

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Profil Otoritas Jasa Keuangan (OJK)**

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah lembaga Negara bidang keuangan yang dibentuk berdasarkan Undang-undang No. 21 Tahun 2011. OJK berfungsi untuk menyelenggarakan sistem pengaturan dan pengawasan yang berkaitan dengan semua kegiatan sektor jasa keuangan baik sektor perbankan, pasar modal dan jasa keuangan non-bank seperti, lembaga pembiayaan, lembaga jasa keuangan, asuransi dan dana pensiun. Secara fungsi OJK menggantikan tugas Badan Pengawasan Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bappepam-LK) serta mengambil ahli tugas Bank Indonesia dalam pengawasan perbankan.

**Gambar 4. 1 Logo OJK**



Sumber : [ojk.go.id](http://ojk.go.id)

Tujuan dibentuknya OJK berdasarkan Undang-undang No. 21 Tahun 2011 adalah untuk menjamin terselenggaranya seluruh kegiatan sektor jasa keuangan secara teratur, adil, transparan, akuntabel, berkesinambungan dan pertumbuhan yang stabil, serta dapat melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat. Selain itu, OJK diharapkan dapat mendukung kepentingan jasa keuangan secara keseluruhan untuk

meningkatkan daya saing perekonomian dan mampu melindungi kepentingan nasional. Seperti sumber daya manusia, pengelolaan, pengendalian, dan kepemilikan di sektor jasa keuangan dengan mempertimbangkan aspek positif dari globalisasi.

#### **4.1.2 Visi dan Misi Otoritas Jasa Keuangan (OJK)**

Visi OJK adalah menjadi lembaga pengawas industri jasa keuangan yang terpercaya, melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat dan mampu mewujudkan industri jasa keuangan menjadi pilar perekonomian nasional yang berdaya saing global serta dapat memajukan kesejahteraan umum.

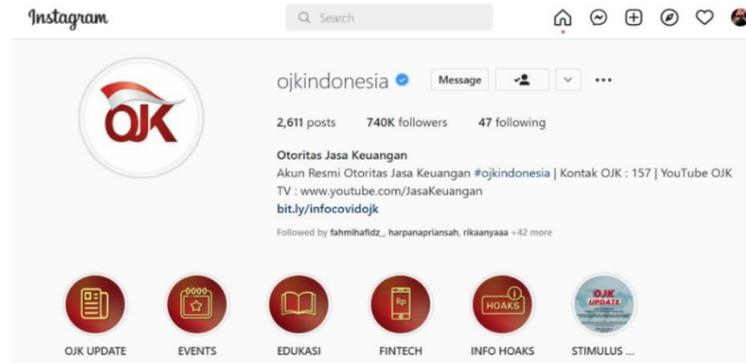
Sedangkan Misi OJK adalah:

- a) Mewujudkan terselenggaranya seluruh kegiatan di dalam sektor jasa keuangan secara teratur, adil, transparan, dan akuntabel;
- b) Mewujudkan sistem keuangan yang tumbuh secara berkelanjutan dan stabil serta;
- c) Melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat.

#### **4.1.3 Instagram Otoritas Jasa Keuangan (OJK)**

Pemanfaatan penggunaan media sosial terutama Instagram sudah dilakukan oleh pihak OJK sebagai sarana informasi kepada khalayak. Dalam akun @ojkindonesia tertera mendapatkan lebih dari 740 ribu *followers* sedangkan jumlah *following* 47, dan telah *posting* 2.611 di dalam *feeds*-nya pertanggal 06 Juli 2022. Pada bagian penulisan status tertulis kata “Otoritas Jasa Keuangan” yang merupakan nama lembaga Negara, dan juga tertulis beberapa rangkaian kata “Akun Resmi Otoritas Jasa Keuangan #ojkindonesia” yang menunjukkan bahwa akun Instagram ini adalah akun resmi OJK, kemudian diikuti dengan informasi kontak OJK dan akun Youtube OJK serta website informasi terupdate yang telah OJK rilis di website resmi OJK yaitu [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id).

**Gambar 4. 2 Profil akun Instagram @ojkindonesia**



Sumber : Instagram @ojkindonesia

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya penggunaan Instagram oleh pihak OJK digunakan untuk melakukan kegiatan berupa informasi, seperti informasi kewaspadaan pinjaman *online* ilegal. Sampai saat ini pinjaman *online* ilegal masih sangat meresahkan bagi masyarakat Indonesia, tidak ada habisnya para penipu terus mencari mangsa-mangsa baru. Dengan banyaknya laporan yang dilakukan masyarakat, untuk itu OJK menggerakkan *public relations campaign* dengan hashtag #AwasPinjolIlegal.

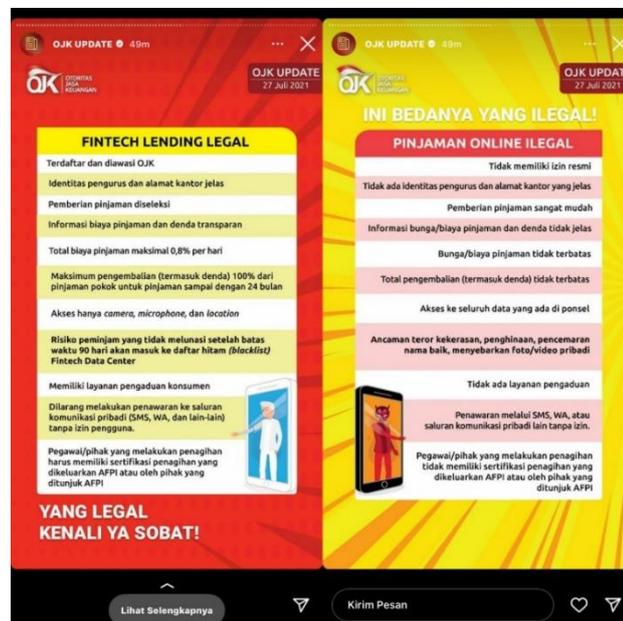
**Gambar 4. 3 Posting-an feeds Instagram @ojkindonesia**



Sumber : Instagram @ojkindonesia

OJK mendukung masyarakat melalui *public relations campaign* #AwasiPinjolIlegal seperti, cara mengetahui ciri-ciri perusahaan pinjaman yang legal dan ilegal, setiap bulan OJK meng-*update* perusahaan pinjaman legal yang terdaftar di OJK, OJK memberikan tips menggunakan pinjaman *online* dengan aman, OJK menginformasikan untuk segera lapor kepihak yang berwajib untuk masyarakat yang menjadi korban ancaman dan intimidasi pinjaman *online* ilegal, dll. Dengan menggunakan di *feeds* dan *story IG*.

