

**PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@PANDAWARAGROUP TERHADAP SIKAP GOTONG
ROYONG**

**(Studi Kuantitatif survei akun Instagram @pandawaragroup
pada Konten Video 26 Agustus 2024)**



Intelligentia - Dignitas

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi

Shamira Nadja Gani

1410621096

Jakarta

2025

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2025**

ABSTRAK

Shamira Nadja Gani, 1410621096, Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @pandawaragroup terhadap Sikap Gotong Royong (Studi Kuantitatif Survei Akun Instagram @pandawaragroup pada Konten Video 26 Agustus 2024), Halaman 1–235, 15 Buku (2006–2021), 16 Jurnal (2019–2025). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

Media sosial merupakan alat komunikasi melalui perangkat internet yang dipergunakan untuk berhubungan dan berinteraksi dengan para penggunanya, bekerja sama, serta bertukar informasi. Instagram, sebagai salah satu *platform* populer, dinilai memiliki kekuatan signifikan dalam membentuk opini dan sikap khalayak.

Latar belakang penelitian ini muncul dari kekhawatiran terhadap penurunan nilai-nilai gotong royong akibat modernisasi dan individualisme yang kian berkembang. Namun, melalui konten inspiratif, akun Instagram @pandawaragroup berpotensi besar untuk menghidupkan kembali semangat kebersamaan ini. Penelitian ini bertujuan menguji sejauh mana terpaan konten media sosial Instagram @pandawaragroup memengaruhi sikap gotong royong para komentator pada unggahan video tanggal 26 Agustus 2024. Variabel yang diteliti adalah terpaan media (independen) dan sikap (dependen).

Dengan menggunakan paradigma positivisme dan pendekatan kuantitatif eksplanatif, penelitian ini mengaplikasikan metode survei. Sampel ditentukan melalui teknik *purposive sampling*, melibatkan 100 komentator aktif pada video @pandawaragroup di tanggal yang ditentukan.

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner daring yang telah melewati uji validitas dan reliabilitas, Uji normalitas memastikan agar data terdistribusi secara normal, uji linearitas memastikan pola hubungan yang searah, dan analisis regresi mengkonfirmasi penerimaan hipotesis alternatif (H_a), menolak hipotesis nol (H_o). Koefisien determinasi menjelaskan bahwa terpaan media sosial mampu menjelaskan sebagian besar variasi sikap gotong royong responden.

Semakin tinggi tingkat keterpaparan audiens, semakin besar pula kecenderungan mereka menunjukkan sikap gotong royong dalam pemikiran, perasaan, maupun tindakan. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial, khususnya Instagram @pandawaragroup, memegang peran esensial dalam mempromosikan dan

menguatkan nilai-nilai kebersamaan serta solidaritas sosial. Saran yang dapat diberikan, media sosial perlu terus dioptimalkan sebagai medium pembentuk karakter positif, dan penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor lain.

Kata Kunci: Gotong Royong, Sikap, Studi Kuantitatif, Terpaan Media Sosial



ABSTRACT

Shamira Nadja Gani, 1410621096, The Influence of Instagram Social Media Exposure from @pandawaragroup on the Attitude of Mutual Cooperation (A Quantitative Survey Study of the @pandawaragroup Instagram Account on Video Content from August 26, 2024), Pages 1–242, 15 Books (2006–2021), 16 Journals (2019–2025). Communication Science Study Program, Faculty of Social Sciences and Law, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

Social media serves as a communication tool via internet devices, utilized to connect and interact with users, collaborate, and exchange information. Instagram, as a popular platform, is deemed to possess significant power in shaping public opinion and attitudes.

The background of this research stems from concerns regarding the decline in gotong royong values due to modernization and the growing individualistic culture. However, through inspiring content, the Instagram account @pandawaragroup is believed to have great potential to revive this spirit of togetherness. This study aims to examine the extent to which exposure to Instagram social media content from @pandawaragroup influences the gotong royong attitude of commentators on a video uploaded on August 26, 2024. The variables studied are media exposure (independent) and attitude (dependent).

Employing a positivistic paradigm and an explanatory quantitative approach, this research applies a survey method. The sample was determined through purposive sampling, involving 100 active commentators on @pandawaragroup's Instagram video on the specified date.

