

**PENGARUH TERPAAN MEDIA *ONLINE* DETIK.COM
TENTANG BERITA PENGINAPAN GRATIS APLIKASI
TRAVEL COUCHSURFING TERHADAP SIKAP DALAM
MENGUNAKAN FITUR *REQUEST TO STAY*
(Survei pada *Followers* Instagram @backpackerjakarta)**



Intelligentia - Dignitas

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

Nama : Ellia Ernandilla Djuli

NIM : 1410619031

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

ABSTRAK

Ellia Ernandilla Djuli (1410619031), Pengaruh Terpaan Media *Online* Detik.com tentang Berita Penginapan Gratis Aplikasi *Travel Couchsurfing* Terhadap Sikap Dalam Menggunakan Fitur *Request to Stay* (Survei pada *Followers* Instagram @backpackerjakarta). Hal 1-147. 17 Buku, 2014-2021; 19 Artikel, 2019-2024; dan 5 Sumber Lainnya. Januari 2025.

Media *online* merupakan salah satu bentuk media massa yang berfungsi untuk penyebaran informasi. Salah satu media *online* yang sering populer yaitu Detik.com yang memuat berbagai informasi salah satunya tentang *travelling*. Berdasarkan penelitian sebelumnya, terpaan media dapat mempengaruhi sikap seseorang. Maka, peneliti tertarik ingin meneliti apakah ada pengaruh terpaan media *online* Detik.com tentang berita penginapan gratis aplikasi *travel Couchsurfing* terhadap sikap dalam menggunakan fitur *request to stay* pada *followers* Instagram @backpackerjakarta.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori integrasi informasi. Teori ini dikemukakan oleh Martin Fishbein, memiliki asumsi seseorang menyusun informasi yang diperoleh mengenai suatu individu, objek, situasi, dan ide atau gagasan guna membentuk sikap yang sesuai dengan konsep yang terbentuk dari hasil penerimaan informasi tersebut. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu terpaan media dan sikap. Terpaan media memiliki tiga dimensi, yaitu *exposure*, *attention*, dan *exposure states*. Sikap memiliki tiga dimensi, yaitu *cognitive component*, *affective component*, dan *behavioral component*.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif, dan menggunakan metode survei dengan penyebaran kuesioner melalui *google form*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *followers* akun Instagram @backpackerjakarta 75.126 *followers* per 25 Oktober 2024. Dari jumlah populasi tersebut, 100 *followers* dipilih sebagai sampel penelitian menggunakan purposive sampling. Untuk menguji validitas ada penelitian ini yaitu menggunakan uji Kaiser-Meyer Olkin dan Barlett's Test. Sedangkan untuk mengetahui reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha. Dalam penelitian ini menggunakan analisis univariat dengan distribusi frekuensi dan tendensi sentral serta analisis bivariat dengan analisis regresi linear sederhana.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengaruh terpaan media *online* Detik.com tentang berita penginapan gratis aplikasi *travel Couchsurfing* terhadap sikap dalam menggunakan fitur *request to stay* termasuk kategori kuat. Hasil penelitian berdasarkan *mean* menunjukkan hasil *mean* tertinggi pada variabel terpaan media yaitu dimensi *exposure*. Dimana ini menjelaskan proses awal seseorang terpapar pesan

media. Responden mengakses, memahami, menangkap informasi, dan merasakan emosi tertentu saat membaca pesan media. Pada variabel sikap menunjukkan hasil *mean* tertinggi yaitu pada dimensi *cognitive component*. Pada dimensi ini media *online* Detik.com dianggap dapat memberikan manfaat, kemudahan, serta menjadi inovasi dan solusi baru.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini menyatakan jika terpaan media *online* Detik.com tentang berita penginapan gratis aplikasi *travel* Couchsurfing terbukti memiliki pengaruh terhadap sikap dalam menggunakan fitur *request to stay* pada *followers @backpackerjakarta*. Saran yang dapat diberikan untuk media *online* Detik.com yaitu agar dapat meningkatkan keterlibatan pembaca dengan menyajikan berita dalam format yang lebih menarik khususnya di bidang *travelling*. arn untuk penelitian selanjutnya yaitu dapat menggunakan metode penelitian yang lebih mendalam untuk lebih memahami faktor lain yang dapat mempengaruhi sikap seseorang.

