

**Pengaruh Penggunaan Aplikasi Pako Pintar terhadap Sikap *Leadership*
Karyawan Pako Group Golongan Empat**

**Ni Luh Putu Kintania Marsha Diva¹, Weni Adityasning Arindawati², Luluatu
Nayiroh³**

¹²³Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Singaperbangsa Karawang
2010631190080@student.unsika.ac.id¹, weni.adityasning@fisip.unsika.ac.id²,
luluatu.nayiroh@fisip.unsika.ac.id³

ABSTRACT

Developments in the digital era in the form of the Pako Pintar e-learning web application created by the Pako Group company to carry out mandatory training related to leadership have continued to be carried out since the Covid-19 pandemic in 2020 until now. The purpose is to find out how much the use of the Pako Pintar application media, including intensity, message content, and attractiveness are influence the leadership attitudes of Pako Group employees. The sample was 101 employees from group four of the Pako Group. The applied theory is uses and effects theory. Quantitative explanatory survey method was used in this research. The data were collected using questionnaires, literature studies, and also documentation. Data analysis using multiple linear regression tests with the bootstrap regression method. The results showed positive influence of intensity, message content, and attractiveness of using the Pako Pintar media application on the leadership attitudes of Pako Group employees. In conclusion, there is a significant influence of using the Pako Pintar application media on the leadership attitudes of Pako Group employees.

Keywords: *E-Learning Web Applications, Uses and Effect Theory, Leadership Attitude, Pako Pintar*

ABSTRAK

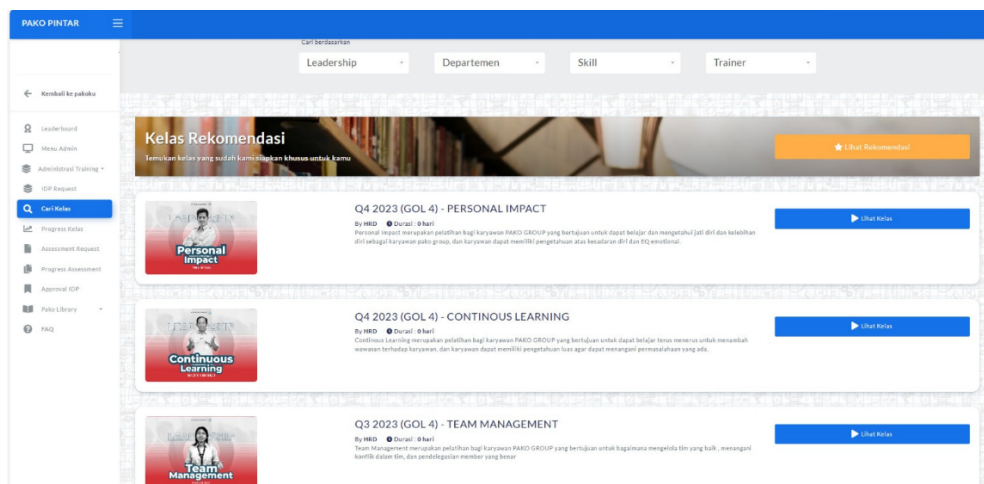
Perkembangan di era digital berupa aplikasi *web e-learning* Pako Pintar yang dibuat perusahaan Pako Group guna melaksanakan *training* wajib terkait *leadership* terus dilakukan sejak pandemi Covid-19 tahun 2020 hingga kini. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas penggunaan aplikasi Pako Pintar berupa intensitas, isi pesan, dan daya tarik terhadap variabel terikat sikap *leadership* karyawan Pako Group golongan empat. Penelitian ini memiliki sampel sebanyak 101 karyawan Pako Group golongan empat. Teori *uses and effect* digunakan sebagai *applied theory* penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan survei eksplanatori. Teknik pengumpulan datanya adalah kuesioner, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Penelitian ini melakukan uji regresi linear berganda metode *bootstrap regression* menggunakan SPSS 26 sebagai teknik analisis data. Penelitian ini memperoleh hasil terdapat pengaruh positif masing-masing sub variabel intensitas, isi pesan, dan daya tarik penggunaan aplikasi Pako Pintar terhadap sikap *leadership* karyawan Pako Group. Kesimpulannya, terdapat pengaruh signifikan penggunaan aplikasi Pako Pintar secara simultan terhadap sikap *leadership* karyawan Pako Group golongan empat.

Kata Kunci: *Aplikasi Web E-Learning, Teori Uses and Effect, Sikap Leadership, Pako Pintar*

PENDAHULUAN

Aplikasi *e-learning* dimanfaatkan oleh salah satu perusahaan, yaitu Pako Group dalam melaksanakan program *training online* bagi karyawannya. Pako Group merupakan perusahaan industri komponen otomotif yang memproduksi *wheel rim* dari baja dan aluminium untuk kendaraan roda dua dan roda empat. *E-learning* ditujukan untuk komunikator agar mampu mendistribusikan materi atau pesan secara *real time* sehingga komunikator mampu mengakses tanpa terbatas ruang dan waktu (Ningtyas, 2021:3). Pako Group membuat aplikasi berbasis *web e-learning* bernama Pako Pintar sebagai media *platform* pembelajaran yang mudah diakses tanpa adanya batasan ruang dan waktu oleh karyawan Pako Group. Aplikasi ini dibuat supaya tetap bisa melaksanakan agenda pengembangan (*development*) pada karyawan ketika menghadapi penerapan kebijakan *Work From Home* (WFH) saat pandemi Covid-19 pada tahun 2020.

Aplikasi Pako Pintar dilengkapi fitur, salah satunya yaitu fitur “cari kelas” untuk menjalankan program *training online* berupa tayangan video pembelajaran materi *training* hingga tahap *assignment* sebagai bentuk pelatihannya. Aplikasi ini mempunyai kesamaan dalam bentuk konsep pembelajaran dengan aplikasi Ruangguru, yaitu menerapkan pengemasan isi pesan dalam bentuk video aktual dan video animasi, serta adanya komunikator yang disebut *trainer*. Aplikasi ini menggunakan media audio visual dalam bentuk penyampaian pesannya berupa animasi, ilustrasi, gambar, dan suara dengan harapan mempermudah karyawan dalam memahami dan menguasai materi *training*. Berdasarkan observasi pada aplikasi Pako Pintar, *leadership* adalah salah satu kurikulum materi *training* dalam aplikasi ini, yang juga memiliki jumlah video pembelajaran terbanyak, yaitu 21 kelas. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus hanya kepada materi kurikulum *leadership* karena jumlah materinya paling banyak di dalam aplikasi Pako Pintar seperti *personal impact*, *continue learning*, *effective communication*, *team management*, *high impact presentation skill*, dan sebagainya.





