

**PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES INFORMASI RUMAH  
TANGGA DI AKUN INSTAGRAM @DRAISAHDAHLAN TERHADAP  
TINGKAT KEHARMONISAN RUMAH TANGGA (STUDI PADA  
*FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM @DRAISAHDAHLAN)**

**(Skripsi)**

**Oleh**

**ADINDA PUTTY ROHANI**

**2016031058**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
2024**

**PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES INFORMASI RUMAH  
TANGGA DI AKUN INSTAGRAM @DRAISAHDAHLAN TERHADAP  
TINGKAT KEHARMONISAN RUMAH TANGGA (STUDI PADA  
*FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM @DRAISAHDAHLAN)**

**Oleh:**

**ADINDA PUTTY ROHANI**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

**Pada**

**Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2024**

## ABSTRAK

### **PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES INFORMASI RUMAH TANGGA DI AKUN INSTAGRAM @DRAISAHDAHLAN TERHADAP TINGKAT KEHARMONISAN RUMAH TANGGA (STUDI PADA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @DRAISAHDAHLAN)**

Oleh:

**ADINDA PUTTY ROHANI**

Instagram merupakan media sosial yang banyak digunakan oleh penggunanya untuk membagikan informasi berupa foto dan video. Terdapat banyak fitur di dalam Instagram, seperti *live*, *reels*, *feeds*, *insta-story*, dan lain-lain. Banyak dari penggunanya memanfaatkan Instagram sebagai alat informasi, salah satunya adalah @draisahdahlan. Melalui konten Instagram, @draisahdahlan memberikan informasi rumah tangga dengan harapan agar rumah tangga yang menonton menjadi harmonis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan terhadap tingkat keharmonisan rumah tangga (survei pada pengikut akun Instagram @draisahdahlan). Teori yang digunakan adalah teori *stimulus-organisme-respon* (SOR) dan *media exposure* (terpaan media). Kemudian, keharmonisan rumah tangga dihitung dengan alat ukur *family harmony scale*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan melakukan survei kepada 100 responden yang ditentukan dengan rumus slovin. Berdasarkan perhitungan dengan uji T menyatakan bahwa variabel X berpengaruh sebesar 5,7% terhadap variabel Y, sedangkan sisanya 94,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hipotesis yang diajukan diterima dengan dibuktikan nilai  $t_{hitung} (2,445) > t_{tabel} (1,660)$ . Dimensi dalam variabel intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan yang cukup berpengaruh adalah atensi, yakni sebanyak 79,5%. Sedangkan dimensi yang paling besar dipengaruhi dalam variabel tingkat keharmonisan rumah tangga adalah komunikasi, yakni sebanyak 86%.

**Kata Kunci:** Aisah Dahlan, Instagram, Keharmonisan Rumah Tangga, Pengaruh Intensitas Mengakses

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF INTENSITY ACCESSING HOUSEHOLD INFORMATION ON @DRAISAHDAHLAN INSTAGRAM ACCOUNT ON THE LEVEL OF HOUSEHOLD HARMONY (STUDY ON @DRAISAHDAHLAN FOLLOWERS)**

**By:**

**ADINDA PUTTY ROHANI**

*Instagram is a social media platform widely used by its users to share information in the form of photos and videos. It has many features, such as live, reels, feeds, insta-story, and more. Many users take advantage of Instagram as an information tool, including @draisahdahlan. Through Instagram content, @draisahdahlan provides household information with the hope that families who watch it become harmonious. This study aims to determine the impact of the intensity of accessing household information on the Instagram account @draisahdahlan on the level of family harmony (survey on followers of the Instagram account @draisahdahlan). The theories used are the stimulus-organism-response (SOR) theory and media exposure. Family harmony is measured using the family harmony scale. This study uses a quantitative approach and surveys 100 respondents determined by the Slovin formula. Based on calculations with the T-test, it is stated that variable X influences variable Y by 5.7%, while the remaining 94.3% is influenced by other factors not examined in this study. The proposed hypothesis is accepted, as evidenced by the value of t-count (2.445) > t-table (1.660). Dimension in intensity of accessing household information on the Instagram account @draisahdahlan variable that quiet influential is attention, at 79.5%. The most influenced dimension in level of household harmony variable is communication, at 86%.*

**Keywords:** *Aisah Dahlan, Household Harmony, Instagram, Intensity Accessing Effect*

Judul Skripsi

: **PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES  
INFORMASI RUMAH TANGGA DI AKUN  
INSTAGRAM @DRAISAHDAHLAN  
TERHADAP TINGKAT KEHARMONISAN  
RUMAH TANGGA (STUDI PADA  
FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM  
@DRAISAHDAHLAN)**

Nama Mahasiswa

: *Adinda Putty Rohani*

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2016031058

Jurusan

: Ilmu Komunikasi

Fakultas

: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Dr. Nina Yudha Aryanti, S.Sos., M.Si.**  
NIP. 197505222003122002

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

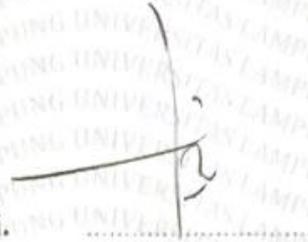
*Agung Wibawa*  
**Agung Wibawa, S.Sos.I, M.Si.**  
NIP. 198109262009121004

**MENGESAHKAN**

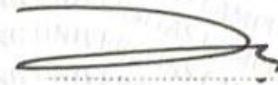
1. Tim Penguji

Ketua

**Dr. Nina Yudha Aryanti, S.Sos., M.Si.**



Penguji Utama: **Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik



**Dra. Ida Nurhaida, M.Si.**

**NIP. 196108071987032001**



**Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 22 Mei 2024**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Adinda Putty Rohani  
NPM : 2016031058  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Alamat : Tanjung Senang, Bandar Lampung  
No. Handphone : 082289895442

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Intensitas Mengakses Informasi Rumah Tangga di Akun Instagram @draisahdahlan Terhadap Tingkat Keharmonisan Rumah Tangga (Studi Pada Followers Akun Instagram @draisahdahlan)”** adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 2 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Adinda Putty Rohani

NPM 2016031058

## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Adinda Putty Rohani. Penulis dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 31 Oktober 2002. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, buah hati dari pasangan Christian Susanto dan Indriana Puspita Sari. Penulis menyelesaikan pendidikan di SD Al-Azhar 1 pada tahun 2014, SMP IT AR-RAIHAN pada tahun 2017, dan SMA IT AR-RAIHAN pada tahun 2020. Pada tahun 2020 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Semasa menjadi mahasiswi, penulis aktif sebagai Sekretaris Bidang Advertising HMJ Ilmu Komunikasi Unila periode 2022. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Pekon Manggarai, Lampung Barat pada bulan Januari - Februari 2023. Kemudian melaksanakan program magang (MSIB) di Sekolah Kak Seto Tangerang Selatan sebagai *content creator* pada bulan Februari - Juni 2023.

## **MOTTO**

“Dan berencanalah kalian, Allah membuat rencana. Dan Allah sebaik-baik perencana.” (QS. Ali Imran : 54).

"...dan Allah sebaik-baik pemberi rezeki." -Q.S Al Jumu'ah : 11

"Hal-hal besar terjadi pada mereka yang tidak berhenti percaya, berusaha, belajar, dan bersyukur." - Roy T. Bennett

## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan *Alhamdulillah*, puji syukur kepada Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Papa dan mama, karya ilmiah ini sebagai tanda bakti telah menyelesaikan perkuliahan dengan tepat waktu. Terima kasih atas doa, kasih sayang, dan dukungannya.

Terima kasih kepada seluruh dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu serta memberikan dorongan dalam proses pengerjaan skripsi ini.

## SANWACANA

*Alhamdulillahirobbil'alamin.* Puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penelitian dengan judul **Pengaruh Intensitas Mengakses Informasi Rumah Tangga di Akun Instagram @draisahdahlan Terhadap Tingkat Keharmonisan Rumah Tangga (Studi Pada Followers Akun Instagram @draisahdahlan)** ini dapat selesai, sehingga penulis dapat meraih gelar sarjana strata satu (S1) di Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Lampung. Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang berjasa dalam memberikan doa, bantuan, serta semangat kepada penulis, yakni:

1. Allah SWT atas segala berkat, rahmat, hidayah, kesehatan, dan petunjuk yang selalu Engkau berikan.
2. Kedua orang tua penulis, yaitu Papa (Christian Susanto) dan Mama (Indriana Puspita Sari) yang selalu memberi dukungan pada setiap keputusan dan pilihan penulis. Terima kasih atas doa, dukungan, kasih sayang, dan semangat yang diberikan kepada penulis. Semoga penulis bisa selalu membanggakan dan membahagiakan Mama dan Papa, *aamiin*.
3. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung.
4. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
5. Bapak Ahmad Rudy Fardian, S.Sos., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Ibu Dr. Nina Yudha Aryanti, S.Sos, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi dan dosen pembimbing akademik penulis. Terima kasih atas segala bimbingan, ilmu, masukan, motivasi, perhatian, dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan sehingga penulis dapat

menyelesaikan skripsi ini.

7. Ibu Hestin Oktiani, S.Sos, M.Si. selaku dosen pembahas penulis. Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan melalui kritik, saran, serta nasihat dalam penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh dosen, staff, administrasi, dan karyawan FISIP Universitas Lampung, khususnya staff Jurusan Ilmu Komunikasi yaitu Mas Redy dan Bu Is yang telah membantu penulis demi kelancaran skripsi ini.
9. Adik dan Kakak penulis, M. Tasbih Insani Sa'ad dan M. Imam Juanda yang telah menjadi salah satu alasan penulis untuk selalu semangat dalam berbakti dan membahagiakan kedua orang tua.
10. Teman seperjuangan, Maulana Malik Ibrahim terima kasih karena selalu memberikan dukungan, bantuan, dan selalu mendengarkan cerita-cerita penulis khususnya dalam perskripsian ini.
11. Teman-teman seperjuangan skripsi penulis, Payja, Eca, Hani, Ayun, dan Ayap. Terima kasih karena telah sabar dan selalu siap sedia ketika penulis butuh bantuan dalam proses pengerjaan skripsi seperti olah data SPSS, penulisan skripsi, dan pemberkasan. *Thank you so much guys!*
12. Teman seperjuangan sejak SMP, Khoirrima Wulandini. Terima kasih karena sejak SMP hingga sekarang masih menemani di satu almamater yang sama dan berjuang bersama penulis dalam hal apapun. Terima kasih juga karena selalu membantu penulis semasa perkuliahan ini.
13. Teman-teman "ADSQUAD": Fakhri, Dini, Nurul, Bombom, Cika, Pindo, Vanya, Indri, Ubay, Zharfa, dan Vina. Terima kasih karena sudah menjadi bagian dari cerita perkuliahan dan per-HMJ-an penulis yang sangat menyenangkan dan juga produktif. Terima kasih atas semua bantuan, perjuangan, canda tawa, dan tukar cerita yang telah kita lakukan bersama-sama.
14. Seluruh teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung angkatan 2020. Terima kasih karena sudah berjuang bersama, membantu, dan bertukar cerita selama masa perkuliahan.
15. Teman-teman MSIB Sekolah Kak Seto: Nindy, Shalsa, dan Kak Aurel. Terima kasih karena sering kali mengecek keadaan penulis, memberi

semangat, memberi dukungan, dan sering mengajak penulis main *game online* bersama untuk *me-refresh* pikiran.

16. Teman seperjuangan sejak SMA, Khairunnisa Tyas Utami. Terima kasih karena sudah menemani dan mendengarkan keluh kesah penulis setiap hari. Walaupun kita dipisahkan oleh jarak, tetapi komunikasi kita tetap tidak pernah terputus setiap harinya sejak 5 tahun yang lalu.
17. Teman seperjuangan sejak SMA, Nurul Kholipah. Terima kasih karena selalu *gas ngeng* ketika penulis mengajak untuk mengerjakan skripsi dan produktif bersama.
18. Teman-teman “Mermet”: Na, Della, Icrut, Apin, Ayek, Dipung, dan Dea. Terima kasih karena telah berbagi cerita, saling merayakan, dan menghibur hari-hari penulis sejak masa SMP sampai sekarang.
19. Teman seperjuangan sejak SD, Nabila Arzeti Maharani. Terima kasih karena selalu mendengarkan keluh kesah penulis dan selalu ada disaat penulis butuh apapun.
20. Momo, kucing oranye kesayangan penulis yang *gendut* dan *gemoy*. Terima kasih karena selalu menemani penulis dengan tingkah lucunya.
21. Kakak-kakak tingkat penulis: Kak Anggun, Kak Kikay, Kak Bela, Ci Monic, Kak Nadhila, dan Kak Rosa. Terima kasih atas bantuan, arahan, dan referensinya dalam penulisan skripsi.
22. Keluarga besar Mahasiswa Ilmu Komunikasi serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Bandarlampung, 12 April 2024

Yang membuat pernyataan,

**Adinda Putty Rohani**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Kerangka Pikir .....	9
1.6 Hipotesis.....	12
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Gambaran Umum .....	16
2.3 Tinjauan Teori .....	32
<b>III. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>43</b>
3.1 Tipe Penelitian.....	43
3.2 Metode Penelitian.....	43
3.3 Variabel Penelitian .....	44
3.4 Definisi Konsep .....	44
3.5 Definisi Operasional Penelitian.....	49
3.6 Populasi dan Sampel Penelitian.....	52
3.7 Teknik Sampling .....	54
3.8 Sumber Data .....	54
3.9 Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.10 Teknik Pengolahan Data.....	57
3.11 Teknik Pemberian Skor .....	58
3.12 Teknik Pengujian Instrumen.....	58
3.13 Teknik Analisis Data .....	62
3.14 Pengujian Hipotesis .....	63
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>65</b>
4.1 Gambaran Umum.....	65

4.2 Hasil Pengujian Instrumen.....	72
4.3 Hasil Uji Data .....	76
4.4 Hasil Analisis Data .....	124
4.5 Uji Hipotesis .....	129
4.6 Rekapitulasi Hasil .....	131
4.7 Pembahasan.....	132
<b>V. SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>156</b>
5.1 Simpulan .....	156
5.2 Saran .....	156
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>158</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>163</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 2. Fitur-Fitur Instagram.....	21
Tabel 3. Jadwal <i>Live</i> Instagram Akun @draisahdahlan.....	37
Tabel 4. Jadwal <i>Reels</i> Instagram Akun @draisahdahlan .....	38
Tabel 5. Definisi Operasional Variabel.....	50
Tabel 6. Kriteria Reliabilitas .....	61
Tabel 7. Jadwal <i>Live</i> Instagram Akun @draisahdahlan.....	67
Tabel 8. Jadwal <i>Reels</i> Instagram Akun @draisahdahlan .....	69
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel X .....	73
Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	74
Tabel 11. Kriteria Reliabilitas .....	75
Tabel 12. Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel X .....	75
Tabel 13. Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel Y .....	76
Tabel 14. Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	77
Tabel 15. Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Usia.....	78
Tabel 16. Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Pekerjaann .....	79
Tabel 17. Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan <i>Follow</i> .....	80
Tabel 18. Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Status Pernikahan .....	80
Tabel 19. Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Waktu Mengikuti.....	81
Tabel 20. Tabel Responden Terakhir Kali Melihat Konten @draisahdahlan .....	81
Tabel 21. Dimensi Instrumen Tayangan di Instagram @draisahdahlan .....	82
Tabel 22. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 1 .....	82
Tabel 23. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 2.....	83
Tabel 24. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 3.....	84
Tabel 25. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 4.....	84
Tabel 26. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 5.....	85
Tabel 27. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 6.....	85
Tabel 28. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 7.....	86
Tabel 29. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 8.....	86
Tabel 30. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 9.....	87
Tabel 31. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 10.....	87
Tabel 32. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 11 .....	88
Tabel 33. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 12.....	88
Tabel 34. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Frekuensi.....	89
Tabel 35. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 13.....	91
Tabel 36. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 14.....	91

Tabel 37. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 15.....	92
Tabel 38. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Durasi .....	92
Tabel 39. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 16 .....	93
Tabel 40. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 17 .....	94
Tabel 41. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 18 .....	94
Tabel 42. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 19 .....	95
Tabel 43. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 20 .....	95
Tabel 44. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 21 .....	96
Tabel 45. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Atensi .....	96
Tabel 46. Dimensi Instrumen Keharmonisan Rumah Tangga.....	98
Tabel 47. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 22.....	98
Tabel 48. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 23.....	99
Tabel 49. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 24.....	99
Tabel 50. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 25.....	100
Tabel 51. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 26.....	100
Tabel 52. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Komunikasi.....	101
Tabel 53. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 27.....	102
Tabel 54. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 28.....	102
Tabel 55. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 29.....	103
Tabel 56. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 30.....	103
Tabel 57. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 31.....	104
Tabel 58. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 32.....	104
Tabel 59. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Resolusi Konflik .....	105
Tabel 60. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 33.....	106
Tabel 61. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 34.....	106
Tabel 62. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Kesabaran .....	107
Tabel 63. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 35.....	108
Tabel 64. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 36.....	108
Tabel 65. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Identitas Rumah Tangga.....	109
Tabel 66. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 37.....	109
Tabel 67. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 38.....	110
Tabel 68. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 39.....	110
Tabel 69. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 40.....	111
Tabel 70. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 41 .....	111
Tabel 71. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 42.....	111
Tabel 72. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 43.....	112
Tabel 73. Rekapitulasi Jawaban Responden Pertanyaan Nomor 44.....	112
Tabel 74. Rekapitulasi Jawaban Dimensi Waktu yang Berkualitas.....	113
Tabel 75. Kategori Data Persentase Nilai Setiap Variabel pada Tiap Item Pertanyaan.....	115
Tabel 76. Penilaian Pernyataan pada Variabel X.....	115
Tabel 77. Penilaian Pernyataan pada Variabel Y.....	119
Tabel 78. Rata-Rata Persentase Skala Likert .....	123
Tabel 79. Hasil Output Uji Koefisien Korelasi.....	124
Tabel 80. Interpretasi Koefisien Korelasi .....	125

Tabel 81. Hasil Output Uji Regresi Linear Sederhana.....	126
Tabel 82. Hasil Output Uji Koefisien Determinasi .....	128
Tabel 83. Hasil Uji T.....	130
Tabel 84. Rekapitulasi Hasil .....	131

**DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1. Profil Instagram Akun @draisahdahlan.....	6
Gambar 2. Kerangka Pikir Diolah Oleh Peneliti.....	11
Gambar 3. Profil Instagram Akun @draisahdahlan.....	65

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam tiga tahun terakhir, angka perceraian terus meningkat. Hal ini dapat dilihat dari laporan statistik Indonesia pada tahun 2020 yang berjumlah 291.677 kasus perceraian, pada tahun 2021 berjumlah 447.743 kasus perceraian, dan tahun 2022 berjumlah 448.126 kasus perceraian.<sup>1</sup>

Faktor utama perceraian pada tiga tahun terakhir adalah perselisihan dan pertengkaran. Pada tahun 2022 tercatat sebesar 284.169 kasus atau sekitar 63,41% dari total penyebab kasus perceraian yang ada di Indonesia. Faktor lainnya seperti masalah ekonomi, salah satu pihak meninggalkan, poligami, dan kekerasan dalam rumah tangga.<sup>2</sup>

Perlu adanya upaya untuk menurunkan angka perceraian ini agar rumah tangga bisa menjadi harmonis. Salah satunya dilakukan oleh para penggiat media sosial dari berbagai profesi. Mulai dari *influencer*, ustazah, hingga dokter mencakup ustazah. Informasi mengenai rumah tangga ini banyak muncul di media sosial, seperti YouTube, TikTok, dan Instagram.

