

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGETAHUAN
TENTANG QUICK REPOSE CODE INDONESIAN STANDARD
(QRIS)**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas
Muhammadiyah Mataram)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persaratan Sarjana Strata Satu (1) Program Studi
Adminstrasi Bisnis (Perbankan), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram



Oleh :

NELY MAOPIZA

2020B1C023

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI PERBANKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
MATARAM 2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGETAHUAN
TENTANG QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD
(QRIS)**

Oleh :

NELY MAO'IZA

Untuk memenuhi Ujian Skripsi

Menyetujui

Pembimbing

Pembimbing I

Lalu Hendra Maniza, S. Sos., M.M.
NIDN. 0828108404

Pembimbing II

Drs. Ismail, M. M
NIDN. 08914110021

Mengetahui..

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

Lalu Hendra Maniza, S. Sos., M.M.
NIDN : 0828108404

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGETAHUAN TENTANG QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS)

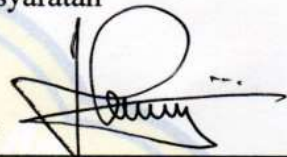
Oleh :

NELY MAO'IZA

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 6 februari 2024
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan


Tim Penguji

Lalu Hendra Maniza, S.Sos., M.M.
NIDN. 0828108404




PU

Drs. Ismail, M. M
NIDN. 08914110021



PP

Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 0806066801



PN

Mengetahui..,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 0806066801

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik baik di UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM maupun di Perguruan Tinggi lainnya, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam Naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (SARJANA) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal25 ayat 2 dan pasal 70).

Mataram, Januari 2024

Mahasiswa,



Nely Mao'iza

2020B1C023



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nely Madi'za
NIM : 2020B1C023
Tempat/Tgl Lahir : Gondang / 05-12-2001
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
No. Hp : 087 800 219 953
Email : maorizanelyos@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengetahuan Tentang
Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS).

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 48%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya **bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 26 Februari 2024

Penulis



Nely Madi'za
NIM. 2020B1C023

Mengetahui,
Kepala UPT Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.Aud
NIDN. 0802048904

*pilih salah satu yang sesuai



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nely ma'iza
 NIM : 2020B1023
 Tempat/Tgl Lahir : Gondang / 05-12-2001
 Program Studi : Administrasi Bisnis
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 No. Hp/Email : 087 800 219 983
 Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengetahuan Tentang Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 26 Februari2024
 Penulis



Nely ma'iza
 NIM. 2020B1023

Mengetahui,
 Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.
 NIDN. 0802048904

MOTTO

“Kesuksesan bukan tentang mengalahkan orang lain, tapi tentang menjadi versi terbaik dirimu sendiri”



PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan dengan rasa cinta dan hormat kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta,

Bapak (Mauzun) dan Ibu (Jumiati)

Atas kasih sayang, pengorbanan, doa, dan dukungan yang tiada henti dalam hidupku. Terima kasih telah menjadi sumber kekuatan dan inspirasiku dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Alamamterku tercinta,

(Universitas Muhammadiyah Mataram)

Atas ilmu pengetahuan, bimbingan, dan kesempatan yang di berikan untukku untuk belajar dan berkembang. Terima kasih atas semua pengalaman berharga yang telah kudapatkan selama menempuh pendidikan di sini.

3. Dosen Pembimbing Skripsiku,

Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos., M.M dan Bapak Drs. Ismail,
MM

Atas kesabaran, bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berharga dalam penyelesaian skripsi ini. Terimakasih atas waktu dan dedikasinya untuk membantuku mencapai tujuan ini.

4. Teman-teman seperjuanganku,

(Gina, Putri, Yeyen, Rina, Aeni, Yani, Dika, Alimi, Hawari, Anang)

Atas persahabatan, dukungan, dan semangatnya selama masa perkuliahan. Terima kasih atas tawa, canda, dan momen-momen indah yang telah kita lalui bersama.

5. semua pihak yang telah membantu

Baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas doa, dukungan, dan kontribusinya yang sangat berarti.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua orang yang membacanya.

Hormat dan cintaku,

(Nely mao'iza)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh Alhamdulillah rabbi alamin, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena atas berkat rahmat, hidayahya, yang mana dalam penyelesaian skripsi ini penulis selalu diberikan kesehatan dan kekuatan, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Kemudian shalawat dan salam semoga tetap telimpah kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya kejalan yang benar dan dapat dirasakan manifestasinya dalam wujud Imam, Islam dan amal nyata yang shalih likulli zaman wa makan.

Skripsi ini penulis beri judul **“Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengetahuan Tentang Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS)”** Kemudian dalam penyelesaian skripsi ini, penulis akui ada sedikit hambatan dan rintangan yang penulis temui baik dalam pengumpulan data maupun dalam penyusunannya. Dan berkat adanya bantuan dari berbagai pihak, terutama bantuan dan bimbingan yang diberikan oleh pembimbing satu dan pembimbing dua. Maka skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, hal yang pantas penulis ucapkan adalah kata terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu penyelesaian proposal skripsi ini, terutama sekali kepada Yang Terhormat:

1. Bapak Drs. Abdul Wahab, MA. (Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram)
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si. (Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik)
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM. (Selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis)
4. Ibu Selva, SE., M.Sc. (Selaku Sekretaris Progran Studi Ilmu Administrasi Bisnis)

5. Bapak Abdul Hafiz, S.Sos.I., M.Pd.I. (Selaku Dosen Pembimbing Akademik)
6. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM. (Selaku Dosen Pembimbing satu)
7. Bapak Drs. Ismail.M.M. (Selaku Dosen Pembimbing dua)
8. Bapak Kepala Perpustakaan serta Pegawai Perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Orang Tua Tercinta Bapak Mauzun dan Ibu Jumiati yang selalu memberikan doa dan dukungannya bagi penulis agar menyelesaikan proposal skripsi ini dengan tepat waktu.
10. Saudara dan Saudari Kandung Penulis yaitu adek Hesti Amalia dan adek Muhammad Rasyid Tauhid. Yang senantiasa selalu mendoakan dan memberi semangat kepada penulis.
11. Teman-teman Tercinta penulis yaitu Putri Merdikna Raturain, Dende Gina Safitri, Yeyen Puja Wardani, Rina Seftiya Efendi, Mulya Septiyani, teman-teman kelompok KKN 2023, dan yang Terkhusus pacar tercinta penulis yaitu Wiwin Handika Saputra yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan semangat, dorongan, dan doa kepada penulis setiap saat.

Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Di samping itu, penulis menyadri bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya diharapkan kepada semua pihak untuk dapat memberikan kontribusi pemikiran demi perbaikan skripsi ini. Kepada Allah SWT kita mohon ampunan-Nya, dan kepada manusia kita memohon maafannya. Semoga amal kebajikan kita dinilai seimbang oleh Allah SWT.

Mataram , September 2023

Penulis

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGETAHUAN
TENTANG QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN
STRANDARD (QRIS)**

Nely Mao'iza

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi, khususnya internet, mempengaruhi evolusi teknologi dan bisnis. Perusahaan dan pelaku bisnis menanggapi dengan inovasi dan model bisnis baru yang didukung oleh layanan menarik. Transformasi digital mendorong pengusaha mengadopsi teknologi inovatif dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Salah satu dampaknya adalah munculnya uang elektronik sebagai opsi pembayaran yang efisien dan aman tanpa kontak. Bank Indonesia mendukung penggunaan uang elektronik melalui regulasi dan QRIS sebagai standar pembayaran non-tunai. QRIS mempermudah transaksi, meningkatkan efisiensi, dan mencegah penyalahgunaan uang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh media sosial terhadap pengetahuan tentang Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Mataram. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang disebar kepada responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pengetahuan tentang QRIS. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa media sosial memberikan akses yang lebih mudah dan cepat dalam memperoleh informasi tentang QRIS. Temuan ini memiliki implikasi penting dalam mengembangkan strategi pemasaran dan edukasi tentang QRIS melalui media sosial. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pemahaman lebih lanjut tentang pengaruh media sosial dalam penyebaran pengetahuan tentang QRIS di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci: Media Sosial, Pengetahuan Mahasiswa, Pembayaran QRIS

THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA ON KNOWLEDGE ABOUT THE QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STRANDARD (QRIS)

Nely Mao'iza

ABSTRACT

The advancement of information technology, particularly the internet, influences the evolution of technology and business. Companies and businesses respond with innovation and new business models supported by attractive services. Digital transformation drives entrepreneurs to adopt innovative technology and gain competitive advantages. One of the impacts is the emergence of electronic money as an efficient and secure contactless payment option. Bank Indonesia supports the use of electronic money through regulations and QRIS as a non-cash payment standard. QRIS facilitates transactions, improves efficiency, and prevents misuse of money.

This research aims to identify the influence of social media on knowledge about the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) among students of the Faculty of Social and Political Sciences, Muhammadiyah University of Mataram. The research method used is a case study using primary data obtained through questionnaires distributed to respondents.

The results show that the use of social media has a significant influence on knowledge about QRIS. Furthermore, this research also found that social media provides easier and faster access to information about QRIS. These findings have important implications for developing marketing strategies and education about QRIS through social media. This research contributes to a better understanding of the influence of social media on the dissemination of knowledge about QRIS among students.

