konten (2022)*. Retrieved from lindungi hutan: <https://lindungihutan.com/blog/pengertian-konten-adalah/>
- irwansyah, d. p. (2020). Memahami Masyarakat dan Perspektifnya. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu sosial*, 163-175.
- isma meirinda amalia, d. (2022). implementasi digital *marketing* untuk meminimalisir risiko kredit pada jasa keuangan. *JIAGABI(jurnal ilmu administrasi niaga/bisnis)*, 67-77.
- kebudayaan, k. p. (2017). *Gerakan literasi nasional*. jakarta: TIM GLN Kemendikbud.
- kominfo. (2017, 01). *Rendahnya literasi digital jadi penyebab penyebaran berita hoax*. Retrieved from kominfo.go.id: https://www.kominfo.go.id/content/detail/8806/rendahnya-literasi-digital-jadi-penyebab-penyebaran-berita-hoax/0/sorotan_media
- kompas. (2021, 08 21). *Kasus Pinjol Ilegal Muncul akibat Literasi Digital Rendah*. Retrieved from kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2021/08/21/07360007/kasus-pinjol-ilegal-muncul-akibat-literasi-digital-rendah?page=all>
- Lenaini, I. (2021). TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL PURPOSIVE DAN. *Historis : Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 34.
- Megawati Indah Sinaga, A. S. (2022). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Aplikasi *QR Code* Generator untuk Meningkatkan Kemampuan Bahasa Inggris Siswa Taman Kanak-Kanak. *Jurnal Basicedu Vol 6 No 6*, 9887-9897.
- Muhamad aulia ash-shidiq, A. R. (2021). Ujaran Kebencian Di Kalangan Pengguna Media Sosial Di Indonesia: Agama Dan Pandangan Politik. *journal.uui.ac.id*.
- naufal, h. a. (2021). literasi digital. *jurnal perspektif-yayasan jaringan kerja pendidikan bali*, 195-200.
- Naufal, H. A. (2021). literasi digital. *perspektif*, 195-202.
- prahastiwi utari, d. (2022). Pelatihan Produksi Konten dan Pengelolaan Sosial Media untuk pemulan pelaku UMKM di Desa Karangtaluna Magelang . *Indonesia Journal Of Community Servisces in Enginerring & Education (IJOCSEE)*, 119-128.

- purnawanto, a. t. (2021). urgensi literasi digital bagi guru, siswa, dan orang tua. *jurnal ilmiah pedagogy*, 85-98.
- putri, B. A. (2020, juni senin). *jangan mudah termakan hoax, saring sebelum sharing*. Retrieved from Kementrian keuangan republik indonesia: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13206/Jangan-Mudah-Termakan-Hoax-Saring-Sebelum-Sharing.html>
- putri, v. k. (2021, 06). *Literasi Digital: Pengertian, Prinsip, Manfaat, Tantangan dan Contoh*. Retrieved from kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2021/06/15/142539669/literasi-digital-pengertian-prinsip-manfaat-tantangan-dan-contoh>
- riki, h. k. (2023). efektifitas penggunaan media sosial dalam peranan sebagai sarana komunikasi dan promosi produk . *jurnal cafetaria vol. 4 no. 1*, 98-105.
- Silvia Anastasia, K. W. (2023). Pengaruh Beban Kerja, Lingkungan Kerja, dan Kepuasan Kerja. *Jurnal Titra*, 146.
- Swarjana, I. K. (2022). *POPULASI-SAMPEL, TEKNIK SAMPLING & BIAS DALAM PENELITIAN*. Penerbit ANDI.
- Syaiful Anam, d. (2023). Metode penelitian Kuantitatif. In S. M. Syaiful Anam, *Metode penelitian (Kualitatif, Kuantitatif, Eksperimen, dan R&D)* (pp. 1-274). Padang, sumatra barat: PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Tanujaya, C. (2018). PERANCANGAN STANDART OPERATIONAL PROCEDURE PRODUKSI. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 93.
- Viktor Handrianus Pranatawijaya, d. (2019). Pengembangan Aplikasi Kuesioner Survey Berbasis Web Menggunakan Skala *Likert* dan Guttman. *Jurnal Sains dan Informatika*, 129.
- Winnie Stevani, L. S. (2021). ISSN (Print)1907-6479 | ISSN (Online) 2774-5414 Stevani & Su Urgensi Perlindungan Data Pengguna Financial Technology terhadap Aksi Kejahatan Online di Indonesia. *journal of judicial review*, 197-216.
- wonderful, i. (n.d.). *Banda Aceh*. Retrieved from wonderful indonesia: <https://www.indonesia.travel/id/id/destinasi/sumatra/banda-aceh>
- YuniSeptiani, d. (2020). ANALISIS KUALITAS LAYANAN SISTEM INFORMASI AKADEMI UNIVERSITAS ABDURRAB TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE SEVQUAL (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Abdurrahman Pekanbaru). *JURNAL TEKNOLOGI DAN OPEN SOURCE*, 135.
- Zaluchu, S. E. (2021). Metode Penelitian di dalam Manuskrip Jurnal Ilmiah Keagamaan. *jurnal teologi berita hidup*, 2.
- Zaskia, P. d. (2021). Pengaruh Teknologi Digital terhadap Persatuan dan Kesatuan Bangsa Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusa*, 9232-9240.