Kata Kunci: Terpaan Media, Media *Online*, Sikap, Couchsurfing.



ABSTRACT

Ellia Ernandilla Djuli (1410619031), The Effect of Online Media Exposure Detik.com about Free Lodging News Couchsurfing Travel Application on Attitudes Toward Using the Request to Stay Feature (Survey on Instagram Followers @backpackerjakarta). Page 1-147. 17 Books, 2014-2021; 19 Articles, 2019-2024; and 5 Other Sources. January 2025.

Online media is a form of mass media that functions to disseminate information. One of the online media that is often popular is Detik.com which contains various information, one of which is about traveling. Based on previous research, media exposure can effect a person's attitude. So, researcher are interested in examining whether there is an effect of Detik.com online media exposure about the news of free lodging in the Couchsurfing travel application on attitudes towards using the request to stay feature on Instagram followers @backpackerjakarta.

The theory used in this study is information integration theory. This theory, proposed by Martin Fishbein, assumes that a person compiles information obtained about an individual, object, situation, and idea or idea in order to form an attitude that is in accordance with the concept formed from the receipt of this information. This study uses two variables, namely media exposure and attitude. Media exposure has three dimensions, namely exposure, attention, and exposure states. Attitude has three dimensions, namely cognitive component, affective component, and behavioral component.

This study uses the positivism paradigm with a quantitative approach, and uses a survey method by distributing questionnaires via google form. The population used in this study were followers of the Instagram account @backpackerjakarta 75,126 followers as of October 25, 2024. From this population, 100 followers were selected as research samples using purposive sampling. To test the validity of this research, namely using the Kaiser-Meyer Olkin test and Barlett's Test. Meanwhile, to determine reliability using Cronbach Alpha. In this study using univariate analysis with frequency distribution and central tendency and bivariate analysis with simple linear regression analysis.

The results of this study also show that the effect of Detik.com online media exposure about the news of free lodging in the Couchsurfing travel application on attitudes towards using the request to stay feature is in the strong category. The results of the study based on the mean show that the highest mean result on the media exposure variable is the exposure dimension. Where this explains the initial process of a person being exposed to media messages. Respondents access, understand, capture

information, and feel certain emotions when reading media messages. The attitude variable shows the highest mean result, namely the cognitive component dimension. In this dimension, Detik.com online media is considered to provide benefits, convenience, and become new innovations and solutions.

The conclusion obtained from this study states that exposure to Detik.com online media about the news of free lodging in the Couchsurfing travel application is proven to have an effect on attitudes towards using the request to stay feature on @backpackerjakarta followers. Suggestions that can be given to Detik.com online media are to be able to increase reader engagement by presenting news in a more interesting format, especially in the field of traveling. Suggestions for future research are to use more in-depth research methods to better understand other factors that can effect a person's attitude.

Keywords: Media Exposure, Online Media, Attitude, Couchsurfing.



SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ellia Erandilla Djuli

NIM : 1410619031

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Hukum

Judul KA : "Pengaruh Terpaan Media *Online* Detik.com Tentang Berita Penginapan Gratis Aplikasi *Travel Couchsurfing* Terhadap Sikap dalam Menggunakan Fitur *Request to Stay* (Survei pada *Followers* Instagram @backpackerjakarta)"

Dengan ini menyatakan bahwa saya memastikan Karya Ilmiah saya yang berjudul "Pengaruh Terpaan Media *Online* Detik.com Tentang Berita Penginapan Gratis Aplikasi *Travel Couchsurfing* Terhadap Sikap dalam Menggunakan Fitur *Request to Stay* (Survei pada *Followers* Instagram @backpackerjakarta)" merupakan karya saya sendiri. Saya memastikan bahwa Karya Ilmiah saya ini bukan merupakan hasil tiruan, saduran, atau terjemahan dari karya orang lain.