Menurut data dari *We Are Social* yang berada di New York, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sudah mencapai 167 juta orang pada Januari 2023. Pemanfaatan yang paling banyak digunakan adalah sebagai alat informasi, dimana kita bisa dengan mudah untuk melihat dan mengikuti akun-

---

<sup>1</sup> Badan Pusat Statistik, *Jumlah Perceraian Menurut Provinsi dan Faktor*, [https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view\\_data\\_pub/0000/api\\_](https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_) (3 Agustus 2023, 14.15).

<sup>2</sup> Badan Pusat Statistik, *Jumlah Perceraian Menurut Provinsi dan Faktor*, [https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view\\_data\\_pub/0000/api\\_](https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_) (3 Agustus 2023, 14.15).

akun yang menurut kita memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan (Diakses pada 3 Agustus 2023).<sup>3</sup>

Media sosial merupakan salah satu sarana teknologi komunikasi yang banyak digunakan pada zaman sekarang. Menurut Widada (2018), media sosial adalah suatu media online yang penggunaannya dapat dengan mudah memanfaatkannya untuk memenuhi kebutuhan komunikasinya. Media sosial memiliki banyak macamnya, seperti TikTok, Facebook, YouTube, Instagram, dan lain-lain (Diakses pada 3 Agustus 2023).<sup>4</sup>

Perkembangan teknologi informasi membuat adanya banyak pilihan jenis teknologi informasi khususnya dalam suatu rumah tangga, seperti televisi, komputer, gadget atau *smartphone*, internet, dan masih banyak lainnya. Di Indonesia, perkembangan informasi dan komunikasi dapat dilihat dengan hadirnya televisi. Stasiun pertama televisi di Indonesia adalah TVRI pada tahun 1962 (Efendi, dkk. 2023).

Lalu, sejak tahun 90-an muncul televisi swasta seperti RCTI dan TPI yang diikuti dengan SCTV, MNCTV, GlobalTV, TransTV, Trans7, dan lain-lain. Televisi hadir di dalam kehidupan rumah tangga sebagai media hiburan dan informasi sehari-hari.

Sampai akhirnya pada saat ini perkembangan teknologi komunikasi sudah menggunakan *smartphone* dan internet. Dengan *smartphone* dan internet, para pengguna dapat mengakses informasi apa saja, dimana saja, dan kapan saja. Begitu pula di tengah-tengah kehidupan suatu rumah tangga yang sudah menggunakan *smartphone* dan internet.

---

<sup>3</sup> WeAreSocial.com, *The Changing World of Digital in 2023*, <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023-2/> (3 Agustus 2023, 13.00).

<sup>4</sup> WeAreSocial.com, *The Changing World of Digital in 2023*, <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023-2/> (3 Agustus 2023, 13.00).

Anggota rumah tangga dapat dapat bermedia sosial untuk kehidupan sehari-harinya. Baik untuk berinteraksi dengan pengguna lain maupun mencari informasi, seperti di Instagram, Whatsapp, Twitter, dan sebagainya.

Saat ini sudah banyak akun yang memberi pengetahuan mengenai informasi rumah tangga di media sosial, seperti Oki Setiana Dewi, Vendryana, dr. Aisah Dahlan, dan lain-lain. Mereka memberi informasi rumah tangga melalui berbagai media sosialnya, seperti dr. Aisah Dahlan yang memiliki akun TikTok, YouTube, dan Instagram.

Penelitian ini terfokus kepada media sosial Instagram yang merupakan sebuah aplikasi dimana penggunanya dapat membagikan informasi berupa foto dan video.

Terdapat banyak fitur di dalam Instagram, seperti *live*, *reels*, *feeds*, *insta-story*, dan lain-lain. Instagram memiliki banyak kegunaan, yakni untuk mengunggah kebutuhan pribadi (foto dan video), melakukan kegiatan promosi, bertukar pesan, dan berbagi informasi.

Dilansir dari Data Reportal, 51,7% pengguna Instagram berusia diatas 25 tahun dan 48.3% di bawah 25 tahun. Hal ini berkaitan dengan usia legal nikah di Indonesia, yakni perempuan 21 tahun dan laki-laki 25 tahun (Diakses pada 29 September 2023).<sup>5</sup>

Selanjutnya, menurut data Badan Pusat Statistik, 33,76% pemuda-pemudi di Indonesia menikah pada umur 19-21 tahun, 27,07% pada umur 22-24 tahun, 19,24% pada umur 16-18 tahun, 17,67% pada umur 25-30 tahun, dan 2,26% pada umur <15 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna Instagram sudah memasuki usia menikah atau bahkan sudah menikah (Diakses pada 18 September 2023).<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> DataReportal.com, *Instagram User. Stats, Data, & Trends*, <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> (29 September 2023, 17.45).

<sup>6</sup>Yuli, *Mayoritas Pemuda di Indonesia Menikah Muda*,

Peneliti akan meneliti akun Instagram @draisahdahlan karena akun tersebut adalah akun milik dr. Aisah Dahlan yang merupakan seorang dokter sekaligus pembicara yang banyak membahas topik rumah tangga.

Akun Instagram @draisahdahlan menyampaikan tips-tips dalam berumah tangga seperti bagaimana cara membangun rumah tangga yang harmonis, tips menghadapi pasangan yang sedang kesal, cara menghargai pasangan, dan sebagainya di media sosial Instagram. Dengan begitu, informasi-informasi yang telah dibagikan dapat menjadi kontribusi dalam membangun rumah tangga yang harmonis.

Berdasarkan hasil observasi peneliti dari tanggal 20 Juli 2023 sampai dengan tanggal 20 Maret 2024, akun Instagram @draisahdahlan memiliki keunggulan dalam menyampaikan informasi rumah tangga dibandingkan *content creator* lainnya. Dalam menyampaikan konten-kontennya di Instagram, ada pendekatan yang berpengaruh pada kualitasnya sebagai seorang komunikator.

Dari segi *source of credibility* (kredibilitas sumber) dan juga *source of attractiveness* (keatraktifan sumber). Pemilik akun Instagram @draisahdahlan, yaitu dr. Aisah Dahlan merupakan seorang dokter yang paham mengenai otak dan syaraf manusia. Jadi selain menggunakan pendekatan-pendekatan agama, ia juga menggunakan pendekatan ilmiah di bidang kedokteran.

Sebagai seorang dokter, dr. Aisah Dahlan membahas suatu informasi rumah tangga dengan mengaitkannya dengan syaraf manusia, hormon, sistem otak, dan kepribadian yang mana hal ini tidak dilakukan oleh *content creator* lainnya. Penyampaian pesannya juga dibalut dengan humor dan guyonan.

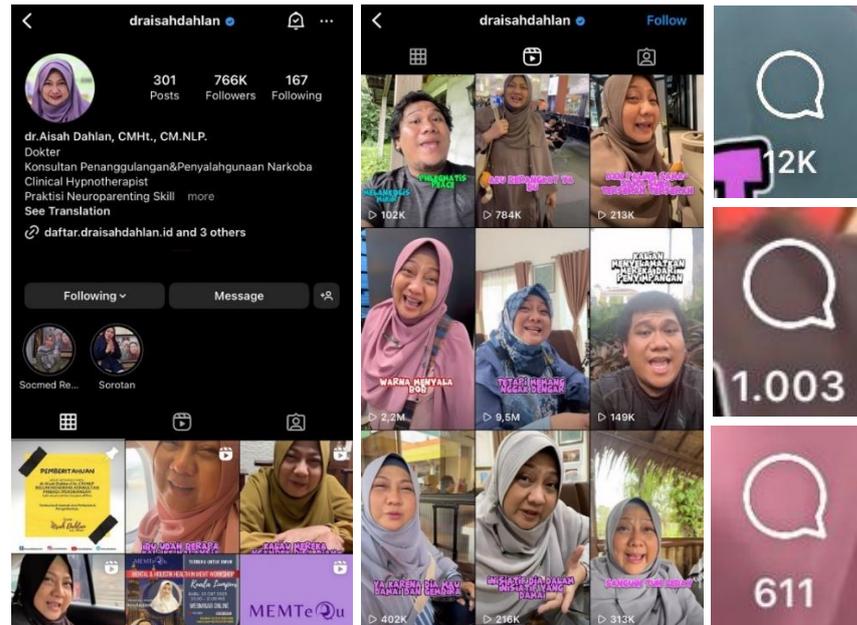
Dalam menyampaikan suatu informasi, dr. Aisah Dahlan menggunakan bahasa yang jelas, *to the point*, spesifik, dan detail. Ia juga kerap kali menggunakan *gimmick* tanya-jawab bersama anak laki-lakinya, yaitu John Lanang yang membuat konten-kontennya lebih interaktif.

Sedangkan kalau dibandingkan dengan Oki Setiana Dewi, ia menggunakan gaya bicara yang lebih lembut dan kurang suka menggunakan guyonan. Selain itu, Oki Setiana Dewi juga hanya menyampaikan suatu informasi yang dikaitkan dengan pendekatan keagamaan saja dan tidak dikaitkan dengan ilmu kedokteran karena itu memang bukan bidangnya.

Begitu pula dengann Vendryana, ia merupakan *content creator* yang hanya memberikan informasi rumah tangga melalui *vlog* kesehariannya bersama rumah tangga dan tidak memiliki latar belakang di bidang kedokteran ataupun keagamaan.

Rumah tangga yang harmonis adalah rumah tangga yang penuh dengan ketenangan, ketentraman, kasih sayang, keturunan dan kelangsungan generasi masyarakat, belas kasih dan pengorbanan, saling melengkapi dan menyempurnakan, serta saling membantu dan bekerja sama (Qaimi dalam Desiverlina, 2014).

Alasan pemilihan akun Instagram @draisahdahlan adalah karena akun tersebut sudah memiliki 301 postingan, memiliki 766 ribu pengikut, dan memiliki *followers* yang aktif menonton serta berkomentar (per 7 November 2023).



**Gambar 1.** Profil Akun Instagram (Sumber: Instagram @draisahdahlan pada 7 November 2023)

Sedangkan TikTok @draisahdahlan baru mengunggah 5 video saja (per 7 November 2023). Kemudian, akun YouTube draisahdahlan hanya memiliki 15 video (per 7 November 2023), *subscribers*-nya tidak aktif berkomentar, dan peneliti tidak dapat melihat akun-akun yang men-*subscribe* akun YouTube draisahdahlan. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada akun Instagram @draisahdahlan.

Fokus fitur akun Instagram @draisahdahlan dalam penelitian ini adalah fitur *live* dan *reels*. Fitur *live* adalah fitur dimana pengguna dapat melakukan siaran langsung dan berhubungan langsung dengan para pengikutnya. Sedangkan fitur *reels* adalah fitur yang berisi video dari pengguna Instagram dengan berbagai pilihan musik, efek, dan *tools* kreatif lainnya.

Berdasarkan seluruh pemaparan di atas, peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengenai pengaruh intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan terhadap tingkat keharmonisan rumah tangga *followers* akun Instagram @draisahdahlan dengan teori *SOR*, *media exposure* (terpaan media), dan *Family Harmony Scale*.

Alasan penggunaan *Family Harmony Scale*) sebagai alat ukur tingkat keharmonisan rumah tangga adalah karena sejauh ini hanya skala inilah yang teruji serta terpublikasi pengukuran validitas dan reabilitasnya.

Selain itu terdapat teori aspek-aspek oleh De Frain dan Stinnet tahun 1999 (Fauziah dkk, 2021) mengenai keharmonisan rumah tangga akan tetapi teori ini belum membuat alat ukur keharmonisan rumah tangga secara spesifik, terpublikasi, serta terukur validitas dan reabilitasnya.

Kemudian, ada alat ukur keharmonisan rumah tangga lainnya yang dibuat oleh Moos dan Moos tahun 1981 (dalam Fauziah dkk, 2021). Alat ukur ini bernama *Family Relation Indec (FRI)*, tetapi Moos dan Moos (1981) memandang bahwa keharmonisan rumah tangga semata-mata merupakan relasi sehingga *Family Relation Indec (FRI)* tidak dapat disebut sebagai alat ukur keharmonisan rumah tangga karena tidak menjelaskan tentang pertimbangan budaya dalam pengembangannya.

*Family Harmony Scale* adalah skala yang digunakan untuk mengukur keharmonisan rumah tangga dengan mempertimbangkan faktor budaya dalam pengembangannya. FHS dikembangkan berdasarkan konsep harmoni yang ada pada budaya Cina yang mana keharmonisan rumah tangga ini ditekankan pada keselarasan, kedekatan, mutualisme, serta kerja sama yang dianggap sebagai hal yang paling berharga di dalam sebuah rumah tangga (Kavikondala *et al.* dalam Fauziah dkk, 2021).

Indonesia dan Cina merupakan negara yang memiliki budaya kolektivistis. Konstruk keharmonisan rumah tangga pada budaya kolektivistis berbeda dengan dukungan sosial yang berkembang di masyarakat individualis. Dukungan melalui penerimaan terhadap aspirasi individu merupakan hal yang dihargai sebagai karakteristik rumah tangga yang sehat pada budaya individualis (Kavikondala *et al.* dalam Fauziah dkk, 2021).

Akan tetapi jika pada budaya kolektif, kewajiban terhadap rumah tangga merupakan prioritas utama. Keharmonisan rumah tangga pada masyarakat kolektif menjadi faktor pelindung terhadap psikopatologi dan stress dalam kehidupan (Kavikondala *et al.* dalam Fauziah dkk, 2021).

*Family Harmony Scale* terdiri dari lima aspek (Kavikondala *et al.* dalam Fauziah dkk, 2021), yakni *conflict resolution* (resolusi konflik), *identity* (identitas rumah tangga), *forbearance* (kesabaran), *communication* (komunikasi), dan *quality time* (waktu berkualitas bersama rumah tangga).

Dengan begitu, penelitian ini bertujuan untuk mengukur apakah intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan mempengaruhi tingkat keharmonisan suatu rumah tangga atau tidak.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh dari intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan terhadap tingkat keharmonisan rumah tangga *followers* @draisahdahlan?
2. Seberapa besar pengaruh intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan terhadap tingkat keharmonisan rumah tangga *followers* @draisahdahlan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang akan dikaji, maka tujuan penelitiannya ialah sebagai berikut:

1. Mengetahui adanya pengaruh intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan terhadap tingkat keharmonisan rumah tangga *followers* @draisahdahlan.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan terhadap tingkat

keharmonisan rumah tangga *followers* @draisahdahlan.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, kegunaan tersebut adalah sebagai berikut:

##### 1. Secara Teoritis

Penelitian diharapkan dapat menjadi referensi dan masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi terkait pengaruh intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan terhadap tingkat keharmonisan rumah tangga *followers* @draisahdahlan.

