

ABSTRAK

PENGARUH POSTINGAN SINDIRAN DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK TERHADAP SIKAP EMOSIONAL PARA IBU DI DESA AGUNG BATIN KECAMATAN SIMPANG PEMATANG KABUPATEN MESUJI

Oleh

Rika Istiyaningsih

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan dari postingan sindiran di media sosial facebook terhadap sikap emosional para ibu di Desa Agung Batin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif, dan menggunakan tipe penelitian survei. Teknik pengolahan data yang digunakan ialah editing, coding, dan tabulasi. Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa hipotesis yang diterima ialah H1 dimana adanya pengaruh yang diberikan variabel X (Postingan Sindiran) terhadap variabel Y (Sikap Emosional) sebesar 83,2%. Kemudian berdasarkan hasil regresi didapatkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $27,448 > 1,975$ dimana dapat disimpulkan bahwa variabel X (Postingan Sindiran) berpengaruh terhadap variabel Y (Sikap Emosional) Hal ini menunjukkan bahwa postingan sindiran yang ada di media sosial facebook dapat mempengaruhi sikap emosional para ibu. Diharapkan kepada para ibu sebelum mengunggah konten ke media sosial dapat terlebih dahulu memikirkan dampak yang akan terjadi setelahnya.

Kata Kunci : Postingan Sindiran, Sikap Emosional, dan Ragam Emosi.

ABSTRACT

***THE EFFECT OF SATIRE POST ON SOCIAL MEDIA FACEBOOK ON THE
EMOTIONAL ATTITUDE OF MOTHERS IN AGUNG BATIN VILLAGE
SIMPANG PEMATANG DISTRICT, MESUJI REGENCY***

By

Rika Istiyaningsih

This study aims to determine the effect of satire postings on Facebook social media on the emotional attitudes of mothers in Agung Batin Village. This study uses a quantitative approach, with the type of research used is descriptive research, and uses the type of survey research. The data processing techniques used are editing, coding, and tabulation. The data analysis technique used is simple linear regression analysis. The results of this study conclude that the accepted hypothesis is H1 where the influence given by the variable X (Posting Satire) on the variable Y (Emotional Attitude) is 83.2%. Then based on the results of the regression, it was obtained $t_{count} > t_{table}$ which is $27.448 > 1.975$ where it can be concluded that the variable X (Posting Satire) affects the variable Y (Emotional Attitude). It is hoped that mothers before uploading content to social media can think about the impact that will occur afterward.

Keywords: Satire Posts, Emotional Attitudes, and Variety of Emotions.