

Pengaruh Konten Instagram terhadap Minat Menonton: Studi Kasus Film 'Mencuri Raden Saleh'

Michael Yeremia¹⁾, Firdaus Yuni Dharta²⁾, Muhamad Ramdhani³⁾

Program Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Singaperbangsa Karawang

Email: ¹⁾2010631190150@student.unsika.ac.id, ²⁾firdaus.yunidharta@fisip.unsika.ac.id, ³⁾muhamad.ramdhani@staff.unsika.ac.id

Submitted: 10-07-2024, Reviewed: 12-07-2024, Accepted: 16-07-2024

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya pengguna media sosial dari tahun ke tahun juga bersamaan dengan lahirnya platform media sosial yang sangat populer seperti Facebook, Twitter, Youtube, Tiktok, Instagram. Platform media sosial tersebut hadir dengan menawarkan kecanggihan dan kelebihan masing-masing. Pengguna media sosial dapat berbagi apa saja kepada pengguna lainnya di seluruh dunia baik berupa teks, video, suara ataupun gambar. Di Indonesia sendiri, Instagram merupakan media sosial yang paling populer. Berdasarkan laporan We Are Social, jumlah pengguna Instagram global mencapai 1,63 miliar per April 2023, yang menunjukkan peningkatan sebesar 12,2% dibandingkan tahun sebelumnya. Kepopuleran Instagram tentunya tidak disia-siakan oleh perusahaan industri film di Indonesia. Instagram @mencuriradensalehfilm merupakan akun media sosial dari sebuah film yang diproduksi oleh Visinema Pictures dan disutradarai langsung oleh Angga Dwimas Sasongko yang berjudul Mencuri Raden Saleh. Mencuri Raden Saleh merupakan film Indonesia pertama yang bergenre pencurian. Film Mencuri Raden Saleh lebih aktif melakukan promosi di Instagram @mencuriradensalehfilm karena bisa memanfaatkan fitur-fitur Instagram. Film ini juga berhasil memasuki 10 film Indonesia terlaris pada tahun 2022. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Konten Instagram @mencuriradensalehfilm terhadap minat menonton film Mencuri Raden Saleh. Penelitian ini menggunakan Teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) untuk melihat apakah isi konten Instagram dapat menghasilkan minat untuk menonton film Mencuri Raden Saleh. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan pemilihan sampel yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling*, yaitu Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang untuk setiap populasi yang dipilih untuk menjadi sampel. (Followers Instagram @mencuriradensalehfilm). Penelitian ini menggunakan analisis data antara lain analisis deskriptif, uji normalitas, uji regresi linear sederhana, koefisien determinasi, dan uji hipotesis t. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka variabel promosi Film Mencuri Raden Saleh pada akun Instagram @mencuriradensalehfilm atau variabel X mempunyai pengaruh positif sebesar 35.6% terhadap variabel Y dan 64.4% sisanya terpengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Instagram, Film, Promosi

Abstract

This research is motivated by the high number of social media users from year to year which also coincides with the birth of very popular social media platforms such as Facebook, Twitter, Youtube, Tiktok, Instagram. These social media platforms come with their own sophistication and advantages. Social media users can share anything with other users around the world in the form of text, video, sound or images. In Indonesia itself, Instagram is the most popular social media. Based on the We Are Social report, the number of global Instagram users reached 1.63 billion as of April 2023, which shows an increase of 12.2% compared to the previous year. The popularity of Instagram is certainly not wasted by film industry companies in Indonesia. Instagram @mencuriradensalehfilm is a social media account for a film produced by Visinema Pictures and directed by Angga Dwimas Sasongko entitled Mencuri Raden Saleh. Mencuri Raden Saleh is the first Indonesian film in the theft genre. The film Mencuri Raden Saleh is more active in promoting on Instagram @mencuriradensalehfilm because it can take advantage of Instagram's features. This film also managed to enter the 10 best-selling Indonesian films in 2022. Therefore, this research was conducted to find out how much influence Instagram content @mencuriradensalehfilm has on interest in watching the film Mencuri Raden Saleh. This research uses the AIDA Theory (*Attention, Interest, Desire, Action*) to see whether Instagram content can generate interest in watching the film Mencuri Raden Saleh. The research method used is quantitative, with the sample selection used being *Non-Probability Sampling*, namely a sampling technique that does not provide a chance for each selected population to become a sample. (Instagram followers @mencuriradensalehfilm). This research uses data analysis including descriptive analysis, normality test, simple linear regression test, coefficient of determination, and t hypothesis test. Based on the test results, the promotional variable Mencuri Raden Saleh Film on the Instagram account @mencuriradensalehfilm or variable X has a positive influence of 35.6% on variable Y and the remaining 64.4% is influenced by other factors.