Data were collected using an online questionnaire that had passed validity and reliability tests, then analyzed with simple linear regression to measure the relationship between variables. The normality test ensures that the data is normally distributed. Linearity testing confirmed a linear relationship pattern, and regression analysis confirmed the acceptance of the alternative hypothesis (H_a), rejecting the null hypothesis (H_o). The coefficient of determination explains that social media exposure is capable of explaining a large part of the variation in respondents' gotong royong attitudes.

The higher the level of audience exposure, the greater their tendency to demonstrate gotong royong in thought, feeling, and action. Thus, this research concludes that social media, particularly Instagram @pandawaragroup, plays an essential role in promoting and strengthening values of togetherness and social solidarity. As a suggestion, social media

needs to be continuously optimized as a medium for positive character formation, and future research can explore other factors.

Keywords: Attitude, Mutual Cooperation, Social Media Exposure, Quantitative Study



SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shamira Nadja Gani

Nomor Registrasi : 1410621096

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas
Negeri Jakarta

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @pandawaragroup Terhadap Sikap Gotong Royong (Studi Kuantitatif survei akun Instagram @pandawaragroup pada konten video 26 Agustus 2024)", dengan adanya lembar orisinalitas ini, saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya yang dibuat oleh diri saya sendiri dan seluruh sumber yang menjadi referensi dalam penelitian ini saya cantumkan dan nyatakan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 29 Juli 2025



Shamira Nadja Gani

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

**Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @pandawaragroup
Terhadap Sikap Gotong Royong (Studi Kuantitatif Survei akun
Instagram @pandawaragroup Pada Konten Video 26 Agustus 2024)**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I

Tanda Tangan

Tanggal



29/09/2025

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

Dosen Pembimbing II

Tanda Tangan

Tanggal



29/09/2025

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

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi
FIS UNJ



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

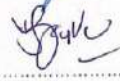
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum

Universitas Negeri Jakarta


Pirdaus Waid, M.A., Ph.D
NIP. 198107182008011016

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. Maulina Larasati Putri, M.I.Kom. NIP.198101142005012002 Ketua Sidang		29/09/2025
2.	Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si. NIP.197803182008012010 Sekretaris		01/08/2025
3.	Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si NIP.197311212006042001 Penguji Ahli		04/08/2025
4.	Dr. Dini Safitri, S.Sos., M.Si. NIP.198402062010122002 Pembimbing I		29/09/2025
5.	Nada Arina Romli, M.Ikom. NIP.199109142019032022 Pembimbing II		29/09/2025

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET 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 : Shamira Nadja Gani
NIM : 1410621096
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial dan Hukum/Ilmu Komunikasi
Alamat email : shamiranadjagani@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 Sosial Instagram @pandawaragroup Terhadap Sikap Gotong Royong (Studi Kuantitatif survei akun Instagram @pandawaragroup pada Konten Video 26 Agustus 2024)

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, 4 Agustus 2025

Penulis

(Shamira Nadja Gani.)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, atas limpahan rahmat, anugrah dan berkat-Nya sehingga peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @pandawaragroup Terhadap Sikap Gotong Royong (Studi Kuantitatif survei akun Instagram @pandawaragroup pada konten video 26 Agustus 2024)” sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Dalam proses penyusunan penelitian skripsi ini tentunya peneliti mendapat bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada kedua orang tua, kakak tersayang dan keluarga besar yang telah memberikan kasih sayang, dukungan dan doa kepada peneliti. Selain itu, peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M. Si. selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta
2. Firdaus Wajdi, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta
3. Dr. Dini Safitri, M. Si. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta dan Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penyusunan penelitian ini hingga selesai.
4. Nada Arina Romli selaku Dosen Pembimbing II peneliti, yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penyusunan penelitian ini hingga selesai.
5. Dr. Vera Wijayanti Sutjipto S.Sos., M.Si. selaku dosen Pembimbing Akademik.
6. Dr. Kinkin Yuliaty S.P., M.Si. selaku Penguji ahli Dr. Maulina Larasati Putri, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Sidang skripsi, Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si. selaku Sekretaris, yang telah memberikan arahan dalam penyelesaian penelitian dan persidangan skripsi peneliti.