**Gambar 4. 4 Posting-an story Instagram @ojkindonesia**



Sumber : Instagram @ojkindonesia

## 4.2 Hasil Penelitian

### 4.2.1 Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada responden. Untuk mengetahui gambaran responden terhadap pesan *Public Relations Campaign* #AwasiPinjolIlegal terhadap pemenuhan kebutuhan informasi tentang waspada pinjaman *online* ilegal. Penelitian ini dilakukan melalui Google Formulir yang disebarakan melalui *direct message* pada *followers* akun Instagram @ojkindonesia. Dimulai pada

tanggal 5 Juli 2022. Dalam penelitian ini responden diwajibkan mengisi lima (5) buah pertanyaan yang telah dibagi menjadi beberapa kategori, sebagai berikut:

**a. Jenis Kelamin**

**Tabel 4.1 Jenis Kelamin**  
N = 96

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	31	32.3%
Perempuan	65	67.7%
<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel jenis kelamin di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%. Dapat diketahui responden laki-laki sebanyak 31 orang dengan persentase sebesar 32.3%, dan perempuan sebanyak 65 orang dengan persentase sebesar 67.7%. Dari data yang diperoleh dapat terlihat bahwa dalam penelitian ini responden didominasi oleh perempuan.

**b. Usia**

**Tabel 4.2 Usia**  
N = 96

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
<17 Tahun	-	-
18-23 Tahun	49	51.0%
24-29 Tahun	34	35.4%
>30 Tahun	13	13.5%
<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel usia di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, maka dapat diketahui bahwa responden berusia 18-23 tahun sebanyak 49 orang dengan persentase 51.0%, responden berusia 24-29 tahun sebanyak 34 orang dengan persentase 35.4%, responden berusia >30 tahun sebanyak 13 orang dengan persentase 13.5% dan responden tidak ada yang

menjawab berusia <17 tahun. Dari data yang diperoleh disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki responden yang didominasi berusia 18-23 tahun.

**c. Pendidikan Terakhir**

**Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir**  
N = 96

<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
SMA/SMK	41	42.7%
D3	9	9.4%
D4/S1	46	47.9%
Lainnya	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel pendidikan terakhir di atas, dari seluruh responden sebanyak 156 orang dengan persentase 100%, maka dapat diketahui bahwa responden berlatar belakang pendidikan SMA/SMK sebanyak 41 orang dengan persentase 42.7%, D3 sebanyak 9 orang dengan persentase 9.4%, D4/S1 sebanyak 46 orang dengan persentase 47.9%, dan responden tidak ada yang menjawab Lainnya. Dari data yang diperoleh disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki responden yang didominasi berlatar belakang pendidikan D4/S1.

**d. Apakah Anda mem-follow akun Instagram @ojkindonesia?**

**Tabel 4.4 Apakah Anda mem-follow akun Instagram @ojkindonesia?**  
N = 96

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Ya	96	100%
Tidak	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, maka dapat diketahui

bahwa responden yang mem-*follow* akun Instagram @ojkindonesia sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dan tidak ada yang menjawab tidak mem-*follow* akun Instagram @ojkindonesia. Maka, dari data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini responden didominasi oleh orang yang mem-*follow* akun Instagram @ojkindonesia.

- e. **Apakah anda pernah melihat postingan Instagram @ojkindonesia tentang Campaign Public Relations #AwasPinjollegal?**

**Tabel 4.5 Pernah melihat postingan Instagram @ojkindonesia #AwasPinjollegal  
N = 96**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Pernah	96	100%
Tidak Pernah	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, maka dapat diketahui bahwa responden yang pernah melihat postingan akun Instagram @ojkindonesia tentang *Campaign Public Relations #AwasPinjollegal* sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dan tidak ada yang menjawab tidak pernah melihat postingan akun Instagram @ojkindonesia tentang *Campaign Public Relations #AwasPinjollegal*. Maka, dari data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini responden didominasi oleh orang yang pernah melihat postingan akun Instagram @ojkindonesia tentang *Campaign Public Relations #AwasPinjollegal*.

#### 4.2.2 Pernyataan Variabel X (Pesan *Campaign Public Relations*)

Pada variabel X (pesan *campaign public relations*) ini menggunakan 3 (tiga) dimensi, yaitu : Kredibel, Relevan dan Mudah dipahami yang disusun sebanyak 12 (dua belas) *item* pernyataan dengan hasil penilaian sebagai berikut :

##### a. Kredibel

**Tabel 4.6 Akun Instagram @ojkindonesia terverifikasi  
N = 96**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	70	72.9%
2.	Setuju	25	26.0%
3.	Tidak Setuju	-	-
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.0%
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 70 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 77.9%, sebanyak 25 orang menjawab setuju dengan persentase 26.0%, dan sebanyak 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.0%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Akun Instagram @ojkindonesia terverifikasi.