Gambar 1 (a) Tampilan Fitur “Cari Kelas Skill Leadership”, (b) Tampilan Animasi Video Training Kurikulum Materi Leadership

Sumber: Aplikasi Pako Pintar

Aplikasi Pako Pintar berperan dalam meningkatkan pengetahuan dan pengembangan diri pada karyawannya. Winkel (dalam Pranyoto, 2020:3) mengemukakan bahwa media pembelajaran berguna untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan sikap. Sikap dari penggunaan sebuah media bisa diukur dari aspek kognitif (kepercayaan pada informasi dan pengetahuan), aspek afektif (perasaan emosional berupa sikap terhadap sebuah objek), dan konatif (kecenderungan melakukan tindakan sesuai dengan sikap) (Laili, 2022:12). Menurut Azwar (2008:23-24), ketiga aspek sikap tersebut adalah bentuk skema triadik yang saling menunjang.

Konsep penggunaan media dan efeknya dijelaskan dalam teori *uses and effect* (Windahl, 1979; Bungin, 2006:291). Pengetahuan mengenai penggunaan media sebagai saluran komunikasi dan pesan dalam komunikasi bisa memunculkan hasil atau efek komunikasi (Damayanti, dkk., 2022:219). Efek dapat disebut sebagai *consequence*, yaitu konsekuensi dan efek. *Consequence* dapat muncul dari terjadinya proses pendidikan atau pembelajaran melalui konten informasi dan hasil dari penggunaan media (Ramadhan, dkk., 2022:2385). Rullysia (2022:11) menjelaskan bahwa terdapat tiga variabel asumsi dasar dalam teori *uses and effect* pada penggunaan media, yaitu jumlah waktu dalam penggunaan media, jenis isi media yang digunakan, dan hubungan individu sebagai pengguna media dengan isi media yang dikonsumsi secara keseluruhan.

Penelitian ini membahas tentang pengaruh penggunaan aplikasi Pako Pintar oleh karyawan Pako Group golongan empat sebagai penggunaannya terhadap efek penggunaan media yang diukur dari sikap karyawan. Penelitian serupa dilakukan oleh Annisa Vega Laili (2022) dengan judul “Pengaruh Akun TikTok @swaragembira

terhadap Sikap *Followers* dalam Penggunaan Kain Adat Tradisional” yang menguji teori *uses and effect* berdasarkan variabel frekuensi, durasi, dan atensi terhadap sikap dari aspek kognitif, afektif, dan konatif *followers*. Penelitian ini menunjukkan adanya efek positif terhadap sikap *followers*. Sementara itu, hasil berbeda diperoleh dari penelitian yang juga meneliti tentang penggunaan aplikasi, yaitu Firly Rizkianto Abdurrachman, 2021) dengan judul “Pengaruh Aplikasi iMAP sebagai Media Humas terhadap Sikap Karyawan (Survei pada Karyawan PT MitraAdiPerkasa)” yang menyimpulkan adanya anggapan bahwa aplikasi iMAP tidak efektif bagi karyawannya karena kurang memenuhi kriteria untuk menunjang kerja karyawannya.

Penelitian mengenai penggunaan aplikasi Pako Pintar dilakukan karena adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu dengan permasalahan serupa mengenai penggunaan aplikasi. Aplikasi Pako Pintar yang bermula mengatasi keterbatasan ruang dan waktu pelaksanaan *training* saat pandemi Covid-19 masih tetap dikembangkan dan digunakan oleh perusahaan Pako Group. Digitalisasi diyakini mampu memberikan akses mudah dalam proses pelatihan *online*, serta mampu meningkatkan *trend* pembelajaran dan pelatihan *online* (Tafakur, dkk., 2023:88). Namun, berdasarkan hasil observasi, terdapat pola pikir karyawan yang masih menganggap bahwa *training* seharusnya dilakukan secara *offline* dan bukan secara *online*. Walaupun demikian, Pako Group tetap melakukan *training online* melalui aplikasi Pako Pintar. Bahkan, karyawan golongan empat diwajibkan untuk melaksanakan *training online*, khususnya mengenai materi “*leadership*” melalui aplikasi Pako Pintar pada tahun 2023.

Dengan demikian, peneliti menyusun pertanyaan penelitian, yaitu seberapa besar pengaruh intensitas, isi pesan, dan daya tarik dalam penggunaan aplikasi Pako Pintar terhadap sikap *leadership* karyawan Pako Group golongan empat?” Penelitian ini guna mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas, isi pesan, dan daya tarik penggunaan aplikasi Pako Pintar terhadap sikap *leadership* karyawan Pako Group golongan empat.

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif dengan survei eksplanatori diterapkan dalam penelitian ini. Penelitian ini melibatkan angka, mulai dari mengumpulkan data, analisis data, sampai kepada proses memperoleh hasil data dan penarikan kesimpulannya (Machali, 2021:23). Penelitian survei dilakukan kepada populasi besar ataupun kecil yang dianalisis dari sampel untuk mengumpulkan data (Machali, 2021:20). Penelitian ini meneliti tentang seberapa pengaruh penggunaan aplikasi Pako Pintar sebagai variabel bebasnya (X) terhadap sikap *leadership* karyawan Pako Group golongan empat sebagai variabel terikatnya (Y). Pengambilan populasi penelitian ini berdasarkan data karyawan golongan empat yang mengakses kelas *training* di aplikasi Pako Pintar pada kuartal November 2023, yaitu sebanyak 135 orang. *Purposive sampling* dilakukan dalam penelitian ini sebagai teknik penarikan sampel *nonprobability sampling* yang digunakan peneliti dengan menetapkan pertimbangan

tertentu (Sugiyono, 2022:85). Penarikan sampel dengan ketentuan berikut dilakukan untuk melakukan penelitian ini.

1. Karyawan golongan empat Pako Group yang termasuk ke dalam data peserta kelas *training* pada kuartal November 2023.
2. Menggunakan aplikasi Pako Pintar untuk melaksanakan kelas *training online* kurikulum *leadership*.

Penggunaan rumus Slovin dilakukan oleh peneliti untuk menghitung jumlah sampel dengan taraf signifikansi sebesar 5%, yang berarti taraf keyakinannya adalah 95% sehingga $n = \frac{N}{1+N(e^2)} = \frac{135}{1+135(0,05^2)} = 100,93457943925 = 101$. Maka, 101 orang atau karyawan golongan empat Pako Group yang diperoleh dari perhitungan tersebut ditetapkan menjadi sampel penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan skala *Likert* skor 1 (sangat tidak setuju) hingga 4 (sangat setuju) dalam kuesioner yang menggunakan Google Form kepada karyawan Pako Group sebagai sampel penelitian, kemudian melakukan studi kepustakaan, dan dokumentasi untuk mengumpulkan data penelitian. Analisis data menggunakan bantuan *software* Statistical Product and Service Solutions (SPSS) versi 26 untuk *Windows* dengan melakukan uji regresi linear berganda metode *bootstrap* karena penelitian memperoleh data tidak berdistribusi normal pada uji normalitasnya. Analisis data juga dilakukan guna melakukan uji hipotesis meliputi uji parsial (T), uji simultan (F), dan uji koefisien determinasi.