Jika di kemudian hari Karya Ilmiah saya melanggar ketentuan orisinalitas, saya siap menerima sanksi yang diberikan oleh pihak program studi maupun pihak universitas.

Jakarta, 17 Februari 2025


10000
METERAI
TEMPEL
93983ALX196316209
Ellia Erandilla Djuli
NIM. 1410619031

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

“Pengaruh Terpaan Media *Online* Detik.com Tentang Berita Penginapan Gratis Aplikasi *Travel Couchsurfing* Terhadap Sikap dalam Menggunakan Fitur *Request to Stay* (Survei pada *Followers Instagram @backpackerjakarta*)”

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing 1

Tanda tangan

Tanggal

Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si.
NIP. 197311152006042001



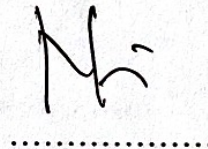
18 Februari 2025

Dosen Pembimbing 2

Tanda tangan

Tanggal

Nada Arina Romli, M.I.Kom
NIP. 199109142019032022



18 Februari 2025

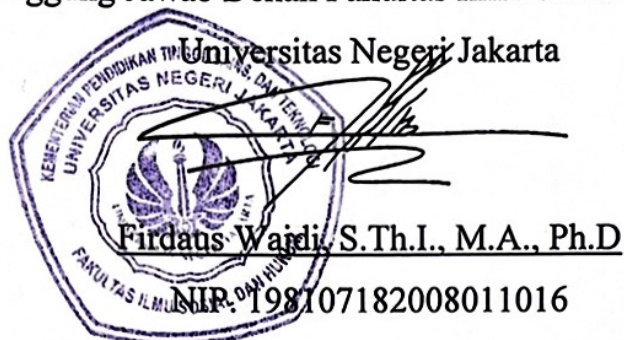
Mengetahui,
Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Dini Safitri, S.Sos., M.Si.
NIP. 198402062010122002

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum



No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. M. Fikri Akbar, M. Si., M.M NIP. 198705302024061001 Koordinator/Ketua		18 Februari 2025
2.	Sandy Allifiansyah, M.A., Ph.D NIP. 199106022024061002 Sekretaris		18 Februari 2025
3.	Dr. Dini Safitri, S.Sos., M.Si. NIP. 198402062010122002 Penguji Ahli		18 Februari 2025
4.	Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si. NIP. 197311152006042001 Pembimbing I		18 Februari 2025
5.	Nada Arina Romli, M.I.Kom NIP. 199109142019032022 Pembimbing II		18 Februari 2025



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ellia Ernandilla Djuli
NIM : 1410619031
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum/Ilmu Komunikasi
Alamat email : elliadilla20@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (... ..)

yang berjudul :

Pengaruh Terpaan Media *Online* Detik.com Tentang Berita Penginapan Gratis Aplikasi *Travel Couchsurfing* Terhadap Sikap dalam Menggunakan Fitur *Request to Stay* (Survei pada *Followers Instagram @backpackerjakarta*)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Februari 2025

Penulis

(Ellia Ernandilla Djuli)

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini. Peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua peneliti yaitu Ibu Ernawati yang selama ini selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik secara moral maupun material kepada peneliti sejak awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini selesai.

Skripsi ini peneliti susun sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta. Selama proses penyusunan, peneliti mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si., selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta beserta jajarannya.
2. Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta beserta jajarannya.
3. Dr. Dini Safitri, S.Sos., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Elisabeth Nugrahaeni Prananingrum, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi pertama dan Nada Arina Romli, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing skripsi kedua yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan arahan dan masukan kepada peneliti dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Wiratri Anindhita, M.Sc., selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan akademik peneliti selama melaksanakan perkuliahan di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.
6. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta, Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si., Dr. Elisabeth Nugrahaeni Prananingrum,

M.Si., Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, S.Sos., M.Si., Dr. Maulina Larasati Putri, S.Sos., M.I.Kom., Dr. Wiratri Anindhita, M.Sc., Nada Arina Romli, M.I.Kom., Dr. M. Fikri Akbar, M.Si., M.M., dan Sandy Allifiansyah, M.A., Ph.D. yang telah memberikan ilmu baik secara teori maupun praktek, serta dukungan dan arahan kepada peneliti selama proses perkuliahan di Universitas Negeri Jakarta.