**Tabel 4.7 Akun Instagram @ojkindonesia dapat dipercaya  
N = 96**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	68	70.8%
2.	Setuju	27	28.1%
3.	Tidak Setuju	-	-
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.0%
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 68 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 70.8%, sebanyak 27 orang menjawab setuju dengan persentase 28.1%, dan sebanyak 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.0%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Akun Instagram @ojkindonesia dapat dipercaya.

**Tabel 4.8 Pesan unggahan @ojkindonesia #AwasPinjollegal berkualitas dapat menakutkan *followers***  
N = 96

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	56	58.3%
2.	Setuju	38	39.6%
3.	Tidak Setuju	1	1.0%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.0%
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 56 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 58.3%, sebanyak 38 orang menjawab setuju dengan persentase 39.6%, sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1.0%, dan sebanyak 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.0%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Isi pesan unggahan di Instagram @ojkinonesia *campaign public relations* #AwasPinjollegal tentang kewaspadaan pinjaman *online* ilegal berkualitas sehingga dapat menakutkan *followers*.

**Tabel 4.9 Daftar nama perusahaan pinjol legal yang terdaftar**  
**N = 96**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	60	62.5%
2.	Setuju	35	36.5%
3.	Tidak Setuju	1	1.0%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 60 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 62.5%, sebanyak 35 orang menjawab setuju dengan persentase 36.5%, dan sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1.0%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Unggahan di Instagram @ojkindonesia tentang daftar nama perusahaan pinjaman *online* legal yang terdaftar di OJK memiliki bukti yang ada.

**Tabel 4.10 Melihat unggahan dapat menimbulkan rasa kepercayaan bagi followers**  
**N = 96**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	55	57.3%
2.	Setuju	38	39.6%
3.	Tidak Setuju	3	3.1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui

sebanyak 55 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 57.3%, sebanyak 38 orang menjawab setuju dengan persentase 39.6%, dan sebanyak 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3.1%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Setelah melihat unggahan di Instagram @ojkindonesia dapat menimbulkan rasa kepercayaan bagi *followers*.

#### b. Relevan

**Tabel 4.11 Unggahan #AwasPinjolIlegal *up to date* dengan situasi yang sedang terjadi**  
N = 96

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	58	60.4%
2.	Setuju	36	37.5%
3.	Tidak Setuju	2	2.1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 58 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 60.4%, sebanyak 36 orang menjawab setuju dengan persentase 37.5%, dan sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2.1%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Unggahan di Instagram @ojkindonesia *campaign public relations* #AwasPinjolIlegal tentang kewaspadaan pinjaman *online* ilegal *up to date* dengan situasi yang sedang terjadi.

**Tabel 4.12 Gambar/foto berhubungan dengan kasus pinjol ilegal  
N = 96**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	54	56.3%
2.	Setuju	40	41.7%
3.	Tidak Setuju	2	2.1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 54 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 56.3%, sebanyak 40 orang menjawab setuju dengan persentase 41.7%, dan sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2.1%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Gambar/foto dan *caption* yang diunggah Instagram @ojkindonesia *campaign public relations* #AwasiPinjolIlegal tentang kewaspadaan pinjaman *online* ilegal memiliki pesan yang berhubungan dengan kasus pinjaman *online* ilegal yang sedang terjadi.

**Tabel 4.13 Video berhubungan dengan kasus pinjol ilegal  
N = 96**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	58	60.4%
2.	Setuju	36	37.5%
3.	Tidak Setuju	2	2.1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 58 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 60.4%, sebanyak 36 orang menjawab setuju dengan persentase 37.5%, dan sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2.1%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Video dan *caption* yang diunggah Instagram @ojkindonesia *campaign public relations* #AwasiPinjolIlegal tentang kewaspadaan pinjaman *online* ilegal memiliki pesan yang berhubungan dengan kasus pinjaman *online* ilegal yang sedang terjadi.

### c. Mudah dipahami

**Tabel 4.14 Unggahan #AwasiPinjolIlegal sangat menarik  
N = 96**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	51	53.1%
2.	Setuju	42	43.8%
3.	Tidak Setuju	3	3.1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui

sebanyak 51 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 53.1%, sebanyak 42 orang menjawab setuju dengan persentase 43.8%, dan sebanyak 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3.1%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Unggahan di Instagram @ojkindonesia *campaign public relations* #AwasPinjolIlegal tentang kewaspadaan pinjaman *online* ilegal sangat menarik.

**Tabel 4.15 Unggahan #AwasPinjolIlegal ditulis dengan kalimat yang jelas  
N = 96**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	58	60.4%
2.	Setuju	36	37.5%
3.	Tidak Setuju	2	2.1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 58 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 60.4%, sebanyak 36 orang menjawab setuju dengan persentase 37.5%, dan sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2.1%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Unggahan di Instagram @ojkindonesia *campaign public relations* #AwasPinjolIlegal tentang kewaspadaan pinjaman *online* ilegal ditulis dengan kalimat yang jelas.

**Tabel 4.16 Unggahan #AwasPinjolIllegal menggunakan kalimat yang mudah dipahami**  
N = 96

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	58	60.4%
2.	Setuju	37	38.5%
3.	Tidak Setuju	1	1.0%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 58 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 60.4%, sebanyak 37 orang menjawab setuju dengan persentase 38.5%, dan sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1.0%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Unggahan di Instagram @ojkindonesia *campaign public relations* #AwasPinjolIllegal tentang kewaspadaan pinjaman *online* ilegal menggunakan kalimat yang mudah dipahami oleh *followers*.

**Tabel 4.17 #AwasPinjolIllegal memiliki tujuan pesan yang dapat diterima dengan baik**  
N = 96

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	54	56.3%
2.	Setuju	39	40.6%
3.	Tidak Setuju	3	3.1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui

sebanyak 54 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 56.3%, sebanyak 39 orang menjawab setuju dengan persentase 40.6%, dan sebanyak 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3.1%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Unggahan di Instagram @ojkindonesia *campaign public relations* #AwasiPinjolIlegal tentang kewaspadaan pinjaman *online* ilegal memiliki tujuan pesan yang dapat diterima dengan baik oleh *followers*.