##### 2. Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan baru dan pedoman bagi mahasiswa terkait pengaruh intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan terhadap tingkat keharmonisan rumah tangga *followers* @draisahdahlan.

#### 1.5 Kerangka Pikir

Dalam kerangka pikir ini, peneliti akan menjelaskan mengenai alur atau garis besar penelitian. Kerangka pikir adalah alur berpikir atau alur penelitian yang dijadikan pola atau landasan berpikir peneliti dalam mengadakan penilitan terhadap objek yang dituju (Sugiyono, 2013). Berdasarkan kerangka pikir yang dibuat, penelitian ini akan membahas tentang seberapa besar pengaruh intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan terhadap tingkat keharmonisan rumah tangga.

Peningkatan angka perceraian pada tiga tahun terakhir dapat dilihat dari laporan statistik Indonesia pada tahun 2020 yang berjumlah 291.677 kasus perceraian, pada tahun 2021 berjumlah 447.743 kasus perceraian, dan tahun 2022 berjumlah 448.126 kasus perceraian (Diakses pada 3 Agustus 2023).<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Badan Pusat Statistik, *Jumlah Perceraian Menurut Provinsi dan Faktor*, [https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view\\_data\\_pub/0000/api\\_](https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_) (3 Agustus 2023, 14.15).

Hal ini membuat para penggiat media sosial berupaya untuk menurunkan angka perceraian, salah satunya dengan membuat konten mengenai informasi rumah tangga. Mulai dari penggiat media sosial yang berprofesi sebagai *influencer*, ustazah, bahkan dokter yang mencakup ustazah.

Di antaranya, yakni Vendryana, Oki Setiana Dewi, dr. Aisah Dahlan, dan penggiat media sosial lainnya. Penelitian ini berfokus pada akun Instagram @draisahdahlan dengan meneliti pengaruh intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun tersebut terhadap tingkat keharmonisan *followers* (studi pada *followers* akun Instagram @draisahdahlan).

Variabel bebas (X) berupa intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan. Adapun indikator dari terpaan media adalah frekuensi, durasi, dan atensi. Sedangkan variabel terikat (Y), yaitu tingkat keharmonisan rumah tangga yang diukur dengan *Family Harmony Scale* dengan indikator kesabaran, komunikasi, resolusi konflik, identitas rumah tangga, dan *quality time*. Kelima indikator ini membantu dalam mengukur tingkat keharmonisan rumah tangga.

Penelitian ini menggunakan teori SOR yang dicetuskan oleh Hovland et al (Syahdi, 2018) dan *media exposure* (terpaan media). Dengan teori SOR, diasumsikan bahwa media dikatakan efektif apabila terdapat respon positif. Teori SOR memiliki tiga elemen, yakni stimulus (pesan) berupa video *reels* dan *live* Instagram @draisahdahlan, *organism* (penerima) berupa *followers* @draisahdahlan, dan respon berupa efek apa yang ditimbulkan.

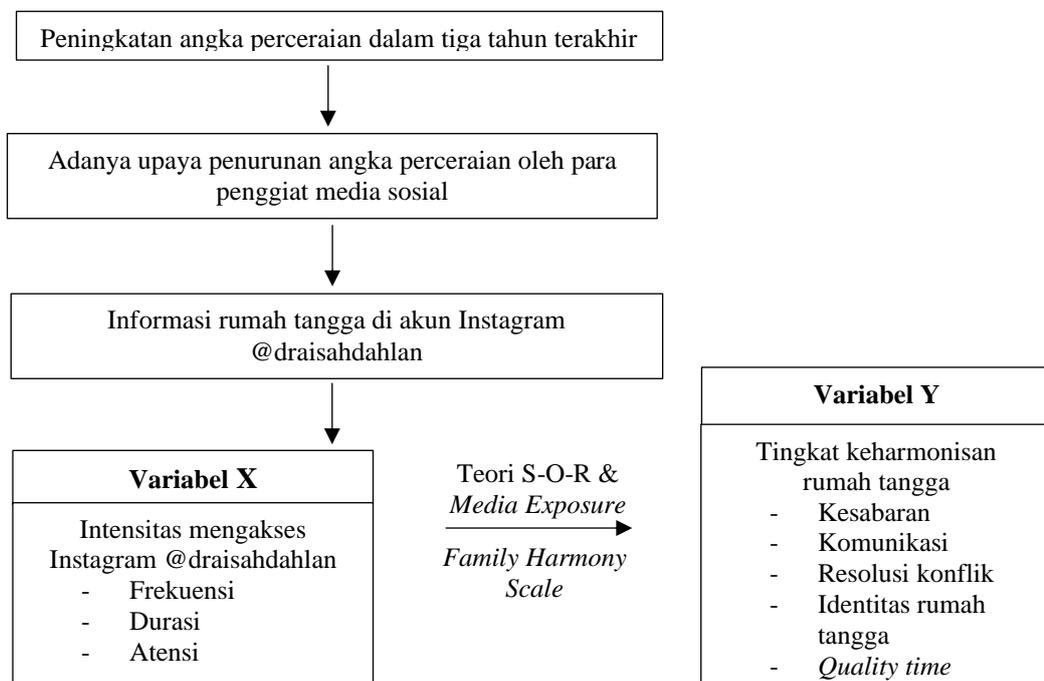
Kemudian, *media exposure* diartikan sebagai suatu kondisi dimana terpaan informasi dapat memengaruhi perubahan perilaku individu jika informasi yang diterima cukup banyak dan dalam waktu yang cukup lama (Yusup & Subekti 2010).

Hal ini berkaitan dengan variabel bebas (X) penelitian ini, yaitu “intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan”. Terpaan yang dimaksud memiliki arti penggunaan dan keterlibatan individu pada suatu pesan atau informasi di media sosial yang dapat memengaruhi perilaku dan diukur dengan frekuensi, durasi, dan atensi (Rakhmat, 2009).

Variabel terikat (Y) pada penelitian ini “tingkat keharmonisan rumah tangga” diukur dengan skala *Family Harmony Scale* yang berasal dari Cina. Skala ini dipilih karena Indonesia dan Cina merupakan negara yang sama-sama berbudaya kolektifis.

Pada budaya kolektifis, keharmonisan rumah tangga ditekankan pada kedekatan, keselarasan, kerjasama, dan mutualisme. *Family Harmony Scale* memiliki lima aspek, yakni *conflict resolution* (resolusi konflik), *identity* (identitas rumah tangga), *forbearance* (kesabaran), *communication* (komunikasi), dan *quality time* (waktu berkualitas bersama rumah tangga).

Berdasarkan hal-hal yang telah peneliti jabarkan di atas, berikut adalah kerangka pikir penelitian ini:



**Gambar 2.** Kerangka Pikir Diolah Oleh Peneliti (2023)

## 1.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan atau dugaan sementara terhadap suatu permasalahan penelitian. Pernyataan ini bersifat sementara hingga penelitian dan pengumpulan data dilakukan agar pernyataan dapat dibuktikan. Oleh karena itu, harus dilakukan tahap uji untuk mengetahui atau menetapkan kebenaran suatu permasalahan. Maka, hipotesis penelitian ini adalah:

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan terhadap tingkat keharmonisan rumah tangga *followers* @draisahdahlan.

H<sub>a</sub>: Terdapat pengaruh intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan terhadap tingkat keharmonisan rumah tangga *followers* @draisahdahlan.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Ketika melakukan suatu penelitian, penelitian terdahulu menjadi salah satu sumber referensi dasar sebagai bahan acuan peneliti dalam memperluas bahan kajian dan sebagai bahan perbandingan. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini, yakni sebagai berikut.

1. Penelitian pertama berjudul “Pengaruh Kecerdasan Emosi dan Keharmonisan Rumah tangga Terhadap Terjadinya Kenakalan Remaja di Lembaga Permasyarakatan” tahun 2020 oleh Juwita Mulia Asih Mahasiswa Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kecerdasan emosi dan keharmonisan rumah tangga terhadap terjadinya kenakalan remaja di lembaga permasyarakatan, yakni sebesar 36,8% dan 63,2% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.
2. Penelitian kedua berjudul “Pengaruh Aplikasi TikTok Pada *Challenge* #TikTokPintar dan #SamaSamaBelajar Sebagai Media Dakwah Terhadap Motivasi Beragama *Followers* (Studi Pada *Followers* Akun TikTok @Dinda\_Ibrahiim)” tahun 2021 oleh Annisa Maulani Yusuf Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh sebesar 42,5% dari TikTok @dinda\_ibrahiim sebagai media dakwah terhadap

motivasi beragama *followers*-nya.

3. Penelitian ketiga berjudul “Pengaruh Tayangan Video #GlowUpChallenge Pada Aplikasi TikTok Terhadap *Self-Confidence* Remaja (Studi Pada Siswa SMA Negeri 1 Metro)” tahun 2021 oleh Rizkhi Aprilian Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh sebesar 51,7% dari video TikTok #GlowUpChallenge terhadap *self-confidence* remaja.
4. Penelitian keempat berjudul “*Confirmatory Factor Analysis* Pada Pengukuran Keharmonisan Rumah tangga (FHS-24)” tahun 2021 oleh Nailul Fauziah, dkk Mahasiswa/i Program Doktorat Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya dan Mahasiswa/i Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro Semarang. Penelitian ini menunjukkan bahwa skala keharmonisan rumah tangga FHS-24 merupakan alat ukur yang valid dan reliabel yang dapat digunakan untuk mengukur keharmonisan rumah tangga di Indonesia.

**Tabel 1.** Penelitian Terdahulu

1.	Judul	Pengaruh Kecerdasan Emosi dan Keharmonisan Rumah tangga Terhadap Terjadinya Kenakalan Remaja di Lembaga Perasyarakatan.
	Peneliti	Juwita Mulia Asih (Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020).
	Hasil Penelitian	Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kecerdasan emosi dan keharmonisan rumah tangga terhadap terjadinya kenakalan remaja di lembaga perasyarakatan, yakni sebesar 36,8% dan 63,2% lainnya dipengaruhi oleh variable lain di luar penelitian.
	Kontribusi Penelitian	Menjadi referensi bagi peneliti dalam menggunakan <i>family harmony scale</i> di penelitian.
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini meneliti pengaruh kecerdasan emosi dan kenakalan remaja. Sedangkan pada penelitian yang ingin peneliti teliti adalah mengenai pengaruh informasi rumah tangga.

	Persamaan Penelitian	Persamaan penelitian ada di penggunaan <i>family harmony scale</i> dalam mengukur tingkat keharmonisan rumah tangga.
2	Judul	Pengaruh Aplikasi TikTok Pada <i>Challenge #TikTokPintar</i> dan <i>#SamaSamaBelajar</i> Sebagai Media Dakwah Terhadap Motivasi Beragama <i>Followers</i> (Studi Pada <i>Followers</i> Akun TikTok @Dinda_Ibrahiim)
	Peneliti	Annisa Maulani Yusuf (Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, 2021).
	Hasil Penelitian	Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh sebesar 42,5% dari TikTok @dinda_ibrahiim sebagai media dakwah terhadap motivasi beragama <i>followers</i> -nya.
	Kontribusi Penelitian	Menjadi referensi bagi peneliti dalam penggunaan Teori SOR dan referensi dalam meneliti <i>followers</i> suatu akun media sosial.
	Perbedaan Penelitian	Pada penelitian milik Annisa, penelitian ini memfokuskan pada akun TikTok @dinda_ibrahiim sebagai media dakwah. Sedangkan fokus pada penelitian yang ingin peneliti teliti adalah informasi edukasi oleh dr. Aisah Dahlan di Instagram terhadap keharmonisan rumah tangga.
	Persamaan Penelitian	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah sama-sama menggunakan Teori SOR dan sama-sama meneliti <i>followers</i> suatu akun media sosial.
3	Judul	Pengaruh Tayangan Video <i>#GlowUpChallenge</i> Pada Aplikasi TikTok Terhadap <i>Self-Confidencde</i> Remaja (Studi Pada Siswa SMA Negeri 1 Metro)
	Peneliti	Rizkhi Aprilian (Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, 2021).
	Hasil Penelitian	Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh sebesar 51,7% dari video TikTok <i>#GlowUpChallenge</i> terhadap <i>self-confidence</i> remaja.
	Kontribusi Penelitian	Penelitian ini memberikan kontribusi berupa referensi peneliti dalam melakukan penelitian jenis kuantitatif.
	Perbedaan Penelitian	Penelitian milik Rizkhi menggunakan Teori Uses and Effect. Sedangkan penelitian yang akan peneliti teliti menggunakan Teori SOR.
	Persamaan Penelitian	Penelitian ini memiliki persamaan pada jenis penelitiannya, yaitu kuantitatif.

4	Judul	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Pada Pengukuran Keharmonisan Rumah tangga (FHS-24)
	Peneliti	Nailul Fauziah, dkk Mahasiswa/i Program Doktorat Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya dan Mahasiswa/i Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro Semarang.
	Hasil Penelitian	Penelitian ini menunjukkan bahwa skala keharmonisan rumah tangga FHS-24 merupakan alat ukur yang valid dan reliabel yang dapat digunakan untuk mengukur keharmonisan rumah tangga di Indonesia.
	Kontribusi Penelitian	Penelitian ini menjadi referensi dan sumber terkait skala pengukuran tingkat keharmonisan rumah tangga di Indonesia yang valid dan reliabel.
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini meneliti apakah <i>Family Harmony Scale (FHS-24)</i> yang dikembangkan berdasarkan konsep harmoni yang ada pada budaya Cina dapat digunakan menjadi alat ukur yang valid dan reliabel untuk mengukur keharmonisan rumah tangga di Indonesia atau tidak. Sedangkan penelitian yang akan peneliti teliti berkaitan tentang adakah pengaruh intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan terhadap tingkat keharmonisan rumah tangga atau tidak. Lalu, skala FHS-24 hanya dijadikan sebagai alat ukur untuk mengukur tingkat keharmonisan rumah tangga saja.
	Persamaan Penelitian	Penelitian ini memiliki persamaan pada alat ukur tingkat keharmonisan rumah tangga, yakni <i>Family Harmony Scale (FHS-24)</i> .

Sumber: Diolah Peneliti dari Berbagai Sumber (2023)

## 2.2 Gambaran Umum

### 2.2.1 Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Edukasi

Perkembangan arus teknologi informasi dan komunikasi membentuk dunia digital pada era 4.0 sehingga membawa perubahan dari segi relasi sosial antarmanusia. Salah satu penyebabnya adalah karena adanya media sosial yang semakin banyak macamnya dan memiliki pengguna yang terus bertambah. Hal ini terjadi karena keberadaan *smartphone* serta koneksi internet yang sekarang menjadi kebutuhan primer sebagian besar manusia.

Media sosial merupakan salah satu sarana teknologi komunikasi yang banyak digunakan pada zaman sekarang. Menurut Widada (2018), media sosial adalah suatu media *online* yang penggunaannya dapat dengan mudah memanfaatkannya untuk memenuhi kebutuhan komunikasinya. Media sosial dapat digunakan untuk bermacam-macam kebutuhan, seperti mencari informasi, mencari ide, berhubungan dengan orang lain, mengikuti berita, menonton video, dan lain-lain.

Jenis-jenis media sosial berdasarkan buku yang berjudul “Media Sosial” (Nasrullah dalam Puspitarini dan Reni, 2019), yakni:

1. *Social Networking*

*Social networking* adalah sarana yang dapat digunakan untuk berinteraksi, termasuk efek yang dihasilkan dari interaksi tersebut di dunia virtual. Biasanya melalui *social networking*, pengguna membentuk jaringan pertemanan yang baru yang biasanya berawal pada ketertarikan pada hal yang sama. Contoh *social networking* adalah Instagram dan Facebook.

2. *Blog*

*Blog* adalah media sosial yang dimana penggunaannya dapat mengunggah kegiatan sehari-hari, memberikan komentar dan berbagi dengan pengguna lain, seperti berbagi tautan web, informasi, dan lain-lain.

3. *Microblogging*

*Microblogging* adalah media sosial yang penggunaannya dapat menulis, mengunggah kegiatan, dan berpendapat. Contoh dari media sosial *microblogging* adalah Twitter yang memiliki maksimal 140 karakter per satu unggahan.

#### 4. *Media Sharing*

*Media sharing* adalah media sosial yang penggunanya dapat berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, dan gambar secara daring. Contohnya adalah YouTube, Flickr, dan Snapfish.

#### 5. *Social Bookmarking*

*Social bookmarking* adalah media sosial yang berfungsi untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari suatu informasi atau berita secara *online*. Contohnya adalah Delicious.com, Reddit.com, dan LintasMe.

#### 6. *Wiki*

*Wiki* adalah sebuah situs yang kontennya merupakan hasil dari kolaborasi para pengguna. Setiap pengguna web dapat mengubah atau menyunting sebuah konten yang sudah diunggah.

Menurut data dari *We Are Social* yang berada di New York, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sudah mencapai 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah pengguna aktif ini sama dengan 60,4% populasi negara Indonesia. Pemanfaatan yang paling banyak digunakan adalah sebagai alat informasi, dimana pengguna dapat dengan mudah untuk mencari informasi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan (Diakses pada 3 Agustus 2023).<sup>8</sup>

Media sosial memiliki banyak macamnya, seperti TikTok, Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, dan sebagainya. Mudahnya cara penggunaan media sosial ini membuat pengguna menjadikan media sosial sebagai media informasi dalam memenuhi kebutuhannya. Penggunaan media sosial sebagai media informasi edukasi merupakan

---

<sup>8</sup> WeAreSocial.com, *The Changing World of Digital in 2023*, <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023-2/> (3 Agustus 2023, 13.00).

salah satu fenomena baru yang ada di dalam penggunaan media sosial (Pittman dan Reich, 2016).

