HUBUNGAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DENGAN TINGKAT KESADARAN AKAN GERAKAN BLACK LIVES MATTER

MINI SKRIPSI

Diajukan oleh:

Stephannie Octavia Matthew	18110220298
Afaffirizky Sausan Anandita	18110220604
Ailsa Athiyyah Armina	18110220738
Christy Veronica	18110221921
Laisya Fraya Devara	18110221838

Untuk Memenuhi Syarat Kelulusan Ujian Akhir Semester 4 Mata Kuliah M.C.R.I Quantitative

Kelas: IR 22-2SP

Lecturer: Ir. Mursal Boer, M.Agr Sc.



Communication & Business Institute

The Leading Graduate School of Communication & Business

Jakarta 2020

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur para peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dalam perlindungan dan kehendak-Nya para peneliti dapat menyelesaikan mini skripsi ini.

Mini Skripsi dengan judul **"Hubungan penggunaan media sosial dengan tingkat kesadaran akan gerakan *Black Lives Matter*"** ini merupakan salah satu syarat kelulusan untuk nilai ujian akhir mata kuliah M.C.R.I Quantitative semester 4 untuk mahasiswa/i LSPR Communication and Business Institute. Tidak lupa juga peneliti ucapkan terima kasih kepada dosen peneliti yaitu bapak Ir. Mursal Boer, M.Agr Sc. yang telah membimbing peneliti terkait mini skripsi ini.

Selama proses penelitian mini skripsi ini penulis mendapatkan dukungan, bantuan, saran, bimbingan, petunjuk, serta dorongan baik secara moril maupun spiritual dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, para peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prita Kemal Gani, MBA, MCIPR, APR (UK), Ketua STIKOM LSPR Communication and Business Institute.
2. Bapak Ir. Mursal Boer, M.Agr Sc. dosen kami yang mengajar mata kuliah ini yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengoreksi kesalahan-kesalahan dan memandu kami dalam menyelesaikan mini skripsi ini.
3. Para responden yang bersedia mengisi kuesioner kami untuk kelancaran mini skripsi kami.

Besar harapan kami para peneliti agar skripsi ini dapat bermanfaat serta menambah pengetahuan bagi para pembaca dan pihak-pihak lainnya.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan mini skripsi ini ditambah dengan kondisi pandemi Covid-19 yang mengharuskan para peneliti untuk melakukan pengerjaan mini skripsi dari rumah masing-masing. Untuk itu, para peneliti memohon maaf dan pengertian yang sebesar-besarnya apabila terdapat kekeliruan, kesalahan, ataupun segala kekurangan dalam penelitian ini, baik yang disadari maupun yang tidak disadari.

Jakarta, 18 Juli 2020

DAFTAR ISI

HUBUNGAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DENGAN TINGKAT KESADARAN AKAN GERAKAN BLACK LIVES MATTER **1**

KATA PENGANTAR **ii**

DAFTAR ISI **iv**

DAFTAR TABEL **vii**

DAFTAR GAMBAR **viii**

BAB I **1**

PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang Masalah 1

Gambar 1. Social Media Behaviours dari GlobalWebIndex (Q3,2019) 4

Gambar 2. Foto George Floyd dari Ubuntu Times 4

Gambar 3. Top 5 Most Impactful Users dari Drone Emprit 6

Gambar 4. Hashtag #BLACKLIVESMATTER on Twitter dari Pew Research Center 7

Gambar 5. Logo Instagram dari Instagram.com 8

Gambar 6. Hashtag BlackLivesMatter on Instagram, dari Recent Hashtag Instagram 9

Gambar 7. JusticeforGeorgeFloyd on Instagram, dari Recent Hashtag Instagram 9

Gambar 8. Breonna Taylor dari nytimes.com 10

Gambar 9. Logo Twitter dari Twitter.com 12
Gambar 10. *Recent Tweets* dari tagar *blacklivesmatter* di twitter 13
Gambar 11. Distributions of Locations #BlackLivesMatter dari dronemempirit 14
Gambar 12. Most Active Cities for #BlackLivesMatter dari droneempirit 15
Gambar 13. Trends of total mentions by media types 15
Gambar 14 BLM *March* dari pinterest 16
Gambar 15. BLM *virtual zoom march* dari Instagram 17
1.2 Rumusan Masalah: 18
1.3 Tujuan Penelitian: 18
1.4 Manfaat Penelitian 18
1.4.1 Manfaat Akademis 18
1.4.2 Manfaat Praktis 18
Bab II **19**
Kerangka Teoritis **19**
2.1 Penelitian Sebelumnya 19
2.2 Teori Uses and Effects 24
2.3 Media Sosial 25
Gambar 16. Digital Around The World in 2020 dari We are Social x Hootsuite 26
2.3.1 Instagram 27
Gambar 17. Logo Instagram dari Instagram.com 28
2.3.2 Twitter 30
Gambar 18. Logo Twitter dari twitter.com 31
2.4 Tingkat Kesadaran 33
2.5 Hipotesis 34
2.6 Kerangka Kerja Penelitian 35
Gambar 19. Kerangka Kerja Penelitian, Data Olahan Peneliti, 2020 35
Bab III **36**
Metodologi Penelitian **36**
3.1 Metode Penelitian 36
3.2 Populasi dan Sampel 36

3.2.1 Populasi 36
3.2.2 Sampel 37
3.3 Teknik Pengumpulan Data 38
3.3.1 Data Primer 39
3.3.2 Sekunder 39
3.4 Teknik Analisis Data 40
3.4.1 Uji Analisis Regresi Linear Sederhana 40
3.5 Waktu dan Lokasi Penelitian 40
3.6 Tabel Operasional Variabel 42
3.7 Uji Instrumen 45
3.7.1 Uji Validitas 45
3.7.2 Uji Reliabilitas 46
3.7.3 Uji Korelasi Pearson Product Moment 46
3.7.4 Uji Koefisien Determinasi / Koefisien Penentu 46
3.7.5 Uji t 47
BAB IV 48
Hasil dan Pembahasan 48
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian 48
Gambar 20. Black Lives Matter dari whimsical.co.uk 48
4.2 Hasil Penelitian 49
4.2.1 Hasil Angket 49
4.2.2 Hasil Uji Pre-Test Validitas 53
4.2.2 Hasil Uji Pre-Test Reliabilitas 55
4.2.3. Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment 57
4.2.4 Hasil Koefisien Determinasi / Koefisien Penentu 60
4.2.5 Hasil Uji t 61
Gambar 21. Kurva Uji t, data olahan peneliti 62
4.3. Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 62
Gambar 22. Diagram Pie, data olahan peneliti 63
4.4 Hasil Analisis Data 63
4.4.1 Variabel X Penggunaan Media Sosial 63

Gambar 23. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 64
Gambar 24. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 65
Gambar 25. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 66
Gambar 26. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 67
Gambar 27. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 68
Gambar 28. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 69
Gambar 29. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 70
Gambar 30. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 71
Gambar 31. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 72
Gambar 32. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 74
4.4.2 Variabel Y Tingkat Kesadaran akan Gerakan Black Lives Matter 74
Gambar 33. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 75
Gambar 34. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 76
Gambar 35. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 77
Gambar 36. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 78
Gambar 37. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 79
4.5 Pembahasan 79
Bab V **83**
Simpulan dan Saran **83**
5.1 Simpulan 83
5.2 Saran 84
5.2.1 Saran Akademis 84
5.2.2 Saran Praktis 85
DAFTAR PUSTAKA **85**

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya 22

Tabel 2. Tabel GANTT Chart 41

Tabel 3. Tabel Operasionalisasi Variabel X 42

Tabel 4. Operasionalisasi Variabel Y 43

Tabel 5. Tabel Data X 49

Tabel 6. Tabel Data Y 51

Tabel 7. Tabel Hasil Uji Validitas Variabel X 53

Tabel 8. Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Y 54

Tabel 9. Tabel Uji Reliabilitas Variabel X 55

Tabel 10. Tabel Cronbarch’s Alpha 55

Tabel 11. Tabel Uji Reliabilitas Variabel Y 56

Tabel 12. Tabel Cronbarch’s Alpha 56

Tabel 13. Tabel Hasil Uji Korelasi 58

Tabel 14. Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi 59
Tabel 15. Tabel Hasil Koefisien Determinasi 60
Tabel 16. Tabel Hasil Uji t 61
Tabel 17. Tabel Umur Responden 62
Tabel 18. Distribusi Frekuensi 63
Tabel 19. Distribusi Frekuensi 64
Tabel 20. Distribusi Frekuensi 65
Tabel 21. Distribusi Frekuensi 67
Tabel 22. Distribusi Frekuensi 68
Tabel 23. Distribusi Frekuensi 69
Tabel 24. Distribusi Frekuensi 70
Tabel 25. Distribusi Frekuensi 71
Tabel 26. Distribusi Frekuensi 72
Tabel 27. Distribusi Frekuensi 73
Tabel 28. Distribusi Frekuensi 74
Tabel 29. Distribusi Frekuensi 75
Tabel 30. Distribusi Frekuensi 76
Tabel 31. Distribusi Frekuensi 77
Tabel 32. Distribusi Frekuensi 78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Social Media Behaviours dari GlobalWebIndex (Q3,2019) 4
Gambar 2. Foto George Floyd dari Ubuntu Times 4
Gambar 3. Top 5 Most Impactful Users dari Drone Emprit 6
Gambar 4. Hashtag #BLACKLIVESMATTER on Twitter dari Pew Research Center 7
Gambar 5. Logo Instagram dari Instagram.com 8
Gambar 6. Hashtag BlackLivesMatter on Instagram, dari Recent Hashtag Instagram 9
Gambar 7. JusticeforGeorgeFloyd on Instagram, dari Recent Hashtag Instagram 9

Gambar 8. Breonna Taylor dari nytimes.com 10
Gambar 9. Logo Twitter dari Twitter.com 12
Gambar 10. *Recent Tweets* dari tagar *blacklivesmatter* di twitter 13
Gambar 11. Distributions of Locations #BlackLivesMatter dari dronemempirit 14
Gambar 12. Most Active Cities for #BlackLivesMatter dari droneempirit 15
Gambar 13. Trends of total mentions by media types 15
Gambar 14 BLM *March* dari pinterest 16
Gambar 15. BLM *virtual zoom march* dari Instagram 17
Gambar 16. Digital Around The World in 2020 dari We are Social x Hootsuite 26
Gambar 17. Logo Instagram dari Instagram.com 28
Gambar 18. Logo Twitter dari twitter.com 31
Gambar 19. Kerangka Kerja Penelitian, Data Olahan Peneliti, 2020 35
Gambar 20. Black Lives Matter dari whimsical.co.uk 48
Gambar 21. Kurva Uji t, data olahan peneliti 62
Gambar 22. Diagram Pie, data olahan peneliti 63
Gambar 23. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 64
Gambar 24. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 65
Gambar 25. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 66
Gambar 26. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 67
Gambar 27. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 68
Gambar 28. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 69
Gambar 29. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 70
Gambar 30. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 71
Gambar 31. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 72
Gambar 32. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 74
Gambar 33. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 75
Gambar 34. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 76
Gambar 35. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 77
Gambar 36. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 78
Gambar 37. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8 79

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini keberagaman suku dan budaya dari beberapa daerah yang berbeda telah menyebar di seluruh penjuru dunia. Perpindahan manusia atau migrasi dengan skala besar dari satu wilayah ke wilayah lain sudah terjadi sejak abad ke-16 saat Eropa mengalami ekspansi dan revolusi industri serta agrikultur. Selain faktor migrasi, hal lain yang juga memicu perpindahan manusia yaitu perbudakan.

Sejarah perbudakan ras kulit hitam dimulai sejak tahun 1607 hingga 1807 yang diawali dengan penjual-belian budak di Amerika Selatan sampai kegiatan tersebut dilarang. Perbudakan tersebut dihapuskan oleh Abraham Lincoln di tahun 1863 melalui status hukum yang pada saat itu menjabat sebagai presiden AS pada tahun 1860. Rasisme yang terjadi di Amerika dimulai dengan adanya perbudakan dan berbagai undang-undang negara bagian atau federal yang mempraktekkan perbudakan secara tidak manusiawi dan kemudian dijadikan hukum. Amerika Selatan adalah "masyarakat budak", bukan hanya masyarakat dengan budak. Namun, setelah penghapusan perbudakan, hukum yang mirip dengan kode budak terus menindas orang kulit hitam.

Hak-hak mereka dibatasi oleh ras kulit putih yang merasa yakin kedudukannya lebih tinggi dibanding ras kulit hitam. Sekitar abad ke-20 hukuman mati tanpa pengadilan muncul sebagai taktik baru untuk mengendalikan kehidupan orang kulit hitam. Ida B. Wells-Barnett sebagai pejuang anti-hukuman mati tanpa pengadilan mengungkapkan dalam *'The*

Red Record' bahwa hukuman mati tanpa pengadilan terhadap orang kulit hitam Amerika tidak hanya direncanakan sebelumnya tapi juga didukung penuh oleh polisi setempat. Namun, aksi Perlawanan terhadap rasisme dan diskriminasi di AS menyebabkan gerakan-gerakan persamaan hak-hak sipil pada tahun 1960-an mencapai keuntungan secara politik dan sosial.

Pada 13 Juli 2013, Patrisse Cullors, Alicia Garza, dan Opal Tometi pertama kali memposting *#BlackLivesMatter* di media sosial Twitter. Tagar (*#Hashtag*) ini diciptakan untuk memprotes pembebasan George Zimmerman dalam kasus tewasnya Trayvon Martin. George Zimmerman dinyatakan tidak bersalah atas kematian Trayvon Martin. Komunitas kulit hitam pun turun ke jalan-jalan Florida menunjukkan bentuk protesnya dan patah hatinya setelah keputusan juri diumumkan. Kasusnya kemudian debat prasangka atas kesetaraan ras di Amerika Serikat yang berbuntut unjuk rasa di sejumlah wilayah.

Black Lives Matter merupakan sebuah ideologi dan gerakan yang ditujukan untuk memberi pengertian kepada warga dan masyarakat mengenai kasus-kasus ketidakadilan yang dialami oleh komunitas Afrika-Amerika. Gerakan Black Lives Matter ini memiliki niat untuk menghilangkan ketidakadilan dan ketidaksetaraan ras yang terjadi terhadap komunitas kulit hitam. Gerakan ini menjadi lebih mendunia ketika kasus pembunuhan Michael Brown yang tewas setelah 6 kali tertembak dalam posisi menyerah oleh polisi setempat pada tahun 2014. Setelah itu, gerakan BLM telah berkembang menjadi jaringan organisasi akar rumput yang berada di lebih dari 30 kota di Amerika dan 4 kota di luar negeri. Perkembangan gerakan Black Lives Matter (BLM) diidentifikasikan menjadi sebuah gerakan sosial baru dalam menganalisis berbagai aspek yang ada terutama untuk perbedaan ras yang bertujuan menegakkan istilah ‘anti rasisme’. Gerakan ini sekarang mengidentifikasi dirinya

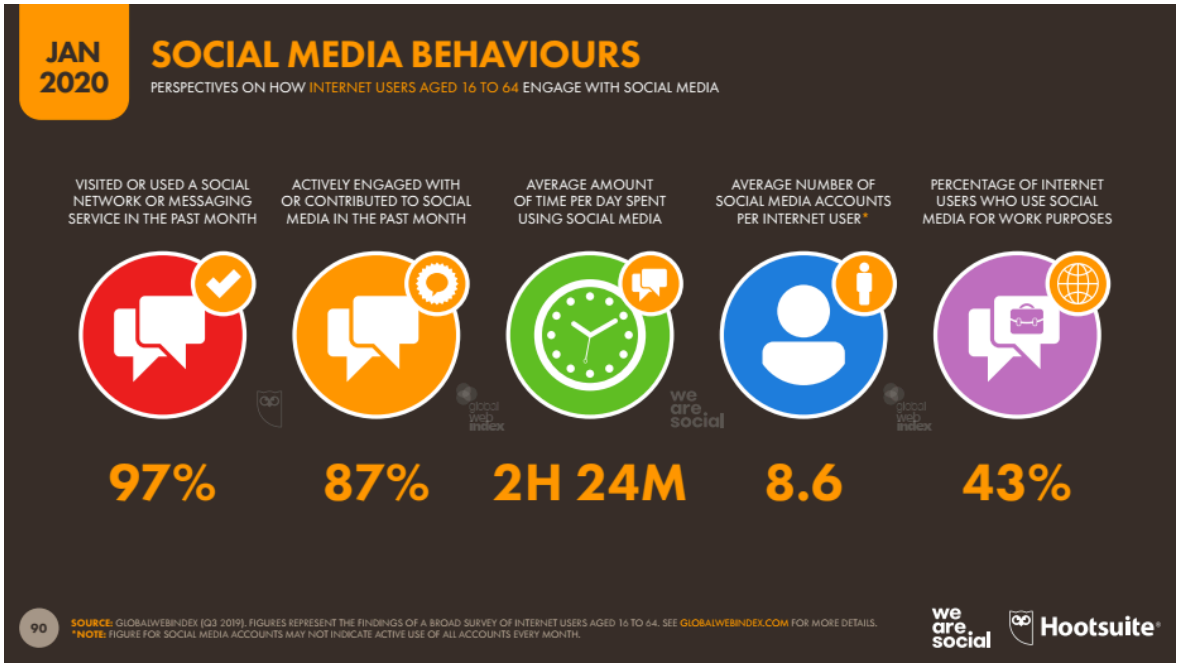
sebagai "organisasi nasional yang bekerja untuk validitas kehidupan hitam" (Tedeneke, 2016).

Hukuman mati tanpa pengadilan muncul menjadi taktik baru untuk mengendalikan kehidupan orang hitam. Tidak hanya direncanakan sebelumnya tetapi didukung oleh polisi setempat sehingga selama musim panas 1919, kekerasan ras besar-besaran meletus di Amerika. Di Chicago, Eugene Williams, seorang remaja kulit hitam dibunuh pada 27 Juli 1919 karena berenang di bagian khusus 'kulit putih' Danau Michigan.

Pada era globalisasi sekarang, informasi menyebar dengan sangat cepat, Informasi dari media sosial mampu mempengaruhi pembentukkan pendapat publik yang menentukan kejadian yang terjadi di di Benua Amerika pun tersebar dengan cepat hingga ke Benua Asia dalam hitungan detik. Hubungan dekat penggunaan media sosial dengan gerakan *Black Lives Matter* ini membuat kami meneliti lebih dalam akan media sosial yang berdampak terhadap gerakan *Black Lives Matter*. Era informasi dan jaringan sekarang ini membuka jalan bagi jaringan komunikasi sosial besar-besaran yang telah menghasilkan Gerakan Keadilan Global (Klusener, 2019).

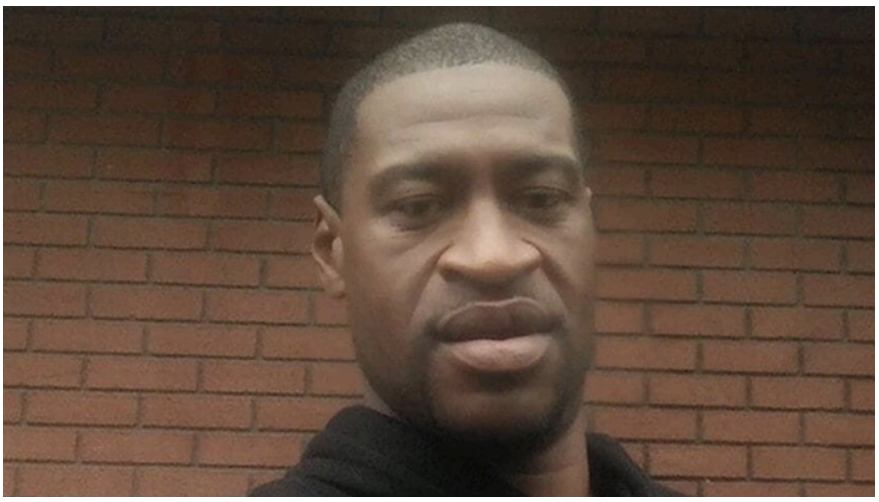
Berdasarkan Digital 2020 terungkap bahwa pengguna internet di seluruh dunia telah mencapai angka **4,5 miliar** orang. Angka ini menunjukkan bahwa pengguna internet telah mencapai lebih dari 60 persen penduduk dunia atau lebih dari separuh populasi bumi. Media sosial merupakan media penyebaran tercepat dan merupakan teknologi yang dapat berbagi informasi, pendapat, berita ter-update, pemikiran, ide gagasan. Media sosial menjadi penghubung antara manusia yang efektif dan efisien. Media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam berkomunikasi dan menyebarkan teknologi serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam politik dan gerakan aktivisme. Internet berperan sangat penting dalam era globalisasi ini, selain dapat menyebarkan informasi

secara luas ke banyak orang, internet juga dapat diakses kapan saja dan dimana saja oleh siapa saja.



Gambar 1. Social Media Behaviours dari GlobalWebIndex (Q3,2019)

Dari 4,5 miliar pengguna internet dunia, 3,8 milyar diantaranya sudah menggunakan media sosial dan setiap orang memiliki lebih dari satu akun media sosial pada banyak platform. Pengguna internet media sosial ini sangat banyak jumlahnya yang membuat persebaran berita sangatlah cepat hingga ke pelosok dunia.