#### 4.2.3 Pernyataan Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi)

Pada variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi) ini menggunakan 4 (empat) dimensi, yaitu: *Current need approach*, *Everyday need approach*, *Exhaust need approach*, dan *Catching-up need approach* yang disusun sebanyak 18 (delapan belas) *item* pernyataan dengan hasil penilaian sebagai berikut:

##### a. *Current need approach*

**Tabel 4.18 Unggahan @ojkindonesia dapat menambah informasi ciri-ciri pinjol ilegal**  
N = 96

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	55	57.3%
2.	Setuju	38	39.6%
3.	Tidak Setuju	3	3.1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 55 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 57.3%, sebanyak 38 orang menjawab setuju dengan persentase

39.6%, dan sebanyak 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3.1%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Melalui unggahan di Instagram @ojkindonesia dapat menambah informasi tentang ciri-ciri pinjaman *online* ilegal.

**Tabel 4.19 Dapat menambah informasi nama-nama perusahaan pinjol legal yang terdaftar**  
N = 96

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	57	59.4%
2.	Setuju	35	36.5%
3.	Tidak Setuju	4	4.2%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 57 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 59.4%, sebanyak 35 orang menjawab setuju dengan persentase 36.5%, dan sebanyak 4 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 4.2%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Melalui unggahan di Instagram @ojkindonesia dapat menambah informasi tentang nama-nama perusahaan pinjaman *online* legal yang terdaftar di OJK.

**Tabel 4.20 Dapat Menambah Informasi hal-hal yang harus dilakukan sebelum meminjam pinjol**  
N = 96

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	56	58.3%
2.	Setuju	38	39.6%
3.	Tidak Setuju	2	2.1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 56 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 58.3%, sebanyak 38 orang menjawab setuju dengan persentase 39.6%, dan sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2.1%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Melalui unggahan di Instagram @ojkindonesia dapat menambah informasi tentang hal-hal yang harus dilakukan sebelum meminjam pinjaman *online*.

**Tabel 4.21 Dapat menambah informasi langkah-langkah untuk melaporkan perusahaan pinjol ilegal**  
N = 96

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	63	65.6%
2.	Setuju	30	31.3%
3.	Tidak Setuju	3	3.1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui

sebanyak 63 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 65.6%, sebanyak 30 orang menjawab setuju dengan persentase 31.3%, dan sebanyak 4 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3.1%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Melalui unggahan di Instagram @ojkindonesia dapat menambah informasi tentang langkah-langkah untuk melaporkan perusahaan pinjaman *online* ilegal kepada pihak yang berwajib.

**b. *Everyday need approach***

**Tabel 4.22 @ojkindonesia memberikan informasi secara rutin pada setiap harinya  
N = 96**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	49	51.0%
2.	Setuju	45	46.9%
3.	Tidak Setuju	2	2.1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 49 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 51.0%, sebanyak 45 orang menjawab setuju dengan persentase 46.9%, dan sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2.1%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Unggahan di Instagram @ojkindonesia memberikan informasi secara rutin pada setiap harinya.

**Tabel 4.23 @ojkindonesia memberikan informasi dengan pesan tulisan yang spesifik**  
N = 96

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	53	55.2%
2.	Setuju	40	41.7%
3.	Tidak Setuju	2	2.1%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.0%
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 53 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 55.2%, sebanyak 40 orang menjawab setuju dengan persentase 41.7%, sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2.1%, dan sebanyak 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.0%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Unggahan di Instagram @ojkindonesia memberikan informasi dengan pesan tulisan yang spesifik.

**Tabel 4.24 @ojkindonesia memberikan informasi pesan tulisan kalimat yang baik**  
N = 96

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	57	59.4%
2.	Setuju	38	39.6%
3.	Tidak Setuju	1	1.0%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui

sebanyak 57 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 59.4%, sebanyak 38 orang menjawab setuju dengan persentase 39.6%, dan sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1.0%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Unggahan di Instagram @ojkindonesia memberikan informasi dengan pesan tulisan kalimat yang baik.

**Tabel 4.25 @ojkindonesia memberikan informasi pesan audio visual yang spesifik  
N = 96**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	53	55.2%
2.	Setuju	41	42.7%
3.	Tidak Setuju	1	1.0%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.0%
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 53 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 55.2%, sebanyak 41 orang menjawab setuju dengan persentase 42.7%, sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1.0%, dan sebanyak 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.0%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Unggahan di Instagram @ojkindonesia memberikan informasi dengan pesan audio visual yang spesifik.

**Tabel 4.26 @ojkindonesia memberikan informasi pesan audio visual kalimat yang baik**  
N = 96

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	53	55.2%
2.	Setuju	42	43.8%
3.	Tidak Setuju	1	1.0%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 53 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 55.2%, sebanyak 42 orang menjawab setuju dengan persentase 43.8%, dan sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1.0%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Unggahan di Instagram @ojkindonesia memberikan informasi dengan pesan audio visual menggunakan kalimat yang baik.

**c. Exhaust need approach**

**Tabel 4.27 Pesan tulisan memberikan keyakinan terhadap waspada pinjol ilegal**  
N = 96

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	53	55.2%
2.	Setuju	42	43.8%
3.	Tidak Setuju	1	1.0%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui

sebanyak 53 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 55.2%, sebanyak 42 orang menjawab setuju dengan persentase 43.8%, dan sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1.0%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Unggahan di Instagram @ojkindonesia memiliki pesan tulisan yang dapat memberikan keyakinan terhadap informasi waspada pinjaman *online* ilegal.