Saat ini hanya dengan *smartphone*, siapa saja bisa mengakses informasi apapun termasuk informasi edukasi. Informasi edukasi ini dapat berupa informasi rumah tangga, informasi *parenting*, informasi pola hidup sehat, dan lain-lain yang dapat dengan mudah pengguna akses di berbagai media sosial.

Contohnya di YouTube ada berbagai *channel* edukasi seperti Pahamify (*channel* edukasi mengenai materi UTBK), *Crash Course Kids* (*channel* edukasi untuk anak usia 9-12 tahun), dan Yulia Baltschun (*channel* edukasi pola hidup sehat).

Ada pula di Instagram seperti akun @satupersenofficial yang membahas tentang ilmu kehidupan, akun @sekolahdesain\_id yang memberikan tips dan trik desain bagi pemula, dan akun @draisahdahlian yang memberi informasi mengenai kehidupan rumah tangga. Begitu juga dengan media sosial Twitter, TikTok, Facebook, dan media sosial lainnya yang memiliki berbagai macam akun edukasi.

### **2.2.2 Media Sosial Instagram dan Fitur di Dalamnya**

Instagram merupakan sebuah aplikasi dimana penggunaanya dapat membagikan informasi berupa foto dan video. Terdapat banyak fitur di dalam Instagram, seperti *live*, *reels*, *feeds*, *insta-story*, dan lain-lain. Instagram memiliki banyak kegunaan, yakni mengupload untuk kebutuhan pribadi (foto dan video), melakukan kegiatan promosi, bertukar pesan, dan berbagi informasi.

Instagram didirikan pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dengan nama perusahaan Buprn.inc yang berfokus untuk mewujudkan layanan media sosial dengan basis fotografi. Perilisan

Instagram pertama kali berjalan sangat sukses karena tidak menggunakan iklan, tetapi hanya dengan menggunakan teknik pemasaran viral yang berhasil mencakup 25 ribu pengguna di hari pertama (Atmoko, 2012).

Dilansir dari *Data Reportal*, pada tahun 2023 pengguna Instagram di seluruh dunia mencapai 1,628 miliar. Sehingga dapat dinobatkan sebagai peringkat ke-4 media sosial paling banyak digunakan di dunia. Instagram didominasi oleh pengguna usia di atas 25 tahun, yakni sejumlah 51,7%. Sedangkan 48,3% pengguna lainnya berusia di bawah 25 tahun (Diakses pada 29 September 2023).<sup>9</sup>

Jika berdasarkan jenis kelamin, mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah perempuan, yakni sebesar 53,2% dan laki-laki sebesar 46,8% (Diakses pada 10 Desember 2023).<sup>10</sup>

Kemudian, menurut data dari *Good Stats*, rata-rata masyarakat Indonesia mengakses media sosial Instagram pada tahun 2023 adalah selama 15 jam 24 menit perbulan. Jika dibuat dalam hitungan harian, maka penggunaan Instagram oleh masyarakat Indonesia adalah 30,8 menit dalam sehari (Diakses pada 5 Desember 2023).<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> DataReportal.com, *Instagram Users, Stats, Data, & Trends*, [https://datareportal.com.translate.google/essential-Instagram-stats?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=id&\\_x\\_tr\\_hl=id&\\_x\\_tr\\_pto=tc](https://datareportal.com.translate.google/essential-Instagram-stats?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc) (29 September 2023, 17.45)

<sup>10</sup> Cindy Mutia Annur, *Pengguna Instagram Berdasarkan Kelompok Usia & Jenis Kelamin*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-Instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa> (10 Desember 2023, 15.00).

<sup>11</sup> Mela Syaharani, *10 Aplikasi yang Paling Banyak Digunakan Masyarakat Pada 2023*, <https://data.goodstats.id/statistic/melasyhrn/10-aplikasi-yang-paling-banyak-digunakan-masyarakat-pada-2023-MosyK> (5 Desember 2023, 18.00).

Instagram memiliki berbagai fitur dan kegunaan, yakni:

**Tabel 2.** Fitur-Fitur Instagram

<b>Fitur</b>	<b>Kegunaan</b>
<i>Home Page</i>	Halaman utama yang memuat foto dan video terbaru dari akun-akun yang diikuti.
<i>Explore</i>	Menampilkan foto dan video populer yang paling banyak disukai oleh para pengguna Instagram sesuai dengan foto atau video yang sering dilihat oleh pengguna.
Profil ( <i>Feeds</i> )	Memuat informasi detail dari pengguna, seperti nama, bio, foto dan video yang telah diunggah, jumlah pengikut, jumlah akun yang diikuti, dan sebagainya.
<i>Insta-Story</i>	Jendela yang menampilkan foto dan video seperti di fitur <i>home page</i> , tetapi memiliki batas waktu 24 jam dan memiliki ukuran yang berbeda.
<i>Notifications</i>	Memuat pemberitahuan mengenai suatu akun, seperti ketika ada yang menyebut dalam suatu postingan, ada yang berkomentar di postingan, ada yang menyukai postingan pengguna, ada yang mengikuti akun pengguna, dan lain-lain.
<i>Reels Instagram</i>	Fitur yang berisi video dari pengguna-pengguna Instagram dengan pilihan musik, efek, dan <i>tools</i> kreatif lainnya.
<i>Live</i>	Siaran langsung yang dapat dilakukan oleh suatu akun dan berhubungan langsung dengan para pengikutnya.
<i>Captions</i>	Keterangan dalam suatu postingan.
<i>Hashtag</i>	Fitur ini diawali dengan tanda pagar (#) yang memudahkan pengguna untuk menemukan foto dan video di Instagram.

<b>Fitur</b>	<b>Kegunaan</b>
Lokasi	Menampilkan dimana foto atau video tersebut diambil.
<i>Follow</i>	<i>Follow</i> artinya ikut, <i>following</i> artinya jumlah suatu akun mengikuti akun lainnya. Sedangkan <i>followers</i> artinya pengikut yang mengikuti suatu akun. Fitur ini terlihat di laman “profil”.
<i>Like</i>	Ikon untuk menyukai suatu postingan.
<i>Comments</i>	Laman untuk berkomentar.
<i>Mentions</i>	Fitur untuk menambah atau memanggil pengguna lain dalam suatu postingan.

Sumber: Nur Rohmah (2016)

### 2.2.3 Informasi Rumah Tangga

Manusia dilahirkan ke dunia ini memiliki kodrat sebagai makhluk sosial yang punya kecenderungan untuk hidup bersama dengan manusia lainnya. Dikarenakan adanya keinginan untuk hidup bersama, manusia memiliki keinginan untuk menikah lalu membina sebuah rumah tangga.

Rumah tangga merupakan dua individu atau lebih yang tergabung karena hubungan darah, hubungan perkawinan, atau pengangkatan yang hidup dalam suatu rumah tangga, berinteraksi satu sama lain, memiliki peran masing-masing, serta menciptakan dan mempertahankan suatu kebudayaan (Salvicion dan Ara Celis dalam Indarto, 2016).

Sehingga dapat dikatakan bahwa informasi rumah tangga adalah informasi yang menyangkut dua individu atau lebih yang hidup dalam suatu rumah tangga untuk menciptakan rumah tangga yang harmonis.

Kehidupan berumah tangga pastinya tidak semudah yang dibayangkan, tetapi banyak masalah yang akan dihadapi oleh suatu rumah tangga. Oleh karena itu dibutuhkan rasa kebersamaan dan pengertian antaranggota rumah tangga untuk menghadapi semua masalah sesuai dengan harapan masing-masing.

Dalam suatu rumah tangga, setiap pasangan suami istri mengharapkan rumah tangga yang harmonis, bahagia, dan saling mencintai. Akan tetapi, faktanya banyak rumah tangga yang justru tidak harmonis, merasa tertekan, dan sedih karena adanya pertengkaran dan perselisihan yang dapat merambat ke masalah-masalah lainnya.

Informasi rumah tangga dapat menjadi salah satu kontribusi dalam membangun rumah tangga yang harmonis. Khususnya pada era digitalisasi ini, informasi rumah tangga sudah mudah dan sering kali dijumpai di media sosial. Adanya *smartphone* dan media sosial membuat informasi yang datang semakin cepat dan mudah.

Menurut data dari *We Are Social* yang berada di New York, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sudah mencapai 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah pengguna aktif ini sama dengan 60,4% populasi negara Indonesia. Pemanfaatan yang paling banyak digunakan adalah sebagai alat informasi, dimana pengguna dapat dengan mudah untuk mencari maupun membagikan informasi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan (Diakses pada 3 Agustus 2023).<sup>12</sup>

Salah satunya adalah informasi rumah tangga yang dilakukan oleh para penggiat media sosial dari berbagai profesi. Mulai dari *influencer*, ustazah, hingga dokter mencakup ustazah. Informasi mengenai rumah tangga ini banyak muncul di media sosial, seperti

---

<sup>12</sup> WeAreSocial.com, *The Changing World of Digital in 2023*, <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023-2/> (3 Agustus 2023, 13.00).

YouTube, TikTok, dan Instagram.

*Content creator* yang sering memberi tips-tips tersebut adalah Oki Setiana Dewi, Vendryana, dan dr. Aisah Dahlan. Mereka membuat video-video yang berisi tips tentang bagaimana cara agar rumah tangga tetap harmonis, menjaga hubungan baik dengan pasangan, cara membahagiakan pasangan, cara menghadapi pasangan yang sedang marah, dan tips-tips lainnya yang dapat dijumpai di masing-masing akun Instagramnya.

#### **2.2.4 Rumah Tangga Harmonis**

Keharmonisan adalah relasi personal dan kejiwaan yang selaras antara suami istri dan menegaskan adanya suatu ikatan yang kuat serta janji yang kokoh antara keduanya. Janji ini yang membawa pasangan suami istri untuk saling menyayangi, mengasihi, dan melindungi mereka agar tidak saling bermusuhan (Wahid dalam Khairiyah, 2019).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, keharmonisan berasal dari kata “harmonis” yang memiliki arti sepadan, selaras, atau serasi. Keharmonisan menitikberatkan pada keadaan untuk mencapai keselarasan atau keserasian dalam rumah tangga untuk mendapatkan suatu rumah tangga yang bahagia.

Rumah tangga yang harmonis adalah rumah tangga yang hidup bahagia dalam ikatan cinta kasih suami istri yang didasari oleh kerelaan hidup bersama. Artinya, pasangan suami istri dapat hidup dalam ketenangan lahir dan batin karena merasa cukup terpuaskan oleh segala sesuatu yang ada dan tercapainya tugas rumah tangga baik dari segi kebutuhan sehari-hari maupun pergaulan antar anggota rumah tangga (Mahfudy dalam Afiati dkk, 2022).

Keharmonisan ini akan terwujud apabila peran anggota rumah tangga

selalu seimbang baik suka maupun duka, baik sepadan antara cinta dan kasih sayang yang diberikan maupun yang diterima, serta hak dan kewajiban yang selalu selaras dan serasi.

Rumah tangga yang harmonis dan berkualitas adalah rumah tangga yang rukun berbahagia, disiplin, tertib, saling menghargai, tolong-menolong, penuh pemaaf, memiliki etos kerja yang baik, taat ibadah, bertetangga dengan saling menghormati, berbakti kepada kedua orang tua, mencintai ilmu pengetahuan, memanfaatkan waktu luang dengan hal positif, dan mampu memenuhi kebutuhan dasar rumah tangga. Suami dan istri dalam suatu rumah tangga melaksanakan kewajibannya dengan baik dan serius tanpa mengeluh, mencari kambing hitam, dan merasa diperbudak oleh pihak lain (Basri dalam Masri, 2024).

Menurut Ramadhan (2018), sebuah rumah tangga akan menjadi rumah tangga harmonis apabila terdapat konsep inti untuk rumah tangga harmonis, yakni:

1. Mengedepankan toleransi

Toleransi artinya memahami bahwa setiap orang memiliki pandangan yang berbeda terhadap suatu hal. Oleh karena itu, masing-masing pihak harus saling menghormati satu sama lain dan tidak boleh memaksakan kehendaknya.

2. Meluangkan sebagian waktu

Di tengah kesibukan sehari-hari, perlu adanya meluangkan sebagian waktu untuk satu sama lain sehingga rumah tangga menjadi harmonis.

3. Menjalin komunikasi

Komunikasi yang terjalin dengan intensif akan memudahkan segala permasalahan dan mempermudah mencari jalan keluarnya.

4. Mencintai dengan sepenuh hati

Secara total mencintai setiap anggota rumah tangga dan harus selalu ditunjukkan kapanpun dan dimanapun.

5. Memberikan rasa aman

Sepasang suami istri harus saling memberi dan merasa aman secara lahir dan batin. Adanya rasa aman ini akan membuat godaan, guncangan, dan bahaya yang ada di dalam rumah tangga dapat teratasi dengan baik.

6. Saling memiliki

Sebuah rumah tangga harus mempunyai rasa saling memiliki satu sama lain agar tercipta ikatan emosional yang kuat. Dengan perasaan inilah jika ada anggota rumah tangga yang mengalami kesulitan atau sudah tidak ada lagi, maka akan merasa kehilangan dan sedih.

7. Kasih sayang

Kasih sayang dapat berupa pujian, perhatian, dan perlakuan-perlakuan lain yang terkadang terlihat sepele seperti senyuman. Hal ini dapat membuat sebuah rumah tangga menjadi tentram dan damai.

8. Saling percaya

Saling percaya akan meringankan beban suami atau istri dalam menjalani kehidupan rumah tangga karena selalu berfikir positif.

Menurut Aziz dan Retno (2021), cinta dan spiritual adalah dua faktor yang sangat penting untuk mewujudkan keharmonisan rumah tangga, yaitu cinta dan spiritualitas.

Hal ini selaras dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan (Haack & Falcke, 2014; Kim, KimGodwin, & Koenig, 2016; Sumption & Vargas, 2018; Tanyi, 2006 dalam Aziz 2021), cinta menjadi faktor yang dijadikan bahan pertimbangan pasangan untuk bersatu dan membentuk rumah tangga, sedangkan spiritual merupakan kekuatan dari tiap-tiap pasangan untuk lebih memaknai proses kehidupan dalam menjalin hubungan rumah tangga.

Penelitian yang dilakukan oleh David dan Stafford (dalam Aziz 2021) menemukan bahwa komunikasi yang dilandasi dengan spiritualitas mampu meningkatkan kualitas dalam perkawinan. Hal ini dikarenakan untuk membina hubungan antara suami istri maka spiritualitas diperlukan sebagai sarana untuk pedoman dalam menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi dalam pernikahan.

Dalam buku Komunikasi Antarpribadi, Alo Liliweri mengutip pendapat Joseph A.Devito (dalam Novianti, 2017) mengenai ciri komunikasi antarpribadi yang efektif, yaitu Keterbukaan (*openness*). Konsep keterbukaan yang dilakukan merupakan hal yang baik dilakukan oleh suami-istri dalam menciptakan harmonisasi rumah tangga melalui keterbukaan atau *self disclosure*.

Lalu adanya sikap saling mendukung didalam sebuah rumah tangga khususnya pasangan suami-istri maka ikatan hubungan akan kuat walaupun tidak luput dari masalah. Karena ada pasangan yang menjadi sumber bantuan bagi pasangan lainnya.

Selanjutnya konsep pengertian. Memahami dan menerima dengan pikiran positif dari suatu hal sehingga segala stimulus dari luar dapat diterima tanpa mempengaruhi emosi. Dengan sikap seperti ini bisa menciptakan harmonisasi pasangan suami-istri.

Kepercayaan (*trust*). adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Seperti suami-istri dalam menanamkan kepercayaan pada pasangan merupakan kunci utama awetnya hubungan rumah tangga.

Hal ini selaras dengan Muslimah (2019), bahwa kunci keharmonisan rumah tangga adalah kepercayaan, kejujuran, keterbukaan, saling setia, dan menjaga komunikasi.

Menurut Arief dkk (2023), kecerdasan emosi merupakan salah satu kunci penting dalam mengelola keharmonisan rumah tangga. Hal ini dapat dilakukan dengan saling memahami, saling menghargai, dan saling menjaga kepercayaan

Kemudian menurut Jamilah (2021), dibutuhkan sikap saling mengerti, saling percaya, komunikasi yang baik, introspeksi diri, dan adanya sifat kedewasaan dalam menghadapi masalah.

Penyesuaian diri juga dapat dilakukan melalui pendekatan personal antara suami dan istri dengan adanya komunikasi yang baik. Kerjasama dalam rumah tangga juga dapat dilakukan melalui pembagian tugas antar suami dan istri.

Cara ini dapat juga dilakukan dengan adanya Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara

verbal maupun nonverbal, seperti suami istri, dua sahabat dekat, dan sebagainya (Mulyana dalam Jamilah, 2021).

