

# Pengaruh Terpaan Media Melalui Feed Instagram @Arofahminaumrohaji Terhadap Leads

<sup>1</sup>Muhammad Iqbal Saifullah, <sup>2</sup>Dewi Sri Andika Rusmana, <sup>3</sup>Novan Andrianto

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Iqbalsaifullah410@gmail.com

## **Abstract**

*The significant development of social media today has changed the behavior of Umrah package buyers. One of the platforms currently used by prospective Umrah and Hajj pilgrims is the social media platform. One platform that informs Umrah and Hajj through social media is @Arofahminaumrohaji. Indirectly, @arofahmina can more easily narrow down which followers have interest and the potential to generate sales. From this it can also be assumed that the more audiences that are exposed, the more leads will be generated. This is one of the real phenomena related to the theory of media exposure. This research uses a quantitative approach. Researchers used a simple linear regression test as an effort to provide answers to research objectives. The sample used amounted to 100 people. The results of this study include (1) The coefficient value of Media Exposure Through Instagram Feed @arofahminaumrohaji is 0.437, meaning that if the variable Media Exposure Through Instagram Feed @arofahminaumrohaji increases by 1 (one) unit, the variable value Increase in Number of Leads increases by 0.437 or 43.7 % of the increased value of the variable Media Exposure Through Instagram Feed @arofahminaumrohaji. (2) The t value of the variable Media Exposure Through Instagram Feed @arofahminaumrohaji is 12.992 greater than 1.984 and a significant value of 0.000 is less than 0.050. Then Ho can be rejected and H1 accepted. (3) The increase in the number of leads in simple linear regression is 62.9%, while the remaining 37.1% is influenced by other factors not examined in this study.*

**Keywords:** *Media Exposure, Increasing Number of Leads, Feeds, Instagram*

## **Abstrak**

Perkembangan media sosial saat ini yang signifikan membuat perilaku pembeli paket umroh mengalami perubahan. Salah satu platform yang digunakan para calon jamaah umroh dan haji saat ini ialah platform media sosial. Adapun salah satu platform yang menginformasikan umroh dan haji melalui media sosial adalah @Arofahminaumrohaji. Secara tidak langsung @arofahmina dapat lebih mudah mengerucutkan mana *followers* yang memiliki ketertarikan dan potensi untuk menghasilkan penjualan. Dari hal tersebut juga dapat diasumsikan makin banyak khalayak yang terpapar maka akan menghasilkan *leads*. Ini merupakan salah satu fenomena nyata terkait dengan teori terpaan media. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Peneliti menggunakan uji regresi linier sederhana untuk menjawab tujuan penelitian. Sampel berjumlah 100 orang. Hasil penelitian ini antara lain bahwa nilai t variabel Media Exposure Through Instagram Feed @arofahminaumrohaji meningkat sebesar 0,437 atau 43,7% . 0,050 Sehingga diperoleh kesimpulan bahwa menunjukkan adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (3) Jumlah lead dalam uji regresi linier sederhana adalah 62,9%, kemudian 37,1% ketidakhadiran dipengaruhi oleh faktor lain, yang mana peneliti tidak memiliki. dipelajari.

**Kata kunci:** Terpaan Media, Peningkatan Jumlah Leads, Feeds, Instagram

## Pendahuluan

Sejak tahun 2023 banyaknya paket-paket umroh dan haji yang dipasarkan melalui berbagai media baik melalui televisi, majalah dan juga media sosial. Apalagi perkembangan media sosial saat ini yang signifikan pastinya membuat perilaku pembeli paket umroh juga akan mengalami perubahan. Salah satu platform yang digunakan para calon jamaah umroh dan haji saat ini ialah platform media sosial. Media social ialah suatu media online yang mempermudah penggunaanya dalam berperan, berbagi, dan membuat sebuah berbagai konten menarik seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual, yang merupakan macam-macam media social yang paling banyak dipakai orang (Ferdinand, 2016). Alasan mengapa media sosial begitu diterima oleh khalayak ramai yaitu karena media sosial sangat membantu mereka untuk tetap saling berhubungan dengan orang-orang yang berharga, bermakna, dan mudah, dengan caranya sendiri dan dalam tingkat yang lebih besar daripada sebelumnya.