Operasional Variabel

Variabel Bebas (X): Penggunaan Aplikasi Pako Pintar

Penelitian ini menjelaskan bahwa penggunaan aplikasi Pako Pintar diukur pada karyawan Pako Group sebagai pengguna medianya berdasarkan tiga turunan menurut Rakhmat (2009:56), yaitu intensitas (frekuensi dan durasi), isi pesan (jelas, ringkas, lengkap, konkret, dan benar), serta daya tarik. Ketiga turunan tersebut dijadikan sebagai sub variabel bebas dalam penelitian ini.

Variabel Terikat (Y): Sikap *Leadership* Karyawan Pako Group

Penelitian ini mengukur sikap *leadership* karyawan sebagai efek dari penggunaan aplikasi Pako Pintar. Pengukuran sikap dapat dilakukan berdasarkan tiga aspek menurut skema triadik oleh Azwar (2008:23-24), yaitu kognitif, afektif, dan konatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data dalam objek penelitian dengan data dari peneliti sehingga data bersifat valid (Hardani, dkk., 2020:198). Rumus Pearson dalam uji validitas ini dilakukan untuk mengukur kekuatan dari hubungan linear antara beberapa variabel X dengan variabel Y (Sugiyono, 2022:183).

Valid diperoleh apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berikut adalah hasil uji validitas pada sub variabel intensitas (X1), isi pesan (X2), dan daya tarik (X3) dalam variabel penggunaan aplikasi Pako Pintar (X), serta variabel sikap *leadership* karyawan Pako Group (Y).

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel X: Penggunaan Aplikasi Pako Pintar			
Sub Variabel X1: Intensitas			
Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item kuesioner 1	0,959	0,3610	Valid
Item kuesioner 2	0,916		
Item kuesioner 3	0,875		
Sub Variabel X2: Isi Pesan			
Item kuesioner 4	0,829	0,3610	Valid
Item kuesioner 5	0,958		
Item kuesioner 6	0,897		
Item kuesioner 7	0,798		
Item kuesioner 8	0,860		
Item kuesioner 9	0,958		
Item kuesioner 10	0,808		
Sub Variabel X1: Intensitas			
Item kuesioner 11	0,949	0,3610	Valid
Item kuesioner 12	0,922		
Variabel Y: Sikap <i>Leadership</i> Karyawan Pako Group			
Item kuesioner 13	0,802	0,3610	Valid
Item kuesioner 14	0,823		
Item kuesioner 15	0,910		
Item kuesioner 16	0,774		
Item kuesioner 17	0,862		
Item kuesioner 18	0,930		
Item kuesioner 19	0,730		
Item kuesioner 20	0,907		

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas dengan $n=30$, instrumen variabel X (intensitas, isi Pesan, dan daya tarik) terhadap sikap *leadership* karyawan Pako Group (Y) menunjukkan bahwa dari kedua puluh item pernyataan kuesioner dinyatakan valid karena jumlah r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} .

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan uji derajat akurasi dan konsistensi berdasarkan proses pengukuran bebas dari kesalahan sehingga hasil reliabel ketika pengulangan dalam keadaan konstan (Hardani, dkk., 2020:393). Rumus Alfa Cronbach digunakan untuk melakukan estimasi instrumen yang skornya berasal dari skor skala Likert

(Usman & Akbar, 2020:281). Rumus Alfa Cronbach memutuskan hasilnya apabila nilai > 0,70, maka reliabilitas diterima (Heale & Twycross, 2015:67).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Alfa Cronbach	N of Items	Keterangan
1.	Intensitas (X1)	0,906 > 0,70	3	Reliabilitas sangat baik
2.	Isi Pesan (X2)	0,944 > 0,70	7	Reliabilitas sangat baik
3.	Daya Tarik (X3)	0,848 > 0,70	2	Reliabilitas baik
4.	Sikap <i>Leadership</i> (Y)	0,940 > 0,70	8	Reliabilitas sangat baik

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Berdasarkan tabel tersebut, masing-masing sub variabel intensitas (X1), isi Pesan (X2), dan daya tarik (X3), serta variabel sikap *leadership* karyawan Pako Group (Y) menunjukkan bahwa dari masing-masing variabel memperoleh nilai Alfa Cronbach bernilai lebih dari 0,70. Dengan demikian, masing-masing variabel dapat diterima dan dinyatakan reliabel.

Penelitian ini memperoleh jawaban kuesioner dari sampel atau responden penelitian berjumlah 101 orang yang terdiri dari karyawan Pako Group ber-*gender* laki-laki dan perempuan. Responden penelitian ber-*gender* laki-laki mencapai tingkat persentase sebesar 79,2%. Sementara itu, responden penelitian ber-*gender* perempuan memiliki tingkat persentase sebesar 20,8%. Dengan demikian, responden ber-*gender* laki-laki berjumlah lebih banyak daripada responden ber-*gender* perempuan. Penelitian ini juga memperoleh identitas responden berdasarkan golongan umur menurut Bps.go.id (2024) yang disajikan dalam tabel berikut beserta frekuensi dan persentasenya.

Tabel 3. Data Identitas Responden Berdasarkan Golongan Umur

Golongan Umur (tahun)	Frequency	Percent (%)
15-19	0	0
20-24	8	7,9
25-29	30	29,7
30-34	31	30,7
35-39	17	16,8
40-44	10	9,9
45-49	5	5
50-54	0	0
55-59	0	0
60+	0	0
Total	101	100%

Sumber: Data yang Diolah Peneliti

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Hasil tidak normal ketika diketahui nilai signifikansi $< 0,05$ dan normal ketika diketahui nilai signifikansi $> 0,05$.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000 ^c

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Berdasarkan hasil uji tersebut, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$. Maka, penelitian ini memiliki nilai residual tidak berdistribusi normal. Oleh karena terjadinya data yang tidak berdistribusi normal, maka uji regresi linear berganda dan uji hipotesis parsial (T) menggunakan metode *bootstrap*.

Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh tiga variabel bebas, yaitu intensitas, isi pesan, dan daya tarik penggunaan aplikasi Pako Pintar terhadap variabel terikat, yaitu sikap *leadership* karyawan Pako Group. Penelitian ini memperoleh hasil tidak berdistribusi normal karena bernilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini bisa terjadi akibat adanya pencilan ekstrem, tetapi memiliki informasi penting yang tidak dapat dibuang (Astari, dkk., 2014:130). Data penelitian tidak berdistribusi normal dapat diatasi dengan metode uji *bootstrap*.