7. Nur Endah Yunita Sari, A.Md., selaku admin Program Studi Ilmu Komunikasi dan jajaran staf akademik Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dalam proses pengumpulan berkas yang dibutuhkan.
8. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Jakarta dan sahabat-sahabat peneliti yang telah kebersamai dari awal hingga akhir perkuliahan.
9. Serta seluruh pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti berharap karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu, peneliti sangat mengapresiasi setiap saran dan masukan yang konstruktif untuk perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Sebagai penutup, peneliti mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 31 Januari 2025

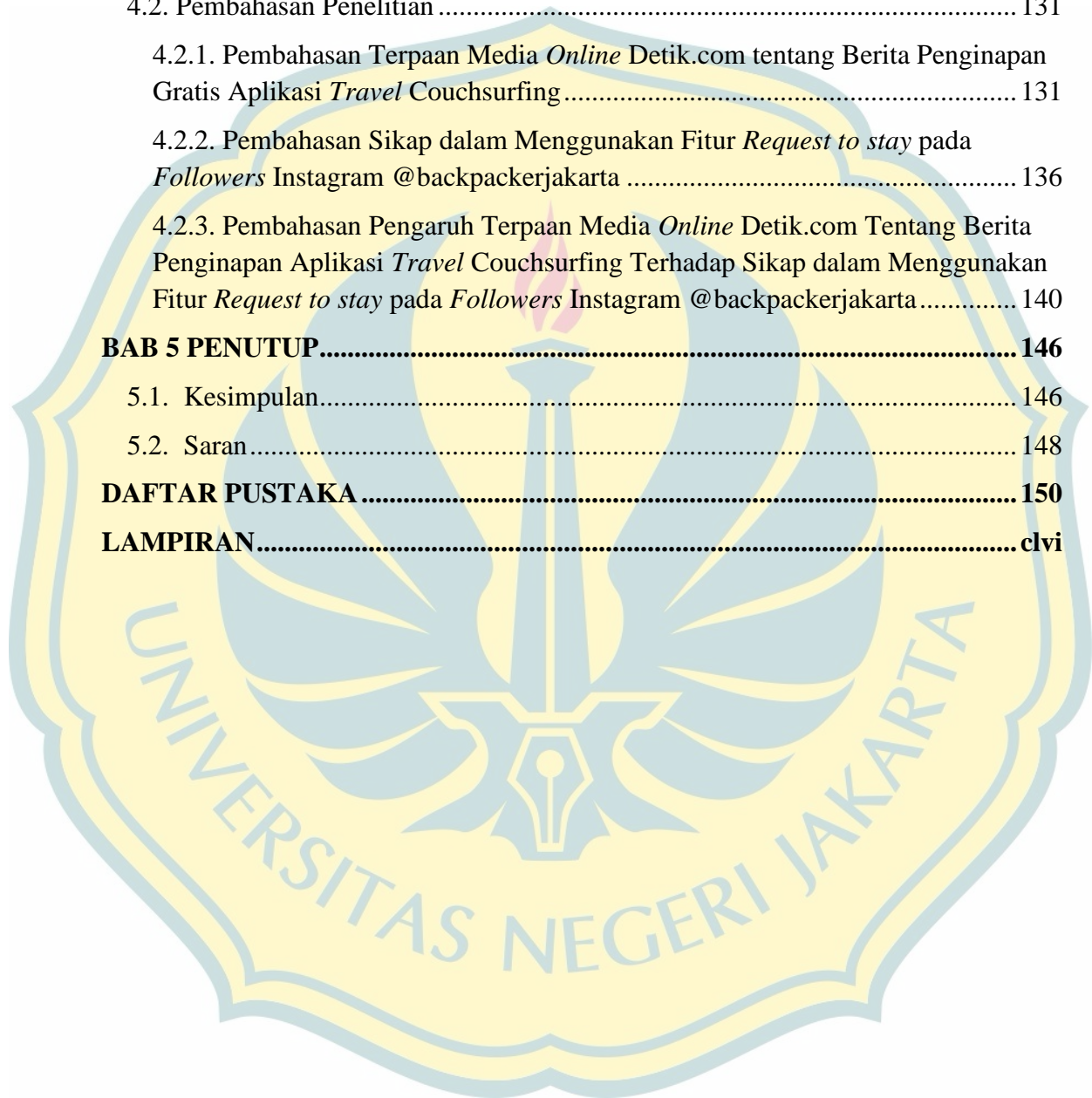
Ellia Ernandilla Djuli

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Pembatasan Masalah	13
1.3. Rumusan Masalah	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1. Teori Integrasi Informasi.....	16
2.2. Kajian Konseptual	18
2.3. Variabel Penelitian	19
2.3.1. Terpaan Media (X).....	19
2.3.2. Sikap (Y)	24
2.4. Penelitian Sejenis Terdahulu	26
2.5. Hipotesis Teori	41
2.6. Model Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Paradigma Penelitian.....	42

3.2. Metode Penelitian.....	43
3.3. Pendekatan Penelitian	43
3.4. Jenis Penelitian.....	44
3.5. Subjek Penelitian.....	45
3.5.1. Populasi	45
3.5.2. Sampel.....	45
3.5.3. Ukuran Sampel.....	46
3.5.4. Teknik Penarikan Sampel.....	47
3.6. Hipotesis Riset dan Hipotesis Statistik.....	48
3.7. Metode Pengumpulan Data.....	49
3.8. Validitas dan Reliabilitas	50
