

PENGARUH TAYANGAN MEDIA SOSIAL PENDAM BRAWIJAYA TERHADAP PANDANGAN MASYARAKAT TENTANG PROSES REKRUITMEN TNI AD

Yuval Hendaryn

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Yuvalprazka1@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the influence of Social Media Exposure on the Indonesian Army Recruitment Process. The subjects of this study were consumers who have used social media, particularly YouTube. The sample size consisted of 91 respondents. The sampling technique employed was non-probability sampling using purposive sampling method. Quantitative approach was used in this study. Data collection technique involved distributing questionnaires as the primary data source. Data analysis utilized statistical analysis through SPSS 29.

The results of this study indicate that: (1) Social Media Exposure has a positive but not significant influence on the community, (2) public perception influences the Indonesian Army recruitment, (3) YouTube as a social media platform has a positive but not significant influence on unaware communities.

Keywords: *Social media exposure does not have a negative impact on society.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Tayangan Media Sosial terhadap Proses Rekrutment TNI AD. Subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan media sosial khususnya Youtube. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 91 responden. Teknik pengumpulan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan non-probability sampling dengan metode yang digunakan yaitu purposive sampling. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan instrumen penyebaran kuesioner (angket) dengan sumber data primer. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SPSS 29. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Tayangan Media Sosial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap masyarakat, (2) pandangan masyarakat berpengaruh rekrutment TNI AD, (3) Media Sosial Youtube berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap masyarakat yang tidak mengetahuinya.

Kata kunci: Tayangan Media Sosial tidak berpengaruh buruk bagi masyarakat.

Pendahuluan

Dalam era globalisasi saat ini, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mengalami kemajuan yang signifikan, mengubah cara manusia berinteraksi dan mengakses informasi. Teknologi internet, sebagai salah satu inovasi utama, memfasilitasi akses mudah terhadap berbagai situs web, termasuk media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube.

Media sosial telah menjadi platform utama untuk berbagi informasi, berkomunikasi, dan membangun hubungan sosial secara virtual di masyarakat modern. Media sosial tidak hanya mempengaruhi cara individu berkomunikasi, tetapi juga memainkan peran penting dalam proses komunikasi massa dan siaran informasi. Di era ini, media penyiaran dan online telah bertransformasi dari format cetak dan siaran tradisional menjadi media digital yang lebih fleksibel dan responsif. Ini memungkinkan siaran informasi dalam format yang lebih dinamis dan dapat diakses secara instan oleh pengguna di seluruh dunia.

Penggunaan media sosial oleh berbagai institusi, termasuk militer seperti TNI Angkatan Darat, telah menjadi strategi penting dalam membangun hubungan dengan masyarakat dan menyebarkan informasi terkait kegiatan dan program mereka. Pendam Brawijaya, misalnya, aktif menggunakan berbagai platform media sosial untuk menjelaskan proses rekrutmen TNI AD kepada masyarakat, memastikan transparansi dan keterlibatan yang lebih besar dari audiens mereka. Namun, penggunaan media sosial juga membawa tantangan tersendiri, termasuk potensi penyebaran informasi yang tidak valid atau negatif seperti misinformasi dan ujaran kebencian. Hal ini menuntut pengelolaan yang hati-hati dan penggunaan yang bijak dari media sosial oleh institusi militer untuk menjaga reputasi dan membangun kepercayaan publik.

Dengan memahami peran dan dampak media sosial dalam konteks komunikasi modern, terutama dalam hal rekrutmen dan hubungan masyarakat dengan militer, penting bagi institusi seperti TNI AD untuk terus mengembangkan strategi komunikasi yang efektif dan responsif. Ini tidak hanya memperkuat hubungan dengan masyarakat, tetapi juga membantu membangun citra positif dan mendukung tujuan-tujuan mereka dalam menjaga keamanan dan kedaulatan negara.

Metode Penelitian

Penelitian ini akan mengadopsi metode survei sebagai pendekatan utama untuk mengumpulkan data melalui kuesioner online yang akan disebar kepada anggota masyarakat yang aktif menggunakan media sosial, seperti Instagram dan Facebook, serta mengikuti akun Pendam Brawijaya. Tujuannya adalah untuk mendalami dan menganalisis secara mendalam bagaimana tayangan media sosial tersebut memengaruhi pandangan masyarakat terhadap proses rekrutmen TNI AD. Metode survei dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengukur dan memetakan persepsi serta tanggapan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan melalui media sosial, dengan fokus pada aspek informativitas, transparansi, dan kepercayaan terhadap konten yang disajikan. Kuesioner yang akan dikembangkan akan dirancang untuk mencakup pertanyaan-pertanyaan yang relevan dan valid, yang bertujuan untuk mengungkapkan sejauh mana tayangan tersebut mempengaruhi opini dan sikap masyarakat terhadap TNI AD sebagai lembaga militer.