Metode *bootstrap* adalah metode simulasi data guna melakukan pendugaan *standard error* dari nilai duga bagi parameter populasi ($\hat{\theta}$) (Herinda, 2018:1-2). *Bootstrap* adalah sebuah metode untuk masalah penaksiran parameter dan pengujian hipotesis (Rachman, dkk., 2018:35). Rachman, dkk. (2018:35) juga menegaskan bahwa metode *bootstrap* dapat menjadi solusi alternatif bagi penelitian yang berdistribusi tidak normal dan tidak homogen variansnya. Metode *bootstrap* oleh Bradley Efron (1979) ini dilakukan dengan tanpa memperhatikan asumsi klasik karena sampel asli pada data berperan sebagai populasi untuk membentuk selang kepercayaan (Sungkono, 2015; Neti, dkk., 2020:10). Metode ini mengambil sampel dengan cara pengulangan sebanyak B kali dengan pengembalian data asli sampel. Penelitian ini melakukan pengulangan (B) sebanyak 1.000 kali dengan $\alpha = 5\%$ atau 0,05 atau interval kepercayaan 95%. Menurut Nafisa (2019:11), pengulangan sebanyak 1.000 kali. Berikut hasil uji *bootstrap regression*.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda dengan Metode *Bootstrap Regression*

Bootstrap for Coefficients							
Model	B	Bootstrap ^a					
		Bias	Std. Error	Sig. (2-tailed)	95% Confidence Interval		
					Lower	Upper	
1	(Constant)	3.457	.147	1.624	.039	.886	7.265
	Intensitas (X1)	.274	-.002	.122	.034	.039	.524
	Isi Pesan (X2)	.679	-.003	.093	.001	.486	.862
	Daya Tarik (X3)	.647	-.013	.233	.006	.183	1.117

a. Unless otherwise noted, bootstrap results are based on 1000 bootstrap samples

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Berdasarkan rumus persamaan uji regresi berganda, yaitu $Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$. Maka, $Y = 3,457 + 0,274x_1 + 0,679x_2 + 0,647x_3$. Berdasarkan persamaan uji regresi linear berganda tersebut, peneliti ini memperoleh hasil sebagai berikut.

- Nilai konstanta (*a*) diperoleh nilai positif sebesar 3,457 berarti pengaruh hetero antara variabel bebas dan terikat adalah searah, serta intensitas (X1), isi pesan (X2), dan daya tarik (X3) bernilai 0 atau tidak mempengaruhi sehingga nilai variabel sikap *leadership* (Y) adalah sebesar 3,457.
- Sub variabel intensitas (X1) memperoleh nilai koefisien regresi positif sebesar 0,274, yang berarti kenaikan sebesar 0,274 atau 27,4% terjadi setiap penambahan 1%.
- Sub variabel isi pesan (X2) memperoleh nilai koefisien regresi positif sebesar 0,679, yang berarti kenaikan sebesar 0,679 atau 67,9% terjadi setiap penambahan 1%.
- Sub variabel daya tarik (X3) memperoleh nilai koefisien regresi positif sebesar 0,647, yang berarti kenaikan sebesar 0,647 atau 64,7% terjadi setiap penambahan 1%.

Uji Parsial (T)

Uji parsial (T) guna mengetahui pengaruh signifikansi dari masing-masing variabel *independent* (X) terhadap variabel *dependent* (Y) (Sahir, 2021:53). Penelitian ini menggunakan metode *bootstrap* untuk melakukan uji hipotesis minor pada sub variabel intensitas (X1), isi pesan (X2), dan daya tarik (X3) terhadap sikap *leadership* (Y). Keputusan hasilnya, yaitu:

- Menentukan dari B (replikasi *bootstrap*) sebanyak 1.000 kali (Rachman, dkk., 2018:38).
- Menentukan dari *p-value bootstrap* yang bernilai $< \alpha$ (0,05), maka H_a diterima atau terdapat pengaruh variabel *independent* (X) terhadap variabel *dependent* (Y) (Rachman, dkk., 2018:38).

- c. Menentukan hasil apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima atau terdapat pengaruh variabel *independent* (X) terhadap variabel *dependent* (Y) (Kurnia & Faisal, 2022:9).
- d. Menentukan dari nilai batas bahwa (*lower*) dan nilai batas atas (*upper*) yang berada pada kutub yang sama, baik keduanya positif atau keduanya negatif sehingga terdapat pengaruh antara variabel *independent* (X) terhadap variabel *dependent* (Y) (Akhtar, 2020; Salsabila, 2024:39).

Tabel 6. Hasil Uji Parsial (T) dengan Metode Bootstrap Regression

		Bootstrap for Coefficients					
		B	Bootstrap ^a				
Model			Bias	Std. Error	Sig. (2-tailed)	95% Confidence Interval	
						Lower	Upper
1	(Constant)	3.457	.147	1.624	.039	.886	7.265
	Intensitas (X1)	.274	-.002	.122	.034	.039	.524
	Isi Pesan (X2)	.679	-.003	.093	.001	.486	.862
	Daya Tarik (X3)	.647	-.013	.233	.006	.183	1.117

a. Unless otherwise noted, bootstrap results are based on 1000 bootstrap samples

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Berdasarkan keputusan hasil pengujian hipotesis dengan metode *bootstrap* penelitian ini memperoleh hasil berikut.

- a. Berdasarkan nilai B (replikasi *bootstrap*) dari hasil uji sebanyak B kali atau 1.000 kali, diperoleh bahwa nilai B pada sub variabel intensitas (X1) sebesar 0,274, sub variabel isi pesan (X2) sebesar 0,679, dan sub variabel daya tarik (X3) sebesar 0,647. Dengan demikian, B ketiga sub variabel X pada uji tersebut bernilai positif.
- b. Berdasarkan taksiran *p-value bootstrap* ($< \alpha = 0,05$) pada B sampel *bootstrap* diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi sub variabel intensitas (X1) sebesar $0,034 < 0,05$, sub variabel isi pesan (X2) $0,001 < 0,05$, dan sub variabel daya tarik (X3) $0,006 < 0,05$. Maka, dapat disimpulkan sub variabel intensitas (X1), isi pesan (X2), dan daya tarik (X3) berpengaruh terhadap variabel sikap *leadership* (Y).
- c. Berdasarkan pengujian hipotesis pada t_{hitung} dan t_{tabel} dengan metode *bootstrap*, maka nilai t_{hitung} diperoleh dari nilai B dibagi dengan nilai *standard error*. Sementara itu, nilai t_{tabel} dalam penelitian uji dua pihak dengan nilai alpha 5% adalah sebesar 1,96. Dengan demikian, diperoleh nilai t_{hitung} dan t_{tabel} sebagai berikut.