7. Seluruh jajaran dosen program studi Ilmu Komunikasi UNJ, Dr. Dini Safitri, M.Si., Dr. Kinkin Yuliaty S.P., M.Si., Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si., Dr. Maulina Larasati Putri, M. Si., Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., Nada Arina Romli, M.I.Kom., Dr. Vera Wijayanti Sutjipto S.Sos., M.Si., Dr. Wiratri Anindhita, M.Sc., Sandy Allifiansyah, Ph.D., Dr. M. Fikri Akbar, M.Si, M.M, Mega Ayu Permatasari M.Si, Noprita Herari M.I.Kom yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama peneliti menjalani masa perkuliahan.
8. Komentator akun Pandawara dalam konten video 24 Agustus 2024 yang telah bersedia membantu peneliti sebagai responden dalam penelitian.
9. Teman-teman mahasiswa/mahasiswi Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2020 sebagai teman seperjuangan selama masa perkuliahan dan penyelesaian skripsi.
10. Sahabat-sahabat peneliti; 3 *mosquitoes*, anak PG, kak yasmin, Almh. nurul, adilla, anisya, nanda, broskis, anak-anak magang PLN, teman-teman SD, dan teman-teman sma yang senantiasa memberikan dukungan, doa dan tempat diskusi selama masa perkuliahan dan penyelesaian skripsi.

Peneliti menyadari bahwa skripsi yang telah diselesaikan oleh peneliti ini tidak luput dari kesalahan. Maka dari itu, peneliti menerima segala kritik dan saran yang membangun. Peneliti juga berharap penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 19 Juni 2025
Peneliti,

Shamira Nadja Gani

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	vi
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	vii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Pembatasan Masalah	13
1.4 Rumusan Masalah	13
1.5 Tujuan Penelitian	14
1.6 Manfaat Penelitian	16
1.6.1 Manfaat Akademis	16
1.6.2 Manfaat Praktis	16
BAB II LANDASAN TEORI	17
2.1 Tinjauan Teoritis	17
2.1.1 Teori Media Baru	17
2.2 Variabel Penelitian	19
2.2.1 Terpaan Media (X)	20
2.2.2 Sikap (Y)	32
2.3 Penelitian Sejenis Terdahulu	37

2.4	Hipotesis Teori	44
2.5	Model Penelitian.....	56
BAB III METODE PENELITIAN.....		57
3.1	Paradigma Penelitian	57
3.2	Metode Penelitian	58
3.3	Pendekatan Penelitian	59
3.5	Subjek Penelitian	61
3.5.1	Populasi.....	61
3.5.2	Sampel	61
3.5.3	Ukuran Sampel.....	62
3.5.4	Teknik Penarikan Sampel.....	63
3.6	Hipotesis Riset dan Hipotesis Statistik	65
3.7	Metode Pengumpulan Data.....	66
3.8	Validitas dan Reliabilitas	67
3.8.1	Uji Validitas.....	67
3.8.2	Uji Reliabilitas	69
3.9	Metode Analisis Data	71
3.9.1	<i>Univariate</i>	71
3.9.2	<i>Bivariate</i>	72
3.10	Definisi Operasional	76
3.11	Operasionalisasi Konsep.....	77
3.12	Waktu dan Tempat Penelitian	80
3.12.1	Waktu Penelitian.....	80
3.12.2	Tempat Penelitian.....	80
3.13	Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian	81
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		82
4.1	Hasil Penelitian	82
4.1.1	Hasil Penelitian Terpaan Media Sosial Instagram @pandawaragroup pada Konten Video 26 Agustus 2024	82
4.1.2	Nilai Mean Dimensi Terpaan Media (Variabel X).....	109

4.1.3	Nilai <i>Mean</i> Indikator Variabel X (Terpaan Media)	110
4.1.4	Hasil Penelitian Sikap Gotong Royong Komentator terhadap Konten Video Instagram @pandawaragroup Tanggal 26 Agustus 2024.....	113
4.1.5	Nilai <i>Mean</i> Dimensi Sikap (Variabel Y)	133
4.1.6	Nilai <i>Mean</i> Indikator Variabel Y (Sikap)	135
4.1.7	Hasil Penelitian Terpaan Media Sosial Instagram terhadap Sikap Gotong Royong Komentator pada Konten video @pandawaragroup Tanggal 26 Agustus 2024	138
4.2	Pembahasan Penelitian	143
4.1.1	Pembahasan Terpaan Media Sosial Instagram @pandawaragroup pada Konten Video 26 Agustus 2024	143
4.1.2	Pembahasan Sikap Gotong Royong Masyarakat pada komentator Konten Video @pandawaragroup pada 26 Agustus 2024.....	148
4.1.3	Pembahasan Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @pandawaragroup Terhadap Sikap Gotong Royong Masyarakat pada Komentator Konten Video Tanggal 26 Agustus 2024.....	151
BAB V PENUTUP.....		158
5.1	Kesimpulan	158
5.2	Saran.....	160
DAFTAR PUSTAKA.....		163
LAMPIRAN.....		xix