**Tabel 4.28 Pesan audio visual memberikan keyakinan terhadap waspada pinjol ilegal  
N = 96**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	52	54.2%
2.	Setuju	43	44.8%
3.	Tidak Setuju	1	1.0%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 52 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 54.2%, sebanyak 43 orang menjawab setuju dengan persentase 44.8%, dan sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1.0%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Unggahan di Instagram @ojkindonesia memiliki pesan audio visual yang dapat memberikan keyakinan terhadap informasi waspada pinjaman *online* ilegal.

**Tabel 4.29 Pesan gambar/foto memberikan keyakinan terhadap waspada pinjol ilegal**  
N = 96

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	58	60.4%
2.	Setuju	37	38.5%
3.	Tidak Setuju	1	1.0%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 58 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 60.4%, sebanyak 37 orang menjawab setuju dengan persentase 38.5%, dan sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1.0%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Unggahan di Instagram @ojkindonesia pesan gambar/foto yang dapat memberikan keyakinan terhadap informasi waspada pinjaman *online* ilegal.

**Tabel 4.30 Followers dapat bergantung pada setiap informasi unggahan @ojkindonesia**  
N = 96

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	51	53.1%
2.	Setuju	42	43.8%
3.	Tidak Setuju	2	2.1%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.0%
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui

sebanyak 51 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 53.1%, sebanyak 42 orang menjawab setuju dengan persentase 43.8%, sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2.1%, dan sebanyak 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.0%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa *Followers* dapat bergantung pada setiap informasi tentang kewaspadaan pinjaman *online* ilegal yang diunggah Instagram @ojkindonesia.

#### d. *Catching-up need approach*

**Tabel 4.31 Mencari informasi dikolom pencaharian**  
N = 96

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	56	58.3%
2.	Setuju	37	38.5%
3.	Tidak Setuju	3	3.1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 56 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 58.3%, sebanyak 37 orang menjawab setuju dengan persentase 38.5%, dan sebanyak 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3.1%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Mencari informasi terbaru tentang waspada pinjaman *online* ilegal dengan mengetik akun Instagram @ojkindonesia dikolom pencaharian.

**Tabel 4.32 Mencari informasi membuka *story* akun Instagram @ojkindonesia**  
N = 96

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	55	57.3%
2.	Setuju	38	39.6%
3.	Tidak Setuju	3	3.1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 55 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 57.3%, sebanyak 38 orang menjawab setuju dengan persentase 39.6%, dan sebanyak 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3.1%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Mencari informasi terbaru tentang waspada pinjaman *online* ilegal dengan membuka *story* akun Instagram @ojkindonesia.

**Tabel 4.33 Mencari informasi memperhatikan *feeds* akun Instagram @ojkindonesia**  
N = 96

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	53	55.2%
2.	Setuju	42	43.8%
3.	Tidak Setuju	1	1.0%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 53 orang menjawab sangat setuju dengan persentase

55.2%, sebanyak 42 orang menjawab setuju dengan persentase 43.8%, dan sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1.0%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Mencari informasi terbaru tentang waspada terhadap pinjaman *online* ilegal dengan memperhatikan *feeds* akun Instagram @ojkindonesia.

**Tabel 4.34 Informasi *story* @ojkindonesia memenuhi kebutuhan yang *followers* cari**

**N = 96**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	50	52.1%
2.	Setuju	43	44.8%
3.	Tidak Setuju	3	3.1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 50 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 52.1%, sebanyak 43 orang menjawab setuju dengan persentase 44.8%, dan sebanyak 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3.1%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Informasi tentang waspada pinjaman *online* ilegal yang berada pada *story* akun Instagram @ojkindonesia memenuhi kebutuhan yang *followers* cari.

**Tabel 4.35 Informasi *feeds* @ojkindonesia memenuhi kebutuhan yang *followers* cari**  
**N = 96**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
1.	Sangat Setuju	51	53.1%
2.	Setuju	43	44.8%
3.	Tidak Setuju	2	2.1%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	<b>Jumlah</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 96 orang dengan persentase 100%, dapat diketahui sebanyak 51 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 53.1%, sebanyak 43 orang menjawab setuju dengan persentase 44.8%, dan sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2.1%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Informasi tentang waspada pinjaman *online* ilegal yang berada pada *feeds* akun Instagram @ojkindonesia memenuhi kebutuhan yang *followers* cari.

#### 4.2.4 Rekapitulasi Variabel X dan Y

Berikut merupakan rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel X yakni Pesan *Public Relations Campaign #AwasiPinjolIllegal* berdasarkan tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.36 Rekapitulasi Variabel X**

No.	Pernyataan	Mean
1.	X1	3,71
2.	X2	3,69
3.	X3	3,55
4.	X4	3,61
5.	X5	3,54
6.	X6	3,58
7.	X7	3,54
8.	X8	3,58
9.	X9	3,50
10.	X10	3,58
11.	X11	3,59
12.	X12	3,53
<b>Jumlah</b>		43
<b>Rata-rata</b>		3,58

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dari hasil rekapitulasi di atas secara keseluruhan responden menilai bahwa Pesan *Public Relations Campaign #AwasiPinjolIllegal* tergolong tinggi (Sangat Setuju), hal ini dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan jawaban responden pada variabel Pesan *Public Relations Campaign (X)* sebesar 3,58.

Berikut adalah rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel Y yakni Pemenuhan Kebutuhan Informasi berdasarkan tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.37 Rekapitulasi Variabel Y**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Mean</b>
1.	Y1	3,54
2.	Y2	3,55
3.	Y3	3,56
4.	Y4	3,63
5.	Y5	3,49
6.	Y6	3,51
7.	Y7	3,58
8.	Y8	3,52
9.	Y9	3,54
10.	Y10	3,54
11.	Y11	3,53
12.	Y12	3,59
13.	Y13	3,49
14.	Y14	3,55
15.	Y15	3,54
16.	Y16	3,54
17.	Y17	3,49
18.	Y18	3,51
<b>Jumlah</b>		63,7
<b>Rata-rata</b>		3,53

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dari hasil rekapitulasi di atas secara keseluruhan responden menilai bahwa Pemenuhan Kebutuhan Informasi tentang kewaspadaan pinjaman *online* ilegal tergolong tinggi (Sangat Setuju), hal ini dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan jawaban responden pada variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) sebesar 3,53.