Selanjutnya, komunikasi massa juga berperan andil dalam meningkatkan keharmonisan rumah tangga. Komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung dimana pesan dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat mekanis, seperti televisi, radio, dan film (dalam buku *Pengantar Ilmu Komunikasi* Cangara, 2012).

Hal ini sejalan dengan Hilyani dan Muhammad Yusuf AR (2022), tayangan televisi seperti sinetron juga mempengaruhi keharmonisan rumah tangga.

Menurut Sabrina (2019), media sosial juga bisa menjadi peran dalam meningkatkan keharmonisan rumah tangga, seperti mempermudah dalam komunikasi jarak jauh untuk mengontrol rumah tangga walaupun berada di tempat yang berbeda. Media sosial juga bisa mempermudah urusan pekerjaan dan ekonomi rumah tangga.

### **2.2.5 Faktor Penyebab Perceraian**

Perceraian merupakan putusnya perkawinan atau berakhirnya hubungan suami dan istri. Menurut Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 Pasal 28, disebutkan bahwa putusnya perkawinan dapat terjadi apabila terjadi beberapa sebab, yakni kematian, perceraian, dan atas putusan sidang.

Simanjuntak (2007) menyatakan bahwa perceraian adalah berakhirnya suatu perkawinan karena suatu sebab dengan keputusan hakim atas tuntutan dari salah satu atau kedua belah pihak dalam perkawinan.

Dalam tiga tahun terakhir, angka perceraian terus meningkat. Hal ini dapat dilihat dari laporan statistik Indonesia pada tahun 2020 yang berjumlah 291.677 kasus perceraian, pada tahun 2021 berjumlah 447.743 kasus perceraian, dan tahun 2022 berjumlah 448.126 kasus perceraian. Faktor utama perceraian pada tiga tahun terakhir adalah perselisihan dan pertengkaran. Pada tahun 2022 tercatat sebesar 284.169 kasus atau sekitar 63,41% dari total penyebab kasus perceraian yang ada di Indonesia.

Faktor kedua perceraian pada tahun 2022 adalah karena faktor ekonomi sebanyak 110.939 kasus. Faktor ketiga perceraian pada tahun 2022 adalah karena salah satu pihak meninggalkan, yakni sebanyak 39.359 kasus. Selanjutnya kasus perceraian pada tahun 2022 karena kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) sebesar 4.972 kasus.

Sebanyak 1.781 kasus perceraian pada tahun 2022 karena mabuk. Lalu sebanyak 1.635 kasus perceraian pada tahun 2022 karena murtad. Kasus perceraian pada tahun 2022 sebanyak 1.447 karena dihukum penjara. Sebesar 1.991 kasus perceraian pada tahun 2022 karena judi.

Selanjutnya faktor perceraian pada tahun 2022 karena poligami sebanyak 874 kasus. Sebanyak 690 kasus perceraian pada tahun 2022 karena perzinaan. Lalu, kasus perceraian pada tahun 2022 sejumlah 383 karena madat.

Kemudian sejumlah 377 kasus perceraian pada tahun 2022 karena kawin paksa. Selanjutnya 309 kasus perceraian pada tahun 2022 karena cacat badan.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Badan Pusat Statistik, *Jumlah Perceraian Menurut Provinsi dan Faktor*, [https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view\\_data\\_pub/0000/api\\_](https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_) (3 Agustus 2023, 14.15).

### 2.2.6 Komunikasi Rumah Tangga

Menurut St. Rahmah (2018), komunikasi rumah tangga adalah komunikasi yang terjadi di dalam sebuah rumah tangga, seperti cara satu anggota rumah tangga berhubungan dengan anggota rumah tangga lainnya, sebagai tempat untuk menanamkan dan mengembangkan nilai-nilai yang diperlukan sebagai pegangan hidup.

Kemudian menurut Karya Aziz Safrudin (2015), komunikasi rumah tangga adalah suatu pengorganisasian yang menggunakan kata-kata, sikap tubuh, intonasi suara, tindakan untuk menciptakan harapan *image*, ungkapan perasaan, serta saling membagi pengertian.

Berdasarkan pernyataan ini, kata kata, sikap tubuh, intonasi suara, dan tindakan mengandung maksud mengajarkan, mempengaruhi, dan memberikan pengertian.

Tujuan dari komunikasi ini adalah untuk memulai dan memelihara interaksi satu anggota rumah tangga dan anggota rumah tangga lainnya agar tercipta komunikasi yang efektif.

Suasana harmonis dan lancarnya komunikasi antaranggota rumah tangga bisa tercapai jika setiap anggota rumah tangga menyadari dan menjalankan tugas dan kewajibannya masing-masing sebagai anggota rumah tangga.

Rakhmat (2007) mengatakan bahwa terdapat tiga faktor yang dapat menumbuhkan hubungan interpersonal dalam upaya mencapai keberhasilan komunikasi dalam rumah tangga, yakni:

1. Percaya, yaitu percaya pada suami atau istri maupun sebaliknya. Kepercayaan ini merupakan bukti bahwa mereka tidak akan saling mengkhianati. Sikap ini akan terbangun apabila keduanya saling

jujur dan saling menerima.

2. Supportif, yaitu saling mendukung dan menghargai supaya keduanya bisa menghilangkan sifat defensif yang bisa cenderung menutup diri dalam semua aktivitas komunikasi yang dilakukan.
3. Terbuka, yaitu sikap yang dapat mendorong timbulnya saling pengertian, saling memahami, dan saling mengembangkan kualitas komunikasi antara suami dan istri sehingga komunikasi berjalan dengan baik dan efektif.

### 2.3 Tinjauan Teori

#### 1. Teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response Theory*)

Pada tahun 1953, Teori S-O-R (*Stimulus Organism Response*) dikemukakan oleh Hovland et al (Syahdi, 2018). Teori ini berasal dari psikologi yang selanjutnya diterapkan dalam ilmu komunikasi.

Hal ini dikarenakan objek psikologi dan komunikasi adalah sama, yakni manusia terdiri dari pendapat dan persepsi (sikap yang berkaitan dengan wawasan atau pemahaman), komponen sikap, konasi (sikap yang berkaitan dengan kecenderungan berbuat), dan afeksi (sikap yang berkaitan dengan perasaan).

Yasir (2009) menyatakan bahwa teori ini memiliki asumsi dasar, yaitu sebab terjadinya perubahan perilaku bergantung pada kualitas suatu rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organism (komunikan).

Menurut teori ini, ketika berkaitan dengan perubahan sikap dalam proses komunikasi, itu adalah aspek “*how*” bukan “*why*” dan “*what*”. Hal ini dapat dilihat pada saat bagaimana berkomunikasi, bagaimana mengubah sikap, dan bagaimana mengubah sikap komunikan. Di dalam proses perubahan sikap, jika stimulus yang mempengaruhinya melampaui

aslinya, maka sikap dapat berubah.

Teori S-O-R (*Stimulus Organism Response*) memiliki tiga variabel penting, yakni perhatian, pemahaman, dan penerimaan. Artinya, ketika komunikator memperhatikan stimulus (pesan) yang diterima, maka proses komunikasi sedang berjalan.

Apabila komunikator memahami stimulus (pesan) lalu menerima dan memprosesnya, maka komunikator akan bersedia dalam mengubah sikapnya (Efendy dalam Abidin, 2022).

Model S-O-R (*Stimulus Organism Response*) menunjukkan bahwa komunikasi adalah sebuah proses reaksi-aksi yang mana teori ini berpendapat bahwa isyarat nonverbal, kata-kata tertentu, dan simbol akan merangsang orang lain untuk bereaksi dengan cara tertentu.

Pesan yang disampaikan kepada komunikator bisa berbentuk positif (diterima) ataupun negatif (ditolak). Ketika komunikator sudah mengerti, maka komunikator akan mengolah pesan lalu menerima. Setelah itu terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap (Effendy, 2003).

Menurut Effendy (dalam Abidin, 2022) terdapat tiga unsur penting dalam Teori S-O-R, yakni:

a. Pesan (*Stimulus*)

Pesan (*stimulus*) merupakan subjek yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikator. Stimulus dalam penelitian ini adalah informasi-informasi rumah tangga oleh akun Instagram @draisahdahlan.

b. Komunikator (*Organism*)

Komunikator (*organism*) adalah unsur yang akan menerima stimulus (pesan) yang diberikan oleh komunikator. Di dalam penelitian ini, *organism*-nya adalah *followers* akun Instagram @draisahdahlan.

c. Efek (*Response*)

Efek (*response*) merupakan dampak dari efek komunikasi, yakni perubahan sikap atau perilaku. Respon dalam penelitian ini adalah tingkat keharmonisan rumah tangga *followers* akun Instagram @draisahdahlan.

2. **Media Exposure (Terpaan Media)**

*Exposure* atau terpaan adalah kegiatan melihat, membaca, dan mendengar sebuah pesan atau informasi dari media atau pernah memiliki pengalaman terhadap pesan yang terjadi pada individu maupun kelompok.

*Media exposure* adalah kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa dan mengalami pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut (Shore dalam Pratama, 2016).

Menurut Yusup & Subekti (2010), terpaan media juga disebut dengan terpaan informasi yang dapat memengaruhi perubahan perilaku individu apabila informasi yang diterima cukup banyak dan dalam waktu yang cukup lama.

Panuju (2019) mengatakan bahwa perubahan perilaku yang terjadi pada individu mencakup sikap, cara berpikir, selera, dan preferensi terhadap sesuatu yang dikendalikan oleh isi media. Jadi, terpaan media adalah keadaan dimana individu atau khalayak telah atau sedang terpapar pesan-pesan yang terdapat pada suatu media.

Penggunaan media massa dapat memiliki banyak arti dan diartikan sebagai *exposure* yang semata-mata menunjukkan pada tindakan mempersepsi. Dalam arti lain, maksud tersebut dapat menjadi suatu proses yang lebih kompleks dimana isi terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat terpenuhi (Bungin, 2018).

Terpaan yang dimaksud memiliki arti keterlibatan dan penggunaan seseorang pada suatu pesan atau informasi di media sosial yang dapat mempengaruhi perilaku yang diukur dengan frekuensi, durasi, dan atensi. Dimensi tersebut dapat dijabarkan menjadi (Ardianto dalam Josephine dkk, 2019):

#### 1. Frekuensi

Frekuensi adalah rutinitas atau jumlah pengulangan perilaku pengguna Instagram menonton Instagram *live* atau *reels* mengenai informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan.

Hal ini terlihat dari berapa kali mereka menggunakan media dan menerima konten serupa pada frekuensi yang berbeda-beda, baik setiap hari, seminggu sekali, atau bahkan sebulan sekali.

Dalam penelitian ini, aplikasi Instagram digunakan untuk mengukur kebiasaan pengulangan perilaku, dan seberapa sering pengguna menggunakan aplikasi Instagram dan menonton informasi rumah tangga di akun @draisahdahlan.

Menurut buku *ICT Core Indicators* yang diterbitkan oleh *United Nations* pada tahun 2005, kategori kriteria frekuensi penggunaan internet dikatakan tinggi apabila setidaknya sekali sehari dalam setahun dan rendah jika kurang dari sebulan sekali dalam setahun. Sehingga pada dimensi frekuensi, peneliti menggunakan pilihan jawaban sebagai berikut:

- A. Setidaknya sehari sekali
- B. Setidaknya seminggu sekali tapi tidak setiap hari
- C. Setidaknya sebulan sekali tapi tidak setiap minggu
- D. Kurang dari sebulan sekali
- E. Tidak pernah

## 2. Durasi

Durasi berhubungan dengan lama dan sebetulnya pengguna menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari media. Durasi digunakan untuk mengetahui berapa lama khalayak menggunakan, mengakses, dan mengikuti informasi di media dalam jangka waktu tertentu.

Hal ini dapat dilihat dari waktu yang dihabiskan pengguna pada media dalam satu waktu. Dalam penelitian ini, mengacu pada waktu yang dihabiskan khalayak untuk menggunakan, mengakses, dan mengikuti informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan.

Menurut Data Reportal (dalam Kompas.com), warganet Indonesia menghabiskan waktunya untuk internetan setidaknya hampir sepertiga hari dan Instagram rata-rata sebanyak 30,8 menit perhari.<sup>14</sup>

Begitu pula dengan data dari *Good Stats*, rata-rata masyarakat Indonesia mengakses media sosial Instagram pada tahun 2023 adalah selama 15 jam 24 menit perbulan.<sup>15</sup> Apabila dibuat dalam hitungan harian, maka didapatkan hasil 30,8 menit perhari. Sehingga, pilihan dalam kuesioner dimensi durasi dibuat sebagai berikut:

- A. Lebih dari 30 menit
- B. 15 sampai 30 menit
- C. 5 sampai 14 menit
- D. Kurang dari 5 menit
- E. Tidak pernah

---

<sup>14</sup> Galuh Putri Riyanto dan Yudha Pratomo, *Orang Indonesia Internetan Lebih dari 7 Jam Sehari, Paling Sering Buka WA dan IG*, <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/14/14020097/orang-indonesia-internetan-lebih-dari-7-jam-sehari-paling-sering-buka-wa-dan-ig> (23 Juni 2024, 16.45).

<sup>15</sup> Mela Syaharani, *10 Aplikasi yang Paling Banyak Digunakan Masyarakat Pada 2023*, <https://data.goodstats.id/statistic/melasyhrn/10-aplikasi-yang-paling-banyak-digunakan-masyarakat-pada-2023-MosyK> (5 Desember 2023, 18.00).

Kemudian, untuk pertanyaan nomor 13 “Berapa lama Anda menonton *reels* informasi rumah tangga pada akun Instagram @draisahdahlan (dalam satu kali tayangan)?” diberi pilihan jawaban yang berbeda karena rata-rata durasi semua postingan *reels* Instagram di akun @draisahdahlan (per 19 November 2023) adalah 53 detik. Sehingga dapat dibuat pilihan sebagai berikut:

- A. Lebih dari 1 menit
- B. 40 – 60 detik
- C. 20 – 39 detik
- D. 1 – 19 detik
- E. Tidak pernah

**Tabel 3.** Jadwal *Reels* dan Durasinya di Akun Instagram @draisahdahlan (26 April 2023 – 17 November 2023)

No	Tanggal	Topik	Durasi
1	26 April 2023	Kepribadian	43 Detik
2	28 April 2023	Suami Istri	59 Detik
3	3 Mei 2023	Suami Istri	85 Detik
4	5 Mei 2023	Suami Istri	65 Detik
5	16 Mei 2023	Suami Istri	67 Detik
6	18 Mei 2023	Suami Istri	69 Detik
7	20 Mei 2023	Suami Istri	69 Detik
8	23 Mei 2023	Suami Istri	55 Detik
9	25 Mei 2023	Suami Istri	59 Detik
10	3 Juni 2023	Suami Istri	67 Detik
11	7 Juni 2023	Suami Istri	45 Detik
12	10 Juni 2023	Suami Istri	35 Detik
13	12 Juni 2023	Suami Istri	60 Detik
14	15 Juni 2023	Kepribadian	73 Detik
15	29 Juni 2023	Kepribadian	67 Detik
16	14 Juli 2023	Kepribadian	40 Detik
17	20 Juli 2023	Kepribadian	61 Detik
18	8 Agustus 2023	Kepribadian	24 Detik
19	20 Agustus 2023	Kepribadian	72 Detik

No	Tanggal	Topik	Durasi
20	21 Agustus 2023	Mengatasi Prasangka Negatif (Part 1)	14 Detik
21	21 Agustus 2023	Mengatasi Prasangka Negatif (Part 2)	32 Detik
22	21 Agustus 2023	Mengatasi Prasangka Negatif (Part 3)	89 Detik
23	18 September 2023	Kepribadian	89 Detik
24	18 Oktober 2023	Kepribadian	30 Detik
25	26 Oktober 2023	Kepribadian	86 Detik
26	28 Oktober 2023	Kepribadian	23 Detik
27	10 November 2023	Kepribadian	44 Detik
28	17 November 2023	<i>Silent Treatment</i>	61 Detik
<b>Rata-Rata</b>			<b>53 Detik</b>

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (November, 2023)

**Tabel 4.** Jadwal *Live* Instagram Akun @draisahdahlan  
(17 Juni 2020 – 8 September 2023)

No	Tanggal	Topik	Durasi
1	17 Juni 2020	<i>Parenting</i>	Tidak Ada Data
2	24 Juni 2020	<i>Parenting</i>	Tidak Ada Data
3	1 Juli 2020	<i>Parenting</i>	Tidak Ada Data
4	15 Juli 2020	<i>Parenting</i>	Tidak Ada Data
5	22 Juli 2020	<i>Parenting</i>	Tidak Ada Data
6	29 Juli 2020	Suami-Istri	Tidak Ada Data
7	5 Agustus 2020	Suami-Istri	Tidak Ada Data
8	12 Agustus 2020	Suami-Istri	Tidak Ada Data
9	19 Agustus 2020	Haji di Era <i>New Normal</i>	Tidak Ada Data
10	26 Agustus 2020	Suami-Istri	Tidak Ada Data
11	2 September 2020	Suami-Istri	Tidak Ada Data
12	9 September 2020	Suami-Istri	Tidak Ada Data
13	16 September 2020	Suami-Istri	Tidak Ada Data
14	23 September 2020	Suami-Istri	Tidak Ada Data
15	30 September 2020	Suami-Istri	Tidak Ada Data

No	Tanggal	Topik	Durasi
16	7 Oktober 2020	Suami-Istri	Tidak Ada Data
17	14 Oktober 2020	Anak	Tidak Ada Data
18	28 Oktober 2020	Aku & Watak	58 Menit
19	4 November 2020	Aku & Watak	1 Jam 4 Menit
20	18 November 2020	Suami-Istri	Tidak Ada Data
21	16 Desember 2020	Kepribadian Sangunis	Tidak Ada Data
22	23 Desember 2020	Suami-Istri ( <i>Love Language Physical Touch</i> )	1 Jam 10 Menit
23	30 Desember 2020	Suami-Istri ( <i>Love Language Words of Affirmation</i> )	1 Jam 4 Menit
24	13 Januari 2021	Suami-Istri ( <i>Love Language Act of Service</i> )	1 Jam
25	20 Januari 2021	Suami-Istri ( <i>Love Language Quality Time</i> )	1 Jam 10 Menit
26	27 Januari 2021	Suami-Istri ( <i>Love Language Receiving Gift</i> )	1 Jam 2 Menit
27	2 Oktober 2021	Suami-Istri	1 Jam 34 Menit
28	18 Oktober 2021	Suami-Istri	3 Menit
29	1 November 2021	Suami-Istri	1 Jam 2 Menit
30	8 November 2021	Suami-Istri	1 Jam
31	29 November 2021	Suami-Istri	1 Jam 3 Menit
32	6 Desember 2021	Suami-Istri	1 Jam 4 Menit
33	6 April 2022	<i>Stress Release</i>	1 Jam
34	24 Mei 2022	Diri	1 Jam 2 Menit
35	23 November 2022	Suami-Istri	57 Menit
36	9 Februari 2023	Suami-Istri	1 Jam 10 Menit
37	8 September 2023	<i>Self Healing</i>	1 Jam 14 Menit

Sumber: Diolah Oleh Peneliti dari Instagram @draisahdahlan (November, 2023)

### 3. Atensi

Atensi merupakan tingkatan perhatian yang diberikan oleh khalayak dalam mengonsumsi isi pesan dari media yang digunakannya. Atensi meliputi penggunaan media dengan melakukan kegiatan lain atau fokus hanya menggunakan media tersebut. Di dalam penelitian ini, atensi berkaitan dengan tingkat perhatian pengguna Instagram dalam mengonsumsi informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan.