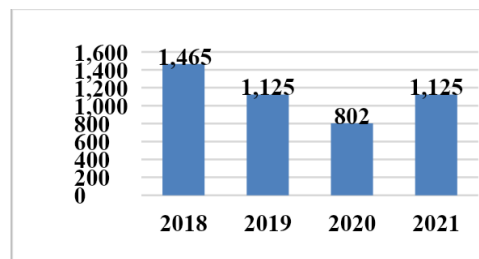
Hal ini dijelaskan dalam teori media exposure, yaitu intensitas keterpaparan khalayak terhadap pesan-pesan yang ada di media. Menurut Ardianto, Terpaan memiliki arti sebagai pendengar, penonton dan pembaca pesan media, atau yang mengalami dan memperhatikan pesan tersebut, baik yang terjadi pada individu ataupun kelompok (Ardianto et al., 2014). Saat ini, Instagram menjadi media sosial dengan respon tercepat dan paling aktif dibandingkan dengan media sosial lainnya. Ada beberapa iklan Instagram berguna dan bisa dipakai oleh para pengusaha untuk mempromosikan produk dan layanan mereka. Penawaran yang ada di Instagram juga beraneka ragam, seperti iklan cerita, iklan foto, iklan video, dan iklan kompilasi (Saksana, 2021).

Adapula penelitian terdahulu yang membahas mengenai pengaruh terpaan promosi pada media sosial yang berupa instagram serta media lainnya terhadap keputusan pembelian, minat berkunjung, perilaku konsumtif, ekuitas merek pelanggan dan minat beli konsumen dengan berbagai macam fenomena yang melatarbelakanginya. Diketahui bahwa penelitian Radana et al. (2022) menggunakan teori Terpaan Promosi Penjualan, Terpaan *Online Customer Review*, dan Keputusan Pembelian. Diketahui masih belum ada penelitian yang membahas mengenai fenomena terpaan media pada media sosial yang berupa instagram dalam *feed* terhadap *leads* dengan penggunaan teori terpaan media. Oleh karena itu, peneliti tertarik dalam melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Terpaan Media Melalui *Feed Instagram @Arofahminaumroh*haji Terhadap *Lead*” berlandaskan pada teori Terpaan Media.

Adapun akun Instagram yang menginformasikan umroh dan haji adalah @ Adapun akun Instagram yang menginformasikan umroh dan haji adalah @Arofahminaumroh.haji. akun @arofahminaumroh.haji memiliki pengikut sebanyak 19,2 Ribu pengikut. Aktivitas akun ini cukup aktif yang dapat dilihat dari jumlah postingan sebanyak 4613 postingan dan frekuensi upload di akun ini 1 hari sekali. Dilihat dari jenis postingannya sendiri akun @arofahminaumroh.haji aktif mengunggah foto, Instagram Story, Reels dan Video. Adanya terpaan dari sosial media @arofahminaumroh.haji akan mampu meningkatkan leads dari PT Arofah Mina. Dalam penelitiannya Shore, menyebutkan bahwa terpaan media yang terjadi bukan hanya soal apakah seseorang cukup dekat secara fisik dengan kehadiran media, tetapi juga apakah mereka benar-benar terbuka terhadap pesan-pesan media. sehingga terciptalah sebuah tindakan (Shore, 2015). Terpaan media juga dapat didefinisikan sebagai penggunaan media, baik jenis media, frekuensi penggunaan media, atensi maupun durasi penggunaan (Sissors & Surmanek, 2012). Sementara itu, penggunaan media menurut Ronsengren terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Rakhmat, 2013). Penjualan PT Arofah Mina ketika masa

pandemi covid-19 walau terdapat penurunan penjualan PT Arofah Mina dapat tetap menghasilkan penjualan. Hal ini dapat dilihat dibawah ini:

**gambar 1.1**



**JUMLAH PENJUALAN TIKET HAJI DAN UMROH**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa pada tahun 2021 PT Arofah Mina mengalami kenaikan dalam penjualan tiket haji dan umroh sebanyak 1.125, meningkatnya penjualan haji dan umroh ini juga dipengaruhi strategi komunikasi pemasaran yaitu digital marketing. Hal ini juga dilakukan agar khalayak yang tidak mengetahui tentang PT Arofah Mina akan dapat mengetahui dan secara tidak langsung menjalani sebuah komunikasi melalui akun instagram @Arofahminaumrohaji. Mereka yang terpapar secara tidak langsung pastinya mengetahui dan bisa saja melalui fitur komentar, pesan langsung dan Bio menghubungi atau menanyakan informasi lebih lanjut. Secara tidak langsung @arofahmina dapat lebih mudah mengerucutkan mana followers yang memiliki ketertarikan dan potensi untuk menghasilkan penjualan. Untuk mencari *leads*, *Marketers* dapat membuat *campaign* promosi, atau konten edukasi yang memancing ketertarikan dari *audience* yang menjadi *marketing target* (Mitchelle & Yulianti, 2022). Dari hal tersebut juga dapat diasumsikan makin banyak khalayak yang terpapar maka akan terjadi peningkatan Leads. Ini merupakan salah satu fenomena nyata terkait dengan teori terpaan media.

Terpaan media dalam penelitian ini pastinya juga akan melacak data pantas terkait bagaimana khalayak menggunakan media, frekuensi pemakaian dan waktu pemakaian khususnya dalam membuka sosial media. Dalam hal ini terpaan berdampak pergantian perilaku dari audiens jika terus diberikan informasi pada sosial media kemungkinan adalah penambahan leads ataupun tindakan untuk terus terhubung pada akun tersebut. Dari pemaparan yang disampaikan, peneliti berpikiran untuk mendeskripsikan sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Terpaan Media Melalui Feed Instagram @Arofahminaumrohaji terhadap Peningkatan Jumlah Leads”.

### **Metode Penelitian**

Peneliti menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk penelitian ini. Jenis ini digunakan agar setiap gejala yang diamati dapat diukur dan diubah menjadi angka yang akan dianalisis secara statistik sehingga dapat dideskripsikan (Sugiyono, 2019). Responden yang termasuk dalam penelitian adalah seluruh followers Instagram akun PT Arofah Mina @Arofahminaumrohaji. Jumlah pengikut akun @arofahmina umrohaji pada 7 Juni 2023 sebanyak 19.200 pengikut. Sampel penelitian ini adalah seluruh followers Instagram akun @Arofahminaumrohaji PT Arofah Mina. Pengambilan sampel menggunakan teknik probability sampling yaitu simple random sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner tertutup atau kuesioner skala Likert. Analisis data yang digunakan peneliti mencakup analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji hipotesis klasik, analisis regresi linier dan koefisien determinasi.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Analisis Deskriptif

Dalam pembahasan ini peneliti akan menyajikan data dari hasil penelitian dalam bentuk *statistic deskriptif*. Penyajian tersebut digunakan untuk menjelaskan kecenderungan jawaban dari responden dari variabel independent yaitu Terpaan Media (X1) serta dependen yaitu *Leads* (Y1). Berikut ini data responden berdasarkan Terpaan Media melalui feeds Instagram @Arofahmina dapat dilihat sebagai berikut :

**TABLE 3. 1 TABEL DESCRIPTIVE STATISTICS**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TERPAAN MEDIA	100	18	47	34,77	6,581
Valid N (listwise)	100				

Tabel Statistik Deskriptif mencakup data hasil rata-rata setiap variabel. Terpaan media memiliki rata-rata adalah 34,77 dan Std Deviation nya 6,581.