Tabel 7. Hasil t_{hitung} dan t_{tabel} pada Uji Parsial (T)

Variabel	B	Standard Error	t_{hitung}	t_{tabel}
Intensitas (X1)	0,274	0,122	2,246	1,96
Isi Pesan (X2)	0,679	0,093	7,301	1,96
Daya Tarik (X3)	0,647	0,233	2,777	1,96

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Tabel tersebut memperlihatkan bahwa sub variabel intensitas (X1) memiliki $t_{hitung} (2,246) > t_{tabel} (1,96)$, sub variabel isi pesan (X2) memiliki $t_{hitung} (7,301) > t_{tabel} (1,96)$, dan sub variabel daya tarik (X3) memiliki $t_{hitung} (2,777) > t_{tabel} (1,96)$. Maka, dapat disimpulkan bahwa sub variabel intensitas (X1), isi pesan (X2), dan daya tarik (X3) berpengaruh terhadap variabel sikap *leadership* (Y).

- d. Berdasarkan nilai batas bawah (*lower*) dan nilai batas atas (*upper*) diperoleh hasil berikut.

Tabel 8. Perbandingan *Lower* dan *Upper* pada Uji Parsial (T)

Variabel	Lower	Upper	Keterangan
Intensitas (X1)	0,886	7,265	Positif
Isi Pesan (X2)	0,039	0,524	Positif
Daya Tarik (X3)	0,486	0,862	Positif

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Jika dilihat dari tabel, nilai *lower* dan *upper* pada sub variabel intensitas (X1), isi pesan (X2) sub variabel daya tarik (X3) berada pada kutub yang sama. Dengan demikian, sub variabel sub variabel intensitas (X1), isi pesan (X2) sub variabel daya tarik (X3) berpengaruh positif terhadap variabel sikap *leadership* (Y).

Berdasarkan ketiga dasar keputusan uji parsial di atas, maka dapat diperoleh hasil uji hipotesis minor bahwa sub variabel intensitas (X1), isi pesan (X2) sub variabel daya tarik (X3) terdapat pengaruh positif terhadap variabel sikap *leadership* (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai sub variabel intensitas (X1), yaitu $B=0,274; \alpha=0,034 < 0,05; t_{hitung} (2,246) > t_{tabel} (1,96)$; dan nilai *lower* dan *upper* berada pada kutub yang sama atau positif (0,886 dan 7,265). Nilai sub variabel isi pesan (X2), yaitu $B=0,679; \alpha=0,001 < 0,05; t_{hitung} (7,301) > t_{tabel} (1,96)$; dan nilai *lower* dan *upper* berada pada kutub yang sama atau positif (0,039 dan 0,524). Nilai sub variabel daya tarik (X3), yaitu $B=0,647; \alpha=0,006 < 0,05; t_{hitung} (2,777) > t_{tabel} (1,96)$; dan nilai *lower* dan *upper* berada pada kutub yang sama atau positif (0,486 dan 0,862).

Uji Simultan (F)

Uji simultan (F) adalah uji guna menentukan pengaruh variabel *independent* (X) secara simultan terhadap variabel *dependent* (Y). Penelitian ini melakukan uji ini untuk menguji hipotesis mayor, yaitu pengaruh variabel penggunaan aplikasi Pako Pintar (X) terhadap sikap *leadership* karyawan Pako Group (Y). Pengambilan keputusan dalam uji simultan (F), yaitu apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima atau terdapat pengaruh signifikan oleh variabel *independent* (X) terhadap variabel *dependent* (Y) dan mampu digeneralisasikan untuk seluruh populasi (Sugiyono, 2022:192). Berikut adalah hasilnya.

Tabel 9. Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	484.684	3	161.561	92.471	.000 ^b
	Residual	169.474	97	1.747		
	Total	654.158	100			
a. Dependent Variable: Sikap Leadership (Y)						
b. Predictors: (Constant), Daya Tarik (X3), Intensitas (X2), Isi Pesan (X2)						

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Jika dilihat dari tabel, signifikansinya bernilai $0,000 < 0,05$ sehingga terdapat kelayakan pada model penelitian ini. Kemudian, nilai F_{hitung} dalam penelitian ini adalah 92,471. Sementara itu, nilai F_{tabel} dalam penelitian ini dapat ditentukan berdasarkan tabel distribusi F dengan nilai k (jumlah variabel X + Y) = 4, n (jumlah sampel) = 101, dan $\alpha = 0,05$ sehingga nilai $df_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$ dan nilai $df_2 = n - k = 101 - 4 = 97$. Maka, $F_{tabel}(3, 97) = 2,698398 = 2,70$ (dibulatkan). Dengan demikian $F_{hitung}(92,471) > F_{tabel}(2,70)$. Maka, terdapat pengaruh signifikan variabel penggunaan aplikasi Pako Pintar (X) terhadap sikap *leadership* karyawan Pako Group (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (*R Square* atau R^2) adalah uji guna menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dilihat dari keberadaan nilai di antara 0 hingga 1 (Sahir, 2021:54). Jika *R Square* (R^2) mendekati 1 atau mendekati 100%, maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya semakin kuat. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi atau *R Square* (R^2).

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.861 ^a	.741	.733	1.322
a. Predictors: (Constant), Intensitas (X1), Isi Pesan (X2), dan Daya Tarik (X3)				

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Nilai *R Square* dari tabel di atas, yaitu 0,733 atau 73,3%, artinya berada di antara 0 – 1 dan mendekati 100%. Dengan demikian, terdapat pengaruh variabel penggunaan aplikasi Pako Pintar (X) terhadap sikap *leadership* karyawan Pako Group (Y) sebesar 73,3% atau 0,733. Sementara itu, 26,7% atau 0,267 sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Intensitas Penggunaan Aplikasi Pako Pintar terhadap Sikap *Leadership* Karyawan Pako Group

Berdasarkan pertanyaan penelitian, yaitu “seberapa besar pengaruh intensitas penggunaan aplikasi Pako Pintar terhadap sikap *leadership* karyawan Pako Group”, diperoleh hasil analisis data dari uji hipotesis, yaitu terdapat pengaruh positif sub variabel intensitas penggunaan aplikasi Pako Pintar (X1) terhadap variabel sikap *leadership* karyawan Pako Group (Y). Penelitian ini menguji hipotesis terdapat pengaruh sub variabel intensitas dalam penggunaan media terhadap efek penggunaan medianya dengan mengaitkan teori *uses and effect*. Teori *uses and effect* adalah teori yang berfokus pada konsep penggunaan (*use*) dengan memperhatikan tingkat akses kepada media (Damayanti, dkk., 2022:219). Intensitas adalah sebuah kondisi adanya tingkatan dalam melakukan suatu hal (Rakhmat, 2012; Nurpitriah, dkk., 2023:281).