2.8.1. Validitas	50
2.8.2. Reliabilitas.....	52
3.9. Metode Analisis Data.....	55
2.9.1. Univariat.....	55
2.9.2. Bivariat.....	55
3.10. Definisi Operasional.....	60
3.11. Operasional Konsep	61
3.12. Waktu dan Tempat Penelitian	62
3.12.1. Waktu Penelitian	62
3.12.2. Tempat Penelitian.....	62
3.13. Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64
4.1. Hasil Penelitian.....	64
4.1.1. Hasil Penelitian Terpaan Media <i>Online</i> Detik.com tentang Berita Penginapan Gratis Aplikasi <i>Travel Couchsurfing</i>	64
4.1.2. Hasil Penelitian Sikap dalam Menggunakan Fitur <i>Request to stay</i> pada <i>Followers</i> Instagram @backpackerjakarta	96
4.1.3. Nilai <i>Mean</i> Variabel X dan Y	120

4.1.4. Hasil Penelitian Pengaruh Terpaan Media <i>Online</i> Detik.com Tentang Berita Penginapan Aplikasi <i>Travel Couchsurfing</i> Terhadap Sikap dalam Menggunakan Fitur <i>Request to stay</i> pada <i>Followers</i> Instagram @backpackerjakarta.....	124
4.2. Pembahasan Penelitian	131
4.2.1. Pembahasan Terpaan Media <i>Online</i> Detik.com tentang Berita Penginapan Gratis Aplikasi <i>Travel Couchsurfing</i>	131
4.2.2. Pembahasan Sikap dalam Menggunakan Fitur <i>Request to stay</i> pada <i>Followers</i> Instagram @backpackerjakarta	136
4.2.3. Pembahasan Pengaruh Terpaan Media <i>Online</i> Detik.com Tentang Berita Penginapan Aplikasi <i>Travel Couchsurfing</i> Terhadap Sikap dalam Menggunakan Fitur <i>Request to stay</i> pada <i>Followers</i> Instagram @backpackerjakarta.....	140
BAB 5 PENUTUP.....	146
5.1. Kesimpulan.....	146
5.2. Saran.....	148
DAFTAR PUSTAKA	150
LAMPIRAN.....	clvi