Data responden berdasarkan Peningkatan *Leads* dapat dilihat sebagai berikut:

**TABLE 3. 8 TABEL DESCRIPTIVE STATISTICS**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PENINHKATAN JUMLAH LEADS	100	10	25	17,37	3,617
Valid N (listwise)	100				

Tabel Statistik Deskriptif mencakup data hasil rata-rata setiap variabel. Terpaan media memiliki rata-rata adalah 17,37 dan Std Deviation nya 3,617.

### 2. Uji validitas dan Reliabilitas

Uji validitas merupakan pengujian untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu variabel. Berikut hasil uji validitas pada penelitian ini:

**TABEL 4. 1 HASIL UJI VALIDITAS**  
**Variabel Terpaan Media Melalui Feed Instagram @arofahminaumrohaji**

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0.484	0.197	Valid
X1.2	0.633	0.197	Valid
X1.3	0.556	0.197	Valid
X1.4	0.710	0.197	Valid
X1.5	0.693	0.197	Valid
X1.6	0.615	0.197	Valid
X1.7	0.645	0.197	Valid
X1.8	0.633	0.197	Valid
X1.9	0.575	0.197	Valid
X1.10	0.619	0.197	Valid

Dari hasil tabulasi data olahan peneliti, jika nilai r adalah X.1 sampai X.10, maka nilai yang ditampilkan lebih besar dari r pada tabel 0.197, maka kesimpulan dari penjelasan tersebut

adalah semua pertanyaan dalam variabel penemuan Media dapat dikualifikasikan oleh feed Instagram @arofahminaumrohaji.

**TABEL 4. 2 HASIL UJI VALIDITAS**  
Variabel Peningkatan Jumlah *Leads*

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y1.1	0.714	0.197	Valid
Y1.2	0.611	0.197	Valid
Y1.3	0.640	0.197	Valid
Y1.4	0.716	0.197	Valid
Y1.5	0.739	0.197	Valid

Dari hasil pengolahan data yang peneliti sajikan dalam bentuk tabel, jika r Y.1 – Y.5 dihitung pada hasil sehingga hasil pengujian mendapat angka lebih besar dari r tabel 0,197, maka dari penjelasan tersebut sebagai berikut: semua pertanyaan pada variabel Leads dapat dinyatakan valid

**Tabel 4.3 Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0,818	10

Hasil dari uji realibitas Variabel Media melalui Feed Instagram @ arofahminaumrohaji menggunakan SPSS, maka dapat dilihat di tabel 4.3 nilai Cronbach's Alpha yang memiliki nilai 0,818 lebih tinggi yakni 0,600 sehingga disimpulkan jika variabel Terpaan Media Melalui *Feed* Instagram @arofahminaumrohaji dinyatakan reliabel.

**Tabel 4.4 Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0,716	5

Dari hasil pengolahan data di atas, data yang dihasilkan oleh Cronbatch Alpha adalah 0,716, nilai ini lebih besar 0,600 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Leads dinyatakan reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji data yang dilakukan untuk mengetahui data berdistribusi normal atau tidak, analisis parametrik dalam regresi linier mewajibkan data berdistribusi normal.

**TABEL 4. 5 UJI NORMALITAS**  
*One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardize d Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.19229092
Most Extreme Differences	Absolute	.048
	Positive	.041
	Negative	-.048
Test Statistic		.048
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

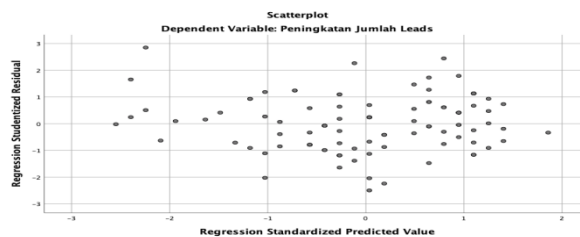
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Tabel 4.5 di atas menjelaskan Nilai unstandardized residual adalah 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga kesimpulan yang diperoleh yaitu data pada penelitian ini berdistribusi normal. Juga, tentang deskripsi distribusi data distribusi yang diplot menggunakan metode P-P standar:

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mencari apakah terdapat heteroskedastisitas pada penelitian ini.