Keywords: *Social Media, Student Knowledge, QRIS Payments*



DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| COVER | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN ORISISINALITAS | iv |
| SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME | v |
| SURAT PERNYATA PUBLIKASI KARYA ILMIAH | vi |
| MOTTO | vii |
| PERSEMBAHAN | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| ABSTRAK | xi |
| ABSTRACT | xii |
| DAFTAR ISI | xiii |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR GAMBAR | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian..... | 7 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian..... | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 8 |
| 2.2 Konsep Teori..... | 10 |
| 2.2.1 Pengetahuan Tentang QRIS | 10 |
| 2.2.1.1 Qris | 10 |
| 2.2.1.2 Pengetahuan | 15 |
| 2.2.2 Media Sosial..... | 17 |
| 2.3 Hipotesis..... | 32 |
| 2.4 Kerangka Berfikir..... | 32 |

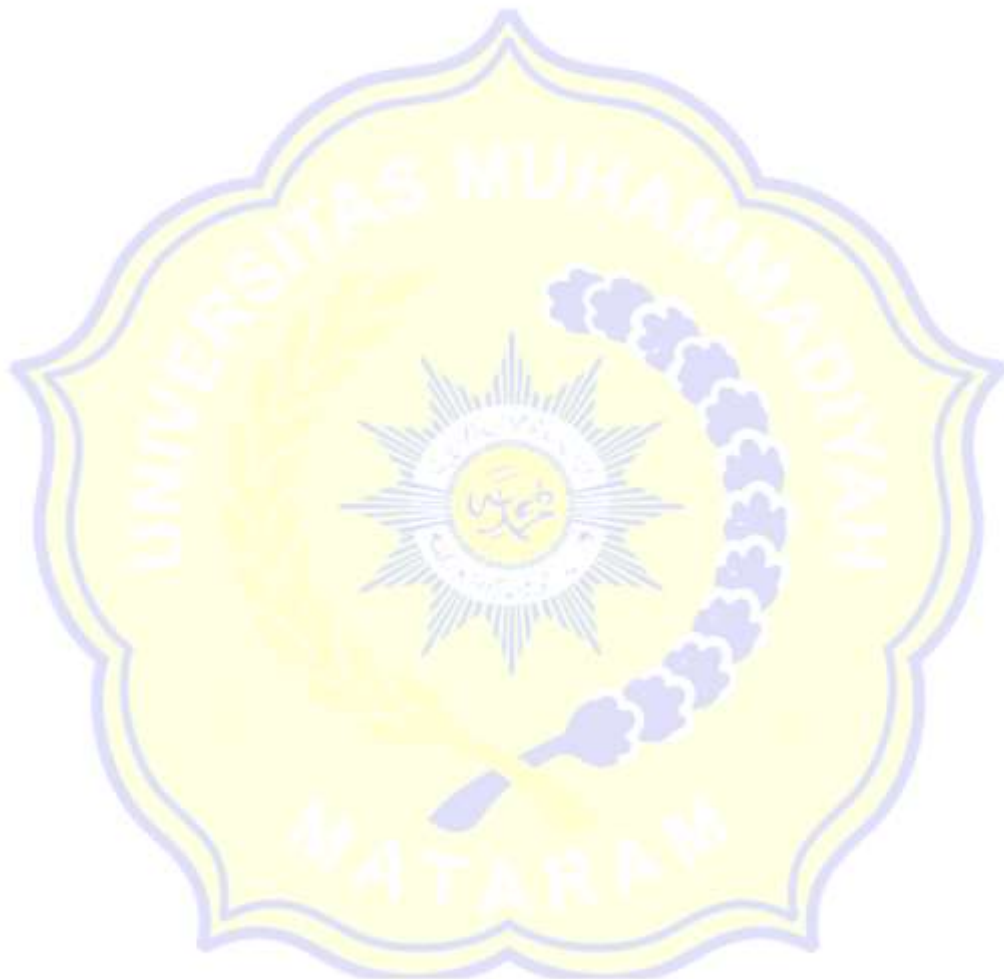
| | |
|--|-----------|
| BAB III METODE PENELITIAN | 34 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 34 |
| 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 34 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data | 34 |
| 3.3.1 Jenius..... | 34 |
| 3.3.2 Sumber data | 35 |
| 3.4 Populasi dan Sampel | 36 |
| 3.4.1 Populasi..... | 36 |
| 3.4.2 Sampel..... | 36 |
| 3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional | 38 |
| 3.5.1 Variabel Penelitian..... | 38 |
| 3.5.2 Definisi Operasional | 39 |
| 3.6 Skala Pengukuran..... | 40 |
| 3.7 Teknik Pengumpulan Data | 40 |
| 3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas data..... | 41 |
| 3.9 Teknik Analisis Data..... | 42 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 45 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 45 |
| 4.1.1 Karakteristik Responden..... | 45 |
| 4.1.2 Uji Validasi dan Reliabilitas..... | 46 |
| 4.1.3 Distribusi Frekuensi Jawaban..... | 49 |
| 4.1.4 Analisis Regresi Sederhana | 59 |
| 4.1.5 Uji Hipotesis | 60 |
| 4.1.6 Koefisien Determinasi | 61 |
| 4.2 Pembahasan..... | 61 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 64 |
| 5.1 Kesimpulan | 64 |
| 5.2 Saran | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 7 |
| Tabel 2.2 Perbedaan Transaksi Sebelum dan Sesudah QRIS | 10 |
| Tabel 3.1 Data Jumlah Populasi Responden | 34 |
| Tabel 3.5 Operasional Variabel | 36 |
| Tabel 3.6 Skala Likert untuk Instrumen | 38 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama | 43 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 44 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 44 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan | 45 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Validasi Variabel Pengetahuan QRIS (Y) | 46 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validasi Variabel Media Sosial (XI) | 47 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen & Dependen..... | 48 |
| Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Media Sosial (X) | 49 |
| Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengetahuan QRIS(X)..... | 55 |
| Tabel 4.10 Hasil Pengujian Regresi Linear Sederhana | 60 |
| Tabel 4.11 Hasil Pengujian Hipotesis..... | 61 |
| Tabel 4.12 Hasil Analisis Koefisien Determinasi | 62 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Data Tren Pengguna Internet dan Media sosial di Indonesia Tahun 2021..... | 2 |
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir | 30 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Internet telah menjadi sebuah realitas yang tak terhindarkan, bahkan telah meresap ke dalam berbagai aspek kehidupan. Pemanfaatannya tidak terbatas pada batasan waktu, usia, atau latar belakang individu (Parinda et.al, 2023). Perkembangan dan pemanfaatan internet telah memberikan dampak signifikan pada evolusi teknologi, yang kini mengalami perubahan besar di berbagai sektor, termasuk dalam ranah bisnis. Fenomena ini telah menciptakan gelombang yang memunculkan terbentuknya perusahaan-perusahaan baru, inovasi terbaru, serta model-model bisnis baru yang bersumber dari kemajuan teknologi. Teknologi informasi dapat diartikan sebagai kumpulan alat dan sistem yang diterapkan oleh sebuah organisasi untuk menghasilkan, memproses, dan menyebarkan informasi dalam berbagai bentuk (Avriyanti, 2022). Seiring kemunculan teknologi-teknologi terbaru, perusahaan dan pelaku bisnis merespon dengan inovasi dalam merancang model bisnis yang menarik, didukung oleh layanan yang memiliki daya tarik tinggi. Tingginya jumlah pesaing menjadi pertimbangan serius bagi para pengusaha yang hendak memasuki arena persaingan yang sangat sengit.

Transformasi digital dalam dunia bisnis mendorong para pengusaha untuk menggagas serta mengadopsi teknologi inovatif dan model bisnis guna meraih keunggulan kompetitif. Sementara itu, mereka juga perlu secara cermat mengevaluasi aspek biaya, manfaat, dan potensi ancaman yang terkait dengan perubahan tersebut (Banjarnahor et al, 2022). Dengan menerapkan proses bisnis secara digital dalam ranah daring, perusahaan modern berusaha meningkatkan nilai yang diberikan kepada pelanggan. Ini terjadi dalam konteks meningkatnya permintaan akan produk dan layanan yang lebih baik, sekaligus upaya untuk menginternasionalisasi pasar. Langkah ini

dilatarbelakangi oleh potensi Indonesia dalam mengembangkan teknologi, yang terbuka lebar karena laju inovasi yang cepat, yang pada gilirannya mengakibatkan perubahan signifikan di berbagai aspek kehidupan di dalam negeri. Fenomena ini tercermin dalam pertumbuhan yang pesat pada jumlah pengguna internet dan media sosial di Indonesia.



Gambar 1.1

Data Tren Pengguna Internet dan Media sosial di Indonesia Tahun 2021

Sumber: *Internet World Stats*

Data di atas mencerminkan bahwa kemajuan teknologi berkembang dengan sangat cepat, dan perkembangan ini secara konsisten memberikan dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan manusia. Di sektor manufaktur, transformasi digital sering dikaitkan dengan konsep "Industri 4.0", yang terdiri dari inovasi teknologi seperti otomatisasi, *Internet of Things*, *Big Data*, *Cyber-Physical Systems*, teknologi awan (*cloud*) dan penerapan konsep pabrik pintar (*smart factory*) merupakan inovasi yang sangat relevan dalam meningkatkan efisiensi proses manufaktur. (Rochmawati et.al, 2023). Salah satu dampak signifikan dari kemajuan teknologi terlihat dalam sektor keuangan, di mana masyarakat kini dapat melakukan transaksi dengan menggunakan uang elektronik sebagai alternatif pengganti uang tunai yang biasanya menjadi media transaksi utama.

Pandemi telah memodifikasi kebiasaan masyarakat terutama dalam melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai, hal ini dilakukan untuk

mengurangi risiko penularan virus corona yang dapat melekat pada uang kertas, kartu kredit, atau kartu lainnya. Organisasi Kesehatan Dunia, *World Health Organisation* (WHO) menganjurkan masyarakat untuk menerapkan pembayaran tanpa kontak (*contactless payment*), dimana interaksi langsung dengan pembayaran tunai diminimalkan dengan menggunakan metode transaksi elektronik, seperti *e-money* (Rivani & Rio, 2021).

Dampak perkembangan teknologi dalam sistem pembayaran terakhir ini adalah munculnya instrument pembayaran yang dikenal dengan uang elektronik (*electronic money/e-money*) dan uang virtual (*virtual money*) (Abiba & Indrarini, 2021). Uang elektronik muncul sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan akan instrumen pembayaran mikro yang dapat melaksanakan transaksi dengan cepat dan biaya yang terjangkau. Dengan nilai uang yang tersimpan, instrumen ini dapat diakomodasi dalam suatu media tertentu yang memungkinkan akses yang cepat secara offline, sambil tetap menjaga keamanan dan efisiensi biaya. (Pitryani et.al, 2022).