Keywords: Instagram, Film, Promotion

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengarahkan masyarakat menuju era modern yang ditandai dengan kemunculan internet. Internet telah merambah berbagai sektor industri dan kalangan individu dari berbagai usia dan profesi, menunjukkan penetrasi yang sangat signifikan. Kehadirannya mengubah

dinamika media komunikasi dari aliran satu arah menjadi dua arah, bahkan multi-arah, di mana pesan dapat disampaikan secara bergantian oleh banyak pihak. Media baru atau new media adalah produk komunikasi yang dimediasi oleh teknologi digital, memungkinkan interaksi yang lebih dinamis dan luas dibandingkan media konvensional (Jandy Luik, 2010)

New media mencakup berbagai bentuk teknologi digital, termasuk media sosial, yang telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial menawarkan platform untuk berinteraksi, bersosialisasi, dan berbagi konten secara global. Pengguna media sosial dapat berbagi teks, video, suara, dan gambar kepada pengguna lainnya di seluruh dunia. Platform seperti Facebook, Twitter, YouTube, TikTok, dan Instagram bersaing untuk menjadi yang paling unggul dengan fitur-fitur inovatif yang mereka tawarkan (Sumartias et al., n.d.)

Instagram, sebagai salah satu platform media sosial terpopuler di Indonesia, telah menjadi medium utama untuk berbagi konten fotografi dan videografi. Menurut laporan *We Are Social*, jumlah pengguna Instagram di seluruh dunia mencapai 1,63 miliar per April 2023, dengan 106 juta pengguna berasal dari Indonesia, menjadikan negara ini sebagai pengguna Instagram terbesar keempat di dunia (Bambang Dwi Atmoko, 2012) Instagram menyediakan beragam fitur seperti Instagram Stories, Reels, dan IGTV yang memungkinkan pengguna untuk mengeksplorasi dan berbagi konten yang menarik.

Kepopuleran Instagram tidak hanya dimanfaatkan oleh individu, tetapi juga oleh industri film di Indonesia. Salah satu contohnya adalah akun Instagram @mencuriradensalehfilm, yang digunakan untuk mempromosikan film "Mencuri Raden Saleh". Film ini, yang diproduksi oleh Visinema Pictures dan disutradarai oleh Angga Dwimas Sasongko, bercerita tentang sekelompok anak muda yang merencanakan pencurian lukisan karya seniman ternama Indonesia, Raden Saleh, dari istana negara. Sebagai film heist pertama di Indonesia, "Mencuri Raden Saleh" berhasil menarik 2,3 juta penonton selama dua bulan penayangan dan menempati posisi ke-7 dalam daftar film terlaris di bioskop Indonesia pada tahun 2022 (Hamzah et al., n.d.); Filmindonesia.or.id).

Konten yang diunggah oleh akun Instagram @mencuriradensalehfilm beragam, mulai dari cuplikan film, video behind the scenes, hingga informasi mengenai Raden Saleh. Dengan 82,7 ribu followers dan 490 unggahan per Maret 2024, akun ini aktif memberikan update mengenai film, acara-acara yang melibatkan para pemain, serta konten menghibur seperti meme yang dibalut lewat tokoh-tokoh film (Jovanka, 2023). Konten-konten tersebut dinilai mampu mendongkrak kepopuleran dan minat penonton terhadap film "Mencuri Raden Saleh".

Interaksi dan *engagement* yang tinggi pada unggahan Instagram @mencuriradensalehfilm menunjukkan ketertarikan followers terhadap film tersebut. Berdasarkan pra-penelitian dengan kuesioner yang disebar kepada 118 responden, hasilnya menunjukkan bahwa 100% responden mengikuti akun Instagram @mencuriradensalehfilm dan telah menonton filmnya. Sebanyak 56,8% dari responden mengaku tertarik menonton film karena konten Instagram yang menarik (Data olahan peneliti, *Google Form*). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan minat menonton film.