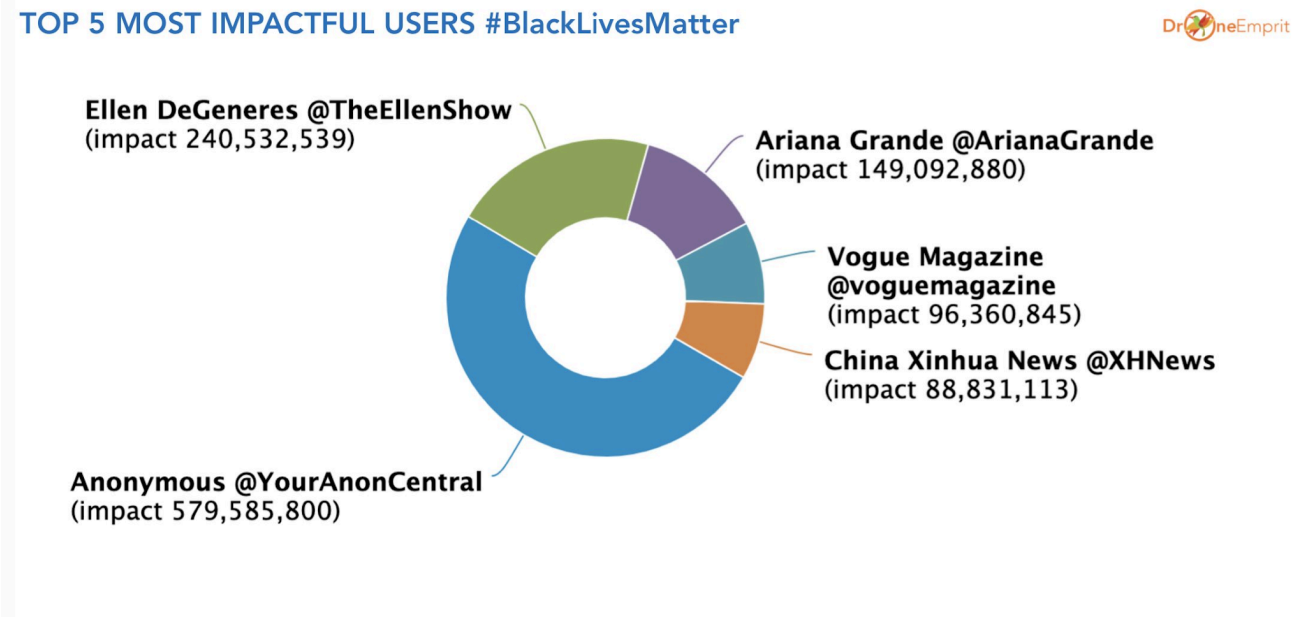
Gambar 2. Foto George Floyd dari Ubuntu Times

Belum lama ini pada 25 mei lalu, terjadi kasus pembunuhan orang kulit hitam bernama George Floyd (46 tahun) yang dilakukan oleh petugas polisi Minneapolis bernama Derek Chauvin yang dibantu oleh J Alexander Kueng, Thomas K. Lane, dan Tou Thao, yang didakwa telah membantu dan bersekongkol dalam pembunuhan George Floyd. Floyd lahir dan besar di Houston, tepatnya di Third Ward, sebuah pemukiman warga kulit hitam yang setengah populasinya hidup dalam garis kemiskinan.

Kematian Floyd diawali oleh laporan penjaga toko di Minneapolis. Penjaga toko tersebut kemudian memanggil polisi karena Floyd membeli rokok menggunakan uang palsu pecahan US$ 20. Pada insiden tersebut, Derek menekan leher George Floyd ke tanah menggunakan lututnya, George Floyd sempat berkali-kali berteriak meminta tolong hingga kalimat terakhirnya yaitu *“I Can’t Breathe”* yang juga dijadikan tagar di banyak media sosial selain *#BlackLivesMatter* dan *#JusticeForGeorgeFloyd*. Diperkirakan polisi menangkap George Floyd karena berbelanja menggunakan uang palsu di sebuah supermarket daerah tersebut. Warga setempat sempat merekam insiden tersebut dan berusaha menolong George dengan memperingati polisi tersebut untuk melepaskan lututnya

tetapi tidak menghiraukan peringatan tersebut dan menodongkan pistol ke arah warga setempat supaya diam.

Petisi *Justice for George Floyd* menjadi petisi yang sangat populer di Amerika Serikat karena merupakan petisi Amerika terbesar dan tercepat penyebarannya dalam sejarah *change.org*. Petisi yang berisi penuntutan dan penangkapan petugas polisi Minneapolis sebagai bentuk keadilan untuk George Floyd ini mencapai 5 juta tanda tangan setelah 5 hari kematian George Floyd.



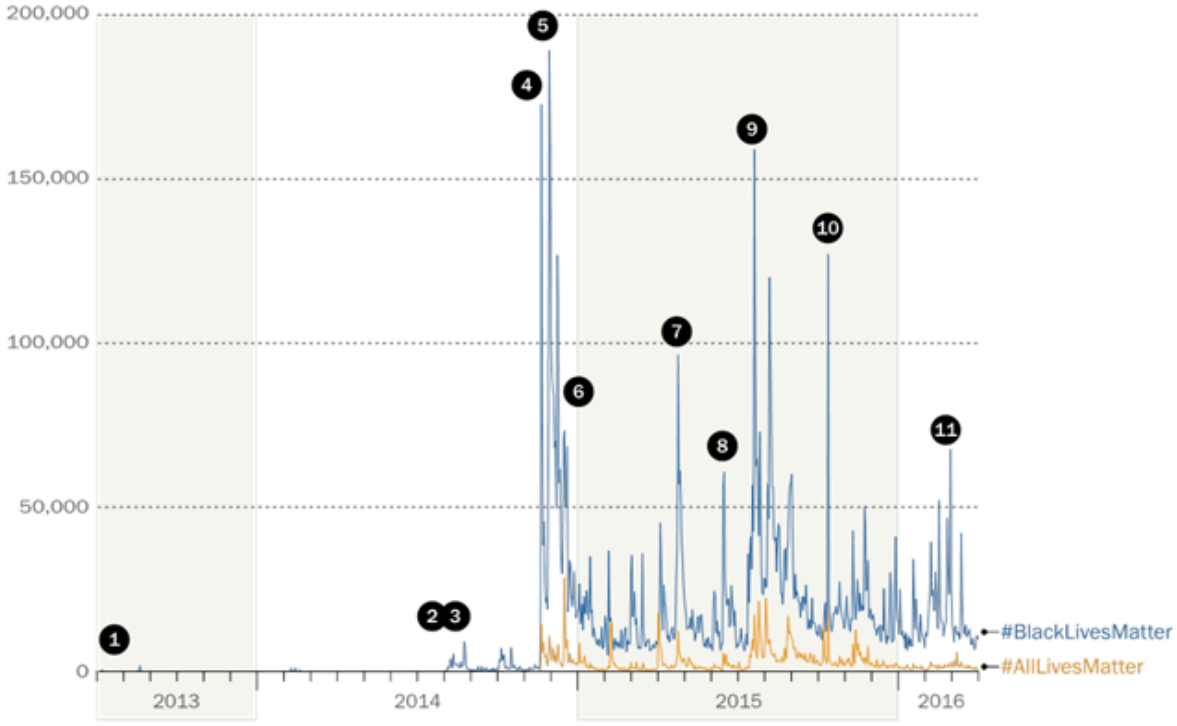
Gambar 3. Top 5 Most Impactful Users dari Drone Emprit

Tagar *Justice For George Floyd* ini juga disebarkan oleh para selebriti seperti Ariana Grande yang mendorong fans nya untuk menandatangani dan menyebarkan petisi keadilan untuk George Floyd. Disamping itu juga ada Kanye West yang memberikan donasi 2 *million dollars* untuk biaya kuliah putri dari George Floyd. Berikut pada gambar, terdapat 5 akun selebriti yang paling berdampak dalam penyebaran tagar *#BlackLivesMatter,* Ellen DeGeneres dengan akunnya @TheEllenShow

yang ikut memberikan dampak sebesar 240.532.539 akun lainnya, Ariana Grande dengan akun pribadinya @ArianaGrande dengan dampak 149.092.880, berikut juga terdapat akun Vogue Magazine @voguemagazine yang berimpact kepada 96.360.845 akun lainnya, China Xinhua News @XHNews dengan dampak 88.831.113, dan terbesar adalah dari Anonymous dengan menggunakan akun @YourAnonCentral yang berimpact sebesar 579.585.800.

From July 12, 2013, to March 31, 2016, #BlackLivesMatter was used eight times as often as #AllLivesMatter

Number of Twitter posts mentioning each hashtag: July 12, 2013, to March 31, 2016



1 7/13/13 Hashtag #BlackLivesMatter first appears on Twitter

2 7/17/14 Eric Garner dies in N.Y. after being arrested

3 8/9/14 Michael Brown is killed during an encounter with police officer in Ferguson, Mo.

4 11/22/14 Tamir Rice is killed by police in Cleveland while playing with a toy gun

5 11/24/14 Prosecutor announces there will be no indictment in Michael Brown case

6 12/20/14 Two police officers are killed in N.Y. while sitting in their patrol car

7 4/19/15 Freddie Gray dies in Baltimore while in police custody

8 6/17/15 Shooting at church in Charleston, S.C., kills 9 people

9 7/13/15 Sandra Bland is found hanged in Texas jail cell

10 10/13/15 Bernie Sanders defends #BlackLivesMatter in debate

11 2/28/16 2016 Oscars

Source: Pew Research Center analysis using Crimson Hexagon. "Social Media Conversations About Race"

PEW RESEARCH CENTER

Gambar 4. Hashtag #BLACKLIVESMATTER on Twitter dari Pew Research Center

Bersamaan dengan memeriksa *tweet* yang menyebutkan ras secara umum, analisis Pusat melihat semua *tweet* yang termasuk tagar *#BlackLivesMatter* dan *#AllLivesMatter* dari 12 Juli 2013 hingga 31 Maret 2016. *Tweet-tweet* ini (total 13,3 juta) saat itu dianalisis menggunakan alat *algoritmik Crimson Hexagon*. Pada tahun 2014, tagar *#BlackLivesMatter* muncul rata-rata 58.747 kali per-hari dalam kira-kira tiga minggu setelah kematian Brown. Namun, penggunaan tagar meningkat secara dramatik tiga bulan kemudian ketika pada 25 November, sehari setelah Ferguson memutuskan uwantuk tidak mendakwa petugas yang terlibat dalam kematian Brown, tagar *#BlackLivesMatter* muncul 172.772 kali. Selama tiga minggu ke depan, tagar digunakan 1,7 juta kali.

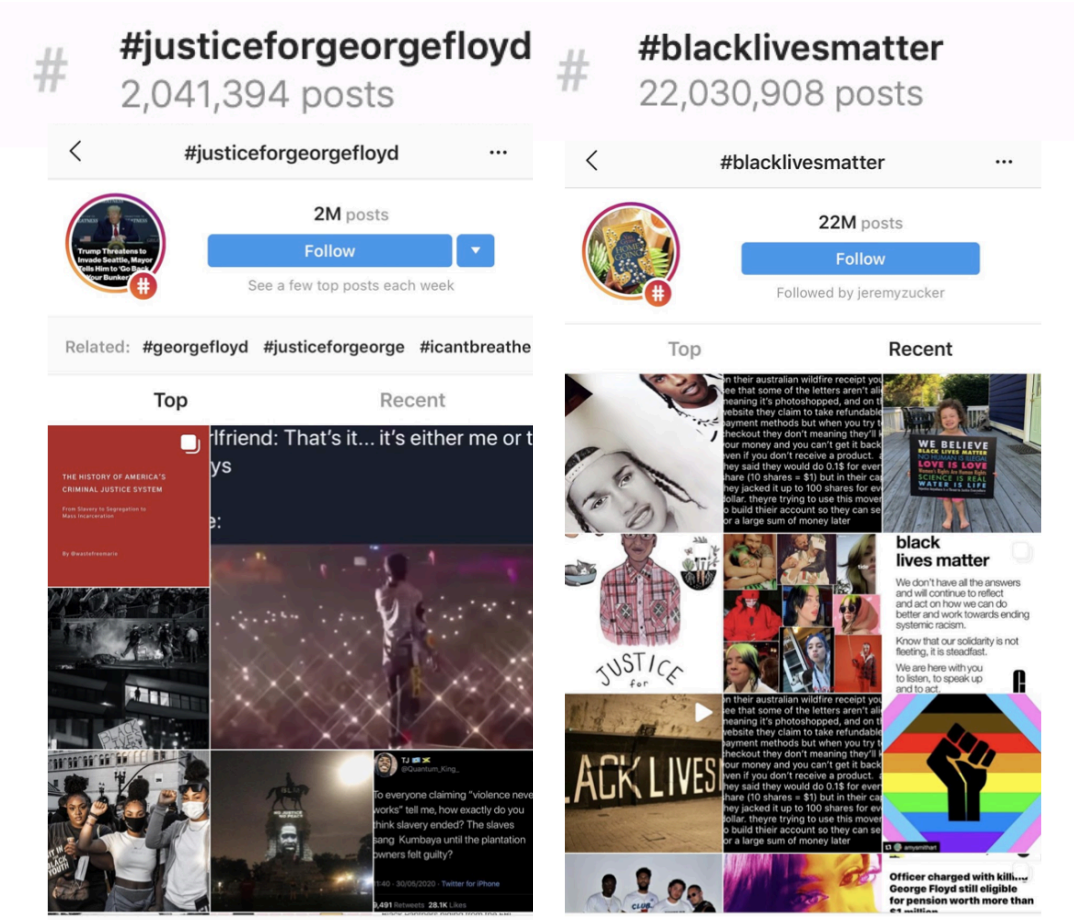


Gambar 5. Logo Instagram dari Instagram.com

Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial online untuk berbagi foto, video serta dapat menggunakan filter-filter yang dibuat oleh pihak instagram dan akun instagram pribadi orang untuk dibagikannya kepada jejaring online. Pada aplikasi instagram, pengguna dapat mengunggah foto atau pun video dengan menambahkan *hashtag* atau tagar, lokasi, *tag* seseorang, serta menulis *caption* atau informasi tertentu. Pada tahun 2019, Instagram melaporkan adanya 500 juta akun instagram yang aktif mengupload *stories* pada tahun tersebut. Pengguna

instagram terbanyak adalah pada usia 25-34 tahun, kedua terbanyak adalah usia 18 - 24 tahun. Pada usia dominan tersebut, pengguna seringkali melakukan aktifitas dalam media sosial untuk membangun jaringan dan mengekspresikan pendapat akan segala isu secara *virtual* dalam proses komunikasi.

Pada gambar dibawah merupakan fitur yang dipakai pengguna instagram untuk mengunggah foto atau video dengan menggunakan tagar untuk mengungkapkan sesuatu.



Gambar 6. Hashtag BlackLivesMatter on Instagram, dari Recent Hashtag Instagram

Gambar 7. JusticeforGeorgeFloyd on Instagram, dari Recent Hashtag Instagram

Pada data terakhir yang diambil tanggal 13 Juni pukul 00.23 pagi, tagar *#BlackLivesMatter* pada media sosial Instagram terdapat sebanyak 22.030.908 *posts* dimana setiap detiknya hingga per tanggal 13 Juni pukul 00.23 pagi, masih banyak orang yang menyebarkan foto dan memasang tagar *#BlackLivesMatter.*

Tagar pada media sosial Instagram ini ditujukan untuk rasa kepedulian bahwa komunitas kulit hitam pun mempunyai hak yang sama, untuk menunjukkan kesetaraan. Sebanyak 4.4% dari pengguna instagram menunjukkan dukungan terhadap komunitas kulit hitam.

Data yang diambil pada tanggal 13 Juni pukul 00.33 pagi, tagar *#JusticeforGeorgeFloyd* mencapai 2.041.394 postingan di Instagram. Postingan tersebut sebagai rasa peduli terhadap George Floyd dan keluarga serta komunitas orang kulit hitam yang selama ini terdiskriminasi.



Gambar 8. Breonna Taylor dari nytimes.com

Kematian George Floyd pada tanggal 25 Mei lalu merupakan pemicu bagi masyarakat yang anti rasis untuk menegakkan keadilan untuk para korban komunitas kulit hitam lain yang kasusnya tidak terangkat atau

kurang mendapat perhatian dari publik. Salah satunya seperti dalam kasus Breonna Taylor, seorang African-American yang merupakan teknisi medis asal Louisville, Kentucky, Amerika Serikat yang ditemukan terbunuh di apartemennya sendiri pada tanggal 13 maret setelah tengah malam.

Kasus ini berawal saat petugas polisi di Louisville memasuki apartemennya dan melakukan penggeledahan tanpa mengetuk pintu terlebih dahulu yang mengakibatkan Kenneth Walker pacar dari Breonna Taylor melakukan aksi pembelaan diri dengan mengeluarkan senjata api karena dianggap sebagai perampok namun setelah konfrontasi yang singkat, petugas polisi mulai melepaskan beberapa tembakan ke arah Breonna Taylor.

Menurut Louisville Journal, petugas polisi tersebut sedang menginvestigasi dua lelaki yang dipercaya menjual narkoba di luar sebuah rumah yang jauh dari rumah Breonna Taylor, namun para petugas polisi tersebut juga mendapat izin dari salah seorang juri untuk ikut menginvestigasi rumah Breonna Taylor karena mereka percaya bahwa salah satu dari kedua lelaki/*suspect* tersebut pernah menggunakan *apartment* Breonna untuk menyembunyikan sebuah paket.

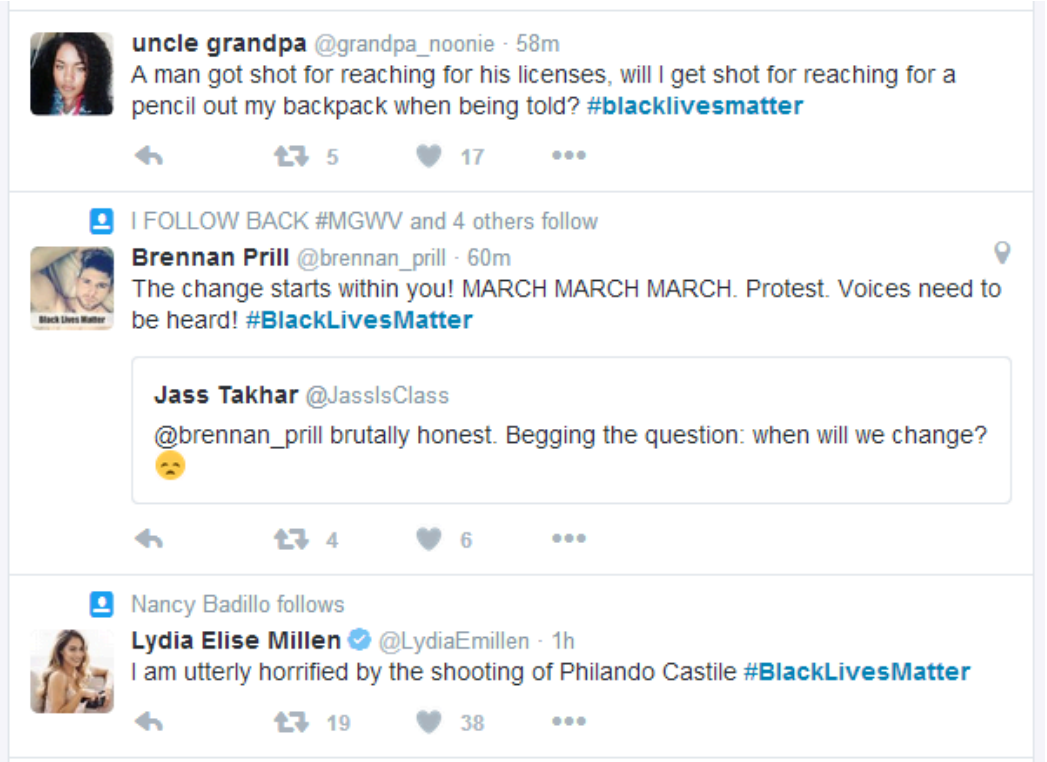
Para petugas yang mengidentifikasi rumah Breonna mengikuti perintah dari juri dengan menggunakan *no-knock warrant* (tanpa mengetuk) yang mengizinkan mereka untuk masuk tanpa peringatan/sinyal. Pada bulan Mei, Keluarga Taylor mengajukan gugatan kematian yang melanggar hukum, yang pada intinya menuding petugas kepolisian melakukan penganiayaan, kematian yang melanggar hukum, tenaga berlebihan, kelalaian, dan kelalaian besar. Investigasi terhadap penyebab kematian Breonna Taylor dibuka oleh FBI pada 21 Mei sedang berlangsung.



Gambar 9. Logo Twitter dari Twitter.com

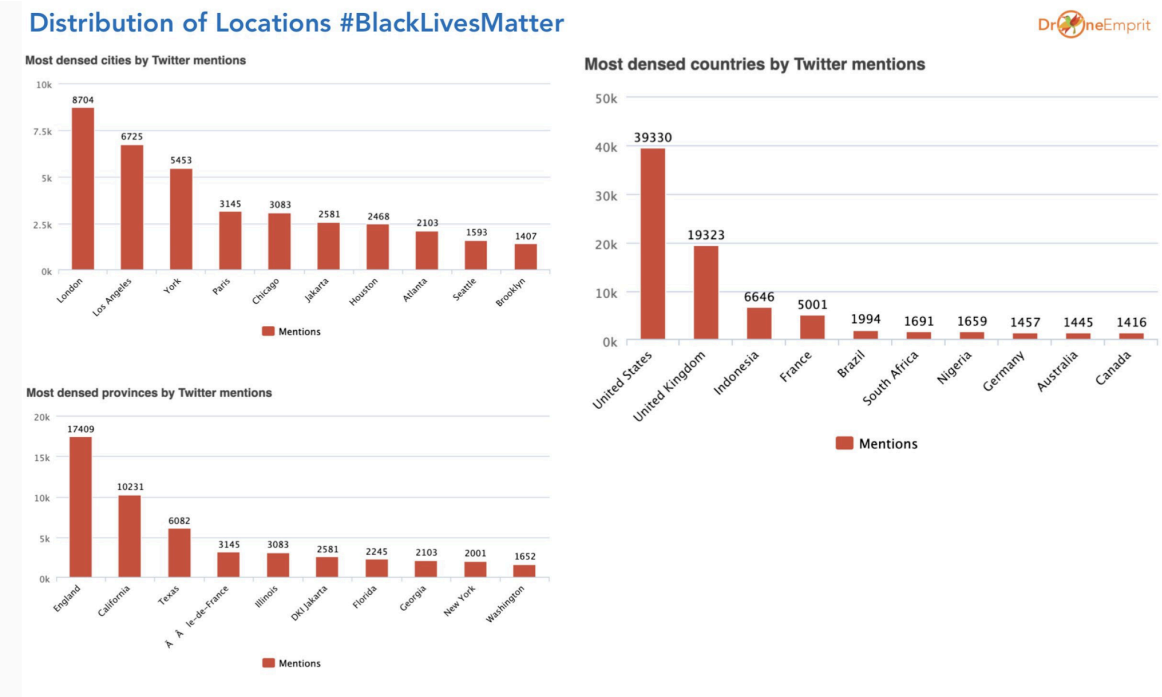
Twitter adalah sebuah layanan jejaring sosial dan mikroblog daring yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter, yang dikenal dengan sebutan kicauan (*tweet*) atau *micro-blogging* atau blog mikro atau dapat dikatakan sebagai sebuah jejaring sosial. Proyek pembuatan twitter dimulai secara terbuka pada tanggal 15 Juli 2006, dan seiring semakin berkembangnya proyek twitter, maka pada April 2007 twitter secara resmi menjadi perusahaan mandiri.