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Profil Instagram @pandawaragroup	5
Gambar 1.2	Unggahan Video Instagram @pandawaragroup.....	7
Gambar 1.3	Pengetahuan Responden terhadap Akun @pandawaragroup	9
Gambar 1.4	Pengetahuan Responden terhadap Konten @pandawaragroup	10
Gambar 1.5	Pandangan Responden Terhadap Gotong Royong.....	11
Gambar 2.1	Model Penelitian	56
Gambar 4.1	Grafik Nilai <i>Mean</i> Dimensi Variabel Terpaan Media (X)....	109
Gambar 4.2	Grafik Nilai <i>Mean</i> Dimensi Variabel Sikap	133
Gambar 4.3	Uji Linieritas dengan <i>Scatterplot</i>	139



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah <i>Followers</i> Instagram @pandawaragroup dan Instagram Sejenis	6
Tabel 1.2	Jumlah <i>Volunteer</i> yang Mengikuti Kegiatan Pembersihan Lingkungan di Instagram @pandawaragroup	8
Tabel 2.1	Penelitian Sejenis Terdahulu	45
Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas Variabel Terpaan Media (X)	68
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Variabel Sikap (Y)	68
Tabel 3.3	<i>Case Processing Summary</i> Variabel Terpaan Media (X).....	69
Tabel 3.4	Hasil Uji Realibilitas Variabel Terpaan Media (X).....	70
Tabel 3.5	<i>Case Processing Summary</i> Variabel Sikap (Y).....	70
Tabel 3.6	Hasil Uji Realibilitas Variabel Sikap (Y).....	71
Tabel 3.7	Operasionalisasi Konsep Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @Pandawaragroup Terhadap Sikap Gotong Royong	77
Tabel 4.1	Komentator berada di tempat yang memungkinkan untuk mengakses unggahan Instagram.....	82
Tabel 4.2	Komentator memahami isi pesan yang ingin disampaikan melalui konten unggahan Instagram	83
Tabel 4.3	Konten unggahan Instagram mudah ditemukan	84
Tabel 4.4	Kemudahan akses konten unggahan Instagram.....	85
Tabel 4.5	Konten unggahan Instagram mudah dicari	86
Tabel 4.6	Komentator meluangkan waktu untuk menerima pesan konten	86
Tabel 4.7	Komentator membuka Instagram secara aktif	87
Tabel 4.8	Komentator memfokuskan perhatian pada konten Instagram @pandawaragroup	88
Tabel 4.9	Komentator membuka Instagram untuk melihat konten yang serupa.....	89
Tabel 4.10	Komentator mampu memahami isi pesan yang disampaikan	90

Tabel 4.11	Pesan yang disampaikan mampu memberikan pengaruh	91
Tabel 4.12	Komentator mampu menyerap pesan pada konten	91
Tabel 4.13	Komentator mampu memahami isi konten.....	92
Tabel 4.14	Kemampuan mengerti maksud pesan pada konten video	93
Tabel 4.15	Komentator mampu menangkap makna dari perilaku yang ditampilkan dalam konten	93
Tabel 4.16	Komentator mampu menerima pesan yang disampaikan	94
Tabel 4.17	Komentator mampu menangkap isi visual atau audio pada konten	95
Tabel 4.18	Komentator mampu mengenali elemen gambar dan tulisan pada konten	95
Tabel 4.19	Komentator mengingat pesan konten dalam waktu yang lama	96
Tabel 4.20	Komentator mampu mengingat isi konten meskipun konten sudah berlalu	97
Tabel 4.21	Komentator mampu mengingat detail spesifik dari konten....	98
Tabel 4.22	Komentator sadar menerima pesan konten	98
Tabel 4.23	Konten mempengaruhi cara berpikir komentator	99
Tabel 4.24	Komentator mampu merekam isi konten	100
Tabel 4.25	Kemampuan mengingat pesan dari satu konten saja	101
Tabel 4.26	Mendapatkan kesan positif dari konten.....	101
Tabel 4.27	Kemampuan membayangkan isi konten walaupun sudah berlalu	102
Tabel 4.28	Komentator secara sadar menerima pesan	103
Tabel 4.29	Komentator memperhatikan isi konten dengan baik	103
Tabel 4.30	Menyadari tujuan dari konten.....	104
Tabel 4.31	Komentator mencari konten langsung saat membuka laman Instagram.....	105
Tabel 4.32	Komentator melihat konten dengan baik, meskipun pada awalnya tidak berniat mencari.....	105
Tabel 4.33	Konten sangat menarik	106