#### 4.2.5 Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh antara variabel independent (X) yaitu pesan *public relations campaign #AwasPinjolIllegal* terhadap variabel dependen (Y) yaitu pemenuhan kebutuhan informasi kewaspadaan pinjaman *online* ilegal. Berikut adalah data hasil pengelolaan SPSS 25 for windows:

**Tabel 4.38 Model Summary**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.875 <sup>a</sup>	.766	.763	3.564
a. Predictors: (Constant), Total Variabel X Pesan <i>Public Relations Campaign #AwasPinjolIllegal</i>				

Sumber : Hasil SPSS Versi 25

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel Independen (X) dengan satu variabel dependen (Y). R disebut sebagai koefisien korelasi antara variabel Pengaruh Pesan *Public Relations Campaign #AwasPinjolIllegal* Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kewaspadaan Pinjaman *Online* Ilegal dengan nilai R sebesar 0.875 yaitu diantara 0,800 – 1,000 artinya hubungan atau korelasi antara variabel Pesan *Public Relation Campaign* berpengaruh **sangat tinggi atau kuat sekali**. Hal tersebut dapat dilihat dari:

1. 0,00 – 0,199 artinya sangat rendah atau lemah sekali,
2. 0,200 – 0,399 artinya rendah atau lemah tapi pasti,
3. 0,400 – 0,599 artinya cukup atau sedang,
4. 0,600 – 0,799 artinya tinggi atau kuat,
5. 0,800 – 1,00 artinya sangat tinggi atau kuat sekali.

Sedangkan R square disebut sebagai koefisien determinasi, dapat dijelaskan bahwa nilai R square menunjukkan angka 0,766. Angka tersebut dapat diartikan bahwa Pemenuhan Kebutuhan Informasi yang

disebabkan oleh Pengaruh Pesan *Public Relations Campaign* sebesar 76,6% sementara sisanya yaitu 23,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian. Nilai R square menunjukkan angka 0.766 atau 76,6% artinya Pesan *Public Relations Campaign* #AwasiPinjolIlegal berpengaruh terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kewaspadaan Pinjaman *Online* Ilegal.

Selanjutnya, yaitu analisis uji regresi linear sederhana adalah analisis yang bertujuan untuk memperoleh gambaran penuh antara variabel X yaitu Pesan *Public Relations Campaign* terhadap variabel Y yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

Berikut ini adalah tabel ANOVA yang akan menunjukkan pengaruh antara variabel X dan Y, sebagai berikut :

**Tabel 3.49 ANOVA**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3905.306	1	3905.306	307.427	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1194.101	94	12.703		
	Total	5099.406	95			
a. Dependent Variable: Total Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi)						
b. Predictors: (Constant), Total Variabel X (Pesan <i>Public Relations Campaign</i> )						

Sumber: Hasil SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai uji ANOVA yaitu nilai F sebesar 307,427 dengan nilai signifikansi 0,00 karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,10 yaitu  $0,00 < 0,10$  maka dapat diartikan bahwa variabel Pesan *Public Relations Campaign* #AwasiPinjolIlegal berpengaruh terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kewaspadaan Pinjaman *Online* Ilegal.

Untuk dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus  $< 0,10$  karena angka probabilitas (sig)  $0,00 < 0,10$  maka model regresi ini

layak untuk digunakan dalam memprediksi Pengaruh Pesan *Public Relations Campaign #AwasiPinjolIllegal* terhadap Pemenuhan Kebutuhan informasi Kewaspadaan Pinjaman *Online* Ilegal.

Untuk mengetahui persamaan regresi yang bersifat signifikan dan garis regresi berbentuk linear, maka digunakan rumus regresi linear  $Y = a + bX$  yaitu sebagaimana dapat dilihat pada analisis berikut :

**Tabel 4.50 Coefficients**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.464	3.229		2.311	.023
	Total Variabel X	1.308	.075	.875	17.534	.000

a. Dependent Variable: Total Variabel Y

Sumber : Hasil SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel di atas dapat dibuat persamaan regresi, sebagai berikut : Rumus Regresi Linear

$$Y = a + bX$$

$$Y = 7,464 + 1,308X$$

Dimana :

Y = Pemenuhan Kebutuhan Informasi

X = Pesan *Public Relations Campaign #AwasiPinjolIllegal*

a = nilai konstan dari *Unstandardized Coefficients*. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 7,464

b = nilai koefisien regresi. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 1.308

Persamaan tersebut menunjukkan, apabila nilai  $X = 0$  maka  $Y = 7,464$  dan jika  $X = 1$  maka  $Y = 8,772$ . Artinya setiap peningkatan Pesan *Public Relations Campaign #AwasiPinjolIllegal* sebesar 1, akan meningkatkan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kewaspadaan Pinjaman *Online* Ilegal sebesar 8,772.

#### 4.2.6 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh atau signifikansi dari hasil penelitian terkait Pesan *Public Relations Campaign* #AwasPinjolIlegal (variabel X) terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kewaspadaan Pinjaman *Online* Ilegal (variabel Y) untuk pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

n = Jumlah sampel

maka dengan demikian :

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (memiliki pengaruh)

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak (tidak memiliki pengaruh)

Diketahui :

$$r = 0,875$$

$$n = 96$$

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

$$t = \frac{0,875\sqrt{(96-2)}}{\sqrt{(1-0,875)^2}}$$

$$t = \frac{0,875\sqrt{94}}{\sqrt{1-0,76}}$$

$$t = \frac{0,875 \times 9,6}{\sqrt{0,24}}$$

$$t = \frac{8,4}{0,489}$$

$$t = 17,177$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, nilai  $t_{hitung}$  yaitu 17,177 sedangkan untuk nilai  $t_{tabel}$  dengan taraf kepercayaan 90% atau signifikansi 10% ( $\alpha = 0,10$  atau 0,1) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau n. Dalam penelitian ini jumlah responden (n) = 96, maka derajat bebasnya (df)  $n - k = 96 - 2 = 94$ . Dengan derajat kebebasan sebesar 94 dan signifikansi 10% adalah 1,661. Karena nilai  $t_{hitung}$

$(17,177) > t_{\text{tabel}} (1,661)$ , maka maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  terima, yang artinya terdapat pengaruh antara Pesan *Public Relations Campaign* #AwasiPinjolIlegal terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kewaspadaan Pinjaman *Online* Ilegal.