Kepopuleran twitter terus naik pada tahun 2007 bertepatan dengan diadakannya *Festival South by Southwest* (SXSW) yang merupakan festival musik yang cukup populer. Selama proses acara tersebut terlihat respon positif dari pengguna twitter, penggunaan twitter meningkat sebanyak 40.000 kicauan per hari, dari 20.000 kicauan per hari menjadi 60.000 kicauan per hari. Twitter telah dimanfaatkan untuk berbagai keperluan dalam berbagai aspek. Sebagai contoh, Twitter dimanfaatkan sebagai sarana protes, kadang-kadang disebut dengan "Revolusi Twitter".



Gambar 10. *Recent Tweets* dari tagar *blacklivesmatter* di twitter

Gambar diatas merupakan contoh dari kicauan-kicauan Twitter yang dipergunakan sebagai sarana protes. Tagar *BlackLivesMatter* juga sempat menghiasi *trending topic* di twitter dimana para pengguna twitter menggunakannya sebagai sarana unjuk rasa atas kejadian pemicu George Floyd.



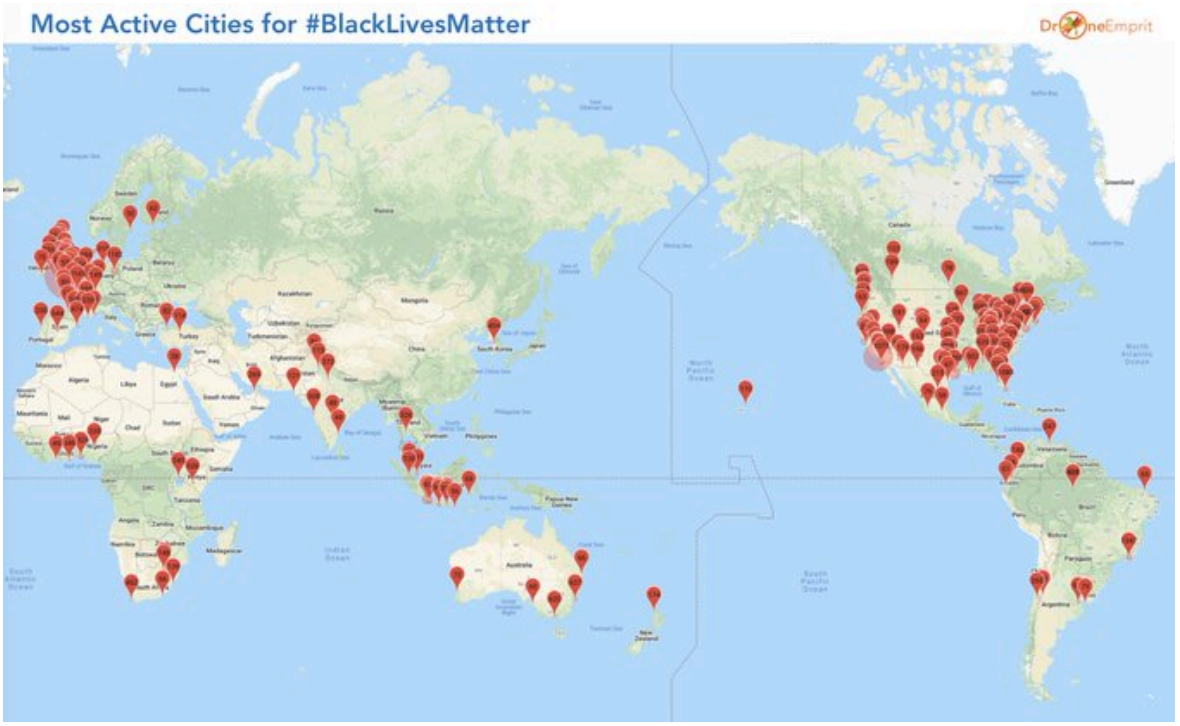
Gambar 11. Distributions of Locations #BlackLivesMatter dari dronemempirit

Berikut merupakan analisis distribusi lokasi penggunaan tagar yang dilakukan oleh Drone Emprit yang menunjukkan kontribusi beberapa Negara, Provinsi dan Kota yang paling banyak dipadati oleh tagar *#BlackLivesMatter* dalam Media Sosial Twitter.

Negara pertama yang paling banyak dipadati yaitu United States dan kemudian disusul oleh United Kingdom, sementara Indonesia sendiri berada di posisi ketiga negara terpadat dalam penggunaan tagar.

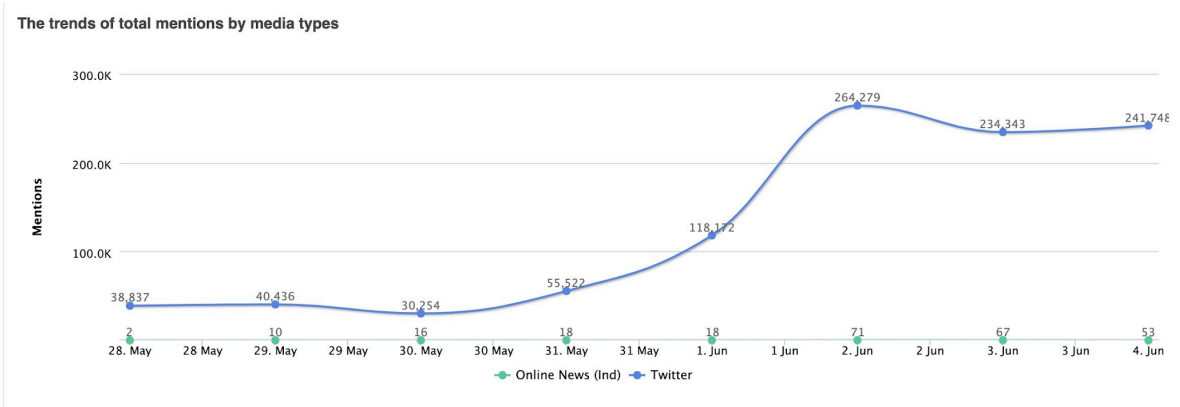
Kota yang paling aktif : London, Los Angeles, York, Paris, Chicago, Jakarta, Houston, Atlanta, Seattle, Brooklyn
Provinsi yang paling aktif : US, UK, Indonesia, France, Brazil, etc.

Hal ini menunjukkan bahwa isu atau permasalahan BLM tidak hanya memenuhi US, tetapi juga berdampak terhadap negara lain.



Gambar 12. Most Active Cities for #BlackLivesMatter dari droneempirit

Peta tersebut menunjukkan bagaimana percakapan mengenai *#BlackLivesMatter* didistribusikan di berbagai penjuru kota di dunia. Menurut gambar peta tersebut, AS dan Inggris adalah dua negara yang sangat aktif berkontribusi.



Gambar 13. Trends of total mentions by media types

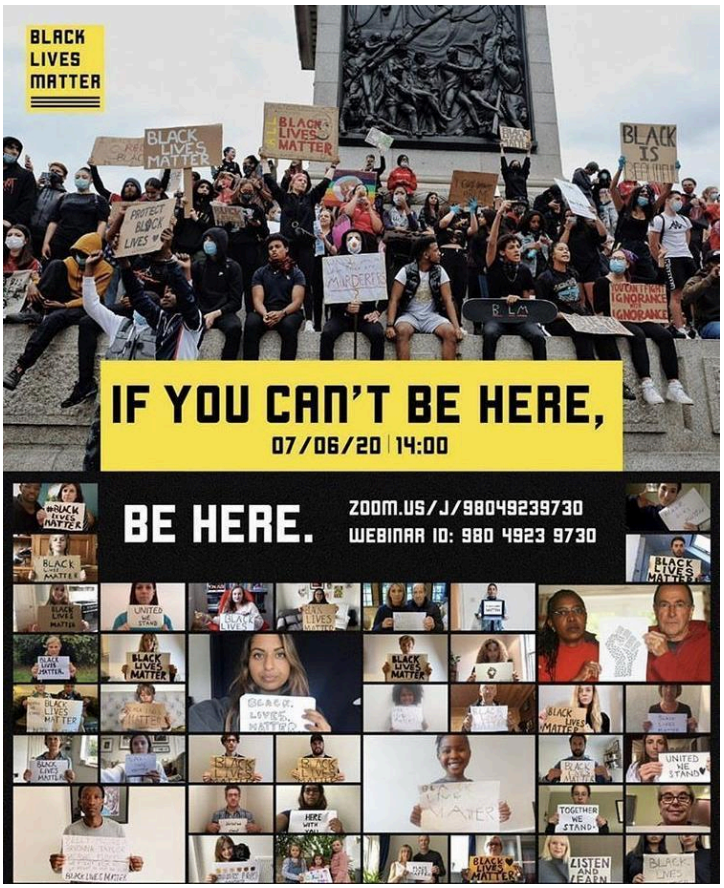
Reaksi public terhadap tagar *#BlackLivesMatter* dalam grafik tersebut timbul dengan intensitas yang sangat cepat di twitter. Puncaknya terdapat pada tanggal 2 Juni dengan mencapai 264.279 tweet. Jumlah tweet yang berisi tagar *#BlackLivesMatter* konsisten tetap di atas 200.000 pengguna sampai pada tanggal 4 Juni.



Gambar 14 BLM *March* dari pinterest

Selain tagar *#BlackLivesMatter* yang banyak digunakan di berbagai *platform* media sosial, gerakan ini juga terjadi secara langsung di berbagai kota di Amerika serta berbagai negara di dunia seperti Australia dan Inggris. Jutaan orang ikut turun langsung memenuhi jalan-jalan untuk menyampaikan pendapat mereka. Tidak sedikit *public figure* seperti

Hayley Bieber, Shawn Mendes, Camila Cabello, dan Halsey yang juga turun ke jalan langsung demi menyuarakan protes atas ketidakadilan ini.



Gambar 15. BLM *virtual zoom march* dari Instagram

22.000 orang ambil bagian dalam protes anti-rasisme *virtual* melalui Zoom, Instagram dan Facebook *Live* untuk mendukung gerakan *Black Lives Matter*, dan sejalan dengan protes yang terjadi di London di Kedutaan Besar AS di Vauxhall.

1.2 Rumusan Masalah:

Adakah hubungan penggunaan media sosial dengan tingkat kesadaran akan gerakan *Black Lives Matter*

1.3 Tujuan Penelitian:

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penulisan karya ini memiliki tujuan:

1. Untuk menganalisis hubungan antara penggunaan media sosial dengan tingkat kesadaran akan gerakan *Black Lives Matter*
2. Untuk mengetahui seberapa besar sumbangan media sosial dalam membentuk kesadaran akan gerakan *Black Lives Matter*
3. Untuk menguji signifikansi hubungan antara penggunaan media sosial dengan tingkat kesadaran akan gerakan *Black Lives Matter*

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian tentang "Hubungan Penggunaan Media Sosial Dengan Tingkat Kesadaran akan Gerakan *Black Lives Matter*" diharapkan dapat memberikan manfaat secara akademis dan praktis, berikut manfaat tersebut:

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara akademis penelitian ini memiliki kegunaan untuk memberikan wawasan berkaitan dengan hal-hal mengenai *Black Lives Matter* Movement yang juga berhubungan dengan teori efek media.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis memberikan informasi kepada audience terhadap gerakan *Black Lives Matter* yang sudah ada sejak 2013 dan meningkatkan kesadaran para pengguna media sosial.

Bab II
Kerangka Teoritis

2.1 Penelitian Sebelumnya

Penelitian-penelitian sebelumnya menjadi referensi penulis untuk melakukan penelitian ini. Penelitian yang ditinjau sebelumnya memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Penelitian pertama dengan judul “Efektivitas Media Sosial untuk Gerakan Sosial Pelestarian Lingkungan” yang ditulis oleh Dea Rizki Kapriani dan Djuana P. Lubis dari Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, IPB. Penelitian pertama bertujuan untuk menguji adanya keterlibatan followers akun @KeSEMaT dalam media sosial dan analisis faktor-faktor yang mempengaruhinya terhadap perubahan perilaku untuk gerakan sosial pelestarian lingkungan. Penelitian ini difokuskan pada penggunaan media sosial yang dimanfaatkan oleh organisasi KeSEMaT (Kelompok Studi Ekosistem Mangrove Teluk Awur) sebagai salah satu sarana kampanye gerakan sosial pelestarian mangrove.

Penelitian ini menggunakan media sosial Twitter yang diakses oleh pengikutnya sebanyak 2 sampai 3 kali perhari dengan durasi hingga 60 menit. Kicauan-kicauan dari akun @KeSEMaT juga dibaca oleh pengikutnya sebanyak 4 sampai 5 kali perhari dengan durasi hingga

kurang lebih 10 menit. Akses yang diberikan terhadap akun Twitter @KeSEMaT sangat berpengaruh terhadap perubahan perilaku dan sikap para pengikutnya dalam menanggapi permasalahan pelestarian hutan mangrove.

Penelitian yang dilakukan oleh Dea Rizki Kapriani dan Djuana P. Lubis ini menggunakan penelitian kuantitatif yang didukung dengan metode penelitian kualitatif. Dari hasil penelitian yang dilakukan, populasi pengikut akun twitter KeSEMaT ada 15.000 followers, peneliti menggunakan teori *non probability sampling* dan teknik yang digunakan adalah teknik *accidental sampling* dimana peneliti menentukan siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti bila sampel yang bersangkutan dianggap cocok sebagai sumber data. Dengan populasi 15.000 *followers*, peneliti menggunakan metode *nonprobability* dimana tidak semua *followers* akun @KeSEMat dapat menjadi responden. Jumlah sampel yang diambil ada 120 dari followers akun @KeSEMat.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat efektivitas media sosial untuk gerakan sosial pelestarian lingkungan. Dengan penggunaan media sosial Twitter, kampanye pelestarian mangrove lebih mudah disampaikan dan memudahkan interaksi antara KeSEMaT dengan para pengguna Twitter. Terdapat juga perubahan perilaku yang efektif yang ditunjukkan *followers* akun @KeSEMat dalam kegiatan *offline*, semakin tingginya frekuensi dan durasi dalam mengakses akun @KeSEMat, semakin tinggi pula perubahan perilaku yang terjadi. *Followers* akun @KeSEMat sering mengakses aplikasi Twitter hingga 2-3 kali perhari dengan durasi 40-60 menit, dan *followers* @KeSEMat juga membaca *tweet* dari akunnya sebanyak 4-5 kali perhari dengan durasi 8 hingga 10 menit.

Pada penelitian pertama terdapat persamaan dengan penelitian yang akan diteliti, seperti pada variabel X karena sama-sama

menggunakan media sosial. Perbedaan peneliti ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis terletak pada variabel Y yaitu pada jenis gerakan sosial/*movement* yang dilakukan.

Penelitian kedua berjudul "Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Tingkat Kepekaan Sosial di Usia Remaja" yang ditulis oleh Gita Aprinta E.B dan Errika Dwi S.W dari program studi Ilmu Komunikasi, FTIK, Universitas Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan dalam penggunaan media sosial dengan tingkat kepekaan sosial di usia remaja yang dimana pada tahun 2012, *Frontier Consulting Group* Indonesia melakukan survei digital pada remaja usia 13-19 tahun bahwa 91.2% remaja menggunakan media sosial secara aktif. Seperti diketahui dalam masa transisi inilah terjadi bagaimana perubahan sikap dan perilaku dalam mengkonsumsi media sosial sehingga akan cenderung untuk mengeksplorasi sebagian hidupnya di dunia maya.

Teori-teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah Teori *Uses and Gratification* dimana teori ini merupakan teori pendekatan untuk memahami *audiens* yang secara aktif mencari media untuk memenuhi kebutuhan *audiens*. Teori lain yang dipakai dalam penelitian ini adalah Teori Ketergantungan Media untuk melihat seberapa jauh individu dalam pemenuhan kebutuhannya akan media tertentu dan membuat media tersebut penting bagi dirinya (Littlejohn dan Foss, 2008: 289-295).

Penelitian yang dilakukan oleh Gita Aprinta E.B dan Errika Dwi S.W ini menggunakan penelitian kuantitatif. Data yang dikumpulkan melalui observasi dan teknik survei yang dilakukan secara acak berdasarkan kategori umur remaja mulai dari usia 15 sampai 18 tahun pada jarak sekolah negeri maupun swasta 1 sampai 15 km dari lokasi penelitian dengan sampel yang berjumlah 145 siswa. Penelitian ini

dianalisis menggunakan rumus *Pearson Product Moment* yang bertujuan untuk menentukan hubungan variabel dan hubungan terikat dari objek penelitian.

Hasil penelitian dalam jurnal kedua membuktikan bahwa 63,4% responden remaja dapat menghabiskan kurang lebih 1-3 jam perhari untuk mengakses media sosial, dan 36,6% responden remaja tersebut juga mengaku membutuhkan waktu kurang dari 1-3 jam untuk mengakses media sosial. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan tingkat kepekaan sosial di kalangan remaja sekolah menengah ke atas. Semakin sering remaja mengakses media sosial, maka semakin sering maka semakin sering pula mereka akan mencari informasi dan akan memicu kepedulian terhadap lingkungan yang kemudian membentuk kesadaran sosial mereka.

Berikut ini perbandingan penelitian yang dilakukan dengan jurnal penelitian yang digunakan sebagai acuan:

Tabel 1. Tabel Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya

No.	Hal yang dibandingkan	Penelitian 1	Penelitian 2
1.	Judul	Efektivitas Media Sosial untuk Gerakan Sosial Pelestarian Lingkungan	Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Tingkat Kepekaan Sosial di Usia Remaja
2.	Teori	Teori *non probability sampling* dimana peneliti menentukan	Teori *Uses and Gratification* yaitu merupakan teori

		siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti bila sampel yang bersangkutan dianggap cocok sebagai sumber data.	pendekatan untuk memahami *audiens* yang secara aktif mencari media untuk memenuhi kebutuhan *audiens*.
3.	Metodologi	**Metode Penelitian Kuantitatif didukung dengan Metode Penelitian Kualitatif,** Penelitian ini menggunakan metode statistik *non parametrik* Uji Korelasi *Rank Spearman* untuk menguji hubungan antar variabel *ordinal* dan uji *Chi-Square* untuk pengujian antar variabel nominal.	**Metode Penelitian Kuantitatif Korelasional,** Penelitian ini menggunakan rumus *Pearson Product Moment* untuk dapat menentukan hubungan variabel dan hubungan terikat dari objek penelitian.
4.	Tujuan	Untuk menguji ada tidaknya keterlibatan para *followers* akun @KeSEMaT di media sosial dengan perubahan perilaku	Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan dalam penggunaan media sosial dengan tingkat kepekaan sosial di usia remaja

		untuk gerakan sosial pelestarian lingkungan	
5.	Hasil dan Kesimpulan	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa dengan menggunakan Twitter pesan-pesan kampanye pelestarian mangrove lebih mudah disampaikan dan memudahkan interaksi antara KeSEMaT dengan para pengguna Twitter.	Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa terdapat hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan tingkat kepekaan sosial di kalangan remaja sekolah menengah ke atas. 63,4% responden remaja dapat menghabiskan kurang lebih 1-3 jam perhari untuk mengakses media sosial, dan 36,6% responden remaja tersebut juga mengaku membutuhkan waktu kurang dari 1-3 jam untuk mengakses media sosial. Semakin sering remaja mengakses media sosial, maka semakin sering pula mereka akan mencari informasi dan akan memicu kepedulian terhadap lingkungan

			yang kemudian membentuk kesadaran sosial mereka.

Sumber: Dea Rizki Kapriani dan Djuana P. Lubis (2014), Gita Aprinta E.B dan Errika Dwi S.W (2017)

2.2 Teori Uses and Effects

Teori merupakan sebuah sistem konsep yang abstrak dan hubungan-hubungan konsep tersebut yang membantu kita untuk memahami sebuah fenomena. (Little John & Karen Foss)

Konsep *use* merupakan pokok pemikiran dalam teori ini karena pengetahuan mengenai media tersebut yang menyebabkan adanya perilaku atau *efek*. Penggunaan media sosial sebagai perantara, dan hasil dari proses tersebut disebut efek.

Pengertian *uses* dan *effect* tersebut dapat menjadi suatu proses yang lebih kompleks, di mana isi tertentu dikonsumsi dalam kondisi tertentu, untuk memenuhi fungsi tertentu dan terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat dipenuhi. Pada *uses* and *effect* kebutuhan hanya salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Teori *uses* and *effects* merupakan sebuah teori yang menjelaskan mengenai hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa, yang menimbulkan sebuah *effects* bagi pengguna dari media massa tersebut. Contoh dari teori *uses and effects* dapat dilihat dari kebiasaan seseorang menonton atau mendengarkan media massa dalam keseharian seorang individu, misalnya kebiasaan orang menonton drama korea yang menimbulkan sebuah *effects* dari apa yang dilihat.

Dalam buku “Komunikasi Massa” oleh Denis McQuail (2002, pp.425-426), ia mengatakan bahwa efek media massa memiliki tipologi yang terdiri dari empat bagian besar, yaitu:

1. Efek media merupakan efek yang direncanakan, sebagai sebuah efek yang diharapkan terjadi baik oleh media massa sendiri ataupun orang yang menggunakan media massa untuk kepentingan berbagai penyebaran informasi.
2. Efek media massa yang tidak direncanakan atau tidak dapat diperkirakan, sebagai efek yang benar-benar di luar kontrol media, di luar kemampuan media ataupun orang lain yang menggunakan media untuk penyebaran informasi melalui media untuk mengontrol terjadinya efek media massa. Jadi pada efek kedua ini, efek media terjadi dalam kondisi tidak dapat diperkirakan dan efek media terjadi dalam kondisi tidak dapat dikontrol.
3. Efek media massa terjadi dalam waktu pendek namun secara cepat, instan, dan keras mempengaruhi seseorang masyarakat.
4. Efek media massa berlangsung dalam waktu yang lama, sehingga mempengaruhi sikap-sikap adopsi inovasi, kontrol sosial sampai dengan perubahan kelembagaan, dan persoalan-persoalan perubahan budaya.