Dari hasil di atas terlihat bahwa titik-titik pada gambar *Scatterplot* tersebut menyebar dan tidak menyerupai pola-pola tertentu seperti gelombang, melebar atau menyempit. Jadi, tidak ditemukan heteroskedastisitas pada data penelitian ini.

### Analisa Regresi Linier

Variabel analisis regresi linier sederhana adalah regresi antara terpaan media dan lead pada feed Instagram dari variabel @arofahminaumrohahji. Berikut adalah hasil uji regresi sederhana:

**Tabel 4. 7 Coefficientsa**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.169	1.191		1.822	.072
	Terpaan Media Melalui Feed Instagram @Arofahminaumrohahji	.437	.034	.795	12.992	.000

a. Dependent Variable: Peningkatan Jumlah Leads

Setelah dilakukan pengolahan data dengan SPSS, diperoleh hasil persamaan regresi linier sederhana dengan menggunakan satu variabel bebas sebagai berikut:

$$Y = abXY$$

Y sebagai variabel dependen yang diprediksi, a sebagai nilai konstanta, b sebagai koefisien regresi, dan X sebagai variabel independen. Hasil yang diperoleh dari pengolahan data di atas dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = 2,169 0,437 X$$

Dari persamaan tersebut diketahui nilai konstanta sebesar 2,169. Oleh karena itu, jika nilai variabel Media Exposure feed Instagram @arofahminaumrohahji adalah 0, maka nilai pada variabel Leads sebesar 2,169. Nilai koefisien Eksposur Media Melalui Feed Instagram @arofahminaumrohahjis sebesar 0,437. Hal ini berarti jika variabel Eksposur Media Melalui Feed Instagram @arofahminaumrohahji meningkat sebanyak 1 (satu) satuan, akan meningkatkan nilai pada variabel Leads 0,437 atau 43,7%. Variabel nilai terpaan media melalui feed Instagram @arofahminaumrohahji.

### Uji Pengaruh Variabel Independen dan Variabel Dependen (Uji t)

Uji t berguna untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Hasil Uji t dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 8 Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.169	1.191		1.822	.072
Terpaan Media Melalui Feed Instagram @Arofahminaumrohahji	.437	.034	.795	12.992	.000

a. Dependent Variable: Jumlah Leads

Pada tabel uji T tersebut, Paparan Media Melalui Feed Instagram @arofahminaumrohahji memiliki nilai t sebesar 12,992 lebih besar dari 1,984 dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,050$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Eksposur Media Melalui Feed Instagram @arofahminaumrohahji berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Jumlah Prospek Penjualan. Pencarian t-tabel dapat dilihat berdasarkan jumlah responden yang dikurangi jumlah variabel independen yaitu  $DF=N - k = 100-1 = 99$ , signifikansinya adalah 0,05, berikan t-tabel dari 1.984.

### Koefisien Determinan

Analisis R2 (Adjusted R Square) atau Koefisien Determinasi berfungsi untuk mengetahui persentase variabel independen dari variabel dependen.

**TABEL 4. 9 UJI DETERMINAN REGRESI**

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 <sup>a</sup>	.633	.629	2.20345

a. Predictors: (Constant), Terpaan Media Melalui Feed Instagram @Arofahminaumrohahji

b. Dependent Variable: Jumlah Leads

Pada tabel di atas terlihat nilai (adjusted R-squared) sebesar 0,629, sehingga kontribusi variabel bebas Paparan Media Melalui Feed Instagram @arofahminaumrohahji terhadap variabel Leads pada regresi linier sederhana adalah sebesar 62,9%, selebihnya adalah 37,1%. Sebanyak 37,1% pengaruh dari faktor lain yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini.