Kemunculan uang elektronik juga didorong oleh regulasi Bank Indonesia, khususnya Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 dan Nomor 16/8/PBI/2014. Peraturan ini menjadi salah satu pendukung utama dari agenda Bank Indonesia untuk mendorong masyarakat mengurangi penggunaan uang tunai (*less cash society*). Di Republik Indonesia, pada tanggal 1 Januari 2020, Bank Indonesia (BI) memberlakukan kewajiban bagi seluruh penyedia layanan pembayaran non-tunai untuk menggunakan sistem QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard). (*Quick response code Indonesian standard*) (Aryawati et.al, 2022).

QRIS adalah standar QR Code yang digunakan untuk melakukan pembayaran melalui aplikasi uang elektronik berbasis server, dompet elektronik, atau layanan perbankan berbasis ponsel (*mobile banking*) (Atmaja et.al, 2023). Dengan hadirnya QRIS, para pedagang dapat melakukan transaksi atau pembayaran non tunai dengan lebih efisien. Herawanto, Kepala Kantor Bank Indonesia Jawa Barat, menyatakan bahwa selama masa pandemi, penggunaan QRIS di provinsi Jawa Barat mengalami peningkatan signifikan

dibandingkan dengan kondisi normal. Ia mencatat bahwa jumlah pedagang yang menggunakan QRIS meningkat menjadi 741.140 pada Mei 2020, sementara pada Maret 2020, hanya terdapat 612.883 pedagang yang menggunakan QRIS. Hal ini menunjukkan peningkatan sebesar 20,92% dalam rentang waktu Maret hingga Mei 2020 (Widowati & Khusaeni, 2022).

Melalui sistem pembayaran nontunai menggunakan QR Code, transaksi antara penjual dan pembeli menjadi lebih praktis dengan melakukan pemindaian kode yang telah diberikan oleh penjual. Dengan adanya metode ini, penjual tidak perlu lagi menghadapi kesulitan mencari uang dengan denominasi kecil untuk memberikan kembalian kepada pembeli. Di sisi lain, pembeli juga tidak perlu repot membawa uang tunai saat melakukan pembelian. Hal ini mengoptimalkan proses transaksi dan mengurangi kerepotan baik bagi penjual maupun pembeli (Putri & Radiman, 2022). Pembayaran nontunai juga berperan dalam mencegah penjual dari menerima uang palsu selama proses transaksi. Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti dari seorang pedagang di sekitar area kampus Universitas Muhammadiyah Mataram, keberadaan QRIS secara signifikan memudahkan dan mempercepat proses transaksi. Pedagang tersebut menekankan bahwa tidak lagi diperlukan upaya mencari uang dengan denominasi kecil untuk memberikan kembalian kepada pembeli. Selain itu, penjual juga menyatakan bahwa QRIS membuat transaksi menjadi lebih sederhana, meningkatkan efisiensi dan kesederhanaan dalam pelaksanaan transaksi.

Fenomena ini menggambarkan bahwa penggunaan QRIS mencakup juga pada lingkungan akademis, khususnya di kalangan mahasiswa. Melalui standar Quick Response Indonesia (QRIS), Bank Indonesia memberikan kemudahan dan percepatan dalam transaksi nontunai bagi mahasiswa. Dengan demikian, mahasiswa dapat menghindari kebutuhan membawa uang tunai dalam jumlah besar, karena mereka dapat memanfaatkan uang elektronik yang disimpan di ponsel mereka. Mitra QRIS, seperti toko, kafe, UMKM, serta berbagai kegiatan ekonomi lainnya, dapat diakses secara digital dari berbagai lokasi. Pendekatan ini tidak hanya mengurangi kekhawatiran terkait

pengembalian uang yang tidak sesuai, tetapi juga berkontribusi dalam menekan penyebaran uang palsu. Selain itu, hal ini sejalan dengan upaya pemerintah untuk mendorong masyarakat Indonesia menuju era transaksi non tunai yaitu *Cashless Society*.

Peningkatan penggunaan QRIS dapat terlihat dari sejumlah besar iklan yang mengedepankan kelebihan dan kemudahan dalam proses pembayaran melalui QRIS di platform media sosial. Fenomena ini konsisten dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Nurdin dkk. (2021), yang mengindikasikan bahwa media sosial memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan pengetahuan mengenai QRIS, yang pada gilirannya memengaruhi peningkatan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran. Adanya kampanye informasi dan promosi di media sosial membantu menyebarkan pemahaman tentang keuntungan QRIS, yang berkontribusi pada penerimaan yang lebih luas dan aktif dalam masyarakat terhadap penggunaan teknologi pembayaran non tunai ini.

Prinsip dasar media sosial melibatkan perkembangan mutakhir dari teknologi web berbasis internet. Ini memberikan kemudahan kepada semua orang untuk berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi, dan membentuk jaringan secara online, memungkinkan penyebaran konten secara mandiri. Media sosial adalah kumpulan alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak dapat diakses oleh masyarakat umum. Dengan adanya media sosial, individu dapat terlibat dalam dialog dan berbagi informasi secara instan, menciptakan lingkungan di mana kolaborasi dan keterlibatan secara online menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari (Liedfray et.al, 2022).

Perkembangan media sosial saat ini telah menjadi sarana interaksi dengan orang lain dan dimanfaatkan untuk memperluas jaringan sosial. Interaksi antar individu melalui platform media sosial menjadikan media sosial sebagai alat yang sangat bermanfaat bagi dunia bisnis. Banyak perusahaan mengadopsi media sosial sebagai wadah potensial untuk memasarkan dan menjual produk

mereka. Dalam era perdagangan sosial yang berkembang, semakin banyak individu yang memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk mempromosikan dan mengembangkan bisnis mereka. (Rahayu & Baridwan, 2020). Beberapa langkah terus diambil, termasuk perluasan ekosistem QRIS, pemanfaatan big data, implementasi aplikasi API (*Application Programming Interface*), dan penguatan pengawasan terhadap kecurangan dan ancaman siber pada transaksi pembayaran digital (Dylan Trotsek, 2020). Dalam mendukung perkembangan e-commerce, keberadaan sistem pembayaran berbasis internet (*internet payment system*) menjadi suatu kebutuhan esensial. Sistem ini mengubah cara pembayaran yang awalnya bersifat tradisional atau manual menjadi proses pembayaran yang dapat dilakukan secara online.

Penelitian ini ingin menguji tentang pengaruh media sosial terhadap tingkat pengetahuan terkait QRIS pada mahasiswa, dimana semakin banyaknya mahasiswa yang menggunakan metode pembayaran QRIS yang otomatis tingkat pengetahuan mereka terkait QRIS ada pada tahap yang cukup untuk bisa menggunakannya dalam kegiatan sehari-hari. Kebaruan dalam penelitian ini adalah menguji dampak media sosial dengan tingkat pengetahuan yang dimiliki mahasiswa khususnya pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram sekaligus untuk mengetahui gambaran penggunaan aplikasi QRIS pada mahasiswa. Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut perihal fenomena yang terjadi dengan judul “Pengaruh Media Sosial terhadap Pengetahuan tentang *Quick response code Indonesian standard* (qris) terhadap Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, “Apakah terdapat pengaruh media sosial terhadap pengetahuan tentang *quick response code Indonesian standard* (qris) pada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas Muhammadiyah Mataram?”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh media sosial terhadap pengetahuan tentang *quick response code Indonesian standard* (qris) terhadap mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas Muhammadiyah Mataram.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Aspek Teoritis

Menurut manfaat bagi ilmu pengetahuan, hasil penelitian ini diharapkan bisa melengkapi data dari hasil-hasil penelitian tentang pengaruh media sosial terhadap pengetahuan tentang *quick response code Indonesian standard* (qris).

2. Aspek Praktis

a. Untuk kalangan mahasiswa

Untuk kalangan mahasiswa, penelitian ini diharapkan bisa sebagai data dasar penggunaan Qris dan media sosial yang benar.

b. Untuk peneliti

Untuk peneliti, dapat menambah wawasan tentang gambaran pengetahuan dasar penggunaan Qris dan media sosial.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

| No. | Nama dan Tahun | Judul | Hasil |
|-----|------------------------------------|--|---|
| 1. | Nurdin, Restiti, dan Amalia (2021) | Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengetahuan Tentang Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap pemerolehan pengetahuan tentang QRIS. Hal ini dinyatakan berdasarkan hasil uji SPSS 21 dengan nilai Fhitung sebesar 109.066 > Ftabel 3,95, dan nilai signifikansi (Sig) ,000 < 0,05 dengan nilai dapat disimpulkan bahwa secara simultan variable Media sosial (X) berpengaruh signifikan terhadap Pengetahuan tentang QRIS (Y). Dengan demikian media sosial telah menjadi sarana yang efektif dalam pemerolehan pengetahuan baru seperti QRIS. |
| 2. | Agustina & Musmini (2022) | Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan Penggunaan, | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan, kemudahan penggunaan, dan kredibilitas secara parsial berpengaruh positif dan |

| | | | |
|----|--|--|--|
| | | <p>dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan <i>Quick response code Indonesian standard</i> (QRIS)</p> | <p>signifikan terhadap minat penggunaan QRIS.</p> |
| 3. | Basmantra & Liman (2022) | <p><i>Quick response code Indonesian standard</i> (QRIS) Educational Activities Through Socialization to Increase Knowledge and Interest in Use by the Community in Dauh Puri Kaja Village</p> | <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan masyarakat tentang penggunaan QRIS bertambah dengan seiring program-program yang dibuat seperti sosialisasi, distribusi poster dan meningkatkan bantuan langsung pada masyarakat</p> |
| 4. | Satyadharma, Tangkudung, Merentek (2021) | <p>Efektivitas Iklan Layanan QRIS Melalui Instagram Pada</p> | <p>Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa iklan layanan QRIS yang dipromosikan melalui Instagram berada pada kategori efektif karena responden sudah sadar dengan</p> |

| | | | |
|----|-------------------------------|---|---|
| | | Masyarakat | hadirnya layanan QRIS, kemudian mereka sudah mencoba layanan QRIS, dan akhirnya di dapati responden percaya dalam menggunakan layanan QRIS dan hasilnya responden menggunakannya secara terus-menerus. |
| 5. | Azzahroo & Estiningrum (2021) | Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Teknologi Pembayaran | Hasil penelitian ini menunjukkan ekspektasi kinerja dan kondisi yang memfasilitasi memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan QRIS sebagai teknologi pembayaran. Ekspektasi usaha dan pengaruh sosial bukanlah prediktor signifikan yang mempengaruhi minat menggunakan QRIS. |

2.2 Konsep Teori

2.2.1 Pengetahuan tentang QRIS

2.2.1.1 QRIS

1. Definisi

QRIS, singkatan dari *Quick Response Code Indonesian Standard* (dibaca KRIS), merupakan integrasi berbagai jenis QR Code yang berasal dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP), yang diimplementasikan melalui penggunaan QR Code. (Nainggolan et.al,

2022). QRIS merupakan hasil pengembangan dari industri sistem pembayaran bekerja sama dengan Bank Indonesia, bertujuan untuk mempermudah, mempercepat, dan menjaga keamanan dalam proses transaksi dengan QR Code (Pracoyo et.al, 2022). Seluruh Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang akan menggunakan QR Code Pembayaran diwajibkan untuk mengadopsi standar QRIS ini.