Intensitas dapat diturunkan menjadi dua, yaitu frekuensi dan durasi menggunakan media (Ardianto, 2017:168; Neti, dkk., 2020:5). Windahl (1992) menjelaskan bahwa tingkat keterlibatan dalam mengonsumsi konten atau video dapat menjadi salah satu faktor untuk memperkirakan hasil dari penggunaan media. Hal tersebut berkaitan dengan frekuensi dalam intensitas penggunaan suatu media. Frekuensi penggunaan berupa akses aplikasi Pako Pintar dan video *training* kurikulum *leadership* oleh mayoritas karyawan Pako Group golongan empat dapat diketahui minimal dua kali dalam tiga bulan. Jumlah frekuensi penggunaan tersebut merupakan frekuensi wajib akses aplikasi Pako Pintar dalam melaksanakan program *training* wajib pada setiap 3 bulan. Penelitian ini juga memperoleh sebesar hasil bahwa mayoritas karyawan menonton video *training* selama 10 hingga 15 menit atau sesuai batas akhir durasi video *training*. Jumlah durasi tersebut adalah jumlah rata-rata tayangan video *training* yang wajib ditonton. Intensitas mempunyai pengaruh cukup signifikan dalam mencapai tujuan dari adanya penggunaan media (Nasrudin, dkk., 2021:6681). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh intensitas penggunaan aplikasi Pako Pintar terhadap sikap *leadership*.

Pengaruh Isi Pesan dalam Penggunaan Aplikasi Pako Pintar terhadap Sikap *Leadership* Karyawan Pako Group

Berdasarkan pertanyaan penelitian, yaitu “seberapa besar pengaruh isi pesan dalam penggunaan aplikasi Pako Pintar terhadap sikap *leadership* karyawan Pako Group”, diperoleh hasil analisis data dari uji hipotesis, yaitu terdapat pengaruh positif sub variabel isi pesan dalam penggunaan aplikasi Pako Pintar (X2) terhadap variabel sikap *leadership* karyawan Pako Group (Y). Penelitian ini menguji hipotesis terdapat pengaruh sub variabel isi pesan dalam penggunaan media terhadap efek penggunaan medianya dengan mengaitkan teori *uses and effect*. Teori *uses and effect* dengan salah satu asumsinya, yaitu jenis isi media yang digunakan dalam penggunaan media (Rullysia, 2022:11). Isi pesan dalam media menghasilkan efek dan penggunaan media menghasilkan konsekuensi, serta apabila keduanya terjadi bersamaan dapat dihasilkan *consequence* (Andini, 2023:18). Isi pesan merupakan segala sesuatu di dalam

sebuah media. Isi pesan dijelaskan sebagai penyampaian lambang dan bahasa yang ringkas, jelas, lengkap, konkret, dan benar (Kuswadi, 2008:121; Fadilah & Rochim, 2020:258).

Berdasarkan temuan data, penelitian ini memperoleh hasil disetujui oleh mayoritas responden bahwa isi pesan informasi dalam aplikasi Pako Pintar bersifat jelas, mudah dipahami fungsinya, lengkap dan sesuai dengan kebutuhan informasi sebagai media *e-learning*. Video *training* materi *leadership* dalam aplikasi Pako Pintar juga dikatakan mempunyai informasi yang mudah dipahami, disampaikan secara jelas, singkat, lengkap, mampu menjelaskan segalanya terkait *leadership*, konkret sesuai kenyataan, sesuai kebenaran, dan dapat dipercaya. Menurut Nasrudin, dkk. (2021:6681), isi pesan yang lengkap, jelas, dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dapat memudahkan pengguna media untuk bisa memahami isi pesan dalam media. Berdasarkan teori *uses and effect*, pesan komunikasi yang disampaikan melalui saluran media mampu menunjukkan efek bagi pengguna media. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa penelitian ini terdapat pengaruh isi pesan dalam penggunaan aplikasi Pako Pintar terhadap sikap *leadership*.

Pengaruh Daya Tarik dalam Penggunaan Aplikasi Pako Pintar terhadap Sikap *Leadership* Karyawan Pako Group

Berdasarkan pertanyaan penelitian, yaitu “seberapa besar pengaruh daya tarik dalam penggunaan aplikasi Pako Pintar terhadap sikap *leadership* karyawan Pako Group”, diperoleh hasil analisis data dari uji hipotesis parsial, yaitu terdapat pengaruh positif sub variabel daya tarik dalam penggunaan aplikasi Pako Pintar (X3) terhadap variabel sikap *leadership* karyawan Pako Group (Y). Penelitian ini menguji hipotesis terdapat pengaruh sub variabel daya tarik dalam penggunaan media terhadap efek penggunaan medianya dengan mengaitkan teori *uses and effect*. Teori *uses and effect*, yakni teori yang menekankan konsep penggunaan (*use*) dan penyebab penggunaannya dapat menimbulkan adanya efek dari penggunaan medianya. Teori *uses and effect* mempunyai salah satu asumsi, yaitu hubungan individu sebagai pengguna media dengan isi media yang dikonsumsi secara keseluruhan (Rullysia, 2022:11). Daya tarik dalam penggunaan sebuah media dapat menjadi salah satu penyebab pengguna media memutuskan untuk mengonsumsi isi media secara keseluruhan. Daya tarik adalah suatu kondisi adanya pengemasan pesan yang mampu menarik perhatian penerima pesannya sehingga bisa bertindak lanjut atas pesan yang diperolehnya (Susanti, dkk., 2020:3-4). Kesan menarik dapat diperoleh ketika penerima pesan melihat adanya gambar, video, foto, dan diksi yang tepat dalam pengemasan pesan dari suatu media. Menurut Pranata (2023), tingkat perhatian atau daya tarik dapat dilihat dari bagaimana penggunaan medianya, serta bagaimana pengguna media mengikuti isi pesan dalam media tersebut.

Berdasarkan hasil temuan data, dapat diketahui bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa tampilan aplikasi Pako Pintar menarik perhatian, serta adanya ilustrasi dan animasi dalam video *training* materi *leadership* yang mempunyai bentuk, komposisi, dan warna bagus juga menarik perhatian responden. Menurut Gulo, dkk. (2024:3243), video animasi dengan penggunaan kombinasi elemen visual dan audio yang dinamis dapat meningkatkan minat, motivasi, keterlibatan, dan daya ingat

pengguna media dalam proses penggunaannya sehingga informasi yang disampaikan lebih mudah dipahami dan diingat. Aplikasi Pako Pintar dibuat dalam bentuk media yang tampilan fitur dan videonya berbentuk animasi dan berisi ilustrasi dengan tujuan menarik perhatian yang berpotensi mencegah timbulnya rasa bosan bagi para pengguna medianya sehingga pesan lebih mudah dipahami dan diingat, serta mampu diikuti atau diaktualisasikan oleh pengguna media. Dengan demikian, terdapat pengaruh daya tarik dalam penggunaan aplikasi Pako Pintar terhadap sikap *leadership*.