### 4.3 Pembahasan Penelitian

Pada penelitian ini membahas 2 (dua) variabel, yaitu Pesan *Public Relations Campaign* #AwasiPinjolIlegal dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kewaspadaan Pinjaman *Online* Ilegal. penelitian ini dilakukan kepada 96 orang responden yang merupakan *followers* akun Instagram @ojkindonesia, dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan dengan persentase 67,7% sedangkan laki-laki 32,3% (pada tabel 4.1). Identitas responden lainnya dapat dilihat dari usia dengan mayoritas responden berusia 18-23 tahun dengan persentase 51,0% sedangkan berusia 24-29 tahun 35,4%, dan berusia >30 tahun 13,5% (pada tabel 4.2). Kemudian identitas responden lainnya adalah pendidikan terakhir dengan mayoritas responden berlatar belakang pendidikan D4/S1 dengan persentase 47,9%, sedangkan berlatar belakang pendidikan SMA/SMK 42,7% dan D3 7,7% (pada tabel 4.3).

#### 4.3.1 Pesan *Public Relations Campaign* #AwasiPinjolIlegal pada *Followers* Akun Instagram @ojkindonesia

Menurut teori ELM (*Elaboration Likelihood Model*) dalam Hutagalung (2015:115) “Pesan yang bersifat persuasi disampaikan melalui kampanye, iklan dan lainnya tidak akan diterima sama oleh khalayak, tetapi dapat diterima berbeda-beda dan memberikan efek yang berbeda pada setiap individu. Orang mempunyai kemampuan yang terbatas dalam menerima pesan persuasi”. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, Pesan *Public Relations Campaign* #AwasiPinjolIlegal oleh OJK melalui media sosial Instagram dengan akun @ojkindonesia, Pesan *Public Relations Campaign* tersebut memberikan informasi dan edukasi kepada *followers*-nya, diharapkan mampu mengubah pola pikiran dan

tindakan tentang bahayanya pinjaman *online* ilegal walaupun dapat diterima berbeda-beda oleh *followers*-nya.

Berdasarkan teori yang digunakan dan hasil penelitian yang telah dibuktikan bahwa pengaruh Pesan *Public Relations Campaign* memiliki 3 (tiga) dimensi dapat dilihat dari pernyataan pada variabel X di kuesioner penelitian. Hasil dari penelitian responden bahwa dimensi Pesan *Public Relations Campaign* antara lain, Kredibel, Relevan dan Mudah dipahami tergolong tinggi (Sangat Setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Pengaruh Pesan *Public Relations Campaign* #AwasiPinjolIlegal (X) sebesar 3,58 (pada tabel 4.36).

Pada dimensi Kredibel rata-rata responden menjawab baik sangat setuju dan setuju pada aspek pernyataan yang diajukan (pada tabel 4.6 – 4.10). Aspek-aspek Pesan *Public Relations Campaign* tersebut membahas dimensi Kredibel yaitu isi pesan *campaign* harus dapat dipercaya dengan bukti yang meyakinkan serta sesuai dengan fakta yang ada. Pada dimensi Relevan rata-rata responden menjawab baik sangat setuju dan setuju pada pernyataan yang diajukan (pada tabel 4.11 – 4.13). Aspek-aspek Pesan *Public Relations Campaign* tersebut membahas dimensi Relevan yaitu isi pesan *campaign* harus memiliki hubungan dengan situasi yang terjadi. Pada dimensi Mudah dipahami rata-rata responden menjawab baik sangat setuju dan setuju pada aspek pernyataan yang diajukan (pada tabel 4.14 – 4.17). Aspek-aspek Pesan *Public Relations Campaign* tersebut membahas dimensi Mudah dipahami yaitu isi pesan *campaign* harus dirancang dengan bahasa yang mudah dipahami oleh audiensi sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik dan tujuan dari pesan tersebut terpenuhi.

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (X) Pesan *Public Relations Campaign* pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah X1 dengan pernyataan “Akun Instagram @ojkindonesia

terverifikasi” yaitu sebesar 3,71 (pada tabel 4.36) karena akun Instagram yang dapat dipercaya adalah akun yang terverifikasi seperti OJK. OJK menggunakan sosial media khususnya Instagram sebagai media komunikasi berupa informasi dan edukasi untuk masyarakat, seperti *Public Relations Campaign #AwasPinjolIlegal*. Banyak akun-akun palsu yang mengatasnamakan OJK, oleh sebab itu masyarakat harus lebih berhati-hati supaya tidak mendapatkan informasi palsu mengatasnamakan akun OJK yang tidak terverifikasi.

#### **4.3.2 Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kewaspadaan Pinjaman *Online* Ilegal pada *Followers* Akun Instagram @ojkindonesia**

Kebutuhan informasi menurut Wilson (dalam jurnal Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*) (2018:357) adalah “Situasi faktual di mana ada koneksi internet yang tidak dapat dipisahkan dengan ‘informasi’ dan ‘kebutuhan’. Informasi berasal dan menghasilkan karena ada kebutuhan atau minat. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, OJK menanggapi kasus pinjaman *online* ilegal dengan memberikan informasi dan edukasi berupa *public relations campaign #AwasPinjolIlegal* melalui media sosial Instagram dengan akun @ojkindonesia, sehingga dapat dengan mudah ditemukan oleh *followers*-nya untuk memenuhi kebutuhan informasi terkait Kewaspadaan Pinjaman *Online* Ilegal.