Tabel 2.2

Perbedaan Transaksi Sebelum dan Sesudah QRIS

| Metode Transaksi Sebelum QRIS | Metode Transaksi Sesudah QRIS |
|---|---|
| Pedagang perlu menyediakan berbagai aplikasi pembayaran di tempat usahanya. Konsumen yang melakukan pembayaran non-tunai harus memastikan bahwa aplikasi pembayaran yang mereka gunakan tersedia di pedagang tersebut. Hal ini menciptakan fleksibilitas dalam metode pembayaran dan memastikan ketersediaan opsi yang sesuai antara konsumen dan pedagang. | Pedagang tidak perlu mempersiapkan banyak aplikasi pembayaran; mereka hanya perlu menyediakan satu QR Code di tokonya. QR Code ini dapat di-scan oleh mahasiswa/i menggunakan berbagai aplikasi pembayaran yang ada di smartphone mereka. Pendekatan ini memudahkan transaksi tanpa memerlukan kehadiran berbagai aplikasi, meningkatkan kenyamanan konsumen, dan menyederhanakan proses pembayaran di toko tersebut. |

Sumber: www.bi.go.id

Bank Indonesia meresmikan standar Quick Response (QR) Code untuk pembayaran melalui aplikasi uang elektronik berbasis server, dompet elektronik, atau mobile banking yang dikenal sebagai QR Code Indonesian Standard. Peluncuran ini dilakukan pada tanggal 17 Agustus

2019 di Jakarta, bertepatan dengan Hari Ulang Tahun ke-74 Kemerdekaan Republik Indonesia (Sekarsari et al., 2021). Inisiatif QRIS merupakan salah satu langkah implementasi dari Visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025, yang telah diumumkan pada bulan Mei 2019. Rincian terkait QRIS dapat diakses pada surat edaran No. 21/16/PADG/2019 mengenai Implementasi Standar Nasional Quick Response Code untuk Pembayaran.

2. Visi Sistem Pembayaran Tahun 2025

Adapun visi bank Indonesia sistem pembayaran non-tunai dengan menggunakan jasa produk QRIS sebagai berikut (Atmaja & Paulus, 2022):

- a. SPI (Sistem Pembayaran Indonesia) 2025 mendukung integrasi Pada tahun 2025, Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) akan secara aktif memfasilitasi integrasi ekonomi keuangan digital di tingkat nasional. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa peran bank sentral dalam mengelola proses peredaran uang, merancang kebijakan moneter, dan menjaga stabilitas sistem keuangan tetap terjamin. SPI juga akan berperan penting dalam mendukung upaya inklusi keuangan untuk memastikan akses ke layanan keuangan lebih luas bagi masyarakat.
- b. Tahun 2025, Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) akan memastikan adanya keterkaitan yang erat antara industri finansial teknologi (Fin-tech) dan sektor perbankan. Langkah ini diambil untuk mencegah potensi risiko yang terkait dengan praktik shadow-banking melalui pengaturan teknologi digital, seperti Application Programming Interface (API), kerjasama bisnis, dan kepemilikan perusahaan. Dengan demikian, SPI berperan sebagai penjaga ketat untuk mengawasi dan mengelola integrasi ini guna menjaga stabilitas dan keamanan dalam sistem keuangan nasional.
- c. Pada tahun 2025, Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) akan memastikan adanya keterhubungan yang erat antara industri

finansial teknologi (Fin-tech) dan sektor perbankan. Tindakan ini diambil untuk mencegah risiko potensial terkait praktik shadow-banking dengan menggunakan pengaturan teknologi digital, seperti Application Programming Interface (API), kerjasama bisnis, dan kepemilikan perusahaan. Dengan demikian, SPI akan berfungsi sebagai penjaga ketat untuk mengawasi dan mengelola integrasi ini guna memastikan stabilitas dan keamanan dalam sistem keuangan nasional.

- d. SPI (Sistem Pembayaran Indonesia) 2025 menjamin keseimbangan antara inovasi dengan consumers protection, integritas dan stabilitas serta persaingan usaha yang sehat melalui penerapan KYC (*Know Your Costumer*) & AML (*Anti Money Laundering*) – (*And Counter Financing of Laundering*), kewajiban keterbukaan untuk data, informasi, bisnis publik dan penerapan *reg-tech* & *sup-tech* dalam kewajiban pelaporan, regulasi dan pengawasan.
- e. SPI 2025 bertekad untuk menjamin kepentingan nasional dalam ranah ekonomi keuangan digital lintas negara dengan mewajibkan pemrosesan seluruh transaksi domestik di dalam negeri. Kerjasama antara penyelenggara asing dan domestik diupayakan dengan memperhatikan prinsip resiprokalitas.

3. Jenis-Jenis Pembayaran Menggunakan QRIS

Dari laman bank Indonesia dijelaskan bahwa terdapat tiga jenis pembayaran dalam menggunakan QRIS, yaitu (<https://www.bi.go.id/QRIS/>):

a. Merchant Presented Mode (MPM) Statis

Proses penggunaan QRIS MPM Statis sangatlah mudah. Pedagang hanya perlu menampilkan satu stiker atau print-out QRIS, dan ini dapat dilakukan secara gratis. Pengguna hanya perlu melakukan pemindaian kode QR, memasukkan jumlah

pembayaran, memasukkan PIN, dan mengklik tombol bayar. Pihak pengguna dan pedagang akan langsung menerima notifikasi mengenai transaksi tersebut. QRIS MPM Statis merupakan solusi yang sangat sesuai untuk usaha mikro dan kecil, memberikan kemudahan tanpa memerlukan investasi besar dalam infrastruktur pembayaran.

b. *Merchant Presented Mode (MPM) Dinamis*

Penerbitan QR dilakukan melalui suatu perangkat, seperti mesin EDC atau smartphone. Proses ini melibatkan langkah-langkah di mana pedagang memasukkan nominal pembayaran terlebih dahulu, dan selanjutnya pelanggan melakukan pemindaian QRIS yang ditampilkan atau tercetak. QRIS MPM Dinamis sangat cocok untuk pedagang skala usaha menengah dan besar, terutama bagi mereka yang memiliki volume transaksi yang tinggi. Sistem dinamis ini memungkinkan pengaturan nominal pembayaran yang lebih fleksibel, sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik transaksi yang lebih kompleks pada usaha yang lebih besar.

c. *Customer Presented Mode (CPM)*

Pelanggan hanya perlu menampilkan QRIS dari aplikasi pembayaran mereka untuk dipindai oleh pedagang. QRIS CPM lebih difokuskan pada pedagang yang membutuhkan tingkat kecepatan transaksi tinggi, seperti penyedia layanan transportasi, layanan parkir, dan ritel modern. Sistem ini dirancang untuk memfasilitasi transaksi yang cepat dan efisien, sangat sesuai dengan kebutuhan bisnis yang beroperasi dengan tingkat volume transaksi yang tinggi dan membutuhkan ketepatan waktu dalam pelaksanaannya.

4. Manfaat QRIS

Dalam laman bank Indonesia, terdapat beberapa manfaat dari standarisasi QR Code dengan QRIS, diantaranya (<https://www.bi.go.id/QRIS/>):

- a. Bagi pengguna aplikasi pembayaran
 - 1) Cepat dan kekinian
 - 2) Tidak perlu repot lagi membawa uang tunai
 - 3) Tidak perlu pusing memikirkan QR siapa yang terpasang
 - 4) Terlindungi karena semua PJSP penyelenggara QRIS sudah pasti memiliki izin dan diawasi oleh bank Indonesia.
- b. Bagi Merchant/Toko
 - 1) Penjualan berpotensi meningkat karena dapat menerima pembayaran berbasis QR apapun
 - 2) Meningkatkan branding
 - 3) Kekinian
 - 4) Lebih praktis karena cukup menggunakan satu QRIS
 - 5) Mengurangi biaya pengelolaan kas
 - 6) Tidak perlu menyediakan uang kembalian
 - 7) Transaksi tercatat otomatis dan bisa dilihat setiap saat
 - 8) Terpisahnya uang untuk usaha dan personal
 - 9) Memudahkan rekonsiliasi dan berpotensi mencegah tindak kecurangan dari pembukuan transaksi tunai
 - 10) Membangun informasi credit profile untuk memudahkan memperoleh kredit kedepan.