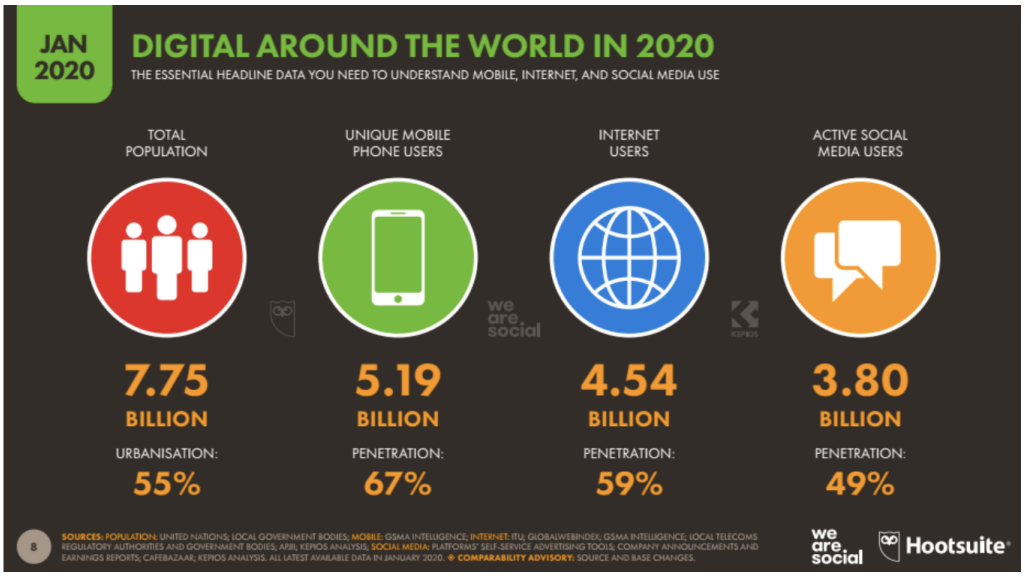
2.3 Media Sosial

Media sosial menurut para ahli, dimensi

Menurut Michael Cross (2013) media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web. Dikarenakan internet selalu mengalami perkembangan, maka berbagai

macam teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna pun selalu mengalami perubahan.

Menurut Thoyibie (2010), social media adalah konten berisi informasi, yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama dan dengan khalayak umum. Dewasa ini, praktek pemasaran melalui social media mulai



berkembang dan digunakan sebagai alat pemasaran

Gambar 16. Digital Around The World in 2020 dari We are Social x Hootsuite

Media sosial memudahkan seseorang untuk berkomunikasi secara *virtual* dan hal lainnya seperti berperan dalam perubahan sosial. Akibat dari adanya perubahan ini yaitu media sosial yang saat ini dapat merubah perilaku manusia menjadi lebih individu dimana muncul rasa ketergantungan dan membawa perubahan besar.

Media sosial kini dipakai oleh berbagai kalangan dari muda hingga tua untuk bertukar dan berbagi informasi. Dari populasi penduduk dunia

yaitu 7.75 miliar orang, pengguna aktif media sosial terdapat sebanyak 3.80 miliar, angka pengguna aktif media sosial ini pun meningkat sekitar 9% atau sebanyak 321 juta pengguna baru media sosial.

Menurut Chris Hauer--Pendiri *Social Media Club dan inovator new media* dalam buku Engage (Solis, 2010:263), ia mengungkapkan 4C dalam penggunaan media sosial, yaitu:

1. *Context: "How we frame our stories."* Bagaimana kita dalam membentuk sebuah cerita atau pesan informasi seperti bentuk dari sebuah pesan itu sendiri, penggunaan bahasa maupun isi dari pesan tersebut.
2. *Communication: "The practice of sharing our sharing story as well as listening, responding, and growing."* yaitu bagaimana kita berbagi cerita atau pesan (informasi) sebaik kita mendengar, merespon dan tumbuh dengan berbagai cara yang membuat pengguna merasa nyaman dan pesan tersampaikan dengan baik.
3. *Collaboration: "Working together to make things better and more efficient and effective."* yaitu bagaimana bekerja sama untuk membuat segala hal menjadi lebih baik dengan adanya kerja sama antara sebuah akun atau perusahaan dengan penggunanya di media sosial bisa membuat hal baik lebih efektif dan efisien.
4. *Connection: "The relationships we forge and maintain."* yaitu bagaimana memelihara suatu hubungan yang telah terbina. Bisa dengan melakukan sesuatu yang bersifat berkelanjutan sehingga pengguna merasa lebih dekat dengan perusahaan pengguna media sosial.

2.3.1 Instagram



Gambar 17. Logo Instagram dari Instagram.com

Menurut Atmoko (2012:3) Instagram merupakan layanan jejaring sosial berbasis fotografi. Jejaring sosial ini diresmikan pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang mampu menjaring 25 ribu pengguna di hari pertama. Instagram dirilis pada 2010, instagram mendapatkan kurang lebih dari satu juta pengguna dalam kurun waktu dua bulan, 10 juta dalam setahun, dan 800 juta di bulan September 2017. Kevin Systrom dan Mike Krieger memilih untuk memfokuskan proyek check-in HTML5 multi-fitur mereka, Burbn, pada fotografi seluler memulai pengembangan Instagram di San Francisco, California.

Instagram sudah memiliki 1 juta pengguna bulanan dan 500 juta pengguna harian, pengguna instagram menghabiskan waktu rata-rata 28 menit setiap harinya pada platform media sosial ini, dan kurang lebih 200 juta akun pengguna instagram mengunjungi setidaknya satu akun bisnis di instagram.

Instagram sendiri dengan secara resmi merilis aplikasinya pada tanggal 6 Oktober 2010 di iOS dan pada 3 April 2012, Instagram dirilis untuk ponsel Android, dan itu diunduh lebih dari satu juta kali dalam waktu kurang dari satu hari. Berikut Fitur-fitur yang terdapat pada instagram, yaitu:

1. Profil Tab

Profile tab dalam instagram sebagai petunjuk biodata atau biografi seseorang dan foto atau juga video di instagram. Profile tab juga memungkinkan untuk mengedit informasi profil dan menyesuaikan pengaturan akun.

2. Camera Tab

   Camera tab pada fitur ini pengguna dapat mengambil foto secara langsung dengan kamera instagram atau berbagi foto yang berasal dari galeri handphone.

3. Editor

   Instagram memiliki tool editor yang berfungsi untuk menambahkan effect/filter, mengedit foto seperti mengatur pencahayaan, kontras dan lain sebagainya.

4. Explore Tab

   Pada Juni 2012, Instagram memperkenalkan explore atau jelajahi, yang menampilkan foto populer, foto yang diambil di lokasi terdekat dan sejenis dengan pencarian yang sering dilakukan pengguna. Tab ini diperbarui pada Juni 2015 untuk menampilkan tag dan tempat yang sedang tren, konten yang dikurasi, dan kemampuan untuk mencari lokasi. Pada saat ini, menu explore diikuti penambahan sesuai dengan munculnya fitur baru dalam Instagram seperti Instagram live dan Instagram stories.

5. Home Tab

   Home tab menunjukkan foto yang diposting oleh pengguna dan orang-orang kita ikuti dalam instagram (following). Dalam fitur ini, pengguna dapat menyukai serta mengomentari foto tersebut untuk menciptakan adanya interaksi antar sesama pengguna.

6. IGTV

   IGTV merupakan fitur paling terbaru yang dikeluarkan oleh Instagram. IGTV menyediakan video vertikal yang tersedia dalam

aplikasi dan situs web Instagram, pengguna biasa dapat mengunggah video berdurasi hingga 10 menit dengan ukuran file hingga 650 MB, pengguna yang diverifikasi oleh instagram dan populer diizinkan untuk dapat mengunggah video berdurasi hingga 60 menit dengan ukuran file hingga 5,4 GB.

7. News Feed

   News Feed menampilkan aktifitas like dan komentar pada postingan dan memungkinkan anda melihat foto dan video yang disukai dan dikomentari oleh teman-teman anda. Di news feed inilah semua aktivitas pengguna akun yang diikuti dapat kita ketahui secara langsung.

8. Photo Map

   Photo Map berguna untuk menampilkan di mana Anda telah mengambil foto yang anda akan unggah pada instagram anda, atau menjelajahi di mana orang lain telah mengambil foto.

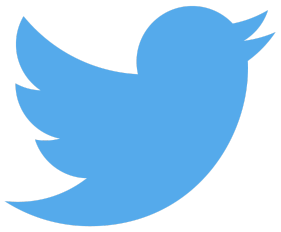
9. Hashtag/Tagar

   Hashtag merupakan Tagar yang berbentuk tanda pagar (#) yang digunakan untuk menggolongkan tema atau topik yang lebih spesifik. Hashtag juga mempermudah pengguna lain untuk mencari berita/foto/video yang bersangkutan atau berkaitan dengan hastag tertentu. Hastag juga mampu menjangkau target yang lebih luas.

10. Instagram Story

    Fitur ini merupakan fitur yang sering digunakan oleh pengguna instagram untuk membagikan foto/video berdurasi 15 detik yang akan hilang dengan sendirinya dalam 24 jam. Dalam instagram Story sendiri, instagram story memiliki beberapa fitur lainnya seperti penambahan filter, superzoom, boomerang, GIF, stickers, geotagging, teks, kamera, fokus, handsfree, dan juga instagram live.

2.3.2 Twitter



Gambar 18. Logo Twitter dari twitter.com

Twitter merupakan situs jejaring sosial serta mikroblog dimana telah difokuskan untuk banyak hal seperti mengaspirasikan opini, berbagi pandangan, serta media aksi penolakkan terhadap suatu hal. Twitter didirikan pada 21 Maret 2006 oleh Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone, dan Evan Williams dan mulai dirilis ke Publik pada 15 Juli 2006. Twitter menempati urutan ke- 3 dalam ranking social media dengan kategori Internet and Telecom Social Networking yang dibuat oleh Similar Web pada 1 Januari 2019. Dengan popularitasnya tersebut, Twitter merupakan media sosial yang memiliki respon paling cepat dan aktif dibandingkan media sosial lainnya sehingga dalam konteks ini masyarakat dapat secara langsung mengaspirasikan pendapatnya terhadap sebuah berita ditambah adanya *feedback* atau tanggapan dari si pembaca sehingga semakin mengefektifkan kerja Twitter.

Berdasarkan *source* statista, twitter memiliki 330 juta pengguna aktif bulanan dan 14 juta pengguna aktif yang membuka twitter hariannya.

Berikut merupakan fitur-fitur yang melengkapi Twitter:

1. Retweet

   Fitur ini merupakan fitur untuk memposting kembali sebuah tweet. Fitur ini dapat membantu setiap orang dengan cepat memberikan informasi ke berbagai khalayak/pengguna twitter. Retweet juga dapat membantu pengguna untuk mengutip postingan pengguna lain dengan menambahkan tulisan, foto, video, ataupun GIF.

2. Thread

   Fitur ini biasanya digunakan untuk menciptakan rangkaian cerita yang saling berhubungan. Melalui fitur ini pengguna dapat memberi konteks tambahan, update terkini serta poin-poin tambahan lainnya yang terkait dengan postingan awalnya secara bersamaan.

3. Hashtag/Tagar

   Dengan fitur hashtag ini memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan berbagai komunitas serta berbagi informasi dengan jutaan pengguna lainnya yang berasal dari seluruh dunia. Fitur ini sering digunakan untuk mempromosikan suatu brand, mengedukasi publik dengan isu isu yang baru atau sedang terjadi, dan berita hiburan yang sedang viral.

   Source: helptwitter.com

4. Trending

   Tren topik ditentukan dengan algoritma dan disesuaikan berdasarkan ketertarikan yang diikuti oleh setiap orang, dapat berupa minat anda, juga sesuai lokasi anda. Algoritma pada twitter mengidentifikasi topik yang populer selama beberapa saat atau topik harian guna membantu menemukan topik diskusi terhangat yang berkembang di Twitter.

5. Twitter Poll

Berfungsi untuk mengajukan pertanyaan spesifik kepada audiens serta mengajak followers untuk ikut berpartisipasi dalam suatu topik pembicaraan Fitur ini mempermudah pengguna twitter seperti brands, komunitas, institusi pemerintahan dan media dalam berkomunikasi, karena mereka tidak perlu lagi menyeleksi serangkaian pendapat yang berbeda-beda untuk mengetahui preferensi audiens mereka terkait suatu topik atau isu.

6. Direct Message

   Fitur ini memberikan kemudahan akses untuk memulai percakapan non-publik atau membuat percakapan grup dengan siapapun. Selain teks, fitur ini juga dilengkapi akses untuk menyertakan foto, video atau GIF.

   Source: twitter, technologue.id

2.4 Tingkat Kesadaran

Kesadaran adalah keadaan seseorang di mana ia tahu atau mengerti dengan jelas apa yang ada dalam pikirannya. Soekanto (2002) menyatakan bahwa terdapat empat indikator kesadaran yang masing-masing merupakan suatu tahapan bagi tahapan berikutnya dan menunjuk pada tingkat kesadaran tertentu, mulai dari yang terendah sampai yang tinggi, antara lain: pengetahuan, pemahaman, sikap, dan pola perilaku (tindakan).

Tingkat kesadaran adalah ukuran dan respon seseorang terhadap rangsangan yang berasal dari lingkungan eksternal. Respon yang berasal dari kepekaan sosial seseorang akan sesuatu, reaksi atau perubahan seseorang secara verbal dan non verbal. Kepekaan sosial ditunjukkan dari tingkat kesadaran dari lingkungan sosial yang membentuk tingkat kesadaran akan isu yang sedang viral dibicarakan di media sosial pada contohnya. Semakin sering seseorang mengakses media sosial maka

ketertarikan pada informasi tertentu akan meningkat yang kemudian ia akan sering mencari dan mendiskusikan informasi tersebut yang memicu terjadinya kepedulian yang pada akhirnya meningkatkan kesadaran sosial mereka.

Berdasarkan Kruger & Kerney (2006), ia membagi tiga komponen dari teori psikologi sosial yaitu kognitif, afeksi, dan behaviour yang digunakan untuk mengembangkan tiga dimensi awareness (kesadaran) yaitu, Knowledge, Attitude, dan Behaviour.

a. *Knowledge*, untuk dapat mengetahui pengetahuan pengguna.
b. *Attitude*, untuk mengetahui bagaimana sikap pengguna.
c. *Behaviour*, untuk mengetahui hal-hal yang bisa dilakukan pengguna.

2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban yang masih bersifat sementara atau prediksi terhadap rumusan masalah penelitian yang mana rumusan masalah penelitian sudah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori (Sugiyono (2009).

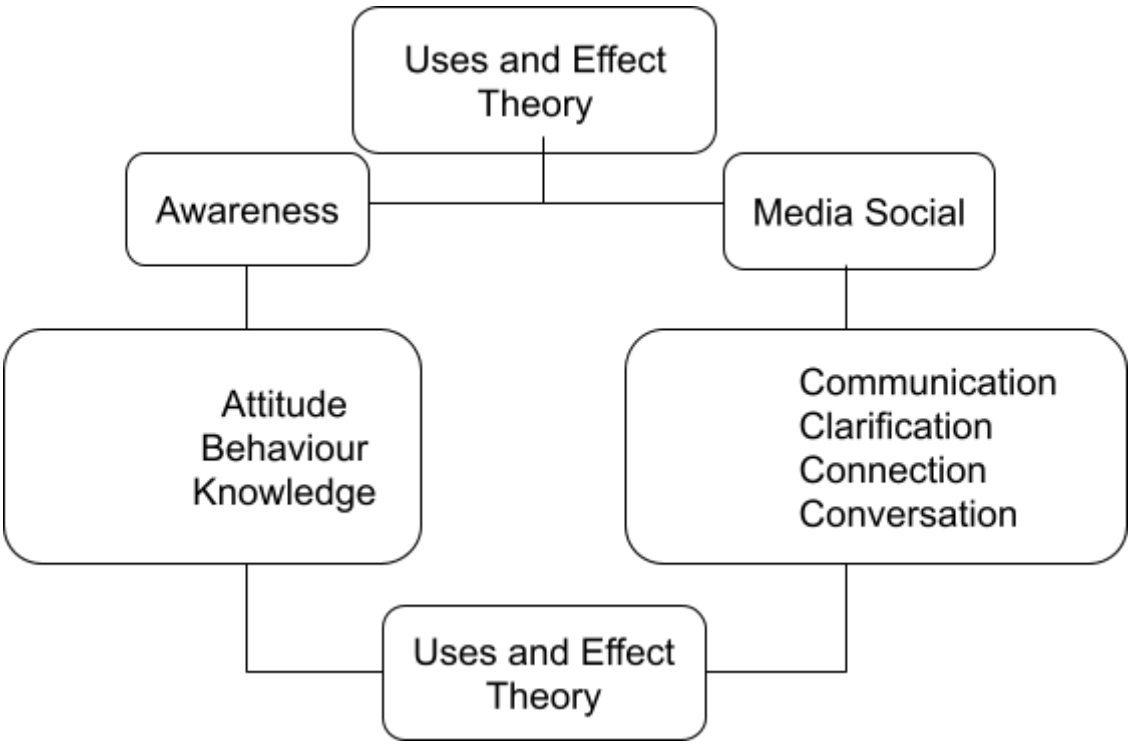
Secara teknis, hipotesis merupakan pernyataan mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian. Secara statistik, hipotesis dikenal sebagai pernyataan mengenai keadaan parameter yang diuji melalui statistik sampel. Hipotesis berfungsi sebagai pedoman untuk mengarahkan penelitian dan memberikan kerangka untuk menyusun kesimpulan yang akan dihasilkan. Hipotesis digunakan sebagai panduan dalam pengujian penelitian serta penyesuaian kepada kondisi fakta dan hubungan antar fakta yang menjadikan penelitian ini akurat.

Terdapat dua variabel dalam uji hipotesis ini yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_o: Tidak terdapat hubungan antara penggunaan media sosial dengan tingkat kesadaran akan gerakan *Black Lives Matter*.

H_a: Terdapat hubungan antara penggunaan media sosial dengan tingkat kesadaran akan gerakan *Black Lives Matter.*

2.6 Kerangka Kerja Penelitian



Gambar 19. Kerangka Kerja Penelitian, Data Olahan Peneliti, 2020

Bab III

Metodologi Penelitian

3.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah pendekatan ilmiah yang memandang suatu realitas, itu dapat diklasifikasikan, konkrit, teramati dan terukur (Sugiyono, 2008).

Pada penelitian ini, kami menggunakan Teori Uses and Effect dari Sven Windahl (1979) teori ini merupakan teori sosial dimana penggunaan massa berbentuk teks atau gambar baik bergerak yang disiarkan dan mereka yang melakukan akan mendapatkan keuntungan sejumlah kepuasan dari responden. Media yang kita kenal saat ini sangat umum dan luas dimulai dengan terbentuknya internet melalui teknologi informasi, diikuti dengan adanya facebook, twitter, instagram, dan media sosial lainnya. Pada Teori Uses and Effect dalam penelitian ini, para pengguna media massa mendapatkan effect setelah menggunakan media massa tertentu.

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner online menggunakan google docs untuk mengukur bagaimana Hubungan Pengguna Media Sosial dengan Tingkat Kesadaran akan Gerakan *Black Lives Matter.*

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sugiyono (1997 :57)

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti. Dan satuan-satuan

tersebut dinamakan unit analisis, dan dapat berupa orang-orang, institusi-institusi, benda-benda, dst. (Djarwanto, 1994: 420).

Berdasarkan kutipan diatas, populasi yang akan diuji dalam penelitian ini diambil dari mahasiswa LSPR Batch 22 yang berjumlah 869 orang berdasarkan data class mapping and class schedule batch 22 (daftar mahasiswa http://lspr.edu/wp-content/uploads/2018/09/Allocation-Class-Batch-22-Revisi.pdf).

Peneliti memilih populasi tersebut dikarenakan efektif dalam segi waktu, tenaga serta biaya.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sugiyono (2011:81)

Sedangkan menurut Ruslan (2006, p.140) demi alasan praktis, peneliti akan meneliti hanya sebagian tertentu dari elemen-elemen populasi yang dianggap 'Sampel' dan anggota sampel dalam penelitian tersebut adalah benar-benar representatif atau mewakili populasi yang akan diteliti.

Berdasarkan pengertian diatas kriteria sampel penelitian ini adalah mahasiswa LSPR Jakarta Batch 22, penentuan ukuran sampel yang digunakan peneliti adalah dengan *rumus slovin* karena kita mempunyai jumlah populasi (N) yang pasti yaitu data Mahasiswa LSPR Batch 22 yang didapatkan dari web lspr.edu.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah probability sampling yaitu simple random sampling (teknik sampling acak) atau

random dimana seluruh populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sebagai sampel penelitian.

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

Keterangan:

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : kelonggaran karena kesalahan pada pengambilan sampel yang dapat ditoleransi (1%, 5%, atau 10%)

$$n = \frac{869}{1 + 869\ (0{,}1)^{2}}$$

Sampel yang digunakan dari 869 populasi adalah sebanyak 89.68 yang dibulatkan menjadi 90 sampel.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer yaitu berupa kuesioner online sedangkan data sekunder berupa buku serta artikel yang menjadi referensi. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data secara tidak langsung dengan harapan akan mengumpulkan suatu sumber data primer dimana data yang dibuat oleh peneliti untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang ditangani.

Data dan informasi yang diberikan oleh responden diperlukan berkenaan dengan pertanyaan apa, mengapa, bagaimana untuk mengungkap proses dari hasil suatu kegiatan. Proses tersebut menghasilkan konsep-konsep

3.3.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data dengan observasi langsung (Sugiyono, 2014 : 224).

Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (sugiyono (2013: 199)). Kuesioner merupakan sekumpulan pertanyaan yang umumnya dikirim atau dibagikan kepada responden secara langsung maupun tidak langsung, dan biasanya menggunakan sebuah link. Kuesioner digunakan untuk menganalisis sikap, keyakinan, perilaku maupun karakteristik yang dianut oleh responden tersebut dan menuangkannya di dalam pertanyaan-pertanyaan tersebut. Tujuan utama dari kuesioner ini yaitu mencari informasi lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa adanya pernyataan salah atau benar, jadi responden tersebut bebas berpendapat.

Sedangkan untuk mengukur kadar penilaian terhadap jawaban dari kuesioner yang dibagikan menggunakan skala likert. Skala likert adalah salah satu skala skala penelitian yang digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari yang sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata seperti (Sugiyono 2017, p.93-94):

Nilai 5 : Sangat Setuju (SS)

Nilai 4 : Setuju (S)

Nilai 3 : Ragu-Ragu (RR)

Nilai 2 : Tidak Setuju (TS)

Nilai 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

3.3.2 Sekunder

Data sekunder adalah data dan sumber data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan (Idrus, 2009,p.122). Pengumpulan data sekunder yang dilakukan oleh peneliti berasal dari jurnal-jurnal yang memiliki keterkaitan dengan judul penelitian.