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur Pemenuhan Kebutuhan Informasi memiliki 4 (empat) dimensi dapat dilihat dari pernyataan pada variabel Y di kuesioner penelitian. Hasil dari penilaian responden bahwa dimensi Pemenuhan Kebutuhan Informasi antara lain, *Current need approach*, *Everyday need approach*, *Exhaust need approach*, dan *Catching-up need approach* tergolong tinggi (Sangat Setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kewaspadaan Pinjaman *Online* Ilegal (Y) sebesar 3,53 (pada tabel 4.37).

Pada dimensi *Current need approach* rata-rata responden menjawab baik sangat setuju dan setuju pada aspek pernyataan yang diajukan (pada tabel 4.18 – 4.21). Aspek-aspek Pemenuhan Kebutuhan Informasi tersebut membahas dimensi *Current need approach* yaitu pendekatan terhadap penggunaan media yang mencari informasi untuk menambah atau memperluas pengetahuan. Pada dimensi *Everyday need approach* rata-rata responden menjawab baik sangat setuju dan setuju pada pernyataan yang diajukan (pada tabel 4.22 – 4.26). Aspek-aspek Pemenuhan Kebutuhan Informasi tersebut membahas dimensi *Every need approach* yaitu pendekatan pendekatan terhadap pengguna yang membutuhkan informasi secara cepat, spesifik dan rutin. Pada dimensi *Exhaust need approach* rata-rata responden menjawab baik sangat setuju dan setuju pada pernyataan yang diajukan (pada tabel 4.27 – 4.30). Aspek-aspek Pemenuhan Kebutuhan Informasi tersebut membahas dimensi *Exhaust need approach* yaitu pendekatan terhadap pengguna yang sangat bergantung terhadap informasi yang diperlukan. Pada dimensi *Catching-up need approach* rata-rata responden menjawab baik sangat setuju dan setuju pada aspek pernyataan yang diajukan (pada tabel 4.31 – 4.35). Aspek-aspek Pemenuhan Kebutuhan Informasi tersebut membahas dimensi *Catching-up need approach* yaitu pendekatan terhadap pengguna yang mencari perkembangan terbaru pada suatu informasi yang sesuai dengan kebutuhan.

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (Y) Pemenuhan Kebutuhan Informasi pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah Y4 dengan pernyataan “Melalui unggahan di Instagram @ojkindonesia dapat menambah informasi tentang langkah-langkah untuk melaporkan perusahaan pinjaman *online* ilegal kepada pihak yang berwajib” yaitu sebesar 3,63 (pada tabel 4.37) karena informasi dari OJK terkait langkah-langkah untuk melaporkan perusahaan pinjaman *online* ilegal kepada pihak yang wajib perlu diketahui oleh masyarakat termasuk *followers*-nya, supaya dapat melaporkan langsung kepada polisi apabila

sudah terlanjur menjadi korban pinjaman *online* yang ilegal atau bisa memberitahukan kepada keluarga atau kerabat terdekat terkait informasi dan edukasi dari OJK.

#### **4.3.3 Pengaruh Pesan *Public Relations Campaign* #AwasiPinjolIlegal terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kewaspadaan Pinjaman *Online* Ilegal**

Pernyataan pada Pesan *Public Relations Campaign* #AwasiPinjolIlegal (variabel X) dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kewaspadaan Pinjaman *Online* Ilegal (variabel Y) dalam penelitian ini memenuhi standar validitas atau memenuhi syarat valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Uji reliabilitas pada Pesan *Public Relations Campaign* #AwasiPinjolIlegal (variabel X) dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kewaspadaan Pinjaman *Online* Ilegal (variabel Y) menunjukkan nilai alpha hitung yang positif serta tingkat reliabilitas  $> 0,80$  s.d  $1,00$  (pada tabel 3.7 dan tabel 3.8), maka kuesioner variabel X sangat reliabel begitu juga dengan variabel Y sangat reliabel.

Untuk membuktikan adanya pengaruh Pesan *Public Relations Campaign* #AwasiPinjolIlegal terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kewaspadaan Pinjaman *Online* Ilegal maka dilakukan uji hipotesis terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu uji t. uji t bertujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi, kriteria pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima adalah nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Berdasarkan hasil perhitungan dari penelitian ini didapatkan nilai  $t_{hitung}$  17,177 yang lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1,661. Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara Pesan *Public Relations Campaign* #AwasiPinjolIlegal terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kewaspadaan Pinjaman *Online* Ilegal.

Berdasarkan perhitungan, besarnya pengaruh dapat dilihat dari perolehan R yang disebut juga sebagai koefisien korelasi. Maka dapat

dibaca R atau koefisien korelasi antara Pesan *Public Relations Campaign* #AwasiPinjolIlegal terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kewaspadaan Pinjaman *Online* Ilegal sebesar 0.875 yaitu antara 0,800 – 1,000 yang berarti hubungan atau korelasi antara variabel Pesan *Public Relations Campaign* sangat tinggi atau kuat sekali.

Sedangkan untuk perolehan nilai R square yaitu 0.766 yang artinya variabel Y dipengaruhi oleh variabel X, dalam penelitian ini Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kewaspadaan Pinjaman *Online* Ilegal dipengaruhi sebesar 76,6% sementara sisanya yaitu 23,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa *followers* Instagram @ojkindonesia merasa bahwa Pesan *Public Relations Campaign* #AwasiPinjolIlegal yang dilakukan OJK dapat mempengaruhi seseorang untuk Pemenuhan Kebutuhan Informasi terkait Kewaspadaan Pinjaman *Online* Ilegal.