2.2.1.2 Pengetahuan

1. Definisi Pengetahuan

Pengetahuan adalah hasil dari keingintahuan yang muncul melalui proses perseptual, terutama melibatkan mata dan telinga, terhadap suatu

objek atau informasi tertentu.(Purnamasari & Raharyani, 2020). Pengetahuan juga merupakan komponen krusial dalam membentuk perilaku. Selain pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat, pengetahuan, sikap, dan tindakan dari tokoh masyarakat atau pemerintahan juga dapat mencerminkan perilakunya, yang pada gilirannya dapat memotivasi masyarakat dalam upaya pencegahan. Dengan demikian, ketika masyarakat diberikan pengetahuan yang memadai, serta tokoh masyarakat atau pemerintahan memberikan contoh sikap dan tindakan positif, hal tersebut dapat berkontribusi pada pembentukan perilaku yang baik di kalangan masyarakat, sesuai dengan pandangan Donsu seperti yang disampaikan oleh Mujiburrahman et.al (2020).

Pengetahuan dapat dijelaskan sebagai suatu proses aktivitas mental yang berkembang melalui proses pembelajaran dan disimpan dalam memori. Pengetahuan dapat ditemukan saat dibutuhkan dan tersimpan dalam bentuk memori dari berbagai sumber yang berbeda. Ini merupakan hasil pemahaman buatan manusia terhadap suatu objek, yang dikembangkan melalui proses persepsi dominan. Proses ini melibatkan penggunaan indera penglihatan dan pendengaran untuk memahami dan menginterpretasikan informasi.(Darsini et.al, 2019). Pengetahuan atau persepsi memegang peranan dominan dalam membentuk kebiasaan atau tindakan seseorang. Perilaku seperti berkenalan merupakan hasil dari pengetahuan yang diperoleh melalui pendeteksian objek tertentu. Informasi ini dapat berasal dari pengamatan dan pendengaran seseorang saat melihat atau mendengar orang lain mengadopsi suatu perilaku baru. Proses ini pada akhirnya dapat mengarah pada terbentuknya kebiasaan atau tindakan tertentu pada individu tersebut (Budiman et.al, 2019):

- a. *Awareness* (kesadaran), dimana orang mempersepsikan atau mengantisipasi stimulus (objek).
- b. *Interest* (merasa tertarik) terhadap stimulus atau obyek tersebut. Disini sikap subyek sudah mulai terbentuk.

- c. *Evaluation* (menimbang-nimbang) terhadap baik atau tidaknya stimulus.
- d. *Trial*, dimana subjek mulai mencoba sesuatu dalam menanggapi keinginan stimulus.
- e. *Adoption*, dimana subjek bertindak dengan cara baru tergantung pada pengetahuan, persepsi dan sikap mereka terhadap stimulus

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan mengenai *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) adalah hasil dari informasi yang diperoleh melalui pengamatan terhadap metode pembayaran QRIS. Pengetahuan ini mencakup definisi QRIS, perbedaannya sebelum dan sesudah penggunaan QRIS, cara penggunaannya, jenis-jenis QRIS, serta manfaat dan kelemahan dari QRIS. Semua informasi tersebut diperoleh melalui kegiatan mendengar dan melihat materi seperti buku, teks, atau melalui adopsi perilaku baru. Proses pemerolehan pengetahuan ini terjadi secara berurutan.

2. Tingkat Pengetahuan

Pengetahuan atau aspek kognitif memegang peranan yang sangat krusial dalam membentuk tindakan seseorang (Darsini et.al, 2019). Pengetahuan dalam domain kognitif dapat diklasifikasikan dalam enam tingkatan, sebagaimana dijelaskan oleh Jusuf & Raharja (2019):

a. Tahu (*know*)

Pengetahuan didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengingat kembali materi yang telah dipelajari sebelumnya. Tingkat pengetahuan ini melibatkan kemampuan untuk mengingat sesuatu yang spesifik dari seluruh materi yang telah dipelajari atau rangsangan yang diterima. Oleh karena itu, tingkat pengetahuan ini dapat dianggap sebagai tingkat pengetahuan yang paling rendah. Kata kerja yang mengukur

apakah seseorang mengetahui apa yang telah dipelajarinya termasuk dalam kategori referensi, penjelasan, dan definisi.

b. Memahami (*comprehension*)

Pemahaman didefinisikan sebagai kemampuan untuk menjelaskan objek yang telah dikenal dengan benar dan menafsirkan materi dengan akurat. Seseorang yang telah memahami objek atau materi seharusnya mampu memberikan penjelasan, memberikan contoh, menarik kesimpulan, dan memprediksi mengenai objek yang sedang diteliti.

c. Aplikasi (*application*)

Aplikasi didefinisikan sebagai kemampuan untuk menerapkan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi nyata. Penerapan dalam konteks ini dapat diartikan sebagai penggunaan atau penerapan hukum, rumus, metode, prinsip, dan sebagainya dalam situasi atau konteks lain.

d. Analisis (*analysis*)

Analisis dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk menggambarkan suatu materi atau objek dalam konteks hubungan antara komponen-komponen yang saling terkait dalam suatu struktur organisasi. Kemampuan analisis ini tercermin melalui penggunaan kata kerja seperti menjelaskan (membuat diagram), membedakan, memisahkan, mengelompokkan, dan sebagainya.

e. Sintesis (*synthesis*)

Pengomposisian, atau disebut juga sintesis, mengacu pada kemampuan untuk mengelompokkan bagian-bagian bersama atau menghubungkannya ke dalam sebuah keseluruhan yang baru. Dengan kata lain, sintesis adalah kemampuan untuk membangun formulasi baru dari formulasi yang sudah ada. Contohnya, kemampuan ini dapat terlihat melalui pengaturan,

perencanaan, merangkum, dan mengadaptasi teori serta rumus yang sudah ada.

f. Evaluasi (*evaluation*)

Evaluasi merujuk pada kemampuan untuk membenarkan atau menilai suatu materi atau objek. Penilaian ini dilakukan berdasarkan pada kriteria yang ditentukan sendiri atau yang sudah ada.

3. Pengukuran Pengetahuan

Pengetahuan dapat diukur melalui tes, wawancara, dan angket. Tes ini mencakup pertanyaan-pertanyaan yang melibatkan materi dari mata pelajaran tertentu (Al Farisi et.al, 2020). Pengukuran tingkat pengetahuan bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan seseorang, dan hasilnya dapat disajikan dalam tabel frekuensi. Tingkat pengetahuan seseorang dapat dikategorikan berdasarkan penjelasan yang diberikan oleh Husnawati et.al (2023):

- a. Tingkat pengetahuan yang baik dapat digambarkan jika responden mampu menjawab dengan benar pertanyaan di atas 76% dari seluruh pertanyaan dalam kuesioner.
- b. Suatu tingkat pengetahuan dianggap cukup apabila responden mampu menjawab pertanyaan kuesioner dengan benar sebanyak 56%-75% dari seluruh pertanyaan dalam kuesioner.
- c. Jika responden menjawab pertanyaan pada angket dengan nilai kurang dari 56%, maka tingkat pengetahuannya dianggap rendah dari kuesioner lengkap..

2.2.2 Media Sosial

1. Definisi Media Sosial

Media sosial dapat didefinisikan sebagai platform media yang berfokus pada eksistensi pengguna, memfasilitasi mereka dalam beraktivitas dan berkolaborasi (Septiani, 2021). Oleh karena itu, media

sosial dapat dianggap sebagai medium daring yang memperkuat relasi antar pengguna sekaligus membentuk ikatan sosial. Beberapa platform media sosial yang sangat diminati dan memiliki basis pengguna yang luas di Indonesia melibatkan Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Blog, dan berbagai lainnya. Kemampuan media sosial memungkinkan pengguna untuk saling bertukar pesan dengan jutaan pengguna lainnya. Menurut definisi yang diungkapkan oleh Kustiawan dan rekan (2022), media sosial didefinisikan sebagai platform daring yang memungkinkan penggunanya untuk dengan mudah terlibat, berbagi, dan menciptakan konten, seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual.

Menurut Kertajaya (dalam Augustinah & Widayati, 2019), media sosial merupakan gabungan antara sosiologi dan teknologi yang mengubah cara komunikasi dari monolog (satu ke banyak) menjadi dialog (banyak ke banyak), serta menghadirkan demokrasi informasi yang mengubah individu dari pembaca konten menjadi pembuat konten. Media sosial telah menjadi sangat populer karena memberikan peluang kepada individu untuk terhubung dalam dunia online melalui hubungan personal, politik, dan kegiatan bisnis. Menurut Kaplan & Haenlein (2010), media sosial merujuk pada layanan aplikasi internet yang memungkinkan konsumen untuk berbagi opini, pemikiran, pandangan, dan pengalaman mereka. Ini adalah alat komunikasi interaktif yang memfasilitasi interaksi antara pengusaha dan berbagai pihak, termasuk konsumen, tanpa batasan waktu dan tempat. Dalam hal ini, media sosial berperan dalam menghubungkan informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen, tanpa memperdulikan lokasi atau jarak geografis.

Menurut Kaplan dan Haenlein seperti yang dijelaskan dalam penelitian Sazali & Sukriah (2021), media sosial merupakan kumpulan aplikasi berbasis internet yang menggunakan konsep dan teknologi 2.0, memungkinkan pengguna untuk dengan mudah bertukar informasi. Media sosial berfungsi sebagai platform online yang membantu individu dalam

mengakses dan menyebarkan informasi. Selain itu, melalui media sosial, individu dapat memanfaatkannya sebagai alat bisnis dan untuk membentuk komunitas. Di era digital seperti sekarang, banyak komunitas yang terbentuk melalui interaksi online, termasuk gerakan solidaritas dan inisiatif lainnya. Media sosial berperan sebagai katalisator dalam banyak gerakan dan inisiatif di masyarakat (Kamhar & Lestari, 2019).