### 3. *Family Harmony Scale (FHS)*

*Family Harmony Scale (FHS)* dikemukakan oleh Kavikondala *et al.* (Fauziah dkk, 2021) yang digunakan untuk mengukur keharmonisan rumah tangga yang dalam pengembangannya mempertimbangkan faktor budaya.

Hal ini dikarenakan budaya merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku dan kesehatan mental. Oleh karena itu, penting untuk mengakomodir faktor budaya dalam membangun sebuah alat ukur (Kavikondala *et al.*, dalam Fauziah dkk, 2016).

FHS dikembangkan berdasarkan konsep harmoni yang ada pada budaya Cina, yakni keharmonisan rumah tangga ditekankan pada kedekatan, keselarasan, kerjasama, dan mutualisme yang dianggap sebagai hal yang paling berharga di dalam suatu rumah tangga.

Indonesia dan Cina merupakan negara yang memiliki budaya kolektivistis (Fauziah dkk, 2021). Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki budaya kolektivistis sehingga masyarakat memilih untuk mementingkan kebutuhan kelompoknya (Puspitasari dan Fuad, 2018).

Begitu pula dengan dalam budaya Cina yang menghargai ideologi kolektivistis yang mempengaruhi fungsi dan perilaku rumah tangga (Lu dan

Shih dalam Emmanuela dkk, 2022). Budaya Cina yang bersifat kolektif, terkenal dengan memfokuskan pada hubungan dan dukungan rumah tangga (Xu dkk dalam Emmanuela dkk, 2022).

Konstruk keharmonisan rumah tangga pada budaya kolektifis berbeda dengan dukungan sosial yang berkembang di masyarakat individualis. Dukungan melalui penerimaan terhadap aspirasi individu merupakan hal yang dihargai sebagai karakteristik rumah tangga yang sehat pada budaya individualis.

Akan tetapi jika pada budaya kolektifis, kewajiban terhadap rumah tangga merupakan prioritas utama. Keharmonisan rumah tangga pada masyarakat kolektifis menjadi faktor pelindung terhadap psikopatologi dan stress dalam kehidupan (Kavikondala dalam Emmanuela dkk, 2022).

Skala keharmonisan rumah tangga FHS memiliki 5 aspek, yakni *resolution* (resolusi konflik), *forbearance* (kesabaran), *identity* (identitas rumah taggga), *communication* (komunikasi), dan *quality time* (waktu berkualitas) (Kavikondala *et al.* dalam Fauziah dkk, 2021).

Resolusi konflik berkaitan dengan kemampuan suatu rumah tangga dalam menghadapi konflik. Pasangan yang berasal dari gaya asuh yang berbeda sering menjadi sumber utama konflik pasangan.

Kemampuan anggota rumah tangga dalam menyelesaikan perbedaan yang terjadi dalam rumah tangga secara konstruktif menjadi resolusi konflik dalam rumah tangga (Kavikondala dalam Emmanuela dkk, 2022).

Kesabaran berkaitan dengan saling menghormati satu sama lain di dalam suatu rumah tangga. Aspek ini dibangun melalui hubungan timbal balik, menghormati nilai-nilai dan keberadaan yang beragam, serta penuh

perhatian (Kavikondala dalam Emmanuela dkk, 2022).

Identitas rumah tangga berkaitan dengan kebanggaan dan harga diri dari rumah tangga tersebut. Aspek ini adalah penilaian respondentif dari anggota rumah tangga mengenai kebanggaan dan harga diri rumah tangga (Kavikondala dalam Emmanuela dkk, 2022).

Komunikasi berkaitan dengan kesempatan dan kesediaan anggota rumah tangga untuk terhubung (bertemu dan mengekspresikan perasaan) satu sama lain. Syarat utama dalam komunikasi adalah adanya kesempatan bertemu langsung dan mengekspresikan perasaan secara verbal antar anggota rumah tangga (Kavikondala dalam Emmanuela dkk, 2022).

*Quality time* berkaitan dengan kesempatan menghabiskan waktu bersama anggota rumah tangga. Kualitas diartikan sebagai rasa kebersamaan dan kedekatan antar anggota rumah tangga supaya merasa nyaman tinggal bersama (Kavikondala dalam Emmanuela dkk, 2022).

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif dilandasi oleh filsafat positivisme yang digunakan dalam meneliti populasi atau sampel tertentu. Analisis data pada penelitian ini bersifat kuantitatif atau statistik, yakni pengumpulan data dilakukan dengan bantuan instrumen penelitian. Hal ini dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sementara.

Penelitian ini menggunakan penelitian eksplanatori. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa penelitian eksplanatori (*explanatory research*) merupakan metode penelitian yang bermaksud untuk menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Alasan peneliti menggunakan metode penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis yang diajukan dan menjelaskan hubungan serta pengaruh antara variabel bebas dan terikat yang terdapat di dalam hipotesis.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Sugiyono (2017) menyebutkan bahwa metode survei adalah metode yang digunakan untuk memperoleh data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode survey dengan menggunakan kuesioner yang pengambilan datanya didapat dari kuesioner dari sampel yang mewakili sebuah populasi sesuai dengan kepentingan penelitian.

Metode survei dalam penelitian ini dilakukan pada *followers* akun Instagram @draisahdahlan yang sudah menikah dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Metode ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria persyaratan untuk menjadi responden. Selanjutnya, responden mengisi kuesioner yang telah dibagikan sesuai dengan keadaan mereka untuk mengetahui seberapa besar pengaruh informasi rumah tangga akun Instagram @draisahdahlan terhadap tingkat keharmonisan rumah tangga.

### 3.3 Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini meliputi satu variabel bebas (*independent variable*) dan satu variabel terikat (*dependent variable*). Penelitian ini mencari hubungan atau pengaruh sebab-akibat antara variabel bebas (x), yakni informasi rumah tangga akun Instagram @draisahdahlan terhadap variabel terikat (y) tingkat keharmonisan rumah tangga. Adapun variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas (*independent variable*), yakni variabel yang menjadi sebab terjadinya atau variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah intensitas mengakses informasi rumah tangga akun Instagram @draisahdahlan.
2. Variabel terikat (*dependent variable*), yakni variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah tingkat keharmonisan rumah tangga

### 3.4 Definisi Konsep

Definisi konsep adalah satu kesatuan yang memuat karakteristik serta pengertian terhadap masalah yang dirumuskan. Digunakan oleh peneliti untuk membantu penelitian dengan menyederhanakan makna dan gagasan yang digunakan. Singarimbun dan Effendi (2006, dalam Ratmono, 2017) menyatakan bahwa definisi konsep membantu memaknai

konsep yang digunakan agar lebih mudah digunakan di lapangan. Oleh karena itu, definisi konsep dalam penelitian ini adalah:

#### **3.4.1 Intensitas Mengakses Informasi Rumah Tangga di Akun Instagram @draisahdahlan**

Rumah tangga merupakan dua individu atau lebih yang tergabung karena hubungan darah, hubungan perkawinan, atau pengangkatan yang hidup dalam suatu rumah tangga, berinteraksi satu sama lain, memiliki peran masing-masing, serta menciptakan dan mempertahankan suatu kebudayaan (Salvicion dan Ara Celis dalam Indarto, 2016).

Sehingga dapat dikatakan bahwa informasi rumah tangga adalah informasi yang menyangkut dua individu atau lebih yang hidup dalam suatu rumah tangga untuk menciptakan rumah tangga yang harmonis. Salah satu akun Instagram yang memiliki konten informasi rumah tangga adalah @draisahdahlan.

Dalam hal ini, *followers* akun Instagram @draisahdahlan pastinya pernah atau bahkan sering menonton informasi rumah tangga yang telah disampaikan oleh akun tersebut. Oleh karena itu, hal ini dapat didefinisikan sebagai terpaan konten dalam sebuah media sosial.

Terpaan media adalah kegiatan mendengarkan, melihat dan membaca, mengalami dan memperhatikan pesan individu atau kelompok pada suatu media. Terpaan media dapat disebut juga sebagai suatu keadaan dimana khalayak mendapat atau terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh suatu media. Pesan-pesan ini bersifat mengajak dengan sajian yang menarik, sehingga penggunaanya dapat terpicu untuk mengalami perubahan (Shore dalam Pratama, 2016).

Untuk mengukur terpaan media dari intensitas mengakses informasi rumah tangga akun Instagram @draisahdahlan, dapat menggunakan indikator pengukur terpaan media atau *media exposure*. Terpaan media disebut juga dengan terpaan informasi yang dapat memengaruhi perubahan perilaku individu apabila informasi yang diterima cukup banyak dan dalam waktu yang lama (Yusup & Subekti, 2010).

Terpaan media dapat diukur dengan frekuensi, durasi, dan atensi. Dimensi tersebut dapat dijabarkan menjadi (Ardianto dalam Josephine dkk, 2019):

#### 1. Frekuensi

Frekuensi adalah rutinitas atau jumlah pengulangan perilaku pengguna Instagram menonton Instagram *live* atau *reels* mengenai informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan. Hal ini terlihat dari berapa kali mereka menggunakan media dan menerima konten serupa pada frekuensi yang berbeda-beda, baik setiap hari, seminggu sekali, atau bahkan sebulan sekali.

Dalam penelitian ini, aplikasi Instagram digunakan untuk mengukur kebiasaan pengulangan perilaku, dan seberapa sering pengguna menggunakan aplikasi Instagram dan menonton informasi rumah tangga di akun @draisahdahlan.

#### 2. Durasi

Durasi berhubungan dengan lama dan sebetulnya pengguna menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari media. Durasi digunakan untuk mengetahui berapa lama khalayak menggunakan, mengakses, dan mengikuti informasi di media dalam jangka waktu tertentu. Hal ini dapat dilihat dari waktu yang dihabiskan pengguna pada media dalam satu waktu.

Dalam penelitian ini, mengacu pada waktu yang dihabiskan khalayak untuk menggunakan, mengakses, dan mengikuti informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan.

### 3. Atensi

Atensi merupakan tingkatan perhatian yang diberikan oleh khalayak dalam mengonsumsi isi pesan dari media yang digunakannya. Atensi meliputi penggunaan media dengan melakukan kegiatan lain atau fokus hanya menggunakan media tersebut.

Di dalam penelitian ini, atensi berkaitan dengan tingkat perhatian pengguna Instagram dalam mengonsumsi informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan.

#### **3.4.2 Tingkat Keharmonisan Rumah Tangga**

Angka perceraian terus meningkat dalam tiga tahun terakhir, faktor utama perceraian tersebut adalah perselisihan dan pertengkaran.<sup>16</sup> Hal ini perlu adanya upaya untuk menurunkan angka perceraian khususnya di Indonesia agar rumah tangga menjadi harmonis.

Informasi rumah tangga dapat menjadi salah satu kontribusi dalam membangun rumah tangga yang harmonis. Rumah tangga yang harmonis dan berkualitas adalah rumah tangga yang rukun berbahagia, disiplin, tertib, saling menghargai, tolong-menolong, penuh pemaaf, memiliki etos kerja yang baik, taat ibadah, bertetangga dengan saling menghormati, berbakti kepada orang tua, mencintai ilmu pengetahuan, memanfaatkan waktu luang dengan hal positif, dan mampu memenuhi kebutuhan dasar rumah tangga (Basri dalam Masri 2024).

---

<sup>16</sup> Badan Pusat Statistik, Jumlah Perceraian Menurut Provinsi dan Faktor, [https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view\\_data\\_pub/0000/api\\_](https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_) (3 Agustus 2023, 14.15).

Pada era digitalisasi ini khususnya, informasi rumah tangga sudah mudah dan sering kali dijumpai di media sosial. Adanya *smartphone* dan media sosial membuat informasi yang datang semakin cepat dan mudah. Salah satunya adalah informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan.

Tingkat keharmonisan rumah tangga adalah tinggi rendahnya keharmonisan suatu rumah tangga. Apakah rumah tangga tersebut memiliki tingkat keharmonisan rumah tangga yang tinggi atau rendah. Dalam hal ini tingkat keharmonisan rumah tangga dapat dipengaruhi oleh intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan yang kemudian pengaruhnya terhadap tingkat keharmonisan rumah tangga akan diukur dengan menggunakan *Family Harmony Scale*.

Skala keharmonisan rumah tangga *Family Harmony Scale* memiliki 5 aspek (Kavikondala *et al.* dalam Fauziah dkk, 2021), yakni *resolution* (resolusi konflik), *forbearance* (kesabaran), *identity* (identitas rumah tangga), *communication* (komunikasi), dan *quality time* (waktu yang berkualitas). Pada penelitian ini lima aspek tersebut diturunkan menjadi 23 pertanyaan.

*Family Harmony Scale* memiliki lima aspek dan jumlah pernyataan yang berbeda-beda. Resolusi konflik memiliki 6 pertanyaan, kesabaran memiliki 2 pertanyaan, identitas rumah tangga memiliki 2 pertanyaan, komunikasi memiliki 5 pertanyaan, dan *quality time* memiliki 8 pertanyaan.

1. *Resolution* (resolusi konflik)

Resolusi konflik berkaitan dengan kemampuan suatu rumah tangga dalam menghadapi konflik. Contoh pernyataan dari aspek resolusi konflik adalah “Apakah Anda dan pasangan Anda berbicara secara baik-

baik satu sama lain ketika ada masalah?”.

2. *Forbearance* (kesabaran)

Kesabaran berkaitan dengan saling menghormati satu sama lain di dalam rumah tangga. Contoh pernyataan dari aspek kesabaran adalah “Apakah Anda memahami setiap kali pasangan Anda khilaf atau berbuat salah?”.

3. *Identity* (identitas rumah tangga)

Identitas rumah tangga berkaitan dengan kebanggaan dan harga diri dari rumah tangga. Contoh pernyataan dari aspek identitas rumah tangga adalah “Apakah Anda bangga memilik pasangan seperti pasangan Anda?”.

4. *Communication* (komunikasi)

Komunikasi berkaitan dengan kesempatan dan kesediaan anggota rumah tangga untuk terhubung (bertemu dan mengekspresikan perasaan) satu sama lain. Contoh pernyataan aspek komunikasi adalah “Apakah Anda dan pasangan Anda mengobrol setiap harinya?”.

5. *Quality time* (waktu berkualitas)

*Quality time* berkaitan dengan kesempatan menghabiskan waktu bersama rumah tangga. Contoh pernyataan dari aspek *quality time* adalah “Apakah Anda dan pasangan Anda memilik waktu khusus untuk bersama?”.