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Pako Pintar terhadap Sikap *Leadership* Karyawan Pako Group

Berdasarkan hipotesis mayor, yaitu “terdapat pengaruh penggunaan aplikasi Pako Pintar terhadap sikap *leadership* karyawan Pako Group”, hipotesis mayor diuji dengan hasil ujinya terdapat pengaruh signifikan variabel penggunaan aplikasi Pako Pintar (X) terhadap sikap *leadership* karyawan Pako Group (Y). Variabel penggunaan aplikasi Pako Pintar meliputi intensitas, isi pesan, dan daya tarik secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi sikap *leadership* karyawan Pako Group.

Penelitian ini menguji hipotesis terdapat pengaruh penggunaan media terhadap efek penggunaan medianya dengan mengaitkan teori *uses and effect*. Teori ini menekankan konsep penggunaan media untuk mengetahui adanya hasil atau efek dari penggunaan medianya (Windahl, 1979; Bungin, 2006:291). Teori ini memiliki asumsi dasar, yaitu jumlah waktu dalam penggunaan media, jenis isi media yang digunakan, dan hubungan individu sebagai pengguna media dengan isi media (Rullysia, 2022:11). Berdasarkan ketiga asumsi tersebut, penelitian ini meneliti penggunaan aplikasi dengan menguji secara simultan ketiga sub variabel bebas (X), yaitu sub variabel intensitas sebagai jumlah waktu dalam penggunaan media yang terdiri dari frekuensi dan durasi, lalu sub variabel isi pesan sebagai jenis isi media yang digunakan, dan sub variabel daya tarik sebagai asumsi hubungan individu sebagai pengguna media dengan isi media yang dikonsumsi secara keseluruhan terhadap variabel terikat (Y), yaitu sikap *leadership*. Hasilnya terdapat pengaruh signifikan variabel penggunaan aplikasi Pako Pintar (X) terhadap sikap *leadership* karyawan Pako Group (Y). Pengguna media yang melakukan keputusan menggunakan media dan melibatkan ketiga asumsi dasar di atas dapat memperoleh *consequence*, yaitu efek isi media dan konsekuensi penggunaan medianya, yang dalam penelitian ini efeknya adalah bentuk sikap *leadership*.

Oleh karena adanya pengaruh, maka dapat dikatakan bahwa penggunaan aplikasi Pako Pintar dapat menimbulkan efek berupa sikap *leadership* yang dapat dilihat dari tiga aspek, yaitu aspek kognitif, afektif, dan konatif. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil temuan data dari perolehan mayoritas responden yang menyetujui efek berupa sikap dalam berbagai aspek sebagai berikut. Berdasarkan aspek kognitif dalam sikap *leadership*, penggunaan aplikasi Pako Pintar berefek pada responden mampu mempercayai informasi dalam aplikasi Pako Pintar dan memahami maksud pesan dalam video materi *training* kurikulum *leadership* sehingga memperoleh pengetahuan terkait *leadership*. Berdasarkan aspek afektif dalam sikap *leadership*, penggunaan aplikasi Pako Pintar berefek pada responden yang menyukai

video materi *training* kurikulum *leadership*, senang menggunakan aplikasi *e-learning* Pako Pintar, dan merasakan adanya kepuasan dalam penggunaannya. Berdasarkan aspek konatif dalam sikap *leadership*, penggunaan aplikasi Pako Pintar berefek pada responden yang menjadi tertarik untuk menerapkan sikap *leadership* akibat program *training online* dan responden melakukan tindakan sesuai isi pesan *leadership* dalam video materi *training*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa sub variabel intensitas penggunaan aplikasi Pako Pintar (X1) memiliki pengaruh positif terhadap variabel sikap *leadership* karyawan Pako Group golongan empat (Y). Frekuensi dan durasi dalam intensitas penggunaan aplikasi Pako Pintar oleh karyawan Pako Group golongan empat sudah sesuai dengan ketentuan penggunaan aplikasi dan akses video materi *training* wajib, yaitu minimal 2 kali dalam setiap 3 bulan, serta akses video materi *training* selama 10 hingga 15 menit atau hingga durasi selesai sehingga berpengaruh terhadap sikap *leadership* karyawan Pako Group. Selain itu, sub variabel isi pesan dalam penggunaan aplikasi Pako Pintar (X2) pun memiliki pengaruh positif terhadap variabel sikap *leadership* karyawan Pako Group golongan empat (Y). Isi pesan dalam aplikasi Pako Pintar memiliki informasi fitur yang jelas, mudah dipahami, lengkap, dan sesuai kebutuhan informasi, serta memiliki informasi pada video *training* secara jelas, singkat, lengkap, konkret, sesuai kebenaran, dan dapat dipercaya sehingga berpengaruh terhadap sikap *leadership* karyawan Pako Group. Kemudian, sub variabel daya tarik dalam penggunaan aplikasi Pako Pintar (X3) juga memiliki pengaruh positif terhadap variabel sikap *leadership* karyawan Pako Group golongan empat (Y). Daya tarik dalam aplikasi Pako Pintar berupa tampilan yang menarik perhatian dengan video *training* yang dilengkapi ilustrasi dan animasi sehingga berpengaruh terhadap sikap *leadership* berupa karyawan Pako Group mampu memahami, mengingat, dan mengikuti isi materi *leadership*. Variabel penggunaan aplikasi Pako Pintar (X) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap *leadership* karyawan Pako Group golongan empat (Y). Peneliti berharap kepada peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian serupa agar menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi efek sikap pengguna medianya dengan cara melakukan riset lapangan terkait efek sikap pengguna medianya kepada populasi penelitian. Bagi pihak perusahaan Pako Group, peneliti berharap supaya perusahaan tetap konsisten dan terus mengembangkan aplikasi Pako Pintar dan materi *training online*-nya sesuai kebutuhan perusahaan dan karyawannya karena berdasarkan penelitian ini, penggunaan aplikasi Pako Pintar dapat berpengaruh terhadap sikap karyawannya, khususnya pada sikap *leadership*.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrachman, F. R. (2021). *Pengaruh Aplikasi iMAP sebagai Media Humas terhadap Sikap Karyawan (Survei pada Karyawan PT MitraAdiPerkasa)*. Skripsi. Universitas Satya Negara Indonesia Program Studi Ilmu Komunikasi.