Penelitian ini menggunakan teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) untuk menganalisis pengaruh konten Instagram terhadap minat menonton film "Mencuri Raden Saleh". Teori AIDA, yang dikembangkan oleh E. St. Elmo Lewis, menggambarkan proses hierarki efek dalam pemasaran, di mana perhatian, minat, hasrat, dan tindakan saling berkesinambungan dalam mempengaruhi keputusan konsumen (Ida Ayu, 2016)). Dalam konteks ini, teori AIDA digunakan untuk memahami bagaimana konten Instagram @mencuriradensalehfilm dapat mempengaruhi minat penonton.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh isi konten Instagram @mencuriradensalehfilm terhadap minat menonton film "Mencuri Raden Saleh". Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur seberapa besar pengaruh konten media sosial terhadap keputusan menonton film, khususnya untuk genre heist yang relatif baru di perfilman Indonesia. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan baru mengenai efektivitas media sosial dalam promosi film dan bagaimana konten digital dapat mempengaruhi minat audiens.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sesuai dengan definisi Creswell (2014) yang menyatakan bahwa penelitian kuantitatif memungkinkan peneliti untuk menentukan fokus penelitian, merumuskan pertanyaan, mengumpulkan data dari responden, menganalisis data secara statistik, dan melakukan penyelidikan secara objektif. Paradigma yang digunakan adalah positivistik, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2013), di mana peneliti menjelaskan hubungan antar variabel.

Populasi dalam penelitian ini adalah followers akun Instagram @mencuriradensalehfilm yang telah menonton film "Mencuri Raden Saleh". Populasi ini dipilih karena mereka memahami konten yang ditampilkan

di akun tersebut. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling*, di mana sampel tidak dipilih secara acak. Kuesioner disebarakan melalui *Google Form* untuk mengumpulkan data dari *followers* akun tersebut, dengan tujuan mendapatkan responden secara luas dan efisien. Dengan menggunakan rumus Slovin dan tingkat kesalahan 10%, sampel minimum yang dibutuhkan adalah 100 responden.

Penelitian ini menggunakan dua jenis data: primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner online. Data sekunder berasal dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan artikel yang relevan dengan topik penelitian.

Data dikumpulkan melalui kuesioner dan studi kepustakaan. Kuesioner yang dibagikan berisi pertanyaan yang sesuai dengan penelitian dan menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap dan persepsi responden. Studi kepustakaan melibatkan pengumpulan referensi teoritis dan studi sebelumnya yang relevan.

Analisis data dilakukan setelah semua data terkumpul, melibatkan pengelompokan data berdasarkan variabel, penyajian data, perhitungan statistik, dan pengujian hipotesis. Analisis ini menggunakan statistik deskriptif dan inferensial. Uji regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), dengan rumus $Y = a + b.X$.

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Isi Konten Instagram @mencuriradensalehfilm (X)

No	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	<i>Attention</i>	0,531	0,361	Valid
2		0,665	0,361	Valid
3		0,713	0,361	Valid
4		0,686	0,361	Valid
5		0,541	0,361	Valid
6		0,715	0,361	Valid
7	<i>Interest</i>	0,750	0,361	Valid
8		0,636	0,361	Valid
9		0,579	0,361	Valid
10		0,551	0,361	Valid
11		0,585	0,361	Valid
12		0,678	0,361	Valid
13	<i>Desire</i>	0,599	0,361	Valid
14		0,744	0,361	Valid
15		0,564	0,361	Valid
16		0,788	0,361	Valid
17		0,622	0,361	Valid
18		0,706	0,361	Valid
19	<i>Action</i>	0,687	0,361	Valid
20		0,550	0,361	Valid
21		0,761	0,361	Valid
22		0,843	0,361	Valid

Berdasarkan hasil pre-test uji validitas pada variabel x (Isi Konten Instagram @mencuriradensalehfilm) yang memuat 22 pernyataan pada tabel diatas menunjukkan nilai r hitung > (lebih besar) dari r tabel (0,361). Maka dapat disimpulkan bahwa 22 pernyataan pada variabel x (Isi Konten Instagram @mencuriradensalehfilm) adalah valid, maka penelitian dapat dilanjutkan.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Minat Menonton (Y)

No	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Kognisi	0,560	0,361	Valid
2		0,487	0,361	Valid
3		0,609	0,361	Valid
4	Afeksi	0,524	0,361	Valid
5		0,733	0,361	Valid
6		0,585	0,361	Valid
7	Konasi	0,547	0,361	Valid
8		0,542	0,361	Valid