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Media <i>Online</i> atau Portal Berita yang Sering Diakses.....	2
Gambar 1.2. Berita "Menginap Cuma-cuma di Seluruh Dunia" di Detik.com.....	4
Gambar 1.3. Logo Aplikasi <i>Travel Couchsurfing</i>	5
Gambar 1.4. Kendala Saat Ingin Melakukan Perjalanan Wisata atau <i>Travelling</i>	7
Gambar 1.5. Informasi atau Konten Perjalanan Wisata/ <i>Travelling</i> yang Diminati	9
Gambar 4.1. Hasil Uji Scatter Plot.....	126



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perbandingan Jumlah <i>Followers</i> Akun Serupa.....	11
Tabel 1.2. Perbandingan Jumlah Perjalanan Wisatawan di Indonesia.....	12
Tabel 2.1. Penelitian Sejenis Terdahulu.....	34
Tabel 2.2. Model Penelitian	41
Tabel 3.1. Nilai Kaiser Meyer Olkin (KMO).....	50
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas Variabel Terpaan Media.....	51
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Variabel Sikap.....	52
Tabel 3.4. Kategori Reliabilitas	53
Tabel 3.5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Terpaan Media.....	54
Tabel 3.6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sikap	54
Tabel 3.7. Parameter Koefisien Determinasi	59
Tabel 3.8. Operasional Konsep	61
Tabel 4.1. <i>Followers</i> mengakses berita secara langsung	64
Tabel 4.2. <i>Followers</i> mengakses berita menggunakan perangkat media.....	65
Tabel 4.3. <i>Followers</i> mengakses berita dalam kurun waktu tertentu.....	66
Tabel 4.4. Berita muncul pada waktu <i>followers</i> aktif mengakses media.....	67
Tabel 4.5. Berita menggunakan bahasa yang mudah dipahami	68
Tabel 4.6. <i>Followers</i> menangkap informasi penting dari berita	69
Tabel 4.7. <i>Followers</i> menyadari isi pesan yang terkandung dalam berita.....	70
Tabel 4.8. <i>Followers</i> mengingat detail penting saat membaca berita.....	71
Tabel 4.9. <i>Followers</i> merasakan emosi tertentu.....	72
Tabel 4.10. Berita meninggalkan kesan mendalam di pikiran.....	73
Tabel 4.11. <i>Followers</i> memikirkan kembali informasi yang diperoleh.....	74
Tabel 4.12. Informasi dalam berita memengaruhi persepsi	75
Tabel 4.13. <i>Followers</i> fokus saat membaca berita.....	76
Tabel 4.14. <i>Followers</i> memperhatikan detail informasi	77
Tabel 4.15. Berita mampu menarik perhatian <i>followers</i>	78