### Pembahasan

Nilai koefisien Eksposur Media Melalui Feed Instagram @arofahminaumrohahji sebesar 0,437. Hal ini berarti jika variabel Terpaan Media Melalui Feed Instagram @arofahminaumrohahji meningkat setiap 1 (satu) satuan, maka nilai pada variabel Leads akan meningkat senilai 0,437 atau 43,7%. Nilai Variabel Terpaan Media Streaming melalui Instagram @arofahminaumrohahji. Peningkatan jumlah kandang meningkat dari 0,437 atau 43. Variabel Media Terpaan Instagram dengan menambahkan nilai input @arofahminaumrohahji. Variabel Terpaan melalui feed instagram @arofahminaumrohahji memiliki nilai t hitung 12,992 lebih tinggi dari 1,984 dengan nilai signifikan 0,000 lebih rendah dari 0,050. Pemaparan ini menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh

terhadap variabel dependen, artinya media yang dipublikasikan melalui feed Instagram @arofahminaumrohahaji berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pertumbuhan lead. Hal ini selaras dengan paparan media akan ada apabila khalayak sungguh-sungguh membuka diri terhadap pesan yang diberikan media. Lichenstein dan Rosenfeld juga berpendapat bahwa setiap individu terisolasi untuk memandang media termasuk isinya dengan cara tertentu. Persepsi tentang hal ini juga relatif konsisten, yaitu kita cenderung memiliki citra yang stabil mengenai gratifikasi yang diberikan media.

Nilai (adjusted R-squared) sebesar 0,629, maka variabel bebas Media Terpaan @arofahminaumrohahaji melalui feed Instagram berpengaruh sebesar 62,9% terhadap peningkatan lead secara regresi linier sederhana dan sisanya senilai 37,1%. faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Menurut teori yang disampaikan oleh Effendy, penelitian ini relevan. Menurut Effendy, terpaan media dapat diukur dari segi frekuensi, pengulangan dan perhatian, yang dapat diketahui dari hasil uji statistik deskriptif yang mencakup rata-rata kinerja masing-masing variabel (Effendy, 2003). Terpaan media memiliki rata-rata 34,77 dengan standar deviasi 6,581, dan rata-rata data pendapatan untuk setiap variabel peningkatan tampilan memiliki rata-rata 17,37 dengan standar deviasi 3,617. Dari sini penulis dapat menyimpulkan bahwa pengaruh visibilitas media lebih besar nilainya dan mempengaruhi pertumbuhan penjualan. Selain paparan alat komunikasi, penting untuk membuat pelanggan mempercayai produk yang dipilih.

Komunikasi itu sendiri merupakan bagian penting dari kehidupan sosial. Hal ini juga sesuai dengan hasil uji regresi sederhana. Terlihat nilai konstanta sebesar 2,169 yang artinya ketika variabel Terpaan Media Melalui Feed Instagram @arofahminaumrohahaji memiliki nilai 0, maka nilai pada variabel Peningkatan Jumlah Leads akan bernilai tetap sebesar 2,169. Pada tabel hasil regresi linier sederhana, Paparan Media Melalui Feed Instagram @arofahminaumrohahaji memiliki nilai t sebesar 12,992 lebih besar dari 1,984 dengan nilai signifikan senilai 0,000 lebih kecil dari 0,050. Jadi, variabel Media Terpaan Melalui feed Instagram @arofahminaumrohahaji mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap variabel Leads. Nilai t hitung menunjukkan pengaruh positif, artinya jika terpaan media melalui feed Instagram @arofahminaumrohahaji meningkat, maka peningkatan jumlah lead juga meningkat, begitu juga sebaliknya jika terpaan media melalui feed Instagram @arofahminaumrohahaji menurun, jumlah lead berkurang. juga menurun.