9

0,624

0,361

Valid

Berdasarkan hasil pre-test uji validitas pada variabel Y (Minat Menonton Film Mencuri Raden Saleh) yang memuat 9 pernyataan pada tabel diatas menunjukkan nilai r hitung > (lebih besar) dari r tabel (0,361). Maka dapat disimpulkan bahwa 9 pernyataan pada variabel Y (Minat Menonton Film Mencuri Raden Saleh) adalah valid, maka penelitian dapat dilanjutkan.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	N of items	Keterangan
Isi Konten Instagram @mencuriradensalehfilm (X)	0,907	22	Reliabel

Tabel diatas merupakan hasil dari uji reliabilitas pada variabel X (Isi Konten Instagram @mencuriradensalehfilm) yang memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.907. Sesuai dengan yang dikatakan oleh Setiawan (dalam Darwin, et al., 2021, p.145) apabila nilai Cronbach's Alpha adalah 0.50 -0.70 maka dapat dinilai memiliki realibilitas yang moderat dan penelitian dapat dilanjutkan

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	N of items	Keterangan
Minat Menonton Film Mencuri Raden Saleh (Y)	0,739	9	Reliabel

Tabel diatas merupakan hasil dari uji reliabilitas pada variabel X (Isi Konten Instagram @mencuriradensalehfilm) yang memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.739. Sesuai dengan yang dikatakan oleh Setiawan (dalam Darwin, et al., 2021, p.145) apabila nilai Cronbach's Alpha adalah 0.50 - 0.70 maka dapat dinilai memiliki realibilitas yang moderat dan penelitian dapat dilanjutkan

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual	
N	100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.49500578
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.043
	Negative	-.076
Test Statistic	.076	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c	.173	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0.173 yang artinya memiliki nilai yang lebih besar daripada 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal dan dapat melakukan uji regresi linear sederhana.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	340.680	4	85.170	13.129	.000 ^b
	Residual	616.280	95	6.487		
	Total	956.960	99			

a. Dependent Variable: Minat Menonton

b. Predictors: (Constant), Attention, Interest, Desire, Action

Berdasarkan tabel di atas, hasil nilai F hitung adalah sebesar 13.129 dengan signifikansi sebesar 0.000 < 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel X (Isi Konten Instagram @mencuriradensalehfilm) terhadap variable Y (Minat Menonton Film Mencuri Raden Saleh)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.597 ^a	.356	.329	2.547

a. Predictors: (Constant), *Attention*, *Interest*, *Desire*, *Action*

b. Dependent Variable: Minat Menonton

Berdasarkan hasil dari uji koefisien determinasi pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa besaran nilai pada nilai R Square adalah 0.356. Untuk mengetahui persentase kontribusi “Isi Konten Instagram @mencuriradensalehfilm” (X) terhadap Minat Menonton Film Mencuri Raden Saleh (Y) maka dapat dihitung menggunakan rumus $KD = (r)^2 \times 100\%$. Maka nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah 35,6%. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel X (Isi Konten Instagram @mencuriradensalehfilm) berpengaruh terhadap variabel Y (Minat Menonton Film Mencuri Raden Saleh) sebesar 35,6% dan 64,4% lain terpengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 8. Hasil Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.649	3.536		4.425	.000
	<i>Attention</i>	.285	.130	.240	2.201	.030
	<i>Interest</i>	.011	.152	.007	.073	.942
	<i>Desire</i>	.457	.128	.353	3.577	.001
	<i>Action</i>	.198	.138	.140	1.438	.154

a. Dependent Variable: Minat Menonton

Berdasarkan hasil dari uji T pada tabel di atas, analisis dilakukan untuk mengetahui apakah secara individu (parsial) variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut: pertama, Ho diterima dan Ha ditolak jika nilai t hitung < t tabel atau jika Sig > 0.05, yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Kedua, Ho ditolak dan Ha diterima jika nilai t hitung > t tabel atau jika Sig < 0.05, yang menunjukkan terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Tingkat kepercayaan sampel yang digunakan adalah 95% dengan $\alpha = 0.05$. Rumus yang digunakan adalah (t tabel = $\alpha/2$; n-k-1) = (0.05/2 ; 100-2-1) = (0.025 ; 97) yang kemudian diperoleh nilai t tabel = 1.98472.