Dalam era media baru yang semakin berkembang, perusahaan-perusahaan kini melihat peluang bisnis dan iklan online sebagai langkah komersial yang populer. Iklan online memiliki berbagai bentuk dan strategi implementasi. Menurut Fiorillo, dalam konteks saluran distribusi iklan, iklan sosial dapat didistribusikan melalui jejaring sosial pengguna. Banyak peneliti telah mengusulkan model iklan online yang dapat diakses melalui situs web media sosial. Penggunaan iklan online di media sosial dianggap penting dan dapat diimplementasikan. Menurut Bagherjeiran dan Parekh, hubungan sosial dan interaksi antara pengguna merupakan faktor kunci dalam mendukung kegiatan periklanan sosial (Santi, 2020)

Jenis dan komposisi media sosial online di dunia virtual sangat beragam, termasuk jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, Friendster, LinkedIn, dan lain-lain. Selain itu, terdapat platform microblogging seperti Twitter, Plurk, Kopro, dan sebagainya. Media sosial juga mencakup jejaring berbagi foto dan video seperti Flickr, Youtube, dan sebagainya, serta platform lain seperti Podcast, Chat rooms, Message board, Forum, Mailing list, dan masih banyak lagi. Keberagaman ini mencerminkan perkembangan dan keberlanjutan inovasi dalam dunia media sosial online (Sari & Basit, 2020).

2. Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial dikelompokkan menjadi 6 bagian (Purwa, 2022) yaitu:

- a. Jaringan (*Network*)

Media sosial memiliki ciri khasnya yaitu membangun jaringan atau network antara pengguna. Meskipun mereka mungkin tidak saling mengenal di dunia nyata, media sosial menyediakan platform bagi pengguna untuk terhubung melalui mekanisme teknologi.

b. Informasi

Dalam perspektif yang berbeda, karakteristik media sosial adalah sebagai media yang beroperasi berdasarkan sistem informasi. Informasi disebarkan dari institusi kepada pengguna, dan informasi tersebut menjadi dasar bagi pengguna untuk berinteraksi dan berkomunikasi. Selain itu, karakteristik lainnya adalah bahwa informasi menjadi konsekuensi dalam media sosial karena setiap individu membagikan informasi pribadinya.

c. Arsip

Keberadaan media sosial sebagai media baru telah membawa kemampuan untuk menyimpan dan mengakses informasi di mana saja, kapan saja, dan melalui berbagai perangkat. Saat ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai jaringan dan sumber informasi, tetapi juga menyediakan penggunaan informasi sebagai arsip yang dapat disimpan.

d. Interaksi

Terbentuknya jaringan antara para pengguna merupakan karakter dasar dari media sosial yang membentuk interaksi. Jaringan ini tidak hanya melibatkan teman atau pengikut di internet, tetapi juga dapat memfasilitasi terjadinya interaksi di antara pengguna lainnya.

e. Simulasi Sosial

Karakteristik media sosial sebagai media komunitas atau masyarakat dalam dunia virtual membawa adanya aturan dan etika yang tertanam di antara penggunanya. MoJa Museum

menggunakan karakteristik ini untuk berkomunikasi dan mempublikasikan kegiatan mereka melalui media sosial.

f. Konten Oleh Pengguna

Karakteristik ini memiliki fakta simbolis dalam konteks budaya media baru. Media sosial, sebagai contoh media baru, memberikan kesempatan dan keistimewaan kepada pengikutnya. Dalam media tradisional, pengikut terbatas dan hanya menjadi objek pasif dalam proses pendistribusian pesan. Namun, melalui teknologi baru dalam media sosial, pengguna dapat menyimpan, menambahkan keterangan, dan menyebarkan informasi. Hal ini memungkinkan mereka untuk berpartisipasi secara aktif dalam produksi media secara personal..

3. Manfaat Media Sosial

Media sosial telah mengubah cara komunikasi manusia. Sebagai platform yang sangat interaktif, pengguna dapat dengan mudah berbagi informasi dengan orang lain. Peran media sosial dalam memberdayakan masyarakat, mendukung aktivitas komunitas, menyebarkan tindakan sosial, dan bahkan mengkoordinasikan situasi darurat sangat penting. Penggunaan media sosial mencakup berbagai bidang, termasuk komunikasi perubahan perilaku. (Yulia, 2018). Komunikasi perubahan perilaku adalah subdisiplin dalam ilmu Komunikasi Kesehatan yang berfokus pada pengembangan dan penerapan strategi komunikasi untuk mendorong promosi kesehatan yang positif (Adewuyi & Adefemi, 2016).

Sebagai hasilnya, organisasi kesehatan mengakui kekuatan media sosial dalam mencapai tujuan mereka. Dalam hal ini, mereka menggunakan platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter untuk menyampaikan informasi kesehatan, mempromosikan gaya hidup sehat, dan mengajak audiens untuk terlibat dalam kegiatan yang mendukung kesehatan. Dengan memanfaatkan media sosial, organisasi kesehatan dapat

menjangkau lebih banyak orang, terutama generasi muda yang aktif menggunakan platform tersebut. Dengan begitu, mereka dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang pentingnya kesehatan dan mendorong perubahan perilaku yang positif dalam masyarakat (Briscoe dan Aboud, 2012).

4. Aktivitas Pengguna Media Sosial

Penggunaan kata ataupun obyek dapat diartikan sebagai salah satu cara dalam proses pemanfaatan atau penggunaan sesuatu. Penggunaan mencakup aktivitas menggunakan atau memakai suatu benda atau sarana. Menurut Lometti, Reeves, dan Bybee, penggunaan media oleh individu dapat dikaji melalui tiga aspek, yakni (Junawan & Laugu, 2020):

- a. Jumlah waktu, ini terkait dengan seberapa sering, seberapa intens, dan seberapa lama individu mengakses situs.
- b. Isi media, melibatkan pemilihan media dan metode yang sesuai untuk memastikan pesan yang disampaikan dapat dikomunikasikan secara efektif.
- c. Hubungan media dengan individu, dalam konteks penelitian ini, menyoroti keterkaitan pengguna dengan media sosial..

Melalui media sosial, pengguna dapat berkomunikasi secara langsung dengan orang-orang di seluruh dunia dan mendapatkan informasi terkini atau topik yang sedang hangat dibicarakan. Contohnya, pada akhir tahun 2019, ketika virus corona mulai menyebar di China, banyak pihak yang aktif membagikan informasi terkait virus ini melalui berbagai platform media sosial. Dampaknya terlihat dari intensitas informasi dan perbincangan publik yang sering mencantumkan kata-kata "virus corona" atau "Covid-19" sebagai kata-kata populer di media sosial (Rohmah, 2020). Informasi seputar Covid-19 sangat merajai media sosial, seperti Twitter dan Instagram. Bahkan, kampanye dengan menggunakan hashtag seperti #stayathome, #dirumahaja, #stayhealthy, #staysafe,

#workfromhome, #socialdistancing, #lockdown, dan #thankyouhour bagi para tenaga medis telah menjadi tren yang bahkan mengungguli popularitas media televisi. Kampanye ini tidak hanya terbatas di Indonesia, melainkan merambah ke seluruh dunia. Informasi terkini mengenai jumlah kasus dan korban Covid-19 diperbarui secara teratur di media sosial setiap hari. Bahkan, perjuangan garda depan atau tim medis dalam melawan Covid-19 juga banyak dibagikan melalui unggahan di media sosial.

5. Jenis-Jenis Media Sosial

Dalam buku yang berjudul Media Sosial ada enam jenis media sosial antara lain (Puspitarini et.al, 2019):

a. Social Networking

Situs jejaring sosial telah menjadi fenomena global yang mengubah cara orang berinteraksi dan berkomunikasi. Dalam konteks Indonesia, platform seperti Facebook dan Instagram telah menjadi sangat populer di kalangan masyarakat. Melalui situs-situs ini, individu dapat membentuk jaringan pertemanan baru dengan orang-orang yang memiliki minat dan hobi serupa. Hal ini memungkinkan mereka untuk saling berbagi informasi, pengalaman, dan mendukung satu sama lain dalam kegiatan yang mereka sukai. Selain itu, situs jejaring sosial juga menyediakan ruang bagi orang-orang untuk berbagi konten kreatif, seperti foto dan video, yang dapat menjadi sumber inspirasi dan hiburan bagi pengguna lainnya. Dengan demikian, situs jejaring sosial telah menjadi sarana yang penting dalam memperluas lingkaran sosial dan memperkaya kehidupan sosial individu di Indonesia.

b. Blog

Blog merupakan salah satu jenis media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi aktivitas sehari-hari,

memberikan komentar, dan berbagi informasi dengan pengguna lainnya. Pengguna juga dapat berbagi tautan web dan konten lainnya melalui blog.

c. Microblogging

Microblogging merupakan bentuk media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membagikan kegiatan dan pendapat dalam batasan karakter yang terbatas. Sejarahnya terkait dengan platform Twitter yang terkenal dengan batasan maksimal 140 karakter.

d. Media Sharing

Media sosial ini memfasilitasi pengguna untuk berbagi dan menyimpan berbagai jenis media secara online, termasuk dokumen, video, audio, dan gambar. Contoh platform yang termasuk dalam jenis media sosial ini adalah Youtube, Flickr, Photobucket, dan Snapfish.

e. Social Bookmarking

Penanda sosial merupakan platform media sosial yang digunakan untuk mengumpulkan, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita secara online. Beberapa situs social bookmarking yang terkenal antara lain Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, dan Reddit.com. Di Indonesia, salah satu contohnya adalah LintasMe. Platform ini memungkinkan pengguna untuk menyimpan dan berbagi tautan ke berbagai artikel atau konten menarik yang mereka temui di internet.

f. Wiki

Wiki atau media konten bersama adalah jenis situs web di mana semua pengguna memiliki kemampuan untuk mengubah dan menyunting konten yang sudah dipublikasikan. Ini berarti bahwa kolaborasi dari berbagai pengguna dapat menghasilkan dan memperbarui informasi yang ada dalam wiki tersebut.

Contoh terkenal dari situs wiki adalah Wikipedia, di mana pengguna dapat berkontribusi dengan menambah, mengedit, atau memperbaiki artikel-artikel yang ada. Hal ini memungkinkan para pengguna untuk berbagi pengetahuan dan merangkul partisipasi aktif dalam pembuatan dan pemeliharaan konten.