## **Penutup**

Dalam penelitian ini, beberapa kesimpulan dan analisis data dengan teknik regresi linier sederhana, yaitu: Hasil statistik deskriptif berisi informasi tentang hasil rata-rata pada setiap variabel. Nilai rata-rata paparan media sebesar 34,77 dengan standar deviasi 6,581 dan rata-rata return data tiap variabel kunci sebesar 17,37 dengan standar deviasi 3,617. Dari sini, peneliti dapat menyimpulkan bahwa dampak paparan media memiliki biaya atau jangkauan yang lebih tinggi dibandingkan dengan lead. Variabel terpaan media melalui feed Instagram @arofahminaumrohahaji memiliki pengaruh positif yang jelas terhadap variabel kontrol. Nilai koefisien terpaan Media Melalui Feed Instagram @arofahminaumrohahaji sebesar 0,437 yang artinya jika variabel terpaan Media Melalui Feed Instagram @arofahminaumrohahaji meningkat setiap 1 (satu) satuan, maka nilai pada variabel Leads akan meningkat senilai 0,437 atau 43,7%. Nilai Variabel terpaan Media Streaming melalui Instagram @arofahminaumrohahaji. Nilai t variabel terpaan Media melalui feed Instagram @arofahminaumrohahaji adalah 12,992 lebih tinggi dari 1,984 dengan nilai signifikan 0,000 lebih rendah dari 0,050. Untuk membuktikan variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Sehingga diperoleh kesimpulan bahwa variabel Media terpaan media Instagram Feed @arofahminaumrohahaji berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Leads.



Hal ini sudah sesuai dengan kehadiran media, bahwa ketika publik benar-benar terbuka terhadap pesan-pesan yang disampaikan media. Lichenstein dan Rosenfeld juga mengatakan jika tiap-tiap individu diisolasi untuk melihat media dan kontennya dengan berbagai cara. Persepsi ini juga relatif konsisten, artinya biasanya kita memiliki gambaran yang stabil tentang kepuasan yang disampaikan oleh media.

### **Saran**

Saran kepada penelitian selanjutnya didasarkan keterbatasan penelitian: (1) Keterbatasan penelitian ini didasarkan pada jumlah responden yang diambil oleh peneliti dari keseluruhan jumlah pengikut instagram @Arofahminaumrohaji >15 rb pengikut peneliti hanya meneliti 100 responden. (2) Pada penelitian ini penyebaran kuisioner hanya dilakukan selama kurang lebih 1 minggu sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat menyiapkan segala sesuatu dengan matang dengan waktu yang panjang agar hasil yang didapatkan pun maksimal.

### **Daftar Pustaka**

- Ardianto, Elvinaro, Komala, L., & Karlinah, S. (2014). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu teori dan filsafat komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Ferdinand, A. (2016). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen, Undip*.
- Mitchelle, A., & Yulianti, D. T. (2022). Digital Marketing Untuk Meningkatkan Leads Pada AkuBisaMusik. *Jurnal STRATEGI-Jurnal Maranatha*, 4(2), 335-346.
- Rakhmat, J. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Saksana, I. P. A. (2021). Peran Desain Komunikasi Visual dalam Pemulihan Pariwisata Bali di Instagram pada Masa Pandemi. *In SANDI: Seminar Nasional Desain, 1*, 263–269.
- Shore, L. (2015). *Mass Media for Development and Examination of Access, Exposure and Impact*. New York.
- Sissors, J. Z., & Surmanek, J. (2012). *Perencanaan Media. Edisi Bahasa Indonesia*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Radana, R. G., Santosa, H. P., & Setyabudi, D. (2022). Hubungan Terpaan Promosi Penjualan pada Instagram@ Workfoodhappy dan Terpaan Online Customer Review Pada Google Review dengan Keputusan Pembelian di Work Food Happy Café. *Interaksi Online*, 10(3), 301-307.