### 3.5 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penentuan kontrak atau sifat yang akan dipelajari supaya menjadi variabel yang terukur (Sugiyono, 2017). Di dalam penelitian ini, definisi operasional variabel dapat diuraikan sebagai berikut:

**Tabel 5.** Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Intensitas Mengakses Informasi Rumah Tangga d Akun Instagram @draisahdahlan (X)	Frekuensi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Seberapa sering pengguna mengakses media sosial Instagram dalam kurun waktu tertentu.</li> <li>2. Seberapa sering pengguna membuka akun Instagram @draisahdahlan dalam kurun waktu tertentu.</li> <li>3. Seberapa sering pengguna mendapatkan informasi rumah tangga oleh akun Instagram @draisahdahlan di beranda.</li> <li>4. Seberapa sering pengguna meng-klik profil @draisahdahlan.</li> <li>5. Seberapa sering pengguna menonton <i>reels</i> / <i>live</i> @draisahdahlan</li> <li>6. Seberapa sering pengguna komentar di <i>reels</i> / <i>live</i> @draisahdahlan</li> </ol>	Likert
	Durasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jumlah waktu yang dihabiskan pengguna setiap kali menggunakan aplikasi Instagram.</li> <li>2. Jumlah waktu yang dihabiskan dalam setiap kali menonton <i>reels</i> informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan.</li> <li>3. Jumlah waktu yang dihabiskan dalam setiap kali menonton <i>live</i> informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan.</li> </ol>	Likert
	Atensi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketertarikan pengguna dengan keragaman konten di Instagram</li> </ol>	Likert

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
		<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Ketertarikan pengguna dengan konten di Instagram @draisahdahlan</li> <li>3. Perhatian pengguna dengan konten di Instagram @draisahdahlan</li> </ol>	
Tingkat Keharmonisan Rumah Tangga (Y)	Komunikasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Anggota rumah tangga saling mencintai, peduli, mendengarkan pendapat, dan saling melengkapi satu sama lain.</li> <li>2. Anggota rumah tangga mengobrol satu dengan yang lain.</li> </ol>	Likert
	Resolusi Konflik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Anggota rumah tangga saling menghormati.</li> <li>2. Anggota rumah tangga berusaha menyelesaikan masalah dengan tenang.</li> <li>3. Anggota rumah tangga mudah memaafkan.</li> </ol>	Likert
	Kesabaran	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Anggota rumah tangga saling sabar dan saling memahami.</li> </ol>	Likert
	Identitas Rumah Tangga	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Anggota rumah tangga bangga memiliki satu sama lain.</li> </ol>	Likert
	Waktu yang Berkualitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Anggota rumah tangga senang tinggal bersama.</li> <li>2. Anggota rumah tangga memiliki waktu khusus untuk bersama.</li> <li>3. Rumah tangga rukun, saling menjaga, dan harmonis.</li> <li>4. Anggota rumah tangga puas dengan waktu yang telah dihabiskan bersama.</li> </ol>	Likert

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2023)

### 3.6 Populasi dan Sampel

#### 3.6.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Menurut Nursalam (2020) populasi penelitian adalah subjek yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah suatu wilayah yang terdiri dari subjek atau objek sesuai dengan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk menarik kesimpulan penelitian.

Populasi dari penelitian ini adalah *followers* akun Instagram @draisahdahlan yang berjumlah 766 ribu akun (per 7 November 2023) dan mengikuti informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan minimal 1 tahun serta sudah dan masih menikah.

Hal ini dikarenakan akun Instagram @draisahdahlan sudah 37 kali *live* Instagram sejak tahun 2020 dan sudah mengunggah 28 video *reels* sejak tahun 2023 (per 7 November 2023).

Apabila dihitung 1 tahun ke belakang, responden harus sudah mengikuti akun @draisahdahlan minimal sejak November 2022 karena unggahan video *reels* akun Instagram @draisahdahlan dimulai dari tanggal 26 April 2023 dan *live* Instagram sudah dilakukan sejak 17 Juni 2020.

#### 3.6.2 Sampel

Silaen dan Widiyono (2013:87) menyebutkan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang ditetapkan dengan cara tertentu sehingga dapat digunakan untuk kepentingan penelitian. Mulai dari menggunakannya untuk mengukur memahami karakteristik, hingga menarik kesimpulan dari sampel yang mewakili populasi yang diteliti.

Apabila populasi yang digunakan tidak memungkinkan untuk diteliti secara keseluruhan, maka penggunaan sampel mempermudah peneliti untuk melakukan penelitian. Hal ini disebabkan terbatasnya tenaga, waktu, dan sebagainya. Di dalam penelitian ini, penentuan besarnya sampel menggunakan rumus Slovin (Siregar, 2013:34), yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan

$n$  = Ukuran Sampel

$N$  = Populasi

$e$  = Perkiraan tingkat kesalahan  
dalam penelitian ini adalah 10%

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 766 ribu *followers* dari akun Instagram @draisahdahlan akun (per 7 November 2023) dan presentase kelonggaran ketelitian yang digunakan adalah 10%, sehingga dapat diperhitungkan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{766.000}{1 + 766.000 (0,1)^2}$$

$$n = 99,9$$

Hasil  $n$  dari rumus Slovin di atas adalah 99,9 yang dibulatkan menjadi 100 orang dari seluruh total *followers* Instagram @draisahdahlan.

### 3.7 Teknik Sampling

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *random sampling*, yakni teknik *simple random sampling*. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa *simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk memilih anggota sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Peneliti memilih metode *simple random sampling* karena semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sebagai sampel. Peneliti mendapatkan responden dengan cara mengirimkan kuesioner melalui *direct message* atau DM secara acak kepada para pengikut akun Instagram @draisahdahlan selama 1 bulan 9 hari (25 Desember 2023 sampai 16 Januari 2024). Setelah itu, peneliti mengambil 100 responden tercepat untuk diuji dalam penelitian ini.

### 3.8 Sumber Data

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari lapangan. Pada penelitian ini, data primer berasal dari tanggapan responden terhadap hasil penyebaran kuesioner kepada *followers* (pengikut) akun Instagram @draisahdahlan.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan secara tidak langsung oleh peneliti dari sumber lain. Dapat berupa buku, internet jurnal, hingga laporan yang berhubungan dengan pengaruh informasi rumah tangga terhadap tingkat keharmonisan rumah tangga.

### 3.9 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2006), teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua tahap, yakni kuesioner dan studi pustaka.

#### 1. Kuesioner

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang dilakukan dengan memberikan pernyataan tertulis untuk dijawab oleh para responden. Sugiyono (2017), kuesioner biasanya digunakan apabila jumlah dan jangkauan responden terlalu luas.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada *followers* akun Instagram @draisahdahlan melalui *direct message* atau DM secara acak selama 1 bulan 9 hari (25 Desember 2023 sampai 16 Januari 2024). Setelah itu, peneliti mengambil 100 responden tercepat untuk diuji dalam penelitian ini.

Variabel intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan (X) memiliki 21 pertanyaan dengan dimensi frekuensi (12 pertanyaan), dimensi durasi (3 pertanyaan), dan dimensi atensi (6 pertanyaan).

Sedangkan variabel tingkat keharmonisan rumah tangga (Y) memiliki 23 pertanyaan dengan dimensi komunikasi (5 pertanyaan), dimensi resolusi konflik (6 pertanyaan), dimensi kesabaran (2 pertanyaan), dimensi identitas rumah tangga (2 pertanyaan), dan dimensi waktu yang berkualitas (8 pertanyaan).

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, dokumen, arsip, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan, serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono, 2017).

Dapat berupa data statistik, data hasil riset, dan sebagainya. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dari tanggal 3 Agustus 2023 sampai dengan 10 Desember 2023. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dari:

1. Badan Pusat Statistik (<https://www.bps.go.id/>)
2. *Data Reportal* (<https://datareportal.com/>)
3. *Databoks* (<https://databoks.katadata.co.id/>)
4. *Good Stats* (<https://data.goodstats.id/>)
5. *We Are Social* (<https://wearesocial.com/>)

## 3. Observasi

Observasi adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra sebagai alat bantu utamanya (Morissan dalam Saragih dkk, 2022). Dengan kata lain, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra.

Dalam penelitian ini, observasi digunakan untuk mengamati akun Instagram @draisahdahlan. Observasi dilakukan peneliti dari tanggal 20 Juli 2023 sampai dengan tanggal 20 Maret 2024

## 4. Studi Pustaka

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi pustaka dalam teknik pengumpulan data. Studi pustaka dilakukan dengan mengadakan kajian literatur baik dari buku, internet jurnal, hingga laporan yang berhubungan dengan masalah penelitian (Nazir dalam Dewi, 2023).

Dalam hal ini peneliti mencari kajian literatur yang berkaitan dengan penelitian ini, seperti buku, jurnal, internet, dan sebagainya. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dari tanggal 20 Juli 2023 hingga 10 Mei 2024.

### **3.10 Teknik Pengolahan Data**

Teknik pengolahan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti setelah mengumpulkan data atau informasi di lapangan. Hal ini bertujuan untuk mengubah data yang masih mentah menjadi data yang lebih halus dan berguna sebagai arahan kajian lebih lanjut (Sudjana dalam Yudiastuti dan Megawaty, 2015). Penelitian ini menggunakan teknik pengolahan data sebagai berikut:

#### *1. Editing*

*Editing* adalah proses pengecekan kembali data-data yang telah diperoleh dari responden. Hal ini dilakukan untuk menghindari kesalahan dari data yang tidak memenuhi syarat dan tidak diperlukan, seperti data yang tidak lengkap, kesalahan pengisian data, dan lain-lain.

#### *2. Coding (Pengkodean)*

Pengkodean data dalam penelitian, seperti data kuesioner dan jawabannya. Bisa berupa angka ataupun huruf yang berguna untuk membedakan identitas data yang akan dianalisis.

#### *3. Tabulasi*

Tabulasi adalah suatu proses persiapan pengolahan data, khususnya perancangan tabel dan menempatkan data atau informasi sesuai dengan kebutuhan analisis ke dalam tabel yang telah disiapkan.

### 3.11 Teknik Pemberian Skor

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala pengukuran *likert*. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seseorang atau kelompok mengenai fenomena tertentu. Tiap instrumen skala *likert* dijawab dimulai dari sangat positif sampai dengan sangat negatif. Penentuan skor dalam tiap jawaban diberikan sebagai berikut:

1. Alternatif jawaban sangat setuju diberi skor 5.
2. Alternatif jawaban setuju diberi skor 4.
3. Alternatif jawaban netral diberi skor 3.
4. Alternatif jawaban tidak setuju diberi skor 2.
5. Alternatif jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1.

### 3.12 Teknik Pengujian Instrumen

Penelitian adalah pengukuran fenomena alam dan sosial. Dalam melaksanakan suatu penelitian, pengukuran memakai alat ukur yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Sugiyono (2017) menyebutkan bahwa alat ukur dalam penelitian disebut dengan instrumen penelitian. Untuk memenuhi persyaratan instrumen yang baik dan layak dalam penelitian, instrumen harus valid dan reliabel. Oleh karena itu, instrumen harus melalui tahap uji validitas dan realibilitas, yaitu:

#### 1. Uji Validitas

Hasil penelitian akan valid jika data yang dikumpulkan dan data yang ada di lapangan mempunyai kesamaan dengan objek penelitian. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa jika alat ukur yang digunakan dalam penelitian sudah valid, maka instrumen penelitian juga akan valid.

Uji validitas dilakukan dengan cara menggunakan analisis faktor, yakni dengan mengkorelasikan antar skor item instrumen dalam satu faktor dan mengkorelasikan skor faktor dengan skor total.

Kriteria yang harus dipenuhi untuk menilai validitas instrumen tersebut adalah:

- a. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka butir-butir pernyataan dari kuesioner adalah valid.
- b. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka butir-butir pernyataan dari kuesioner adalah tidak valid.

Untuk mengukur validitas dalam instrumen penelitian, peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Pearson (dalam Arikunto, 2006), yaitu korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{A = \{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara x dan y  $r_{xy}$

$N$  = Jumlah subyek

$X$  = Skor item

$Y$  = Skor total

$\sum X$  = Jumlah skor item

$\sum Y$  = Jumlah skor total

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat skor total

Peneliti melakukan uji validitas kepada 30 non-sampel pengikut akun Instagram @draisahdahan selama 1 minggu 5 hari (5 Maret 2024 – 17 Maret 2024).

Alasan dipilihnya adalah karena sejauh ini belum ada *content creator* yang memiliki produk konten serta karakter yang mirip dengan dr. Aisah Dahlan. Ia memiliki keunikan dalam *source of credibility* dan *source of attractiveness*.

Hal ini dikarenakan ia adalah seorang dokter yang selalu mengaitkan informasi-informasi yang disampaikannya dengan syaraf manusia, hormon, sistem otak, dan kepribadian. Ia juga menyampaikan informasi-informasinya dengan humoris.

Uji validitas dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner uji valid ke non-sampel pengikut akun Instagram @draisahdahlan. Kemudian, diambil 30 responden tercepat untuk dilakukan uji validitas.

Uji validitas yang telah dilakukan membuahkan hasil bahwa semua pertanyaan valid dan layak alat dalam pengumpulan data.

## 2. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, instrumen penelitian berupa kuesioner dilakukan uji reliabilitasnya. Hasil penelitian yang reliabel adalah penelitian yang data perolehannya memiliki kesamaan dalam kurun waktu yang berbeda. Apabila instrumen digunakan berulang kali dalam mengukur objek yang sama dan tetap menghasilkan data yang sama, maka instrumen tersebut bisa dinyatakan reliabel (Sugiyono, 2017).

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.

Penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* dalam menguji tingkat reliabilitas. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*.

Jika koefisien *Cronbach Alpha* ( $r_{11}$ )  $\geq$  r Tabel (0,60) maka dapat dikatakan instrumen tersebut reliabel (Arikunto, 2006). Rumus *Cronbach Alpha* adalah:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{(k-1)} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Nilai reliabilitas

$k$  = Jumlah item pertanyaan

$\Sigma$  = Nilai varian masing-masing item

$\sigma_t^2$  = Nilai varian total

**Tabel 6. Kriteria Reliabilitas**

Interval	Tingkat Hubungan
0,80-1,00	Sangat tinggi
0,60-0,79	Tinggi
0,40-0,59	Cukup
0,20-0,39	Rendah
0,00-0,19	Sangat rendah

Sumber: Arikunto (2006)

Uji reliabilitas juga dilakukan kepada 30 non-sampel pengikut akun Instagram @draisahdahlan yang memiliki hasil bahwa item pertanyaan kuesioner memiliki reliabilitas sangat tinggi dan layak dijadikan alat dalam pengumpulan data, yakni variabel X memiliki skor sebesar 0,908 dan variabel Y sebesar 0,957.

### 3.13 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan yang dilakukan setelah mengumpulkan data dari responden dan sumber lain. Tujuannya, agar mengolah data menjadi informasi yang karakteristiknya mudah dipahami.

Menurut Sugiyono (2017), kegiatan analisis data meliputi pengelompokan data berdasarkan responden, variabel dan jenisnya, mentabulasi data variabel dari responden, menyajikan data setiap variabel, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan.

Untuk mengetahui besaran pengaruh informasi rumah tangga akun Instagram @draisahdahlan terhadap tingkat keharmonisan rumah tangga, penelitian ini menggunakan rumus statistik regresi linier sederhana menurut Sugiyono (2017), yakni:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Nilai variabel bebas yang diprediksi

a = Konstanta atau bila harga X = 0

b = Koefisien regresi dari X

X = Nilai variabel terikat yang diprediksi

Sedangkan untuk mencari nilai a dan b digunakan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\Sigma y)(\Sigma x^2) - (\Sigma x)(\Sigma xy)}{n(\Sigma x^2) - (\Sigma x)^2}$$

$$b = \frac{n [\Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)]}{n (\Sigma x^2) - (\Sigma x)^2}$$

Keterangan:

y= Jumlah skor variabel terikat

x= Jumlah skor akhir dari variabel bebas

n= Jumlah sampel

(Silaen dan Widiyono, 2013)

### 3.14 Pengujian Hipotesis

Peneliti menggunakan statistik Uji T untuk mengetahui tingkat signifikansi dari koefisien korelasi. Uji ini digunakan dengan tujuan agar mengetahui apakah variabel bebas (X) memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (Y).

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai T Hitung dengan T Tabel pada derajat kesalahan 10% ( $\alpha = 0,1$ ). Untuk menarik kesimpulan ini, terdapat ketentuan-ketentuan yaitu:

- a. Apabila nilai T Hitung  $>$  dari nilai T Tabel atau nilai signifikansi  $< 0,1$  ( $\alpha$ ) maka variabel bebasnya mempengaruhi yang bermakna terhadap variabel terikat dan hipotesis pertama ditolak serta hipotesis kedua diterima. Artinya, informasi rumah tangga oleh akun Instagram @draisahdahlan berpengaruh pada tingkat keharmonisan rumah tangga.
- b. Apabila nilai T Hitung  $<$  dari nilai T Tabel atau nilai signifikansinya  $< 0,1$  ( $\alpha$ ) maka variabel bebasnya tidak memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat dan hipotesis pertama diterima serta hipotesis kedua ditolak. Artinya, informasi rumah tangga oleh akun Instagram @draisahdahlan tidak berpengaruh pada tingkat keharmonisan rumah tangga.