6. Indikator Media Sosial

Dalam buku "The Social Media Bible" (John Wiley & Sons, 2009), terdapat empat pilar yang dapat mendukung pemanfaatan media sosial, yaitu komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan hiburan (*entertainment*).

a. Komunikasi

Adanya komunikasi di dalam media sosial sangat penting dan diperlukan, dengan hadirnya sosial media menjadikan wadah baru untuk berinteraksi, bertukar pesan, pikiran, maupun pendapat dengan pengguna lain. Setiap organisasi atau perusahaan memiliki berbagai macam konten yang dapat digunakan untuk berkomunikasi melalui sosial media. Komunikasi yang dilakukan di sosial media berlangsung secara interaktif, penerima pesan dapat memberikan respon pada konten yang dikomunikasikan oleh pengirim pesan dalam berbagai bentuk dan secara langsung.

b. Kolaborasi

Kolaborasi merupakan kumpulan dari beberapa perlengkapan sosial media, yang mana seperti sebuah ruang diskusi. Keunikan sosial media adalah salah satunya mendukung para pengguna untuk melakukan kolaborasi dengan banyak pihak. Dengan terciptanya kolaborasi dapat mengumpulkan kearifan kolektif (*collective wisdom*) yang akan membawa manfaat dari kedua belah pihak.

c. Edukasi

Memberikan edukasi atau informasi kepada para *target audience* juga dapat dilakukan di sosial media untuk membantu mensukseskan suatu bisnis. Proses penyampaian konten edukasi juga dapat mampu mendukung pembentukan hubungan (*engagement*) atau kesadaran (*awareness*) yang sedang dibangun terhadap pengirim pesan, baik organisasi ataupun perusahaan. Dengan menggunakan fitur-fitur sosial media, akan membuat organisasi atau perusahaan lebih bermakna (*meaningful*)

d. *Entertainment*

Memberikan konten yang menghibur merupakan salah satu cara yang tepat untuk membangun relasi yang lebih erat dengan khalayak atau *target audience*. Penyampaian pesan atau informasi yang dibentuk dengan konten hiburan, maka khalayak atau *target audience* akan lebih mudah menangkap pesan yang disampaikan.

Menurut Benito aditio (dalam Purnamasari & Ismunandar, 2020)

Indikator-indikator dari media sosial yaitu:

a. Kemudahan

Ketika seseorang ingin berbelanja melalui media sosial, faktor utama yang dipertimbangkan oleh pembeli online adalah kemudahan penggunaan. Kemudahan ini merujuk pada tingkat kepercayaan seseorang bahwa teknologi yang digunakan dapat digunakan dengan mudah. Dalam konteks toko online, kemudahan dalam mencari informasi sangatlah penting dan seharusnya mencakup informasi mengenai produk dan layanan yang ditawarkan oleh toko online tersebut.

b. Kepercayaan

Kepercayaan pembeli terhadap toko online bergantung pada popularitas situs tersebut. Semakin populer suatu situs, pembeli cenderung lebih yakin dan percaya pada kepercayaan situs tersebut. Informasi tentang penjual yang sering diakses oleh pengguna umumnya ditampilkan di situs belanja online untuk memberikan gambaran tentang popularitas dan reputasi penjual tersebut.

Menurut penelitian dari Chris Heuer (dalam Saputra & Hartanto, 2023) yang merupakan pendiri *The Social Media Club* dan pelopor media baru, terdapat 4C di dalam mengoperasikan penggunaan sosial media, yaitu:

- a. *Context* “*How we frame our stories*”. Konteks adalah bagaimana cara menyampaikan suatu pesan atau informasi kepada khalayak dengan membingkai penggunaan pesan dan kalimatnya secara menarik
- b. *Communication* “*The practice of sharing our story as well as listening, responding, and growing*”. Komunikasi adalah bagaimana menyalurkan suatu pesan atau informasi dengan beragam cara, seperti mendengarkan, merespon, dan mengembangkan pesan agar khalayak merasa pesan tersampaikan dengan baik
- c. *Collaboration* “*Working together to make things better and more efficient and effective.*” Kolaborasi adalah bagaimana pengirim dan penerima pesan, baik itu antara sebuah akun atau perusahaan dengan pengguna media sosial saling bekerja sama dan saling berinteraksi untuk membuat segalanya lebih baik agar pesan yang disampaikan lebih efektif dan efisien
- d. *Connection* “*The relationships we forge and maintain.*” Koneksi adalah bagaimana menjaga suatu hubungan yang telah terbina dan terjalin antara pengirim dan penerima pesan.

Menurut penelitian Zulfikar & Novianti (2018), media sosial memiliki peran penting sebagai alat promosi dan pembentuk kesadaran merek bagi konsumen. Fungsinya meliputi menciptakan kesadaran akan produk dan meningkatkan penjualan perusahaan. Dalam penelitian ini, indikator untuk variabel media sosial mencakup komunitas online, interaksi, berbagi konten, aksesibilitas, dan kredibilitas. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut:

a. Komunitas Online

Dalam konteks media sosial, dimensi komunitas online merujuk pada upaya membangun komunitas di sekitar produk atau bisnis. Pada platform Instagram, komunitas online dapat dilihat dari para pengikut (followers) suatu akun yang memiliki minat serupa. Sebagai contoh, pengikut akun Instagram penjual sepatu kemungkinan besar memiliki minat yang sejalan dengan jenis sepatu yang dijual oleh akun tersebut. Pemeliharaan komunitas yang aktif dapat menciptakan loyalitas dan mendorong diskusi, memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan dan peningkatan sebuah bisnis atau usaha.

b. Interaksi

Dalam konteks media sosial, dimensi interaksi mencakup kemampuan untuk menyampaikan informasi kepada semua pengguna secara cepat dan bersamaan berdasarkan topik tertentu. Media sosial memfasilitasi interaksi yang lebih luas dengan komunitas online melalui penyiaran berita terkini dan informasi yang relevan. Dengan interaksi yang melibatkan banyak pengguna, promosi dapat berjalan lebih efektif, dan upaya persuasif dapat tersampaikan dengan lebih baik. Hal ini menjadi peluang bagi para pengusaha untuk membangun dan mempertahankan pelanggan.

c. Berbagi Konten

Media sosial memberikan sarana bagi individu untuk berbagi ide atau konten yang telah mereka buat. Berbagi konten secara online telah menjadi bagian integral dari kehidupan modern, seperti mengirimkan artikel dari koran atau majalah, mengunggah video di YouTube, dan memberikan ulasan tentang produk di berbagai platform media sosial. Ini mencerminkan cara di mana orang dapat berpartisipasi aktif dalam membagikan informasi, pendapat, dan pengalaman mereka secara luas melalui media sosial.

d. Aksesibilitas

Media sosial memang mudah diakses dan bahkan tidak memerlukan biaya penggunaan. Kelebihan lainnya adalah kemudahan penggunaannya yang tidak memerlukan keahlian atau pengetahuan khusus. Seseorang yang berminat untuk memulai usaha dapat langsung memulai tanpa harus memikirkan aspek teknis yang kompleks. Hanya dengan menggunakan smartphone yang dapat terhubung ke internet dan media sosial, seseorang dapat memulai langkah pertamanya dalam dunia wirausaha.

e. Kredibilitas

Kredibilitas berkaitan dengan kemampuan menyampaikan pesan dengan jelas kepada orang-orang. Membangun kredibilitas melibatkan aspek kejelasan setiap perkataan dan perbuatan, menciptakan koneksi emosional dengan audiens target, mendorong pembelian, dan membangun pelanggan setia. Media sosial menyediakan platform yang sangat efektif dan mendukung untuk semua jenis bisnis, baik yang besar maupun kecil, dalam memperluas jaringan dan mencapai target audiens. Melalui media sosial, bisnis dapat terhubung secara langsung dengan audiens, mendengarkan pandangan mereka, dan

membangun kepercayaan dengan memperhatikan apa yang mereka sampaikan.

2.3 Hipotesis

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap perumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah diutarakan dalam bentuk pertanyaan (Sugiyono, 2019). Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H_0 = Tidak adanya pengaruh media sosial terhadap pengetahuan tentang *quick response code Indonesian standard* (qris) pada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas Muhammadiyah Mataram
- H_1 = Adanya pengaruh media sosial terhadap pengetahuan tentang *quick response code Indonesian standard* (qris) pada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas Muhammadiyah Mataram

2.4 Kerangka Berpikir

Dalam era perkembangan teknologi yang pesat, masyarakat dan penyedia jasa sistem pembayaran non-tunai sedang mencari cara pembayaran yang lebih efisien dan aman. Bank Indonesia, sebagai bank sentral, merespons kebutuhan ini dengan memperkenalkan QRIS. QRIS adalah standar kode QR pembayaran yang dikembangkan oleh Bank Indonesia bekerjasama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). QRIS ini adalah bagian dari transformasi digital di sistem pembayaran Indonesia, yang bertujuan untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi dan keuangan digital. Dengan QRIS, transaksi digital menjadi lebih mudah dilakukan.

Meskipun demikian, masih ada sebagian masyarakat, termasuk para mahasiswa yang seharusnya telah akrab dengan teknologi canggih, yang belum memahami sepenuhnya tentang QRIS, cara penggunaannya, dan manfaatnya. Pengetahuan mengenai perkembangan teknologi sistem pembayaran, terutama QRIS, sangat penting, terutama karena memberikan manfaat luas bagi

masyarakat. Selain mempercepat proses transaksi, QRIS juga hadir untuk meningkatkan keamanan baik bagi merchant maupun pembeli. Pentingnya pengetahuan ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat, terutama mahasiswa sebagai generasi milenial, tentang QRIS. Media sosial menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan informasi, terutama dalam era digital saat ini. Dengan memanfaatkan media sosial, informasi mengenai QRIS dapat disebarkan dengan cepat dan efisien. Mahasiswa dapat menggunakan media sosial sebagai sumber pengetahuan tentang QRIS, memperoleh wawasan baru, dan mengikuti tren serta perkembangan terkini dalam masyarakat terkait QRIS..