- Andini, P. R. (2023). Pengaruh Konten pada *Official Akun TikTok* Ruangguru terhadap Prestasi Belajar Followers. *Jurnal Janaloka*, 1(1), 15–24.
- Astari, N. M. M., Suciptawati, N. L. P., & Sukarsa, I. K. G. (2014). Penerapan Metode *Bootstrap* Residual dalam Mengatasi Bias pada Penduga Parameter Analisis Regresi. *E-Jurnal Matematika*, 3(4), 130–137. <https://doi.org/10.24843/mtk.2014.v03.i04.p075>
- Azwar, S. (2008). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bps.go.id. (2024). *Angkatan Kerja (AK) Menurut Golongan Umur, 2023*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/Njk4IzI=/angkatan-kerja--ak--menurut-golongan-umur.html>
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Damayanti, A. R., Anjarsari, L., & Anjani, N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial *TikTok* terhadap Gaya Hidup Berpakaian Remaja Ilkom Untidar. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(3), 217–221.
- Fadilah, M., & Rochim, M. (2020). Hubungan antara Tayangan Film *Joker* dengan Persepsi mengenai *Mental Illness*. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 6(2), 256–260.
- Gulo, J. G., Zebua, D. K., & Lase, N. K. (2024). Peranan Media Pembelajaran Berbasis Video Animasi pada Materi Sistem Pencernaan Manusia di SMP: Pemahaman Dampak dan Gangguan Sistem Pencernaan. *IMEIJ: Indi-Math Intellectuals Journal*, 5(3), 3239–3246.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Heale, R., & Twycross, A. (2015). *Validity and Reliability in Quantitative Studies. Evidence-Based Nursing*, 18(3), 66–67. <https://doi.org/10.1136/eb-2015-102129>
- Herinda, S. M. O. (2018). *Model Regresi Linier Berganda Menggunakan Metode Bootstrap Pairs*. Skripsi. Universitas Brawijaya Program Studi Sarjana Statistika.
- Kurnia, S. A., & Faisal. (2022). Pengaruh Keadilan Pajak, Sistem Perpajakan, Diskriminasi Pajak dan Etika Uang (*Money Ethic*) terhadap Niat Wajib Pajak Mengenai Penggelapan Pajak (Studi Empiris pada Wajib Pajak Orang Pribadi Terdaftar di KPP Pratama Semarang Candisari). *Diponegoro Journal of Accounting*, 11(4), 1–14.
- Laili, A. V. (2022). *Pengaruh Akun TikTok @swaragembira terhadap Sikap Followers dalam Penggunaan Kain Adat Tradisional*. Skripsi. Universitas Lampung Jurusan Ilmu Komunikasi.

- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Nafisa, L. Z. (2019). *Penerapan Metode Bootstrap pada Zero-Failure Data dalam Penentuan Nilai Keandalan (Studi Kasus: Mesin di PT. X)*. Tugas Akhir. Institut Teknologi Sepuluh Nopember Departemen Matematika.
- Nasrudin, D., Mayasari, & Lubis, F. O. (2021). Hubungan antara Promosi Menggunakan Sosial Media Instagram dengan Minat Beli. *Media Bina Ilmiah*, 16(4), 6677–6684.
- Neti, U., Ulfah, M., & Syahrudin, H. (2020). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Tanjungpura. *JPPK: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 9(9), 1–8.
- Ningtyas, N. N. (2021). *Pengaruh Penggunaan E-Learning dan Minat Belajar terhadap Hasil Belajar Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
- Nurpitriah, Yusup, E., & Ema. (2023). Pengaruh *Instagram @exploresubang* terhadap Keputusan Berkunjung ke Tempat Wisata Ciater. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 9(2), 271–285.
- Pranata, I. K. (2023). *Pengaruh Penggunaan Akun Twitter @AREAJULID terhadap Sikap Pengguna Twitter terkait Kasus Rachel Vennya (Studi pada Followers @AREAJULID)*. Skripsi. Universitas Lampung Jurusan Ilmu Komunikasi.
- Pranyoto, Y. H. (2020). Pengaruh Pembelajaran *Online* terhadap Hasil Belajar Kognitif Mahasiswa Sekolah Tinggi Katolik ST Yakobus Merauke di Masa Pandemi COVID-19. *Atma Reksa: Jurnal Pastoral dan Kateketik*, 5(1), 1–15.
- Rachman, F. P. A. P., Goejantoro, R., & Hayati, M. N. (2018). Penentuan Jumlah Replikasi *Bootstrap* Menggunakan Metode *Pretest* pada *Independent* Sampel T Test (Pendapatan Asli Daerah Kabupaten/Kota di Provinsi Kalimantan Timur dan Kalimantan Utara Tahun 2015). *Jurnal Eksponensial*, 9(1), 35–40. blob:chrome-extension://efaidnbmnnpbpcjpcglclefindmkaj/27956194-298e-41aa-9c94-ec7a856961d4
- Ramadhan, A. F., Ramdhani, M., & Utamidewi, W. (2022). Pengaruh Media Sosial *Tiktok* terhadap Kebutuhan Informasi Seks Edukasi pada Generasi Z. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 6(1), 2382–2395.
- Rullysia, E. I. (2022). *Pengaruh Terpaan Pemberitaan di Akun Instagram @baligasm terhadap Minat Berkunjung Followers ke Pulau Bali dengan Variabel Electronic Word Of Mouth sebagai Variabel Intervening*. Skripsi. Universitas Kristen Satya Wacana Program Studi Ilmu Komunikasi.

- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Salsabila, A. (2024). *Pengaruh Regulasi Emosi terhadap Perilaku Seksual Pranikah pada Remaja Pengguna Twitter (X) di Jabodetabek*. Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia Program Studi Psikologi.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV ALFABETA.
- Susanti, S., Erwina, W., & Putri, T. B. (2020). Pesan Promosi Program Televisi dalam Akun Twitter @netmediatama. *komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 12(1), 1–10.
- Tafakur, Dewi, A. S., & Solikin, M. (2023). Pelatihan Online Karyawan Industri Otomotif: Kesiapan Diri Berdasarkan Perspektif Calon Peserta. *Jurnal Pendidikan Vokasi Otomotif*, 5(2), 87–100.
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2020). *Pengantar Statistika Cara Mudah Memahami Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Windahl, S., Signitzer, B. H., & Olson, J. T. (1992). *Using Communication Theory: An Introduction to Planned Communication*. London, Newbury Park, New Delhi: Sage Publications. https://books.google.co.id/books?id=9v3RiRsX-4MC&pg=PA163&dq=uses+and+effect+sven+windahl&hl=en&newbks=1&nwbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwjAt7LciIKEAxWvSmwGHf0vBC4Q6AF6BAGMEAM#v=onepage&q=uses and effect sven windahl&f=false