3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan Analisis-Regresi Linear Sederhana, analisis tersebut digunakan untuk mengetahui adanya hubungan antara penggunaan media sosial pada khalayak dengan tingkat kesadaran pada gerakan *Black Lives Matter.*

3.4.1 Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana merupakan hubungan fungsional atau kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono (2011:261))

Tujuan Penerapan metode ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel tidak bebas (dependent) yang dipengaruhi oleh variabel bebas(independent) (Siregar, 2014, p.284)

$$Y=a+bX$$

Keterangan:

Y= Variabel Terikat

X= Variabel Bebas

a dan b= konstanta

Pada penelitian ini, peneliti tidak menggunakan perhitungan manual, peneliti menggunakan perhitungan IBM SPSS v.22.

3.5 Waktu dan Lokasi Penelitian
(GANTT Chart)

Tabel 2. Tabel GANTT Chart

NO	Activities	Minggu		
		1	2	3
1	Perencanaan			
2	Rumusan masalah dan tujuan penelitian			
3	Penulisan Bab I			
4	Penulisan Bab II			
5	Penulisan Bab III			
6	Pembuatan Tabel Operasional Variabel			
7	Pembuatan Kuesioner			
8	Penyebaran Kuesioner untuk di uji Validitas dan Reliabilitas			
9	Uji Validitas dan Reliabilitas			
10	Penyebaran kuesioner untuk penarikan sampel			
11	Penulisan Bab IV dan V			

- **Perencanaan**
- **Rumusan masalah**
- **Penulisan Bab I**
- **Penulisan Bab II**
- **Penulisan Bab III**
- **Pembuatan Tabel Operasional Variabel**
- **Pembuatan Kuesioner**
- **Penyebaran Kuesioner untuk diuji Validitas dan Reliabilitas**
- **Uji Validitas dan Reliabilitas**
- **Penyebaran kuesioner untuk penarikan sampel**
- **Penulisan Bab IV dan V**

3.6 Tabel Operasional Variabel

Variabel X: Penggunaan Media Sosial

Variabel Y: Tingkat Kesadaran akan Gerakan Black Lives Matter

Tabel 3. Tabel Operasionalisasi Variabel X

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
	Clarification	● Sumber data yang jelas/terpercaya ● Berita yang mudah dipahami	
	Content	● Kualitas berita (menarik pembaca) ● Tujuannya jelas	

Penggunaan Media Sosial		dan tepat sasaran ● Dukungan yang dilakukan influencer merangkul audience dalam BLM movement ● Sarana edukasi dari akun-akun yang baru bermunculan membahas BLM	Likert
	Connectivity	● Berita terkait BLM movement membuka pandangan baru audience yang masih awam ● Menyatukan beberapa pendapat / mempunyai pandangan dan tujuan yang sama ● Donasi merupakan	

		salah satu tindakan yang tepat	
	Conversation	● Penyampaian BLM movement dilakukan dengan baik	

Sumber: Hauer (dalam Solis, 2010: 263), Riana dan Baladina (2008, p.57)

Tabel 4. Operasionalisasi Variabel Y

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Tingkat Kesadaran akan Gerakan Black Lives Matter	Attitude	● Perubahan pola pikir ● Menjadi lebih peduli terhadap isu isu yang terjadi terutama perbedaan ras	Likert
	Knowledge	● Kesadaran akan adanya kesetaraan	
	Behaviour	● Menjaga tutur kata ● Ikut berdonasi dan mengisi petisi	

Sumber: Kruger & Kerney (2006)-Teori Psikologi Sosial

Kuesioner:

1. Berita tentang kasus Black Lives Matter yang selalu dibaca dari sumber yang jelas dan terpercaya
2. Berita yang dibaca melalui media sosial dapat mudah dipahami atau dicerna.
3. Karakteristik isi berita mengenai gerakan BLM dalam media sosial menarik untuk dibaca
4. Tujuan berita gerakan BLM yang terdapat dalam media sosial jelas dan tepat sasaran
5. Influencer pada media sosial berperan penting dalam penyebaran informasi gerakan BLM
6. Anda mendapatkan informasi yang lebih banyak tentang BLM melalui media sosial dibandingkan media lainnya
7. Media sosial membantu audience memiliki pandangan baru tentang gerakan BLM
8. Media sosial menjadi sarana untuk menyatukan pendapat agar bersama-sama mendukung gerakan BLM
9. Media sosial memberikan akses yang lebih mudah untuk berkontribusi dalam aksi menyalurkan donasi dalam gerakan BLM ataupun dalam mengisi petisi
10. Informasi gerakan BLM disampaikan dengan baik melalui media sosial
11. Pola pikir anda mengenai gerakan BLM menjadi lebih terbuka
12. Anda menjadi lebih peduli terhadap isu-isu yang terjadi terutama pada isu perbedaan ras

13. Dengan membaca informasi tentang gerakan BLM di media sosial, meningkatkan kesadaran akan mengenai kesetaraan ras dan perbedaan
14. Anda lebih menjaga tutur kata, bahasa dan sikap tanpa membeda-bedakan ras
15. Anda berpikir bahwa tindakan donasi dan mengisi petisi merupakan langkah yang tepat untuk mendukung gerakan BLM

3.7 Uji Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012:455), validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Penghitungan uji validitas ini menggunakan bantuan Statistical Package for the Social Science (SPSS). Uji validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner yang telah dibuat. Uji validitas dikatakan valid apabila angka r_{hitung} lebih besar daripada r tabel, sebaliknya jika r_{hitung} lebih kecil dari r t_{abel}, maka item tersebut dikatakan tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017:130). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS v.22 dengan uji keterandalan teknik Alpha Cronbach.

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dengan alat tersebut dapat dipercaya. Hasil pengukuran harus reliabel dalam artian harus memiliki tingkat konsistensi dan kemantapan (Sumadi Suryabrata (2004: 28)).

Uji ini dilakukan dengan membandingkan angka Alpha Cronbach dengan ketentuan nilai cronbach minimal 0,6. Jika hasil perhitungan Alpha Cronbach pada SPSS lebih besar dari 0,6 maka disimpulkan kuesioner reliabel, sebaliknya jika hasil perhitungan Alpha Cronbach lebih kecil dari 0,6 maka disimpulkan kuesioner tidak reliabel.

3.7.3 Uji Korelasi Pearson Product Moment

Rumus korelasi berdasarkan Pearson Product Moment menurut Sugiyono (2010:183) adalah sebagai berikut : Keterangan : = Koefisien Korelasi N = Banyaknya Sampel ∑X = Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan variabel X ∑Y = Jumlah skor keseluruhan untuk item pertanyaan variabel Y

Korelasi Pearson atau sering disebut Korelasi Product Moment (KPM) merupakan salah satu dari beberapa jenis uji korelasi yang digunakan untuk menguji hipotesis asosiatif dua variabel yang berskala interval atau rasio.

3.7.4 Uji Koefisien Determinasi / Koefisien Penentu

Menurut Ghozali (2016), uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

Koefisien Determinasi Menurut Sugiyono (2013:207), untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y maka digunakan koefisien determinasi (KD) yang merupakan koefisien korelasi yang biasanya dinyatakan dengan persentase (%).

Koefisien Determinasi juga dapat diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varians dari

variabel terikatnya. Secara sederhana koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan Koefisien Korelasi (R).

3.7.5 Uji t

"Menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.Uji t adalah pengujian koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen." (Ghozali (2013:98)) Dilakukannya uji t ini adalah untuk melihat apakah variabel X dan variabel Y saling berhubungan.

Hipotesis diuji berdasarkan daerah penerimaan dan daerah penolakan yang ditetapkan yaitu:

-H_0 akan diterima jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 (menggunakan taraf signifikansi 5%)

-H_0 akan ditolak jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 (menggunakan taraf signifikansi 5%)

Dapat juga dilakukan dengan cara lain:

-Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima

-Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak

BAB IV

Hasil dan Pembahasan

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Penelitian ini bersifat kuantitatif dimana data yang dihasilkan akan berbentuk angka, kemudian dari data yang didapat dilakukan analisis dengan menggunakan software SPSS. Objek dalam penelitian ini adalah

para pengguna media sosial yang kami fokuskan pada media sosial Twitter dan Instagram sebagai salah satu *platform* media sosial yang menyebarkan informasi secara pesat. Gerakan *Black Lives Matter* merupakan salah satu usaha masyarakat dalam menyuarakan pendapat mereka guna menyeimbangkan hak asasi manusia dan kesetaraan terhadap ras kulit hitam.



Gambar 20. Black Lives Matter dari whimsical.co.uk

Dalam era globalisasi saat ini, sosial media menjadi salah satu platform yang juga banyak digunakan oleh kelompok politik dan berbagai macam gerakan sosial, seperti membuat petisi. Salah satu fitur di Twitter yang paling sering digunakan untuk menyebarkan informasi terkait gerakan sosial yaitu *hashtag*/tagar. Menurut penelitian yang diterbitkan oleh Twitter dalam situs-nya, tagar yang paling banyak digunakan yaitu terkait dengan masalah-masalah sosial. Kemudahan dalam penyebaran informasi melalui sosial media menjadikan gerakan *Black Lives Matter* lebih dikenal dan dipahami oleh orang banyak. Gerakan ini menjadi berita utama nasional dan mendapatkan perhatian internasional lebih lanjut selama protes global George Floyd (2020) setelah kematiannya yang disebabkan oleh polisi Derek Chauvin di Minneapolis, Minnesota. Dengan menggunakan tagar *#BlackLivesMatter* membantu memudahkan para

aktivis untuk mengkomunikasikan gerakan mereka dalam skala yang lebih besar dan jangkauan yang lebih luas.

Hubungan penggunaan media sosial serta perannya akan kesadaran gerakan *Black Lives Matter* sangat diperlukan, respon terhadap media sosial akan sesuatu hal yang asing bagi masyarakat ditunjukkan dari tingkat kesadaran seseorang dalam lingkungan dunia sosial, sehingga para pengguna memicu terjadinya kepedulian yang pada akhirnya meningkatkan kesadaran sosial mereka.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Hasil Angket

Tabel 5. Tabel Data X

No. Responden	Nomor Bukti Angket										Skor Total
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	
1	5	4	5	3	5	5	5	4	5	4	45
2	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	42
3	4	3	4	3	2	4	4	4	3	3	34
4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	47
5	5	4	4	4	3	5	4	5	4	4	42
6	5	3	4	4	3	4	4	4	4	3	38
7	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
8	3	3	4	4	5	5	5	5	5	4	43

9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**50**
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**50**
11	3	3	4	3	4	5	4	4	4	3	**37**
12	3	3	3	3	4	5	3	5	5	2	**36**
13	4	4	4	3	4	4	4	5	5	3	**40**
14	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	**35**
15	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	**47**
16	3	3	2	2	1	4	3	5	4	2	**29**
17	3	5	4	3	2	4	5	5	5	3	**39**
18	3	3	4	3	3	4	4	5	5	4	**38**
19	5	4	5	3	5	5	5	3	5	3	**43**
20	3	3	5	4	4	4	4	4	5	5	**41**
21	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	**44**
22	3	4	3	4	4	5	3	3	3	4	**36**
23	5	4	5	4	3	4	4	4	3	3	**39**
24	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	**45**
25	3	4	5	4	3	5	4	4	5	3	**40**
26	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	**39**
27	3	4	4	3	5	5	5	5	5	5	**44**

28	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	**47**
29	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	**38**
30	4	3	3	2	3	3	3	4	4	3	**32**

Tabel 6. Tabel Data Y

No. Responden	**Nomor bukti Angket**					**Skor Total**
	Y11	**Y12**	**Y13**	**Y14**	**Y15**	
1	5	5	5	5	3	**23**
2	4	5	4	5	4	**22**
3	4	3	3	4	3	**17**
4	5	5	5	5	5	**25**
5	5	5	4	5	4	**23**
6	3	4	4	4	4	**19**
7	5	5	5	5	5	**25**
8	5	5	5	5	2	**22**
9	5	5	5	5	5	**25**
10	5	5	5	5	5	**25**
11	3	3	3	4	4	**17**

12	3	5	5	5	5	**23**
13	5	5	5	5	5	**25**
14	4	4	4	5	3	**20**
15	5	5	5	5	5	**25**
16	3	4	4	5	1	**17**
17	4	4	4	4	5	**21**
18	4	5	5	5	3	**22**
19	5	5	5	5	5	**25**
20	5	5	5	5	5	**25**
21	4	5	5	5	4	**23**
22	4	5	4	5	4	**22**
23	3	5	5	5	4	**24**
24	5	5	4	5	5	**24**
25	4	4	3	3	5	**19**
26	4	4	4	4	4	**20**
27	5	5	5	5	4	**24**
28	5	5	5	5	5	**25**
29	4	5	5	5	4	**23**
30	3	4	5	5	2	**19**

4.2.2 Hasil Uji Pre-Test Validitas

Sebelum menyebarkan kuesioner penelitian kepada sampel yang sudah dicari, peneliti lebih dulu menyebarkan kuesioner kepada 30 responden untuk diuji validitasnya untuk masing-masing variabel dengan jumlah pertanyaan sebanyak 15 butir soal. Dimana variabel X berjumlah 10 butir dari soal nomor 1 hingga 10 dan variabel Y berjumlah 5 butir soal dari soal nomor 11 hingga 15.

Kriteria yang digunakan adalah (Abdurahman & Muhidin, 2007, p.47) yaitu:

- Jika nilai r_{hitung} lebih besar (>) dari nilai rtabel, maka item yang terdapat pada kuesioner dinyatakan valid dan dapat dipergunakan.
- Jika nilai r_{hitung} lebih kecil (<) dari nilai rtabel, maka item yang terdapat pada kuesioner dinyatakan tidak valid dan tidak dapat dipergunakan.

Nilai rtabel didapatkan dari a=5% (0.05) dan db=n-2

Nilai r_{tabel}=0,361, maka jika r_{hitung} >0,361 maka data tersebut dinyatakan valid dan dapat dipergunakan, jika r_{hitung} <0.361 maka data tersebut tidak valid dan tidak dapat dipergunakan.

Hasil Analisis Bivariate Pearson (SPSS)

Tabel 7. Tabel Hasil Uji Validitas Variabel X

Penggunaan Media Sosial, N = 30

Penggunaan Media Sosial (X)	Pernyataan	r_{Hitung}	r_{Tabel}	Keterangan
	X1	0,475	0,361	VALID

	X2	0,750	0,361	VALID
	X3	0,779	0,361	VALID
	X4	0,753	0,361	VALID
	X5	0,754	0,361	VALID
	X6	0,641	0,361	VALID
	X7	0,804	0,361	VALID
	X8	0,385	0,361	VALID
	X9	0,638	0,361	VALID
	X10	0,676	0,361	VALID

Berdasarkan perhitungan uji validitas variabel X (penggunaan media sosial) dengan dimensi: Clarification, Content, Connectivity, dan Conversation yang didapat dari SPSS diatas, maka semua pernyataan dalam kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti dinyatakan valid dan dapat dipergunakan karena nilai rhitung>rtabel.

Tabel 8. Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Y

Tingkat Kesadaran akan Gerakan BLM, N = 30

Tingkat Kesadaran akan Gerakan BLM (Y)	Pernyataan	r_{Hitung}	r_{Tabel}	Keterangan
	Y11	0,765	0,361	VALID

	Y12	0,880	0,361	VALID
	Y13	0,754	0,361	VALID
	Y14	0,611	0,361	VALID
	Y15	0,633	0,361	VALID

Berdasarkan perhitungan uji validitas variabel Y (tingkat kesadaran akan gerakan BLM) dengan dimensinya yaitu Behaviour, Attitude, dan Knowledge yang didapat dari SPSS diatas, maka semua pernyataan dalam kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti dinyatakan valid dan dapat dipergunakan karena nilai rhitung>rtabel.

4.2.2 Hasil Uji Pre-Test Reliabilitas

Kriteria uji reliabilitas pada suatu instrumen dinyatakan reliabel dalam Alpha Cronbach, apabila koefisien reliabilitas (r11) > 0,6 (Siregar, 2014, p.57).

Tabel 9. Tabel Uji Reliabilitas Variabel X
Penggunaan Media Sosial, N=30

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

Tabel 10. Tabel Cronbarch’s Alpha

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	10

Sumber: Data Olahan Penelitian menggunakan SPSS

Pada tabel uji reliabilitas pada variabel X oleh data yang sudah diolah penelitian, nilai Cronbach's Alpha yang didapat pada variabel X (penggunaan media sosial) adalah 0,858, yang dapat disimpulkan bahwa pada uji reliabilitas pada variabel Penggunaan Media Sosial (X), dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha yang didapat yaitu 0,858 lebih besar dari koefisien reliabilitas (r11) yaitu 0,6.

Tabel 11. Tabel Uji Reliabilitas Variabel Y

Tingkat Kesadaran akan Gerakan Black Lives Matter, N=30

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

Tabel 12. Tabel Cronbarch's Alpha

Cronbach's Alpha	N of Items
.736	5

Sumber: Data Olahan Penelitian menggunakan SPSS

Pada tabel uji reliabilitas pada variabel Y oleh data yang sudah diolah penelitian menggunakan SPSS, nilai Cronbach's Alpha yang didapat pada variabel Y (tingkat kesadaran akan gerakan BLM) adalah 0,736, yang dapat disimpulkan bahwa pada uji reliabilitas pada variabel Tingkat Kesadaran akan Gerakan BLM (Y), dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha yang didapat yaitu 0,736 lebih besar dari koefisien reliabilitas (r11) yaitu 0,6.

4.2.3. Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment

Pada penelitian ini peneliti menguji hubungan antara kedua variabel menggunakan teknik Pearson untuk variabel X (Penggunaan Media Sosial) dan variabel Y (Tingkat Kesadaran akan Gerakan BLM) analisis pearson product moment dengan menggunakan aplikasi SPSS (Statistical Packages for Social Science).

Proses perhitungannya menggunakan rumus:

$$r = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{n}}{\sqrt{\left(\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}\right)\left(\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n}\right)}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

x = Variabel independen

y = Variabel dependen

Dasar pengambilan keputusan dalam uji korelasi:

- Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan/korelasi antara dua variabel X dan Y, maka diperlukan perhitungan besar koefisien korelasi (r).
- Menentukan tingkat keeratan dan pengaruh (positif atau negatif) berdasarkan dari hasil perhitungan koefisien korelasi.
- Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi dapat dilihat dari hasil perhitungan koefisien korelasi dengan probabilitas atau taraf kesalahannya ditetapkan 5% (0,05).
- Menentukan adanya kontribusi hubungan dari variabel X terhadap variabel Y
- jika nilai Sig > 0,05 maka tidak ada hubungan antara variabel X dan Y, sebaliknya jika nilai Sig < 0,05 maka ada hubungan yang signifikan antara variabel X dan Y

Berikut hasil uji korelasi yang dilakukan dengan data SPSS:

Tabel 13. Tabel Hasil Uji Korelasi

Correlations

		Penggunaan Media Sosial	Tingkat Kesadaran akan Gerakan BLM
Penggunaan Media Sosial (X)	Pearson Correlations	1	0,757**
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	90	
Tingkat Kesadaran akan Gerakan BLM (Y)	Pearson Correlations	0,757**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	

N	90	90

**** Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed).**

Sumber: Data olahan peneliti, 2020

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan aplikasi SPSS pada data diatas, mendapatkan hasil dengan penjelasan sebagai berikut:

- Terdapat hubungan atau korelasi antara kedua variabel yang diuji, variabel X penggunaan media sosial dan variabel Y tingkat kesadaran akan gerakan BLM, dengan nilai koefisien korelasi yang didapatkan sebesar **0,757**, yang berdasarkan kategori Sugiyono yaitu:

Tabel 14. Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60-0,799	**Kuat**
0,83-1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, 2006, p.183

Maka dapat dinyatakan bahwa hubungan antara variabel X (Penggunaan Media Sosial) dengan variabel Y (Tingkat Kesadaran akan Gerakan *Black Lives Matter*) berada dalam tingkat **0,757** yang terletak pada kategori **0,60 - 0,799** yang berarti ada hubungan yang **kuat** dan arah hubungannya **positif**.

- Hasil dari koefisien korelasi yang didapatkan bernilai positif, maka arah hubungannya pun positif, hal ini dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat penggunaan media sosial maka akan

semakin dapat menciptakan kesadaran akan gerakan *Black Lives Matter.*

- Terdapat hasil probabilitas penelitian yaitu 0,000 < 0,05 yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X (Penggunaan Media Sosial) terhadap variabel Y (Tingkat Kesadaran akan Gerakan *Black Lives Matter*)
- Pengujian signifikan ini dapat dapat dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} yakni r_{hitung} > $r_{tabel.}$ Dari hasil perhitungan yang didapatkan, 0,757 dengan taraf signifikan 5% r_{tabel} yaitu 0,05 maka terdapat korelasi pada signifikansi 5%.

4.2.4 Hasil Koefisien Determinasi / Koefisien Penentu

Dalam menentukan seberapa besar kontribusi variabel X (Penggunaan Media Sosial) terhadap variabel Y (Tingkat Kesadaran akan Gerakan *Black Lives Matter*), diperlukan uji koefisien determinasi atau koefisien penentu. Berikut hasil dari Koefisien Determinasi:

Tabel 15. Tabel Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,757[a]	,573	,568	1.85541

a. Predictors : (Constant), Penggunaan Media Sosial

b. Dependent : Variable, Tingkat Kesadaran akan Gerakan BLM

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

$$KP = R^2 \times 100\%$$
$$= 0{,}573 \times 100\%$$

= 57,3%

Keterangan:

KP = Koefisien Penentu

R = Koefisien Korelasi

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel SPSS diatas didapatkan kontribusinya R_{square} sebesar 0,573. Berdasarkan hasil perhitungan manual KP, diambil kesimpulan hasil koefisien determinasi penentu sebesar 57,3%, bahwa artinya penggunaan media sosial memiliki kontribusi sebesar 57,3% dalam berpartisipasi meningkatkan kesadaran akan gerakan *Black Lives Matter.* Selebihnya tingkat kesadaran akan gerakan *Black Lives Matter* 42,7% terbentuk dari variabel lain diluar penelitian ini.