Tabel 4.16. <i>Followers</i> menyadari pesan yang disampaikan	79
Tabel 4.17. <i>Followers</i> memahami berita secara sederhana.....	80
Tabel 4.18. <i>Followers</i> memahami gambaran umum informasi	81
Tabel 4.19. <i>Followers</i> membaca berita sambil memperhatikan hal lain.....	82
Tabel 4.20. <i>Followers</i> membaca berita sambil melakukan aktivitas lain	83
Tabel 4.21. <i>Followers</i> memproses informasi penting.....	84
Tabel 4.22. <i>Followers</i> merespon detail informasi dalam pikiran.....	85
Tabel 4.23. <i>Followers</i> mempertimbangkan manfaat yang didapat	86
Tabel 4.24. <i>Followers</i> menganalisis informasi yang diperoleh	87
Tabel 4.25. <i>Followers</i> melupakan hal-hal di sekitar	88
Tabel 4.26. <i>Followers</i> seperti menjadi bagian dari cerita yang disampaikan	89
Tabel 4.27. <i>Followers</i> seolah-olah berada dalam situasi yang diceritakan.....	90
Tabel 4.28. <i>Followers</i> tidak menyadari waktu berlalu.....	91
Tabel 4.29. <i>Followers</i> menyadari bagaimana berita memengaruhi persepsi	92
Tabel 4.30. <i>Followers</i> menganalisis berita dengan kehidupan	93
Tabel 4.31. <i>Followers</i> mengevaluasi berita dengan pengalaman pribadi	94
Tabel 4.32. <i>Followers</i> mengevaluasi berita dengan nilai pribadi	95
Tabel 4.33. Media <i>online</i> Detik.com mengenai aplikasi <i>travel</i> Couchsurfing memberikan manfaat.....	96
Tabel 4.34. Media <i>online</i> Detik.com mengenai aplikasi <i>travel</i> Couchsurfing dapat diakses oleh siapapun.....	97
Tabel 4.35. Media <i>online</i> Detik.com mengenai aplikasi <i>travel</i> Couchsurfing memberikan kemudahan akomodasi	98
Tabel 4.36. Media <i>online</i> Detik.com mengenai aplikasi <i>travel</i> Couchsurfing memberikan solusi inovatif.....	99
Tabel 4.37. Media <i>online</i> Detik.com mengenai aplikasi <i>travel</i> Couchsurfing menghemat biaya penginapan	100
Tabel 4.38. Media <i>online</i> Detik.com mengenai aplikasi <i>travel</i> Couchsurfing memberikan pengalaman emosional	101

Tabel 4.39. Media <i>online</i> Detik.com mengenai aplikasi <i>travel</i> Couchsurfing memberikan pengalaman personal.....	102
Tabel 4.40. Media <i>online</i> Detik.com mengenai aplikasi <i>travel</i> Couchsurfing menjadi opsi kebutuhan perjalanan.....	103
Tabel 4.41. <i>Followers</i> senang ketika membaca isi berita	104
Tabel 4.42. <i>Followers</i> termotivasi melakukan hal serupa.....	105
Tabel 4.43. <i>Followers</i> mempertimbangkan menggunakan fitur <i>request to stay</i>	106
Tabel 4.44. <i>Followers</i> terinspirasi pengalaman pengguna Couchsurfing	107
Tabel 4.45. <i>Followers</i> antusias mengetahui adanya penginapan gratis	108
Tabel 4.46. <i>Followers</i> akan penasaran jika tidak mencoba fitur <i>request to stay</i>	109
Tabel 4.47. <i>Followers</i> lebih terbuka terhadap pengalaman baru	110
Tabel 4.48. <i>Followers</i> optimis terhadap pengalaman yang didapat.....	111
Tabel 4.49. <i>Followers</i> akan mencoba fitur <i>request to stay</i>	112
Tabel 4.50. <i>Followers</i> akan mengunduh aplikasi Couchsurfing.....	113
Tabel 4.51. <i>Followers</i> terdorong mencari pengalaman menginap gratis	114
Tabel 4.52. <i>Followers</i> mengecek ulasan pengguna lain terkait fitur <i>request to stay</i>	115
Tabel 4.53. <i>Followers</i> merekomendasikan aplikasi.....	116
Tabel 4.54. <i>Followers</i> mencoba fitur lain	117
Tabel 4.55. <i>Followers</i> mencari pengalaman baru	118
Tabel 4.56. <i>Followers</i> menggunakan fitur <i>request to stay</i> di masa depan.....	119
Tabel 4.57. Nilai <i>Mean</i> Per-Dimensi Variabel Terpaan Media	120
Tabel 4.58. Nilai <i>Mean</i> Per-Indikator Variabel Terpaan Media	121
Tabel 4.59. Nilai <i>Mean</i> Per-Dimensi Variabel Sikap	122
Tabel 4.60. Nilai <i>Mean</i> Per-Indikator Variabel Sikap	123
Tabel 4.61. Hasil Uji Normalitas	124
Tabel 4.62. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	127
Tabel 4.63. Hasil Uji T.....	129
Tabel 4.64. Hasil Uji Koefisien Determinasi	130