Analisis data dalam penelitian ini melibatkan teknik statistik deskriptif untuk mengidentifikasi pola dan tren dalam tanggapan responden, serta untuk menginterpretasikan hasil secara komprehensif. Implikasi dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam bagi praktisi komunikasi militer dan pengelola media sosial dalam

merancang strategi komunikasi yang efektif dan membangun kepercayaan publik yang lebih baik terhadap institusi militer. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk menjelaskan bagaimana media sosial mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap TNI AD, tetapi juga untuk memberikan kontribusi dalam memperkaya pemahaman tentang dinamika komunikasi publik dalam konteks era digital yang semakin berkembang pesat.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa tayangan Instagram Pendam Brawijaya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pandangan masyarakat mengenai proses rekrutmen TNI AD. Hasil uji hipotesis menggunakan uji T menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar $14.619 > t$ tabel 1.662 dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Meskipun pengaruh ini signifikan, namun tidak dominan. Ini diperkuat dengan nilai koefisien determinasi (R Square) dari uji regresi linear sederhana sebesar $0,555$, yang menunjukkan bahwa Instagram Pendam Brawijaya dapat menjelaskan $70,8\%$ variasi pandangan masyarakat tentang proses rekrutmen TNI AD. Sekitar $29,2\%$ variasi ini dipengaruhi oleh faktor indikator kuisisioner karena pernyataan ini lebih mudah untuk diketahui bagi masyarakat Perumahan Prima Kebraon.

Indikator yang tertinggi dalam mempengaruhi variabel Y dari penelitian kali ini yaitu pandangan masyarakat terhadap pengaruh dari tayangan media sosial Pendam V Brawijaya tentang proses rekrutmen TNI AD. Masyarakat Perumahan Prima Kebraon menganggap cukup menarik dan unik sehingga tayangan tersebut selalu melekat dalam ingatan mereka. Tayangan yang selalu unik dan menarik dari media sosial Pendam V Brawijaya dapat memberikan dampak dari pandangan masyarakat Perumahan Prima Kebraon tentang proses rekrutmen TNI AD.

Fokus tertinggi dalam mempengaruhi variabel X dalam penelitian ini adalah tayangan yang ditampilkan dalam setiap Media sosial. Informasi yang disajikan terkait proses rekrutmen TNI AD dengan menarik di Instagram, Facebook, dan Youtube tersebut berperan penting dalam membentuk persepsi masyarakat, sehingga Instagram, Facebook, dan Youtube ini berhasil dalam membangun kesadaran masyarakat yang mungkin tidak ditemukan dalam platform media sosial lainnya.

Penutup

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa tayangan Instagram Pendam Brawijaya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pandangan masyarakat mengenai proses rekrutmen TNI AD. Rekomendasi dari penelitian ini adalah untuk masyarakat agar lebih hati-hati dalam menanggapi berita negatif di media sosial tentang Kodam V Brawijaya, dengan melakukan verifikasi informasi. Bagi peneliti, disarankan untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut dengan mempertimbangkan variabel tambahan guna menyempurnakan analisis mengenai pengaruh tayangan media sosial Pendam Brawijaya terhadap pandangan masyarakat.

Daftar Pustaka

Aninda.n. (2018). Pengaruh Tayangan Media Vlog Youtube Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNISKA MAB. UNISKA.

Gozali, G., Dardiri, A., & Soekopitojo, S. (2018). Penerapan Teaching Factory Jasa Boga untuk Meningkatkan Kompetensi Entrepreneur Siswa Sekolah Menengah Kejuruan. JSHP (Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan), 2(1), 46.

Etikawati, E., & Udjang, R. (2016). Strategi Rekrutmen Dan Seleksi Terhadap Kinerja Karyawan. Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis, 4(1).

Wahyu Firdaus, M. S. M. (2021). Konseling Remaja yang Kecanduan Gadget Melalui Terapi Kognitif Behavior. Vol. 6 No. 1.

Zulham, M. (2021). Pengaruh Metode Stimulus Respon terhadap Daya Serap pada Pembelajaran Keterampilan Berbicara. Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra, 7(1).