4.2.5 Hasil Uji t

Untuk menguji tingkat signifikansi variabel X (Pengguna Media Sosial) dengan variabel Y (Tingkat kesadaran akan Gerakan *Black Lives Matter*). Jika nilai sig < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel, sebaliknya jika nilai sig > 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X dan Y. Maka peneliti melakukan analisis dengan menggunakan aplikasi SPSS yang didapatkan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 16. Tabel Hasil Uji t

Coeffiicients[a]

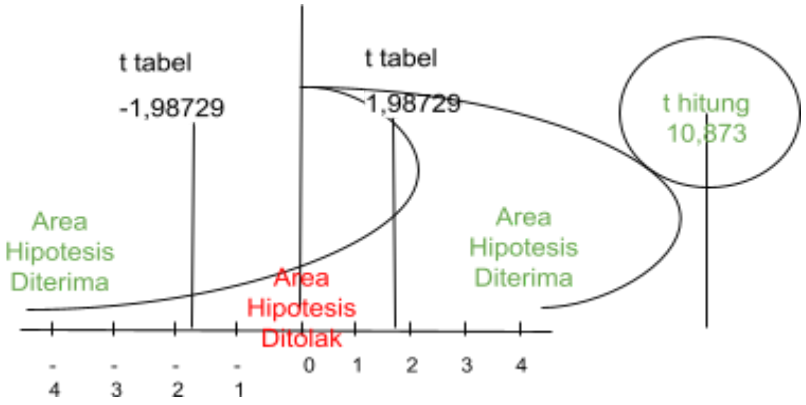
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4,686	1,606		2,917	,004
	Penggunaan	,423	,039	,757	**10,873**	,000

Media Sosial					

a. Dependent Variable: Tingkat Kesadaran akan Gerakan BLM

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

Berdasarkan hasil uji t menggunakan aplikasi SPSS diatas, didapatkan t_{hitung} sebesar 10,873 > dari t_{tabel} (88) yaitu 1,98729. Juga nilai signifikansi 0,000<0,05, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X (penggunaan media sosial) memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel Y (tingkat kesadaran akan gerakan *Black Lives Matter*), maka H_a *diterima yaitu terdapat hubungan antara penggunaan media sosial dengan tingkat kesadaran akan gerakan Black Lives Matter.*



Gambar 21. Kurva Uji t, data olahan peneliti

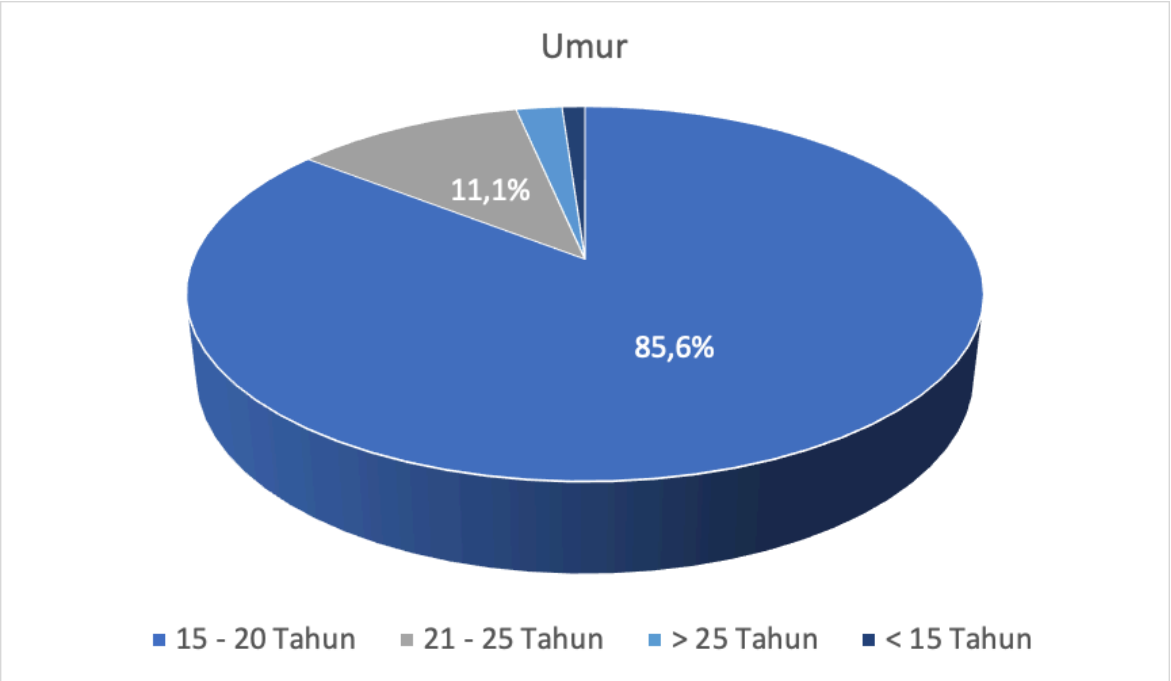
4.3. Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 17. Tabel Umur Responden

Kategori	Frekuensi	Presentase
<15 tahun	1	1,1%
15 - 20 tahun	77	85,6%
21 - 25 tahun	10	11,1%
>25 tahun	2	2,2%

Total	90	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 1 July 2020



Gambar 22. Diagram Pie, data olahan peneliti

Berdasarkan tabel dan diagram pie diatas, peneliti mendapat 4 kategori usia yaitu kurang dari 15 tahun (1,1%), 15 sampai 20 tahun (85,6%), 21 sampai 25 tahun (11.1%), dan diatas 25 tahun (2.2%).

4.4 Hasil Analisis Data

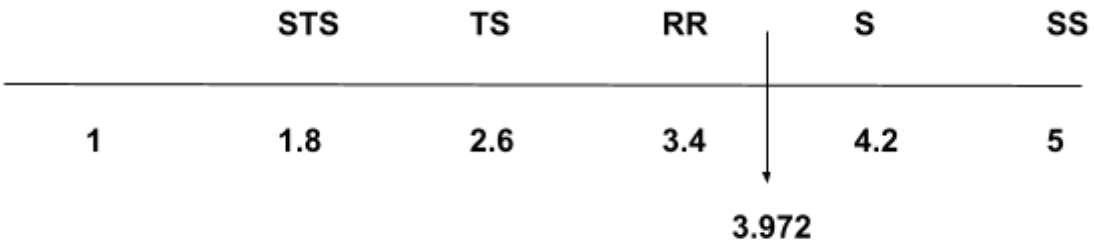
4.4.1 Variabel X Penggunaan Media Sosial

Hasil dari jawaban kuesioner yang sudah dibagikan dan dijawab oleh 90 responden akan dilampirkan per butir soal serta dilengkapi dengan penjelasan dari hasil yang sudah didapat. Berikut adalah hasil dari pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada variabel X.

Tabel 18. Distribusi Frekuensi

Pernyataan Soal 1 - Berita tentang kasus *Black Lives Matter* yang selalu dibaca dari sumber yang jelas dan terpercaya.

Frekuensi Relatif	Jawaban		F.r x Skor
	Skala	Skor	
0,313	SS	5	1,565
0,356	S	4	1,424
0,313	RR	3	0.939
0,022	TS	2	0,044
0	STS	1	0
Total			3.972



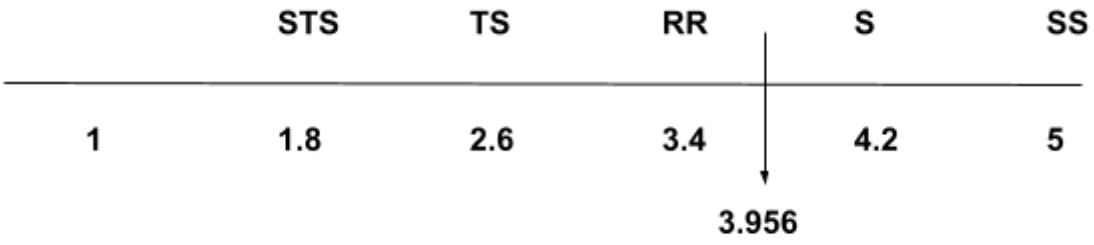
Gambar 23. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8

Berdasarkan tabel pernyataan soal nomor 1 di atas, menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan bahwa berita yang mereka baca melalui media sosial tentang gerakan *Black Lives Matter* didapat dari sumber yang jelas dan terpercaya. Sebanyak 28 (31.3%) responden sangat setuju, 32 (35.6%) responden setuju, 28 (31.3%) responden menjawab ragu-ragu, 2 (2.2%) responden menjawab tidak setuju akan pernyataan ini, dan 0 (0%) tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju akan pernyataan ini.

Tabel 19. Distribusi Frekuensi

Pernyataan Soal 2 - Berita yang dibaca melalui media sosial dapat mudah dipahami atau dicerna.

Frekuensi Relatif	Jawaban		F.r x Skor
	Skala	Skor	
0,289	SS	5	1,445
0,411	S	4	1,644
0,267	RR	3	0,801
0,033	TS	2	0,066
0	STS	1	0
Total			3,956



Gambar 24. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8

Berdasarkan tabel pernyataan soal nomor 2 di atas, menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan bahwa Berita yang dibaca melalui media sosial dapat mudah dipahami atau dicerna. Sebanyak 26 (28,9%) responden sangat setuju, 37 (41,1%) responden setuju, 24 (26,7%) responden menjawab ragu-ragu, 3 (3,3%) responden menjawab

tidak setuju, dan 0 (0%) tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju akan pernyataan ini.

Tabel 20. Distribusi Frekuensi

Pernyataan Soal 3 - Karakteristik isi berita mengenai gerakan BLM dalam media sosial menarik untuk dibaca.

Frekuensi Relatif	Jawaban		F.r x Skor
	Skala	Skor	
0,411	SS	5	2,055
0,411	S	4	1,644
0,144	RR	3	0,432
0,033	TS	2	0,066
0	STS	1	0
Total			4,197



Gambar 25. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8

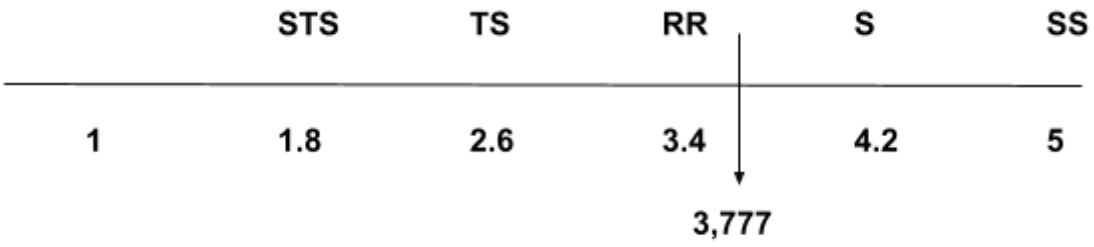
Berdasarkan tabel pernyataan soal nomor 3 di atas, menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan bahwa Karakteristik isi berita mengenai gerakan BLM dalam media sosial menarik untuk dibaca. Sebanyak 37 (41,1%) responden sangat setuju, 37 (41,1%) responden

setuju, 13 (14,4%) responden menjawab ragu-ragu, 3 (3,3%) responden menjawab tidak setuju, dan 0 (0%) tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju akan pernyataan ini.

Tabel 21. Distribusi Frekuensi

Pernyataan Soal 4 - Tujuan berita gerakan BLM yang terdapat dalam media sosial jelas dan tepat sasaran.

Frekuensi Relatif	Jawaban		F.r x Skor
	Skala	Skor	
0,211	SS	5	1,055
0,411	S	4	1,644
0,322	RR	3	0,966
0,056	TS	2	0,112
0	STS	1	0
Total			3,777



Gambar 26. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8

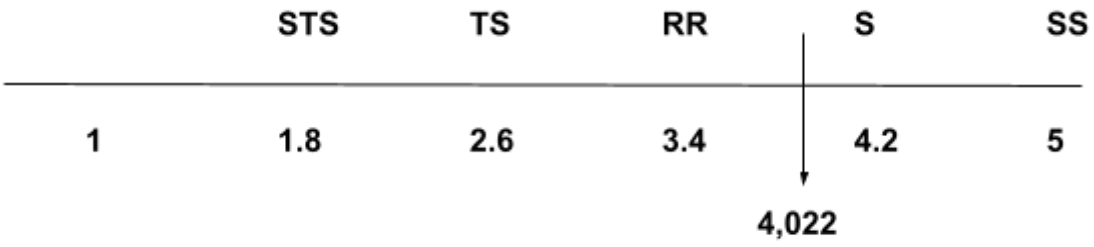
Berdasarkan tabel pernyataan soal nomor 4 di atas, menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan bahwa Tujuan berita gerakan BLM yang terdapat dalam media sosial jelas dan tepat sasaran.

Sebanyak 19 (21,1%) responden sangat setuju, 37 (41,1%) responden setuju, 29 (32,2%) responden menjawab ragu-ragu, 5 (5,6%) responden menjawab tidak setuju, dan 0 (0%) tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju akan pernyataan ini.

Tabel 22. Distribusi Frekuensi

Pernyataan Soal 5 - Influencer pada media sosial berperan penting dalam penyebaran informasi gerakan BLM.

Frekuensi Relatif	Jawaban		F.r x Skor
	Skala	Skor	
0,389	SS	5	1,945
0,333	S	4	1,332
0,2	RR	3	0,6
0,067	TS	2	0,134
0,011	STS	1	0,011
Total			4,022



Gambar 27. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8

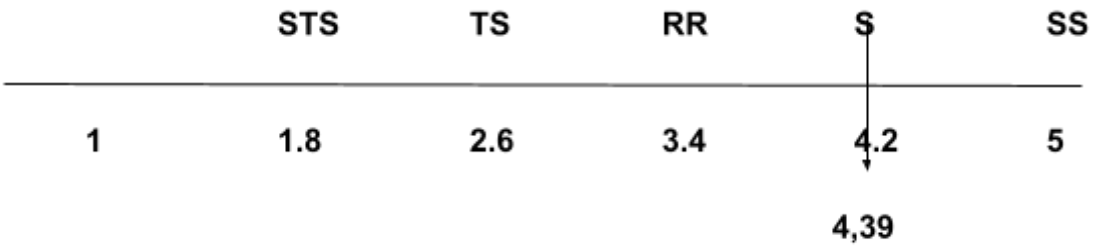
Berdasarkan tabel pernyataan soal nomor 5 di atas, menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan bahwa Influencer pada media sosial berperan penting dalam penyebaran informasi gerakan BLM.

Sebanyak 35 (38,9%) responden sangat setuju, 30 (33,3%) responden setuju, 18 (20%) responden menjawab ragu-ragu, 6 (6,7%) responden menjawab tidak setuju, dan 1 (1,1%) responden menjawab sangat tidak setuju akan pernyataan ini.

Tabel 23. Distribusi Frekuensi

Pernyataan Soal 6 - Anda mendapatkan informasi yang lebih banyak tentang BLM melalui media sosial dibandingkan media lainnya.

Frekuensi Relatif	Jawaban		F.r x Skor
	Skala	Skor	
0,567	SS	5	2,835
0,289	S	4	1,156
0,122	RR	3	0,366
0,011	TS	2	0,022
0,011	STS	1	0,011
Total			4,39



Gambar 28. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8

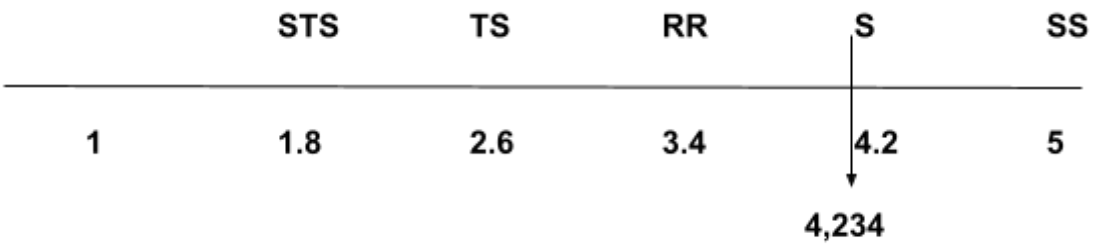
Berdasarkan tabel pernyataan soal nomor 6 di atas, menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan bahwa Anda mendapatkan

informasi yang lebih banyak tentang BLM melalui media sosial dibandingkan media lainnya. Sebanyak 51 (56,7%) responden sangat setuju, 26 (28,9%) responden setuju, 11 (12,2%) responden menjawab ragu-ragu, 1 (1,1%) responden menjawab tidak setuju, dan 1 (1,1%) responden menjawab sangat tidak setuju akan pernyataan ini.

Tabel 24. Distribusi Frekuensi

Pernyataan Soal 7 - Media sosial membantu audience memiliki pandangan baru tentang gerakan BLM.

Frekuensi Relatif	Jawaban		F.r x Skor
	Skala	Skor	
0,4	SS	5	2
0,467	S	4	1,868
0,111	RR	3	0,333
0,011	TS	2	0,022
0,011	STS	1	0,011
Total			4,234



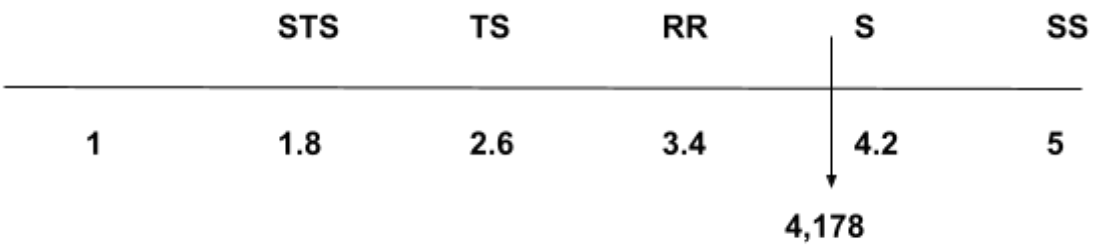
Gambar 29. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8

Berdasarkan tabel pernyataan soal nomor 7 di atas, menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan bahwa Media sosial membantu audience memiliki pandangan baru tentang gerakan BLM. Sebanyak 36 (40%) responden sangat setuju, 42 (46.7%) responden setuju, 10 (11.1%) responden menjawab ragu-ragu, 1 (1.1%) responden menjawab tidak setuju, dan 1 (1.1%) responden menjawab sangat tidak setuju akan pernyataan ini.

Tabel 25. Distribusi Frekuensi

Pernyataan Soal 8 - Media sosial menjadi sarana untuk menyatukan pendapat agar bersama-sama mendukung gerakan BLM.

Frekuensi Relatif	Jawaban		F.r x Skor
	Skala	Skor	
0,433	SS	5	2,165
0,356	S	4	1,424
0,178	RR	3	0,534
0,022	TS	2	0,044
0,011	STS	1	0,011
Total			4,178



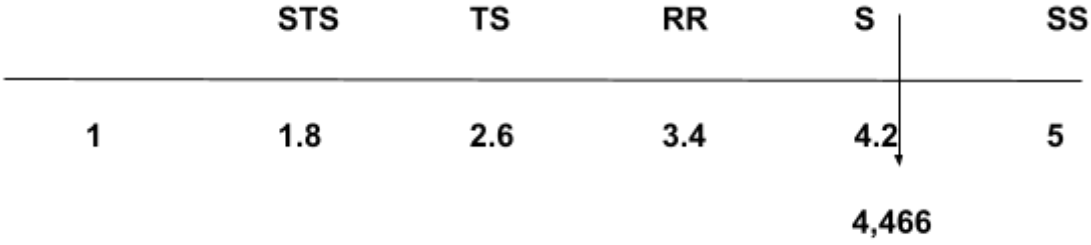
Gambar 30. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8

Berdasarkan tabel pernyataan soal nomor 8 di atas, menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan bahwa media sosial menjadi sarana untuk menyatukan pendapat agar bersama-sama mendukung gerakan Black Lives Matter. Sebanyak 39 (43,3%) responden sangat setuju, 32 (35,6%) responden setuju, 16 (17,8%) responden menjawab ragu-ragu, 2 (2,2%) responden menjawab tidak setuju, dan 1 (1,1%) responden menjawab sangat tidak setuju akan pernyataan ini.

Tabel 26. Distribusi Frekuensi

Pernyataan Soal 9 - Media sosial memberikan akses yang lebih mudah untuk berkontribusi dalam aksi menyalurkan donasi dalam gerakan BLM ataupun dalam mengisi petisi.

Frekuensi Relatif	Jawaban		F.r x Skor
	Skala	Skor	
0,544	SS	5	2,72
0,378	S	4	1,512
0,078	RR	3	0,234
0	TS	2	0
0	STS	1	0
Total			4,466



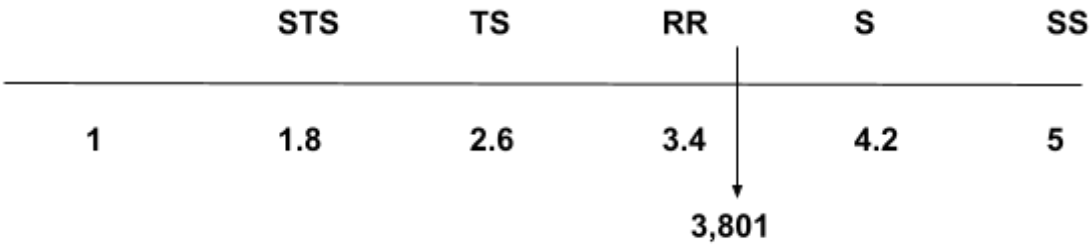
Gambar 31. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8

Berdasarkan tabel pernyataan soal nomor 9 di atas, menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan bahwa media sosial memberikan akses yang lebih mudah untuk berkontribusi dalam aksi menyalurkan donasi dalam gerakan BLM ataupun dalam mengisi petisi. Sebanyak 49 (54.4%) responden sangat setuju, 34 (37.8%) responden setuju, 7 (7.8%) responden menjawab ragu-ragu, 0 (0%) tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan 0 (0%) tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju akan pernyataan ini.

Tabel 27. Distribusi Frekuensi

Pernyataan Soal 10 - Informasi gerakan BLM disampaikan dengan baik melalui media sosial.

Frekuensi Relatif	Jawaban		F.r x Skor
	Skala	Skor	
0,289	SS	5	1,445
0,278	S	4	1,112
0,389	RR	3	1,167
0,033	TS	2	0,066
0,011	STS	1	0,011
Total			3,801



Gambar 32. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8

Berdasarkan tabel pernyataan soal nomor 10 di atas, menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan bahwa Informasi gerakan BLM disampaikan dengan baik melalui media sosial. Sebanyak 26 (28.9%) responden sangat setuju, 25 (27.8%) responden setuju, sebanyak 35 (38.9%) responden menjawab ragu-ragu, 3 (3.3%) responden menjawab tidak setuju, dan 1 (1.1%) responden yang menjawab sangat tidak setuju akan pernyataan ini.