Rumus T Hitung (Sugiyono, 2017) sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Hasil uji tingkat signifikansi

r = Nilai korelasi

n = Besarnya sampel

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Permasalahan dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan terhadap keharmonisan rumah tangga. Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil hitung statistik dengan rumus regresi, didapat nilai konstanta (a) sebesar 75,359 dan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,277. Artinya nilai (a) menunjukkan bahwa jika pada saat intensitas mengakses informasi rumah tangga @draisahdahlan (X) bernilai 0 atau tidak meningkat, maka keharmonisan rumah tangga (Y) bernilai 75,359.

Koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,277 (positif) menunjukkan pengaruh yang searah. Artinya, jika intensitas mengakses informasi rumah tangga @draisahdahlan ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan keharmonisan rumah tangga followers sebesar 0,277 satuan.

Dari hasil hitung statistik Uji T, nilai signifikansi didapat sebesar 0,016. Nilai ini lebih kecil dari 0,1. Kemudian nilai  $t_{hitung} 2,445 > t_{tabel} 1,660$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan terhadap tingkat keharmonisan rumah tangga.

2. Berdasarkan hasil hitung statistik dengan rumus uji koefisien determinasi, intensitas mengakses informasi rumah tangga di akun Instagram @draisahdahlan (X) berpengaruh sangat rendah yakni 5,7% terhadap tingkat keharmonisan rumah tangga. Sedangkan sisanya sebesar 94,3% keharmonisan rumah tangga dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis membuat beberapa saran yang dapat diperhatikan, yakni:

1. Peneliti menyarankan kepada penelitian-penelitian selanjutnya untuk dapat meneliti faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti, seperti bahasa yang digunakan, bentuk informasi, jenis tayangan di akun Instagram @draisahdahlan, serta komunikasi antarpribadi dan komunikasi massa. Dengan demikian dapat dilihat pengaruh apa yang paling besar mempengaruhi variabel terikat, yaitu tingkat keharmonisan rumah tangga.
2. Peneliti menyarankan kepada pembuat konten agar lebih konsisten, memperbanyak frekuensi *upload* perbulan, dan memaksimalkan durasi dalam membuat konten terkait informasi rumah tangga karena konten seperti ini tentunya sangat dibutuhkan dan digemari oleh orang yang sudah menikah dalam membuat rumah tangganya menjadi lebih harmonis.
3. Peneliti menyarankan kepada para pengikut akun Instagram @draisahdahlan untuk mencari informasi rumah tangga tambahan dari sumber lain dengan durasi yang cukup lama, sehingga informasi yang didapatkan lebih lengkap, mendalam, lebih berdampak, dan signifikan mengenai pengetahuan bagaimana mewujudkan rumah tangga yang harmonis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Andi Rahmat dan Mustika Abidin. *Urgensi Komunikasi Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran*, Jurnal Pendidikan Agama Islam Vol. 6 No. 2 (2021): 76-82.
- Abidin, Mustika. *Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran*. Jurnal Komunikasi & Bahasa Vol, 3 No, 1(2022): 47-59.
- Afiati, Taurat dkk. *Upaya Pasangan Suami Istri Tidak Memiliki Keturunan dalam Mempertahankan Keharmonisan Rumah Tangga*. Jurnal Hukum Keluarga Vol, 14 No, 2 (2022): 161-184.
- Agustin, Putri Amelia. *Analisa Perbandingan Pengguna Aplikasi TikTok dengan Snack Video Menggunakan Metode UTAUT dan EUCS*. Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence Vol, 03 No, 04 (2022): 80.
- Aprilian, Rizkhi. (2021). *Pengaruh Tayangan Video #GlowUpChallenge Pada Aplikasi TikTok Terhadap Self-Confidence Remaja*. (Skripsi Sarjana, Universitas Lampung). <https://digilib.unila.ac.id/62029/> (3 Agustus 2023, 13.30)
- Arief, Yasin dkk. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keharmonisan Rumah Tangga Muslim di Jawa Tengah*. Journal of Islamic Family Law Vol, 5 No, 1 (2023): 17-30.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Asih, Juwita Mulia. (2020). *Pengaruh Kecerdasan Emosi dan Keharmonisan Rumah tangga Terhadap Terjadinya Kenakalan Remaja di Lembaga Permasyarakatan*. (Skripsi Sarjana, Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta). <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/74489/1/JUWITA%20MULIA%20ASIH-FPSI.pdf> (3 Agustus 2023, 13.00)
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Aziz, Rahmat dan Retno Mangestuti. *Membangun Rumah tangga Harmonis Melalui Cinta dan Spiritualitas pada Pasangan Suami-Istri di Provinsi Jawa Timur*. Jurnal Ilmu Rumah tangga dan Konseling Vol, 14 No, 2 (2021): 129-139.
- Aziz, Safrudin. 2015. *Pendidikan Rumah tangga Konsep dan Strategi*. Yogyakarta: Gava Media.

- Badan Pusat Statistik. *Jumlah Perceraian Menurut Provinsi dan Faktor*. [https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view\\_data\\_pub/0000/api\\_pub/aWhSR0ViS3hxc1hWZlZEbExjNVpDUT09/da\\_04/1](https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_pub/aWhSR0ViS3hxc1hWZlZEbExjNVpDUT09/da_04/1) diakses pada 3 Agustus 2023, pukul 14.15 WIB).
- Barus, R. K. (2015). *Pemberdayaan Perempuan melalui Media Sosial*. *Simbolika*, 1 No, 2(September), 113–123
- Cangara, Hafied. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Graffindo Persada.
- Bungin, Burhan. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- DataReportal.com. *Instagram User. Stats, Data, & Trends*, <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> (Diakses 29 September 2023, 17.45).
- Deborah, Tabitha dkk. *Pengaruh Terpaan Media Terhadap Minat Berkunjung Pada Sial Interfood Expo Jakarta 2022 (Studi Pada Akun Instagram @interfoodexpo)*. *Jurnal Publish Vol*, 1 No, 2 (2022): 70-175.
- Deddy Mulyana, 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Rosda, Bandung.
- DeFrain, J., & Stinnett, N. (2002). *Family Strengths*. In J. J. Ponzetti, Jr. (Ed.), *International Encyclopedia of Marriage and Family* (2nd ed., pp. 637-642). New York, NY: Macmillan Reference Group.
- Desiverlina, Buyung. *Hubungan Kecerdasan Emosional dan Keharmonisan Keluarga Dengan Motivasi Belajar Siswa di Sekolah SMK Kesehatan Samarinda*. *Jurnal Psikoborneo Vol*, 2 No, 4(2014): 238-243.
- Dewi, Mutiara dkk. *Aplikasi Metode Studi Kasus Kelebihan dan Kelemahannya dalam Pembelajaran Fiqih*. *Jurnal Pendidikan Indonesia Vol*, 1 No, 1(2023): 113-122.
- Edriasa, Alrom Trisena dan Rosdiana Sijabat. *Purchase Intention Short Video Marketing TikTok: Studi Pada Boy Groud BTS Tokopedia*. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol*, 12 No, 1 (2022): 27
- Efendi, Erwan dkk. *Sejarah Perkembangan dan Peranan TV Berbasis Dakwah Islam*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan Vol*, 9 No, 5 (2023): 201-205.
- Emmanuela, Celine Rea dkk. *Representasi Pola Komuniiasi Keluarga Cina dalam Film Shang-Chi and The Legend of The Ten Rings*. *Jurnal E-Komunikasi Vol*, 10 No, 2 (2022): 1-12.
- Fahma, Alhimni & Nurhalimah. *Analisis Model Komunikasi Harold Dwight Laswell Terhadap Novel Asma Nadia Cinta 2 Kodi*. *Jurnal Dakwatuna Vol* 4 No, 1 (2018): 68-96.
- Fauziah, Nailul dkk. *Confirmatory Factor Analysis pada Pengukuran Keharmonisan Rumah tangga (FHS-24)*. *Jurnal Ilm. Kel. & Kons.*, Vol, 14 No, 3 (2021): 227-233.
- Hamid, Hasmiah. *Perceraian dan Penanganannya*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan Vol*, 4 No, 4 (2017): 24-25.
- Hilyani, Enggi Suci dan Muhammad Yusuf AR. *Pengaruh Tayangan Drama Suara Hati Istri di Indosiar Terhadap Kelompok Penonton Istri*. *Jurnal Komunikasi Vol*, 15 No, 1 (2022): 1-13. <https://doi.org/10.33505/jodis.v2i1.130>

- Indarto, Wuson. *Peranan Keluarga dalam Mempersiapkan Kemandirian Anak Untuk Menghadapi Masalah-Masalah dalam Kehidupan*. Jurnal EDUCHILD Vol, 4 No, 2(2016): 115-119.
- Jamilah, Siti Nur. (2021). *Strategi Mewujudkan Keharmonisan Rumah Tangga Bagi Pasangan Pernikahan Dini*. (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember).
- Josephine dkk. *Pengaruh Terpaan Media Pada Official Page Facebook Najwa Shihab Terkait Pemilihan Presiden 2019 Terhadap Pengambilan Keputusan Pemilih Dalam Menentukan Presiden Pada Pemilihan Presiden 2019*. Jurnal E-Komunikasi Vol, 7 No, 2(2019): 1-9.
- Kavikondala, S., Stewart, S. M., Ni, M. Y., Chan, B. H. Y., Lee, P. H., Li, K.-K., McDowell, I., Johnston, J. M., Chan, S. S., Lam, T. H., Lam, W. W. T., Fielding, R., & Leung, G. M. (2016). *Structure and Validity of Family Harmony Scale: An Instrument for Measuring Harmony*. Psychological Assessment, 28(3), 307–318. doi: 10.1037/pas0000131.
- Khairiyah, Mawaddah. (2019). *Hubungan Antara Keharmonisan Keluarga dengan Konsep Diri Remaja di Madrasah Aliyah Swasta Taman Pendidikan Islam Medan*. (Skripsi Sarjana, Universitas Medan Area).
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Masri. *Konsep Keluarga Harmonis dalam Bingkai Sakinah, Mawaddah, Warahmah*. Jurnal Tahqiq Vol, 18 No, 1 (2024): 109-123.
- Moos, R. J., & Moos, B. S. (1981). *Family Environment Scale*. Paolo Alto. CA: Consulting Psychologists' Press.
- Mulya, Pesona Sophista. *Analisis Resepsi Terhadap Pola Komunikasi Rumah tangga Dalam Film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini*. Skripsi (2022): 30.
- Muslimah. *Strategi Rumah tangga Jarak Jauh dalam Menjaga Keharmonisan Rumah Tangga di Kalangan TNI-AD*. Jurnal Kajian Pendidikan Agama Islam Vol, 1 No, 2 (2019): 28-52.
- Novianti, Riska Dwi dkk. (2017). *Komunikai Antarpribadi Dalam Menciptakan Harmonisasi (Suami dan Istri) Rumah tangga di Desa Sagea Kabupaten Halmahera Tengah*. Jurnal Acta Diurna Vol, VI No, 2.
- Nursalam. (2020). *Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan: Pendekatan Praktis (Edisi 5)*. Salemba Medika.
- Panuju, Redi. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasarana Sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: KENCANA.
- Pitaloka, Enjelya Dewi dkk. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pembelajaran di Era Digital*. Journal of Digital Education, Communication, and Arts Vol, 5 No, 1 (2022): 41.
- Pittman, Matthew, and Brandon Reich. (2016). *Social Media and Loneliness: Why an Instagram Picture May Be Worth More than a Thousand Twitter Words*. Computer in Human Behavior 62:155–167.
- Pratama, Aditya. *Pengaruh Terpaan Informasi Kemasan Rokok Terhadap Minat Merokok Pelajar*. Jurnal The Messenger Vol, 3 No, 1(2016): 37-45.

- Puspitarini, Dinda Sekar dan Reni Nuraeni. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*. Jurnal Common Vol, 3 No, 1(2019): 71-80.
- Puspitasari, Dyah Ayu dan Fuad Mas'ud. *Pengaruh Nilai Budaya Nasional Indonesia Terhadap Referensi Gaya Manajemen Konflik*. Diponegoro Journal of Management Vol, 7 No, 4 (2018): 1-12.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ramadhan, Rendi Amanda. *Pengaruh Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT) Terhadap Tingkat Keharmonisan Rumah tangga Dalam Rumah tangga di Kelurahan Umban Sari Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru*. JOM FISIP Vol, 5 No, 1 (2018): 6-8.
- Ratmono, D. (2017). *Konsep dan Perencanaan Pojok Baca Ombudsman Dalam Meningkatkan Minat Baca dan Pengetahuan Masyarakat di Indonesia Terhadap Ombudsman RI*. 30–41.
- Rohmah, Nur. *Dakwah Melalui Instagram (Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siau, Aa Gym, Arifin Ilham)*. Skripsi Program Sarjana UIN Walisongo (2016): 16.
- Sabrina, Inayah Meriam. (2019). *Dampak Media Sosial Terhadap Keutuhan Rumah Tangga*. (Skripsi Sarjana, Institut Agama Islam Negeri Palu).
- SAHIJAB. *Watak Suami Istri Berbeda, dr. Aisyah Dahlan: Itulah Kita Berjodoh*. <https://www.sahijab.com/tips/2506-watak-suami-istri-berbeda-dr-aisyah-dahlan-itulah-kita-berjodoh?page=1> (Kamis, 3 Agustus 2023, 14.50).
- Saragih, Ricky Deardo dkk. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Jamur Tiram di Perusahaan Jati Nikmat (Jaka Makmur) Kota Semarang*. Jurnal Agristan Vol, 4 No, 1 (2022): 44-59.
- Sari, Ida Purnama. *Siapa dr Aisah Dahlan? Simak Profil dan Biodatanya Terlengkap di Sini, Mulai Pendidikan hingga Prestasi*. <https://www.innalar.com/edukasi/pr-3673761318/siapa-dr-aisah-dahlan-simak-profil-dan-biodatanya-terlengkap-di-sini-mulai-pendidikan-hingga-prestasi?page=2> (9 Agustus 2023, 16.30).
- Silaen, Safar, dan Widoyono. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Penerbit IN MEDIA.
- Simanjuntak, P.N.H. (2007). *Pokok-Pokok Hukum Perdata Indonesia*. Jakarta: Pustaka Djambatan.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sitepu, Karolina dkk. *Studi Hukum Tentang Tingkat Perceraian dan Efeknya Terhadap Anak*. Jurnal Deputi Vol, 3 No, 2 (2023): 179.
- St. Rahmah. *Pola Komunikasi Rumah tangga dalam Pembentukan Kepribadian Anak*. Jurnal Alhadharah Vol, 17 No, 33 (2018): 13-17.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV. Alfabeta, Bandung, 630 hlm

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Pustaka Ilmu.
- Sugiyono. (2015). *Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- Syahrani, Mela. *10 Aplikasi yang Paling Banyak Digunakan Masyarakat Pada 2023*. <https://data.goodstats.id/statistic/melasyhrn/10-aplikasi-yang-paling-banyak-digunakan-masyarakat-pada-2023-MosyK>, diakses pada 5 Desember 2023, pukul 18.00.
- Syahdi, Noviri. *Pengaruh Terpaan Mobile Advertising Berupa SMS (Short Message Service) Operator Kartu As Terhadap Sikap Pengguna Telepon Seluler di Lingkungan Mahasiswa Universitas Riau*. JOM FISIP Vol, 3 No, 2 (2016): 2.
- Tazrin, Teuku Ariyan dkk. (2024). *Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Kecerdasan Emosional Remaja Kota Banda Aceh*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK, Vol. 9, No. 1.
- United Nations. (2005). *Core ICT Indicators*. Beirut: UN-ESCWA.
- WeAreSocial.com. *The Changing World of Digital in 2023*. <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023-2/>, diakses pada 3 Agustus 2023, pukul 13.00 WIB
- Widada, C. K. (2018). *Mengambil Manfaat Media Sosial dalam Pengembangan*
- Yasir. (2009). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.
- Yudiasuty, Helda dan Megawaty. *Mengukut Kualtas Portal Rumah Belajar dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0*. Jurnal Ilmiah Matrik Vol, 17 No, 2(2015): 163-172.
- Yuli. *Mayoritas Pemuda di Indonesia Menikah Muda*. <https://indonesiabaik.id/infografis/mayoritas-pemuda-di-indonesia-menikah-muda#:~:text=Sebanyak%2030%2C52%25%20pemuda%20laki,ketika%20berusia%2016%2D18%20tahun> (Senin, 18 September 2023, 12.00).
- Yusuf, Annisa Maulani. (2021). *Pengaruh Aplikasi TikTok Pada Challenge #TikTokPintar dan #SamaSamaBelajar Sebagai Media Dakwah Terhadap Motivasi Beragama Followers*. (Skripsi Sarjana, Universitas Lampung). <https://digilib.unila.ac.id/68190/> (3 Agustus 2023, 13.20)
- Yusup, M., & Subekti Priyo. (2010). *Teori & Praktik Penelusuran Informasi: Informasi Retrieval*. Jakarta: KENCANA.
- Zaenudin, Ahmad. *Beda Perilaku LAKI-Laki dan Perempuan dalam Menggunakan Internet*. <https://tirto.id/beda-perilaku-laki-laki-dan-perempuan-dalam-menggunakan-internet-cEWT> diakses pada 30 Maret 2024.