Tabel 4.34	Komentator memperhatikan dan menyadari sebagian besar isi konten	107
Tabel 4.35	Komentator lebih fokus pada visual daripada isi konten	107
Tabel 4.36	Komentator memperhatikan hampir semua elemen konten	108
Tabel 4.37	Nilai <i>Mean</i> Indikator Variabel X (Terpaan Media)	110
Tabel 4.38	Komentator memikirkan hal-hal positif setelah melihat konten	113
Tabel 4.39	Merasakan perasaan positif setelah melihat konten	114
Tabel 4.40	Komentator semakin yakin pentingnya gotong royong setelah melihat konten.....	115
Tabel 4.41	Komentator memandang gotong royong sebagai faktor penting dalam kehidupan setelah melihat konten.....	115
Tabel 4.42	Komentator membayangkan kegiatan gotong royong ketika mengingat konten	116
Tabel 4.43	Komentator mengingat kenangan yang muncul tentang gotong royong setelah melihat konten	117
Tabel 4.44	Komentator memiliki pengetahuan tentang pentingnya gotong royong.....	118
Tabel 4.45	Percaya nilai gotong royong harus dijaga	118
Tabel 4.46	Membentuk pandangan komentator menjadi positif setelah menerima informasi	119
Tabel 4.47	Konten menampilkan semangat gotong royong.....	120
Tabel 4.48	Komentator menyukai nilai gotong royong yang ditampilkan.....	121
Tabel 4.49	Komentator memiliki perasaan positif terhadap gotong royong yang ditampilkan.....	121
Tabel 4.50	Komentator merasakan pentingnya gotong royong setelah melihat konten.....	122
Tabel 4.51	Komentator setuju terhadap pesan gotong royong dalam konten	123
Tabel 4.52	Komentator merasakan emosi positif ketika melihat konten	124
Tabel 4.53	Komentator memiliki sikap positif setelah melihat konten ...	124

Tabel 4.54	Komentator cenderung membentuk sikap gotong royong berdasarkan emosi	125
Tabel 4.55	Komentator memiliki perasaan positif terhadap gotong royong yang ditampilkan karena peran emosi	126
Tabel 4.56	Komentator mendekati kegiatan gotong royong yang karena menilai bahwa hal tersebut baik.....	127
Tabel 4.57	Komentator menghindari sikap tidak peduli terhadap lingkungan	128
Tabel 4.58	Komentator terdorong untuk terlibat kegiatan gotong royong karena penilaian.....	128
Tabel 4.59	Komentator terdorong untuk terlibat kegiatan gotong royong karena bermanfaat.....	129
Tabel 4.60	Menjauhi perilaku yang bertentangan dengan nilai gotong royong.....	130
Tabel 4.61	Komentator memutuskan keterlibatan dalam gotong royong berdasarkan sikap.....	130
Tabel 4.62	Komentator bertindak sesuai dengan sikap gotong royong	131
Tabel 4.63	Komentator bertindak sejalan dengan pentingnya gotong royong.....	132
Tabel 4.64	Sikap terhadap gotong royong secara otomatis memengaruhi perilaku dalam situasi sosial serupa	132
Tabel 4.65	Nilai <i>Mean</i> Indikator Variabel Sikap	135
Tabel 4.66	Uji Kolmogorov Smirnov	138
Tabel 4.67	Analisis Regresi Like near Sederhana	140
Tabel 4.68	Uji t.....	142
Tabel 4.69	Uji Koefisien Determinasi.....	143