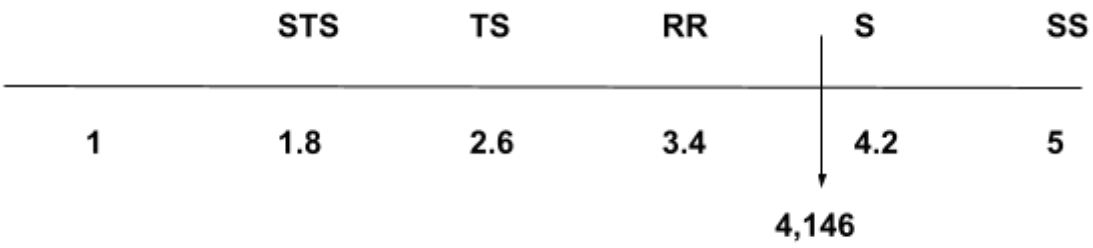
4.4.2 Variabel Y Tingkat Kesadaran akan Gerakan Black Lives Matter

Tabel 28. Distribusi Frekuensi

Pernyataan Soal 11 - Pola pikir anda mengenai gerakan BLM menjadi lebih terbuka.

Frekuensi Relatif	Jawaban		F.r x Skor
	Skala	Skor	
0,5	SS	5	2.5
0,378	S	4	1,512
0,122	RR	3	0,366
0	TS	2	0

0	STS	1	0
Total			4,146



Gambar 33. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8

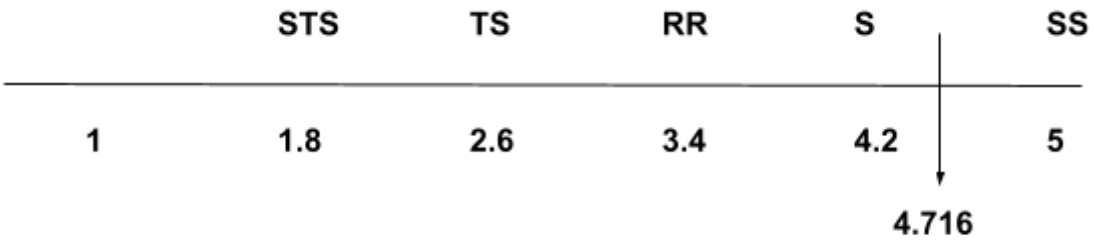
Berdasarkan tabel pernyataan soal nomor 11 di atas, menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan bahwa pola pikir anda mengenai gerakan BLM menjadi lebih terbuka. Sebanyak 45 (50%) responden sangat setuju, 34 (37,8%) responden setuju, 11 (12,2%) responden menjawab ragu-ragu, 0 (0%) responden menjawab tidak setuju, dan 0 (0%) responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju akan pernyataan ini.

Tabel 29. Distribusi Frekuensi

Pernyataan Soal 12 - Anda menjadi lebih peduli terhadap isu-isu yang terjadi terutama pada isu perbedaan ras.

Frekuensi Relatif	Jawaban		F.r x Skor
	Skala	Skor	
0,644	SS	5	3,22
0,244	S	4	0,976
0,1	RR	3	0,3

0,011	TS	2	0,022
0	STS	1	0
Total			4,716



Gambar 34. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8

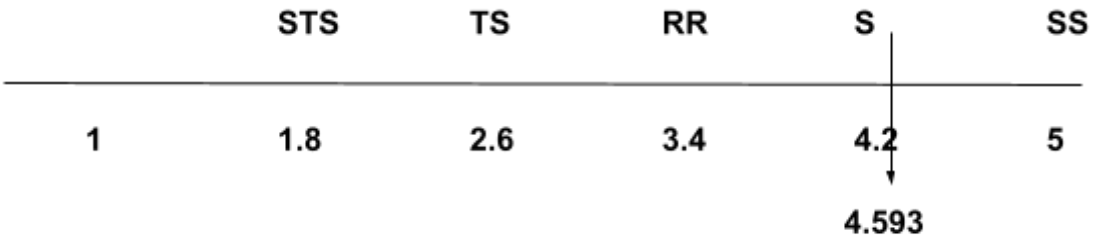
Berdasarkan tabel pernyataan soal nomor 12 di atas, menunjukkan bahwa responden sangat setuju terhadap pernyataan bahwa Anda menjadi lebih peduli terhadap isu-isu yang terjadi terutama pada isu perbedaan ras. Sebanyak 58 (64,4%) responden sangat setuju, 22 (24,4%) responden setuju, 9 (10%) responden menjawab ragu-ragu, 1 (1,1%) responden menjawab tidak setuju, dan 0 (0%) responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju akan pernyataan ini.

Tabel 30. Distribusi Frekuensi

Pernyataan Soal 13 - Dengan membaca informasi tentang gerakan BLM di media sosial, meningkatkan kesadaran akan mengenai kesetaraan ras dan perbedaan.

Frekuensi Relatif	Jawaban		F.r x Skor
	Skala	Skor	
0,667	SS	5	3,335

0,256	S	4	1,024
0,078	RR	3	0,234
0	TS	2	0
0	STS	1	0
Total			4,593



Gambar 35. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8

Berdasarkan tabel pernyataan soal nomor 13 di atas, menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan bahwa dengan membaca informasi tentang gerakan BLM di media sosial maka meningkatkan kesadaran akan mengenai kesetaraan ras dan perbedaan lainnya. Sebanyak 60 (66.7%) responden sangat setuju, 23 (25.6%) responden setuju, 7 (7.8%) responden menjawab ragu-ragu, 0 (0.0%) tidak terdapat responden yang menjawab tidak setuju pada pertanyaan ini, dan 0 (0%) tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju akan pernyataan ini.

Tabel 31. Distribusi Frekuensi

Pernyataan Soal 14 - Anda lebih menjaga tutur kata, bahasa dan sikap tanpa membeda-bedakan ras.

Frekuensi Relatif	Jawaban		F.r x Skor
	Skala	Skor	
0,656	SS	5	3,28
0,267	S	4	1,068
0,056	RR	3	0,168
0,011	TS	2	0,022
0,011	STS	1	0,011
Total			6,061



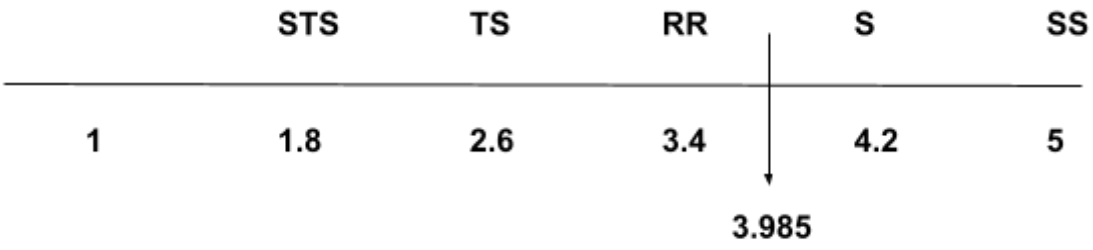
Gambar 36. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8

Berdasarkan tabel pernyataan soal nomor 14 di atas, menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan bahwa Anda lebih menjaga tutur kata, bahasa dan sikap tanpa membeda-bedakan ras. Sebanyak 59 (65.6%) responden sangat setuju, 24 (26.7%) responden setuju, 5 (5,6%) responden menjawab ragu-ragu, 1 (1.1%) responden yang menjawab tidak setuju pada pertanyaan ini, dan 1 (1.1%) responden yang menjawab sangat tidak setuju akan pernyataan ini.

Tabel 32. Distribusi Frekuensi

Pernyataan Soal 15 - Anda berpikir bahwa tindakan donasi dan mengisi petisi merupakan langkah yang tepat untuk mendukung gerakan BLM.

Frekuensi Relatif	Jawaban		F.r x Skor
	Skala	Skor	
0,433	SS	5	2,165
0,244	S	4	0,976
0,233	RR	3	0,699
0,056	TS	2	0,112
0,033	STS	1	0,033
Total			3,985



Gambar 37. Garis Kontinum dengan rentang skala 0,8

Berdasarkan tabel pernyataan soal nomor 15 di atas, menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan bahwa anda berpikir bahwa tindakan donasi dan mengisi petisi merupakan langkah yang tepat untuk mendukung gerakan BLM. Sebanyak 39 (43.3%) responden sangat setuju, 22 (24.4%) responden setuju, 21 (23.3%) responden menjawab ragu-ragu, 5 (5.6%) responden yang menjawab tidak setuju, dan 3 (3.3%) responden yang menjawab sangat tidak setuju akan pernyataan ini.

4.5 Pembahasan

Pada pembahasan ini, hasil penelitian dikaitkan berdasarkan variabel masing-masing, dimana teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori *Uses and Effect* yang dikaitkan dengan variabel X Penggunaan Media Sosial dengan variabel Y Tingkat Kesadaran akan Gerakan *Black Lives Matter.*

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Teori *Uses and Effect* yang diperkenalkan oleh Sven Windahl (1979) yaitu teori yang memahami tentang hubungan antara komunikasi media massa, yang dimana fokus dalam teori ini adalah exposure dari penggunaan media sosial. Dalam penelitian ini, para pengguna media sosial mendapatkan effect tertentu setelah menggunakan media massa yang dapat menimbulkan perubahan perilaku atau pemahaman para penggunanya dalam kehidupan sehari-hari, baik ke arah yang positif maupun negatif. Teori *Uses and Effect* pada penelitian ini digunakan dalam mengukur hubungan antar penggunaan media sosial terhadap effect yang ditimbulkan yaitu tingkat kesadaran akan gerakan *Black Lives Matter.* Pemahaman yang ditimbulkan oleh media sosial akan gerakan *Black Lives Matter* mempunyai dampak yang positif bagi para penggunanya, karena pemahaman ini membuka pengetahuan jauh lebih luas mengenai adanya perbedaan, serta meningkatnya toleransi antar individu.

Hasil penyebaran kuesioner dapat disimpulkan berdasarkan jawaban dari responden yang telah dianalisis oleh peneliti menggunakan aplikasi SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Hasil membuktikan akan adanya hubungan antara pengguna media sosial dengan tingkat kesadaran akan gerakan *Black Lives Matter.* Hal ini dibuktikan dari *Koefisien Determinasi* dalam penelitian ini sebesar 0,573, bahwa penggunaan media sosial memiliki hubungan dengan tingkat kesadaran gerakan *Black Lives Matter* sebesar **57,3%** dan sisanya **42,7%**

terbentuk dari faktor-faktor lain diluar dari variabel penelitian ini. Hasil dari *Korelasi Pearson Product Moment* yang dicari menggunakan SPSS untuk mendapatkan koefisien korelasi (r) yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X Penggunaan Media Sosial dengan variabel Y Tingkat Kesadaran akan Gerakan *Black Lives Matter* berada dalam tingkat **0,757** yaitu terletak pada kategori **0,60 - 0,799** yang berarti ada hubungan yang **kuat** antar variabel.

Dalam hasil *uji t* didapatkan hasil t_{hitung} **sebesar 10,873** yang lebih besar dari t_{tabel} (88) yaitu 1,98729, yang menyatakan bahwa adanya hubungan antara kedua variabel X dan Y. Hasil analisis juga menyatakan adanya kontribusi yang signifikan dari variabel penggunaan media sosial dengan tingkat kesadaran akan gerakan *Black Lives Matter* dengan nilai signifikansi **0,000<0,05**, dimana jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti *terdapat hubungan antara penggunaan media sosial dengan tingkat kesadaran akan gerakan Black Lives Matter.*

Variabel penggunaan media sosial (X) melalui dimensi *clarification* dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden setuju dan sangat setuju bahwa sumber data yang diperoleh dari media sosial jelas dan terpercaya serta mudah dipahami.

Pada dimensi *content* menunjukkan bahwa rata-rata responden setuju akan kualitas berita yang menarik untuk dibaca yang didalamnya berisi tujuan yang jelas dan fokus terhadap topik yang dibahas mengenai informasi yang terdapat dalam media sosial akan gerakan *Black lives Matter.* Dukungan dan bantuan dari para influencer terhadap gerakan *Black Lives Matter* juga sangat berpengaruh sehingga bertambahnya akun-akun edukasi yang membahas mengenai gerakan *Black Lives Matter.*

Berdasarkan dimensi *connectivity*, dapat disimpulkan dimana para responden setuju bahwa berita yang membahas mengenai gerakan *Black Lives Matter* membuka pandangan baru ataupun meluaskan pandangan para audience yang belum begitu paham dan dapat menyatukan pendapat para penggunanya untuk mencapai satu tujuan yang jelas dengan memberikan bantuan melalui donasi yang ditujukan kepada pihak-pihak yang dirugikan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesadaran akan *Black Lives Matter.*

Pada dimensi *conversation*, dapat disimpulkan bahwa para responden setuju akan penyampaian gerakan *Black Lives Matter* yang disampaikan dengan baik melalui media sosial yang dibuktikan dengan antusiasme para pengguna media sosial yang ikut berpartisipasi dalam menggunakan *hashtag #BlackLivesMatter* dari berbagai negara diluar United States.

Variabel Tingkat Kesadaran akan Gerakan Black Lives Matter (Y), dimensi *attitude*, disimpulkan bahwa para responden setuju akan perubahan pola pikir yang dihasilkan karena penggunaan media sosial dan pembaca menjadi lebih peduli terhadap isu-isu yang terjadi terutama terhadap isu perbedaan ras.

Dimensi *knowledge* menunjukan bahwa responden setuju akan adanya kesetaraan terhadap semua individu dan memahami bahwa tidak ada ras yang superior atau ras yang lebih baik dari yang lainnya.

Dalam dimensi *behaviour* dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan pemahaman lebih yang ditimbulkan gerakan BLM yang dibuktikan melalui perilaku seperti lebih menjaga tutur kata kepada orang banyak agar tidak berdampak buruk kepada pihak yang bersangkutan, serta meningkatkan kegiatan donasi dan mengisi petisi terkait gerakan BLM.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis seberapa besar hubungan antara Penggunaan Media Sosial (X) dengan Tingkat Kesadaran akan gerakan *Black Lives Matter* (Y), juga untuk mengukur seberapa besar dampak yang diberikan melalui berbagai kegiatan sosial seperti donasi atau sumbangan untuk bagi ras kulit hitam. Penelitian ini juga ditujukan untuk menguji signifikansi hubungan antara penggunaan media sosial dengan tingkat kesadaran masyarakat mengenai adanya gerakan *Black Lives Matter.*

Hasil penelitian uji T yang dihitung melalui aplikasi SPSS mendapatkan hasil t_{hitung} sebesar 10,873 > dari t_{tabel} yaitu 1,98729 yang disimpulkan bahwa adanya nilai signifikansi hubungan variabel X (penggunaan media sosial) terhadap variabel Y (tingkat kesadaran akan gerakan *Black Lives Matter*).

Bab V
Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan

Berdasarkan penjelasan-penjelasan di bab-bab sebelumnya bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan penggunaan media sosial dengan tingkat kesadaran akan *Black Lives Matter.*

Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian dan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan aplikasi SPSS untuk membuktikan adanya hubungan antara variabel X penggunaan media sosial dengan variabel Y tingkat kesadaran akan gerakan *Black Lives Matter*, yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan antara Variabel X (Penggunaan Media Sosial) dengan Variabel Y (Tingkat Kesadaran akan Gerakan *Black Lives Matter*), dalam hal ini kekuatan antara Variabel X dan Variabel Y adalah *kuat* sebesar 0,757 dan arah hubungan kedua variabel adalah *positif*.
2. Besarnya kontribusi Variabel X (Penggunaan Media Sosial) dengan Variabel Y (Tingkat Kesadaran akan Gerakan *Black Lives Matter*)

adalah sebesar 57,3%, hasil tersebut didapatkan dari perhitungan koefisien determinasi/koefisien penentu.

3. Hasil hipotesis dalam menguji signifikansi antara Variabel X (Penggunaan Media Sosial) dengan Variabel Y (Tingkat Kesadaran akan Gerakan *Black Lives Matter*) menunjukkan bahwa adanya hasil yang signifikan, yaitu berdasarkan data yang diperoleh 0,00<0,05 (taraf signifikansi 5%), dan uji hipotesis (uji t) sebesar 10,873 > 1,987.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang didapat dalam penelitian ini, adapun saran akademis dan saran praktis yang diharapkan menjadi masukan untuk penelitian selanjutnya.

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti berharap semoga penelitian ini dapat membantu mahasiswa/i yang ingin melakukan analisis lebih lanjut mengenai peran media sosial dalam meningkatkan kesadaran akan gerakan sosial lainnya yang kurang mendapatkan sorotan dan faktor-faktor lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

5.2.2 Saran Praktis

Penelitian ini dianalisis oleh peneliti dengan maksud memperluas pola pikir dan dapat menjadi pedoman bagi para pengguna media sosial untuk semakin peka terhadap lingkungan dan berpartisipasi ataupun ikut serta dalam kegiatan sosial terutama pada kasus *Black Lives Matter* serta mempergunakan media sosial sebagai sarana media komunikasi yang baik dan benar.

DAFTAR PUSTAKA

Pertiwi, Ayu Ammalia. (2018). Media Sosial dalam Pergerakan: Peran Twitter
dalam Perkembangan gerakan Solidaritas Terhadap Komunitas Afro-Amerika dan Pembentukan Organisasi Black Lives Matter di Amerika Serikat

Chaudry, Tasarunn Munir. (2019). Influence of Social Media on the Black Lives
Matter Movement dari website
https://www.researchgate.net/publication/338573151_Influence_of_Social_
Media_on_the_Black_Lives_Matter_Movement

Amanda D. Clark, Prentiss Alan Dantzler, Ashley E Nickels. (2018).

Black Lives Matter: (Re)Framing the Next Wave of Black Liberation dari
website
https://www.researchgate.net/publication/328038014_Black_Lives_Matter_
ReFraming_the_Next_Wave_of_Black_Liberation

Tanti, Monica Sandra Eka. (2018). Hubungan Penggunaan Instagram @TheBaliBible dengan Minat Mahasiswa Unika Atma Jaya Jakarta Mengunjungi Pulau Bali dari website
http://elibrary.lspr.edu/index.php?p=fstream&fid=771&bid=2391

Robbi Akraman, Caniwan, Yudi Priyadi. (2018). Pengukuran Kesadaran Keamanan Informasi dan Privasi Pada Pengguna Smartphone Android di
Indonesia dari website
Pengukuran_Kesadaran_Keamanan_Informasi_dan
Privasi ...ejournal.undip.ac.id ›_download ›_pdf

Jayanti, Nindy Tri. (2018). Hubungan Penggunaan Instagram Sebagai Media
Promosi terhadap Minat Beli di Kalangan Followers Akun @CakeKekinian.ID dari website
http://elibrary.lspr.edu/index.php?p=fstream&fid=783&bid=2414

Gita Aprinta, Errika Dwi S.W. (2017). Hubungan Penggunaan Media Sosial
dengan Tingkat Kepekaan Sosial di Usia Remaja dari website

http://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/428/0

Dea Rizki Kapriani, Djuana P. Lubis. (2014). Efektivitas Media Sosial Untuk
Gerakan Sosial Pelestarian Lingkungan dari website
https://www.researchgate.net/publication/312431333_EFEKTIVITAS_MEDI
A_SOSIAL_UNTUK_GERAKAN_SOSIAL_PELESTARIAN_LINGKUNGAN

Bulan Cahya Sakti, Much Yulianto. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram
dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja dari website PENGGUNAAN
_MEDIA_SOSIAL_INSTAGRAM_DALAM ...ejournal3.undip.ac.id ›_article
›view

Efriandana, Rasheesa Devany. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial
Instagram Terhadap Personal Branding Musisi Nadin Amizah dari website
http://elibrary.lspr.edu/index.php?p=fstream&fid=580&bid=2065

Ryan J. Gallagher,Andrew J. Reagan, Christoper M. Danforth, Peter Sheridan
Dodds. (2018). Divergent discourse between protests and counter-protests:

#BlackLivesMatter and #AllLivesMatter dari website https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0195644

https://www.forbes.com/sites/carlieporterfield/2020/05/29/justice-for-george-floyd-petition-becomes-most-popular-ever-in-us-for-changeorg/#44b02ebc7d07

http://repository.upi.edu/31161/4/S_PEM_1303866_Chapter1.pdfDAFTAR MAHASISWA/I BATCH 22 JAM 08.00 - 11.30 ... - LSPRlspr.edu › uploads › 2018/09 › Alloc…

https://www.researchgate.net/publication/323019189_What_Kind_of_Movement_is_Black_Lives_Matter_The_View_from_Twitter

http://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/6379/Cover%20-Bab1-3314061sc-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y

https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media

Twitter: number of active users 2010-2019 | Statistawww.statista.com › statistics › number-of-monthly-activ...

https://technologue.id/tak-hanya-hashtag-ini-ragam-fitur-komunikasi-di-twitter/amp/

https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram

https://digitalentrepreneur.id/manfaat-hashtag/?bot_test=1

http://eprints.umm.ac.id/43019/5/BAB%204.pdf

https://www.suara.com/news/2020/06/01/153817/kematian-george-floyd-dan-sejarah-rasisme-amerika

https://teknoia.com/data-pengguna-internet-dunia-ac03abc7476

https://wartakota.tribunnews.com/2020/06/09/kematian-wanita-kulit-hitam-ini-ikut-terangkat-bersama-kasus-george-floyd-siapa-breonna-taylor

LAMPIRAN 1

KUESIONER MELALUI GOOGLE FORM


#BLACK LIVES MATTER

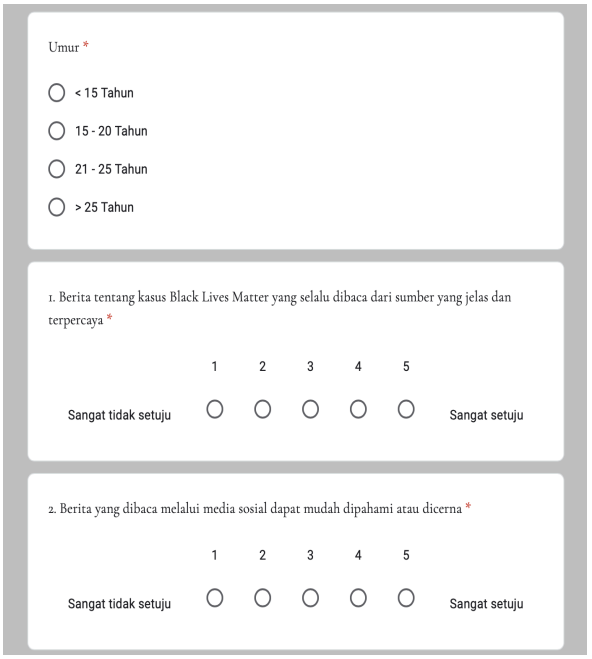
Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Tingkat Kesadaran akan Gerakan Black Lives Matter