Berdasarkan hasil uji T, dapat diketahui bahwa variabel X1 (*Attention*) memiliki t hitung sebesar 2.201 > 1.984 dengan nilai signifikansi 0.030 < 0.05. Hal ini berarti Ho ditolak dan Ha diterima, menunjukkan bahwa variabel *Attention* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat menonton. Selanjutnya, variabel X2 (*Interest*) memiliki t hitung sebesar 0.073 < 1.984 dengan nilai signifikansi 0.942 > 0.05. Maka, Ho ditolak dan Ha ditolak, yang berarti variabel *Interest* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat menonton.

Untuk variabel X3 (*Desire*), t hitung sebesar 3.577 > 1.984 dan nilai signifikansi 0.001 < 0.05, yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Ini menunjukkan bahwa variabel *Desire* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat menonton. Terakhir, variabel X4 (*Action*) memiliki t hitung sebesar 1.438 < 1.984 dan nilai signifikansi 0.154 > 0.05. Dengan demikian, Ho ditolak dan Ha ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel *Action* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat menonton.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh isi konten Instagram @mencuriradensalehfilm terhadap minat menonton film "Mencuri Raden Saleh." Hasil penelitian menunjukkan:

1. Attention: Terdapat pengaruh signifikan antara perhatian (attention) terhadap minat menonton. Nilai t hitung sebesar 2.201 > 1.984 dan signifikansi 0.030 < 0.05 menunjukkan bahwa perhatian dalam isi konten Instagram berhasil menarik perhatian followers, sehingga meningkatkan minat menonton film tersebut.

2. Interest: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara minat (interest) terhadap minat menonton. Nilai t hitung sebesar $0.073 < 1.984$ dan signifikansi $0.942 > 0.05$ menunjukkan bahwa minat dalam isi konten Instagram tidak berhasil menarik perhatian followers untuk meningkatkan minat menonton film.
3. Desire: Terdapat pengaruh signifikan antara keinginan (desire) terhadap minat menonton. Nilai t hitung sebesar $3.577 > 1.984$ dan signifikansi $0.001 < 0.05$ menunjukkan bahwa keinginan dalam isi konten Instagram berhasil menarik perhatian followers, sehingga meningkatkan minat menonton film tersebut.
4. Action: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara tindakan (action) terhadap minat menonton. Nilai t hitung sebesar $1.438 < 1.984$ dan signifikansi $0.154 > 0.05$ menunjukkan bahwa tindakan dalam isi konten Instagram tidak berhasil menarik perhatian followers untuk meningkatkan minat menonton film.

Secara keseluruhan, komponen attention dan desire dalam konten Instagram @mencuriradensalehfilm berhasil meningkatkan minat menonton film "Mencuri Raden Saleh," sementara komponen interest dan action tidak menunjukkan pengaruh signifikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing, kedua orang tua, para informan, dan seluruh pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. D. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif*.
- Bambang Dwi Atmoko. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications. https://books.google.co.id/books?id=4uB76IC_pOQC
- Dharta, F. Y., Prasetyo, H., & Dema, Y. (2021). Influence of attitude on online impulse buying: perspective on marketing communication. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 5(3), 729–745. <https://doi.org/10.25139/jsk.v5i3.4138>
- Hamzah, A., Gunawan, W., & Undiana, N. N. (n.d.). *Jurnal Desain Komunikasi Kreatif Analisis Komparatif Teknik Penceritaan dan Pengembangan Karakter pada Film Mencuri Raden Saleh dan Ocean's Eleven*. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v4i2.1>
- Ida Ayu Pradnya Maha Dewi, M. A. M. S. Pd. dan Drs. A. Z. M. Pd. . (2016). *Efektivitas Iklan dengan Analisis AIDA (Attention, Interest, Desire dan Action) Studi pada pada Pengguna Sepeda Motor Merek Yamaha di Kota Singaraja*.
- Jandy Luik, Ph. D. (2010). *Media Baru Sebuah Pengantar* (1st ed.).
- JOVANKA AYU SEKAR RANI (2023). *Pengaruh Konten Instagram Terhadap Minat. Studi Kuantitatif*. Universitas Semarang.
- Livia Amanda Uji Validitas dan Uji Reabilitas. (n.d.).
- Sumartias, S., Subekti, P., Syuderajat, F., & Padjadjaran, U. (n.d.). LITERASI INFORMASI DALAM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL. In *Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat* (Vol. 11, Issue 4).