Kami dari mahasiswi LSPR Jakarta semester 4 Class IR22-2SP sedang melakukan penelitian mengenai "Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Tingkat Kesadaran akan Gerakan Black Lives Matter" untuk memenuhi mata kuliah M.C.R.I Quantitative.
Petunjuk Pengisian:
1. Sangat tidak setuju
2. Tidak setuju
3. Netral / Ragu-Ragu
4. Setuju
5. Sangat setuju

*Required

Nama *

Your answer


Umur *

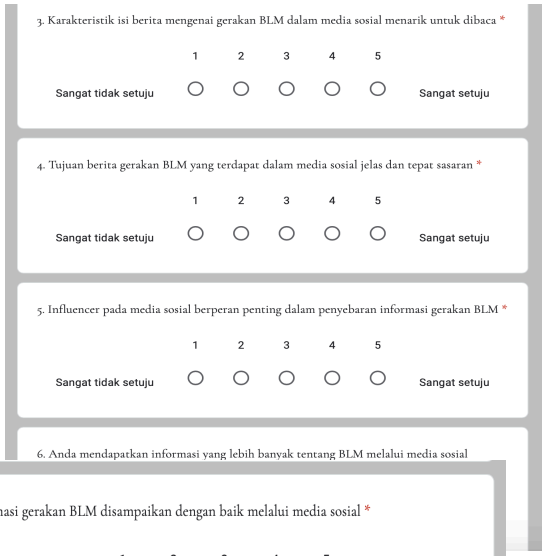
- < 15 Tahun
- 15 - 20 Tahun
- 21 - 25 Tahun
- > 25 Tahun

1. Berita tentang kasus Black Lives Matter yang selalu dibaca dari sumber yang jelas dan terpercaya *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

2. Berita yang dibaca melalui media sosial dapat mudah dipahami atau dicerna *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju


3. Karakteristik isi berita mengenai gerakan BLM dalam media sosial menarik untuk dibaca *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

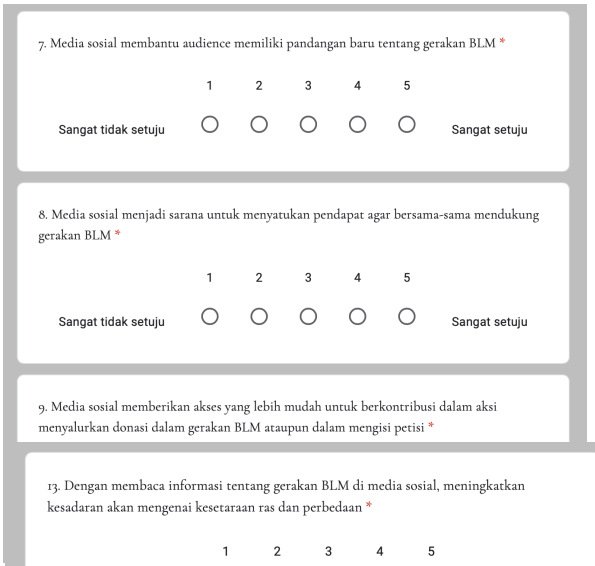
4. Tujuan berita gerakan BLM yang terdapat dalam media sosial jelas dan tepat sasaran *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

5. Influencer pada media sosial berperan penting dalam penyebaran informasi gerakan BLM *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

6. Anda mendapatkan informasi yang lebih banyak tentang BLM melalui media sosial

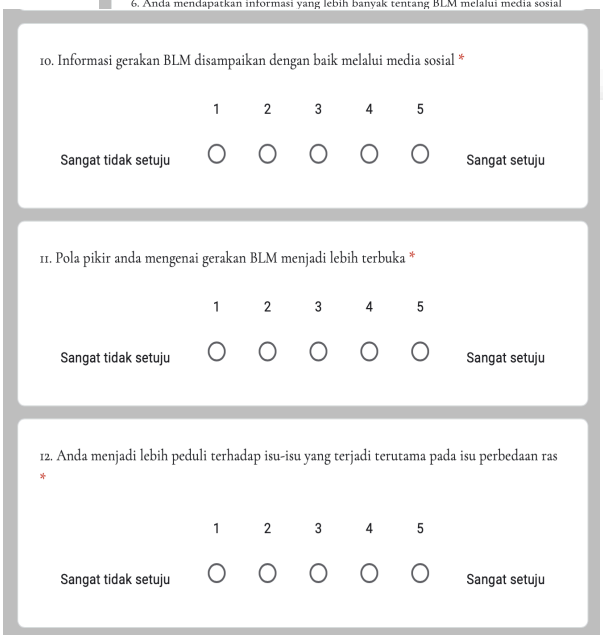

7. Media sosial membantu audience memiliki pandangan baru tentang gerakan BLM *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

8. Media sosial menjadi sarana untuk menyatukan pendapat agar bersama-sama mendukung gerakan BLM *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

9. Media sosial memberikan akses yang lebih mudah untuk berkontribusi dalam aksi menyalurkan donasi dalam gerakan BLM ataupun dalam mengisi petisi *


10. Informasi gerakan BLM disampaikan dengan baik melalui media sosial *

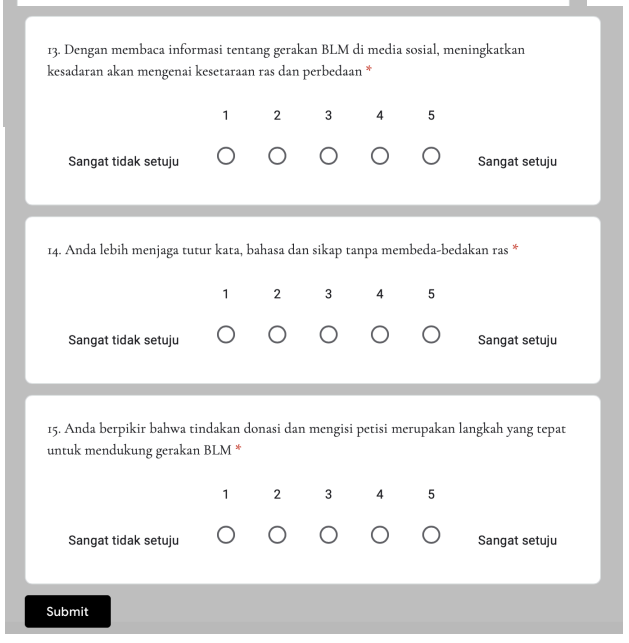
	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

11. Pola pikir anda mengenai gerakan BLM menjadi lebih terbuka *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

12. Anda menjadi lebih peduli terhadap isu-isu yang terjadi terutama pada isu perbedaan ras *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju


13. Dengan membaca informasi tentang gerakan BLM di media sosial, meningkatkan kesadaran akan mengenai kesetaraan ras dan perbedaan *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

14. Anda lebih menjaga tutur kata, bahasa dan sikap tanpa membeda-bedakan ras *

	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

15. Anda berpikir bahwa tindakan donasi dan mengisi petisi merupakan langkah yang tepat untuk mendukung gerakan BLM *

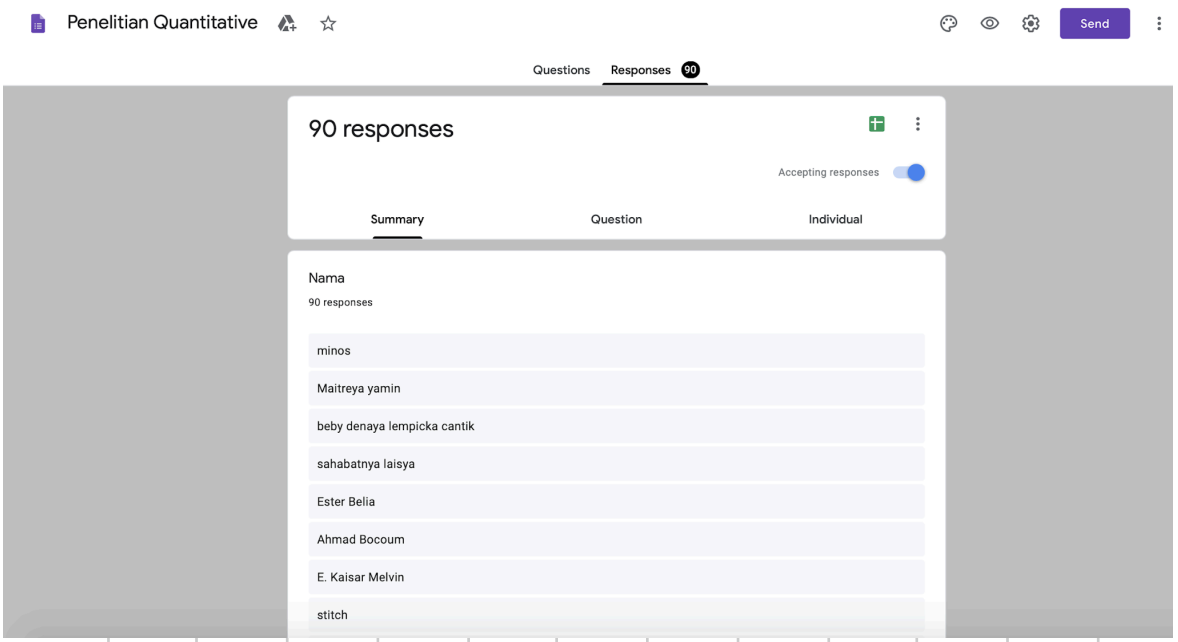
	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	○	○	○	○	○	Sangat setuju

Submit

LAMPIRAN 2

Google Sheets-90 Reponses (Variabel X)

			1. Berita tentang kasus Black Lives	2. Berita yang dibaca melalui	3. Karakteristik isi berita mengenai	4. Tujuan berita gerakan BLM	5. Influencer pada media sosial berper	6. Anda mendapatkan informasi	7. Media sosial membantu audience	8. Media sosial menjadi saran a	9. Media sosial memberikan akses yang	10. Informasi gerakan BLM disam
Timestamp	Nama	Umur	Matter yang selalu	media sosial dapat	gerakan BLM	yang terdapat	anpenting	yang lebih banya	memiliki panda	untuk menyatuka	lebih muda h	paikan denga



			dibaca dari sumber yang jelas dan terpercaya	mudah dipahami atau dicerna	dalam media sosial menarik untuk dibaca	dalam media sosial jelas dan tepat sasaran	dalam penyebaran informasi gerakan BLM	k tentang BLM melalui media sosial dibandingkan media lainnya	ngan baru tentang gerakan BLM	n pendapat agar bersama-sama mendukung gerakan BLM	untuk berkontribusi dalam aksi menyalurkan donasi dalam gerakan BLM ataupun dalam mengisi petisi	n baik melalui media sosial
11/06/2020 23:11:46	Cesilia f g	15 - 20 Tahun	4	5	5	4	4	4	5	4	5	3
11/06/2020 23:11:55	daniella everetta	15 - 20 Tahun	4	4	5	4	5	5	4	3	5	4
11/06/2020 23:30:12	Joko	> 25 Tahun	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

11/06/2020 23:32:33	salma	15 - 20 Tahun	3	3	2	2	3	4	5	4	4	4
11/06/2020 23:32:38	faradilla sinthauly sinambela	15 - 20 Tahun	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5
11/06/2020 23:35:15	D	15 - 20 Tahun	3	4	3	3	2	4	4	3	5	4
11/06/2020 23:36:19	bella pahrevj	15 - 20 Tahun	4	4	4	4	1	5	4	4	4	2
11/06/2020 23:36:34	Syahputra Madar	15 - 20 Tahun	3	3	2	2	2	3	4	4	4	3
11/06/2020 23:37:20	Ririw	15 - 20 Tahun	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5
11/06/2020 23:41:06	Ester Belia	15 - 20 Tahun	4	4	4	3	5	5	4	5	5	3
11/06/2020	4	15 - 20 Tahun	5	5	4	5	4	5	4	3	4	4

23:43:44												
11/06/2020 23:44:30	1811022032 5	15 - 20 Tahun	4	4	3	3	5	5	5	4	5	3
11/06/2020 23:45:26	abigail	15 - 20 Tahun	4	4	5	3	3	4	5	5	5	5
11/06/2020 23:45:45	farhan hasabi	15 - 20 Tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11/06/2020 23:47:10	chelsea	15 - 20 Tahun	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4
11/06/2020 23:47:41	E. Kaisar Melvin	15 - 20 Tahun	4	3	5	4	5	5	3	5	5	4
11/06/2020 23:48:30	Danil	15 - 20 Tahun	3	4	3	3	4	5	4	3	4	3
11/06/2020 23:49:19	Agung	21 - 25 Tahun	3	3	4	5	2	4	4	4	4	3
11/06/2020	Rafiif	21 - 25 Tahun	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3

23:49:30												
11/06/2020 23:49:30	Cassandra	15 - 20 Tahun	3	5	4	4	3	5	5	3	5	3
11/06/2020 23:49:31	Laura Amanda	15 - 20 Tahun	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3
11/06/2020 23:50:00	Aldy Julian syah Putra	15 - 20 Tahun	5	3	4	3	5	3	5	5	4	3
11/06/2020 23:51:19	Raissa Putri Ramadhani	15 - 20 Tahun	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5
11/06/2020 23:51:49	Naurah Syadira	15 - 20 Tahun	2	3	4	3	4	5	5	5	5	3
11/06/2020 23:52:21	Raphael raoul sava	15 - 20 Tahun	3	3	4	3	4	3	3	3	3	5
11/06/2020 23:52:53	nielle	15 - 20 Tahun	4	4	4	3	5	5	5	5	4	3
11/06/2020	Sukadipapdi pap	21 - 25 Tahun	5	4	5	3	5	5	5	4	5	4

23:54:40												
11/06/2020 23:54:44	Helen Setiani	21 - 25 Tahun	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
11/06/2020 23:56:31	Ahmad Bocoum	> 25 Tahun	4	3	4	3	2	4	4	4	3	3
11/06/2020 23:58:15	Afaffirizky Sausan Anandita	15 - 20 Tahun	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4
12/06/2020 00:00:25	Pia	15 - 20 Tahun	5	4	4	4	3	5	4	5	4	4
12/06/2020 00:01:24	star.io	15 - 20 Tahun	5	3	4	4	3	4	4	4	4	3
12/06/2020 00:01:42	Refhilwe Mthimunye	> 25 Tahun	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
12/06/2020 00:02:01	marsha	< 15 Tahun	3	3	4	4	5	5	5	5	5	4

12/06/2020 00:02:17	Roxanne Didienne Nicholas	> 25 Tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12/06/2020 00:03:05	Zozibini Tunzi	> 25 Tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12/06/2020 00:03:09	Finca	15 - 20 Tahun	3	3	4	3	4	5	4	4	4	3
12/06/2020 00:06:11		15 - 20 Tahun	3	3	3	3	4	5	3	5	5	2
12/06/2020 00:08:13	q	15 - 20 Tahun	4	4	4	3	4	4	4	5	5	3
12/06/2020 00:08:49	Aziz Syahru Ramadhan	15 - 20 Tahun	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4
12/06/2020 00:09:07	Sherilyn	15 - 20 Tahun	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5

12/06/2020 00:17:34	Ammar hadi iliana	15 - 20 Tahun	3	3	2	2	1	4	3	5	4	2
12/06/2020 00:18:27	Althea Arfa Angela	15 - 20 Tahun	3	5	4	3	2	4	5	5	5	3
12/06/2020 00:21:28	nadia hw	15 - 20 Tahun	3	3	4	3	3	4	4	5	5	4
12/06/2020 00:24:04	Amanda Miras herly	15 - 20 Tahun	5	4	5	3	5	5	5	3	5	3
12/06/2020 00:28:47	Alya safira	15 - 20 Tahun	3	3	5	4	4	4	4	4	5	5
12/06/2020 00:32:01	hanan	15 - 20 Tahun	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3
12/06/2020 00:38:03	Arliyani	15 - 20 Tahun	3	4	3	4	4	5	3	3	3	4
12/06/2020 00:38:32	Marshela Subiantoro	15 - 20 Tahun	5	4	5	4	3	4	4	4	3	3

12/06/2020 00:54:24	sahabatnya laisya	21 - 25 Tahun	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3
12/06/2020 00:59:49	Maitreya yamin	15 - 20 Tahun	3	4	5	4	3	5	4	4	5	3
12/06/2020 01:21:27	Nabilla Mustika	15 - 20 Tahun	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
12/06/2020 01:45:34	Ellia Kristina	15 - 20 Tahun	3	4	4	3	5	5	5	5	5	5
12/06/2020 02:10:36	jenica	15 - 20 Tahun	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4
12/06/2020 02:43:54	rania	15 - 20 Tahun	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3
12/06/2020 02:49:07	Nabila	15 - 20 Tahun	4	3	3	2	3	3	3	4	4	3
12/06/2020 03:07:11	Viona K.	15 - 20 Tahun	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4

12/06/2020 03:08:50	Grumpy	15 - 20 Tahun	3	4	4	2	3	5	5	5	4	4
12/06/2020 05:27:43	Rizky Pratama	15 - 20 Tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12/06/2020 05:41:58	Dendi Rivaldi	15 - 20 Tahun	5	4	3	3	5	5	4	5	4	3
12/06/2020 05:43:11	Muhammad fajrina	15 - 20 Tahun	5	4	5	3	5	5	3	5	5	5
12/06/2020 05:44:03	beby denaya lempicka cantik	15 - 20 Tahun	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4
12/06/2020 05:50:33	Rade	15 - 20 Tahun	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4
12/06/2020 06:08:07	Fernandasari	15 - 20 Tahun	5	3	5	3	5	3	5	4	4	3
12/06/2020	Grisella	21 - 25 Tahun	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5

06:17:39												
12/06/2020 06:24:47	wulan	15 - 20 Tahun	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5
12/06/2020 07:01:46	Rizmalia Amanda	15 - 20 Tahun	4	5	4	4	3	1	2	2	4	3
12/06/2020 07:09:11	Erika	15 - 20 Tahun	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
12/06/2020 07:15:16	Haidar	15 - 20 Tahun	3	2	5	4	4	3	4	5	5	3
12/06/2020 07:20:25	Sabila	15 - 20 Tahun	3	4	4	3	4	5	4	4	5	5
12/06/2020 07:28:09	beey	15 - 20 Tahun	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3
12/06/2020 07:33:13	Rizky krishna	15 - 20 Tahun	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4
12/06/2020	Meli Cristiani	15 - 20 Tahun	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5

07:38:19												
12/06/2020 07:46:36	pacarnya kitty	15 - 20 Tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12/06/2020 08:01:23	Abi	15 - 20 Tahun	4	4	3	3	3	4	4	3	5	2
12/06/2020 08:29:35	Nadya Prasetya	15 - 20 Tahun	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5
12/06/2020 08:36:35	Devi	15 - 20 Tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12/06/2020 08:37:29	Dita Prawira Suci	21 - 25 Tahun	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5
12/06/2020 08:42:05	Nathania Emily	15 - 20 Tahun	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4
12/06/2020 08:45:54	putri matahari	15 - 20 Tahun	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5
12/06/2020	caca	15 - 20 Tahun	4	3	5	4	5	5	5	4	5	4

09:03:51												
12/06/2020 09:10:13	Mayra Pradina A	21 - 25 Tahun	3	4	4	4	5	4	4	3	4	3
12/06/2020 09:11:51	daniella everetta	15 - 20 Tahun	3	4	5	3	2	5	4	4	4	4
12/06/2020 09:43:12	minos	15 - 20 Tahun	5	4	4	3	5	5	5	4	4	3
12/06/2020 09:48:35	Rivaldo Waas	15 - 20 Tahun	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4
12/06/2020 09:54:56	Annisa	15 - 20 Tahun	4	3	4	4	4	5	4	5	4	3
12/06/2020 09:59:28	Michael	15 - 20 Tahun	3	5	4	4	5	4	4	4	4	3
12/06/2020 10:13:58	Kharisma	21 - 25 Tahun	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3
12/06/2020	devr	15 - 20 Tahun	5	5	5	3	5	5	1	1	5	5

10:19:17												
12/06/2020 10:22:57	Muthia Astuti	15 - 20 Tahun	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Google Sheets-90 Responses (Variabel Y)

11. Pola pikir anda mengenai gerakan BLM menjadi lebih terbuka	12. Anda menjadi lebih peduli terhadap isu-isu yang terjadi terutama pada isu perbedaan ras	13. Dengan membaca informasi tentang gerakan BLM di media sosial, meningkatkan kesadaran akan mengenai kesetaraan ras dan perbedaan	14. Anda lebih menjaga tutur kata, bahasa dan sikap tanpa membeda-bedakan ras	15. Anda berpikir bahwa tindakan donasi dan mengisi petisi merupakan langkah yang tepat untuk mendukung gerakan BLM
5	4	4	5	4
5	5	5	4	5
1	1	1	1	1
4	4	3	4	4
4	5	4	5	5
3	2	3	5	5
5	5	5	5	5
3	3	3	2	4
5	5	5	4	5
5	5	5	5	4
4	5	5	5	4
5	5	5	5	3

5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	5	5	4	5
4	5	5	3	3
4	3	5	3	3
4	3	4	4	3
4	5	5	5	3
4	4	4	5	5
5	5	5	5	3
4	4	5	4	4
5	5	5	5	5
4	5	5	5	4
4	3	5	4	1
5	5	5	5	5
5	5	5	5	3
4	5	4	5	4
4	3	3	4	3
5	5	5	5	5
5	5	4	5	4
3	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	2
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
3	3	3	4	4
3	5	5	5	5
5	5	5	5	5

4	4	4	5	3
5	5	5	5	5
3	4	4	5	1
4	4	4	4	5
4	5	5	5	3
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	5	5	5	4
4	5	4	5	4
3	5	5	5	4
5	5	4	5	5
4	4	3	3	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	4
5	5	5	5	5
4	5	5	5	4
3	4	5	5	2
4	4	4	4	4
4	4	5	5	4
5	5	5	5	5
4	4	4	5	4
4	4	5	5	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5

3	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	5	5
5	4	5	5	4
4	4	4	4	3
5	5	5	5	3
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	3	3	3	3
4	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	4	5	3
5	5	5	5	5
5	5	4	5	5
4	5	4	4	4
5	5	5	4	3
5	5	5	5	5
4	5	5	5	4
3	4	5	4	3
5	5	4	4	4
4	4	4	4	3
5	5	5	1	1
5	5	5	5	5