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan di mana pertanyaan penelitian dijawab melalui desain yang terstruktur sesuai dengan kerangka ilmiah. Rancangan penelitian kuantitatif mencakup aspek fenomena yang diteliti, identifikasi masalah penelitian, perumusan pertanyaan penelitian, penetapan tujuan penelitian, signifikansi penelitian, telaah literatur, eksplorasi penelitian terdahulu, pengembangan instrumen penelitian, pemilihan populasi dan sampel, pengumpulan serta jenis data yang diperoleh, dan metode analisis data yang diterapkan (Paramita & Rizal, 2018). Metode penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk mengidentifikasi keberadaan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, serta untuk mengevaluasi sejauh mana variabel independen dapat memengaruhi variabel dependen. Data yang terkumpul akan menjalani tahap pengolahan dan analisis mendalam, menggunakan pengetahuan teori yang telah tersedia, dan analisis dilaksanakan melalui pendekatan kuantitatif dengan penerapan statistika yang relevan guna menguji hipotesis yang diajukan.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas Muhammadiyah Mataram. Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2023 hingga selesai.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, dinyatakan dalam bentuk angka atau bilangan, yang memberikan informasi atau

penjelasan dalam konteks penelitian (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini data kuantitatif yang diperlukan adalah: Jumlah mahasiswa dan hasil angket.

3.3.2 Sumber Data

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder:

1. Sumber Data Primer

Sumber utama (primer) adalah sumber data yang secara langsung menyediakan informasi kepada peneliti (Sugiyono, 2019). Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh secara langsung dari narasumber atau responden. Dalam konteks penelitian ini, data primer diperoleh melalui pengisian kuesioner yang disampaikan kepada responden. Data primer ini dikumpulkan dari mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram, yang merupakan objek penelitian..

2. Sumber Data Sekunder

Sumber sekunder mengacu pada sumber yang tidak memberikan data secara langsung kepada peneliti, melainkan melalui perantara, seperti orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2019). Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh dari dokumen, publikasi, atau laporan penelitian dari berbagai lembaga atau sumber yang mendukung penelitian. Dalam kerangka penelitian ini, digunakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal, buku, serta penelitian terdahulu yang menyajikan informasi atau data yang relevan dengan penelitian. Sumber data sekunder mencakup bukti, catatan, atau laporan historis yang tersusun dalam arsip, baik yang telah dipublikasikan maupun yang belum. Data sekunder ini diperoleh dari beragam sumber tertulis, seperti literatur, artikel, tulisan ilmiah, dan informasi yang terdapat dalam buku maupun internet.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur yang merupakan unit yang akan diteliti (Sugiyono, 2019). Dari pengertian di atas, disimpulkan populasi adalah keseluruhan karakteristik atau sifat subjek atau objek yang dapat ditarik sebagai sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas Muhammadiyah Mataram.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019) berpendapat “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut”. Karena jumlah populasi sudah diketahui, maka peneliti menggunakan teknik metode pengambilan sampel secara acak sederhana (*Stratified Random Sampling*) (Ulya et.al, 2018) dengan bantuan rumus Slovin sebagai berikut (Mirza, 2020):

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

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Tingkat kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir

Nilai e : 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar.

Nilai e : 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Karena jumlah populasi dari fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas Muhammadiyah Mataram mencapai ribuan mahasiswa. Dengan data sebagai berikut:

Tabel 3.1

Data Jumlah Populasi Responden

| No | Fakultas | Jurusan | Jumlah |
|--------------|---------------------------------------|---------------------|-------------|
| 1 | Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik | Ilmu pemerintahan | 327 |
| | | Administrasi publik | 410 |
| | | Administrasi bisnis | 590 |
| | | D3 perpustakaan | 240 |
| Total | | | 1567 |

Maka Perhitungan jumlah sampel akan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Tingkat kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir

Dari jumlah populasi tersebut dan tingkat kesalahan sebesar 10% maka dengan rumus di atas diperoleh sampel sebesar:

$$\frac{1567}{1 + 1567 (0,1)^2}$$

$n = 94,57$ atau dibulatkan menjadi 100 mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas Muhammadiyah Mataram

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel atau pengubah berarti sesuatu yang karakteristiknya atau nilainya berubah-ubah, berbeda-beda, atau bermacam-macam. Definisi variabel dalam penelitian telah banyak dikemukakan oleh para ahli diantaranya oleh Hatch dan Farhady dalam (Sugiyono, 2019), variabel adalah atribut seseorang atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lainnya. Variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Independen

Variabel atau pengubah berarti sesuatu yang karakteristiknya atau nilainya berubah-ubah, berbeda-beda, atau bermacam-macam. Definisi variabel dalam penelitian telah banyak dikemukakan oleh para ahli diantaranya oleh Hatch dan Farhady dalam (Sugiyono, 2019), variabel adalah atribut seseorang atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lainnya. Variabel dalam penelitian ini adalah: Variabel independen juga dapat diartikan sebagai kondisi dimana nilai yang ketika terjadi akan memanggil (memodifikasi) kondisi atau nilai lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variable independen (X) adalah media sosial.

2. Variabel Dependen

Paramita & Rizal (2018), berpendapat Variabel depeden biasa disebut dengan variabel terikat, endogen dan kosekuen, sedangkan menurut Sugiyono (2019) variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang jika dilihat secara struktur berpikir keilmuan menjadi variabel yang disebabkan oleh adanya perubahan variabel lainnya.

Dalam penelitian ini yang menjadi variable dependen (Y) adalah pengetahuan tentang *quick response code Indonesian standard* (Qris).

3.5.2 Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah uraian tentang batasan variabel yang dimaksud atau tentang apa yang diukur oleh variabel yang bersangkutan (Notoatmodjo, 2018).

Tabel 3.1
Operasional Variabel

| Nama Variabel | Definisi Operasional | Indikator | Skala | Kuesioner |
|---|---|--|--------------|------------------|
| Media Sosial | Sarana untuk mempromosikan serta sebagai pembentuk kesadaran merek bagi konsumen dan sesuai fungsinya adalah ada untuk menimbulkan kesadaran konsumen terhadap produk dan mampu meningkatkan penjualan perusahaan (Zulfikar & Novianti, 2018) | 1. Komunitas Online 2. Interaksi 3. Berbagi Konten 4. Aksesibilitas 5. Kredibilitas (Zulfikar & Novianti, 2018) | Likert | |
| Pengetahuan tentang <i>quick response code Indonesian standard</i> (qris) | Hasil pengetahuan yang diperoleh dari pendeteksian terhadap metode pembayaran QRIS yang berasal dari proses mendengar, melihat dan mengadopsi langsung perilaku yang muncul pada diri seseorang dan terjadi secara | 1. Kesadaran (Awareness) 2. Tertarik (Interest) 3. Menimbang-nimbang (Evaluation) 4. Mencoba (Trial) 5. Bertindak (Adoption) (Budiman et.al, 2019) | Likert | |

| | | | | |
|--|---------------------------------|--|--|--|
| | berurutan (Budiman et.al, 2019) | | | |
|--|---------------------------------|--|--|--|

3.6 Skala Pengukuran

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu lembar kuesioner untuk memperoleh tanggapan langsung dari para responden. Instrumen dikembangkan berdasarkan indikator pernyataan dari variabel media sosial serta tentang pengetahuan QRIS mahasiswa. Adapun pengukuran pernyataan tentang indikator media sosial dan pengetahuan QRIS menggunakan skala likert. Data yang diperoleh dari hasil pengukuran skala Likert adalah berupa angka. Angka tersebut kemudian ditafsirkan dalam pengertian kuantitatif (Sugiyono, 2019). Data kuantitatif yang telah diperoleh dari pengukuran skala Likert dikonversi berdasarkan bobot skor yang telah ditetapkan, yakni satu, dua, tiga, empat, dan lima. Hasil angket dianalisis dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Likert untuk Instrumen

| No. | Kategori | Skor |
|-----|---------------------|------|
| 1. | Sangat Setuju | 5 |
| 2. | Setuju | 4 |
| 3. | Ragu-Ragu | 3 |
| 4. | Tidak Setuju | 2 |
| 5. | Sangat Tidak Setuju | 1 |

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Langkah pertama yang sangat krusial dalam proses penelitian adalah teknik pengumpulan data. Penting untuk diingat bahwa tujuan utama dari sebuah penelitian adalah memperoleh data yang sesuai dan bermutu. Tanpa pemahaman mendalam terkait teknik pengumpulan data, seorang peneliti mungkin tidak dapat menghasilkan data yang memenuhi standar yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019). Dalam konteks ini, metode pengumpulan data menjadi fokus utama, dan beberapa di antaranya termasuk yang akan dijelaskan berikut ini:

1. Observasi

Dasar dari seluruh ilmu pengetahuan adalah proses observasi. Ilmuwan mengandalkan data, yang merupakan fakta yang diperoleh melalui pengamatan, untuk menjalankan karya mereka. Pengumpulan data dilakukan dengan seksama, seringkali dengan menggunakan berbagai peralatan canggih (Hernawati, 2017). Dalam konteks penelitian ini, observasi dilakukan dengan metode mencatat jumlah mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

2. Kuesioner

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama. Kuesioner adalah formulir yang berisi sejumlah pertanyaan dengan struktur yang terstandar. Saat melaksanakan survei, penting untuk mencatat bahwa kondisi penelitian tidak dimanipulasi oleh peneliti, sesuai dengan prinsip yang dijelaskan oleh Hernawati (2017). Instrumen yang digunakan dalam penelitian mencakup pedoman wawancara, kuesioner tertutup, dan perekam suara.

3. Telaah Dokumentasi

Dokumen, sebagai catatan peristiwa yang telah berlalu, dapat mengambil berbagai bentuk, termasuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari individu (Hernawati, 2017). Telaah dokumen menjadi langkah penting dalam penelitian, terutama ketika melibatkan laporan-laporan yang terkait dengan pelaksanaan penelitian.

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Data

3.8.1 Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2019). Validitas merupakan suatu indikator yang mencerminkan sejauh mana alat ukur benar-benar mengukur apa yang dimaksudkan (Notoatmodjo, 2018). Untuk memastikan kemampuan kuesioner yang telah

disusun dalam mengukur variabel yang diinginkan, diperlukan uji korelasi antara skor setiap item (pertanyaan) dengan skor total kuesioner. Apabila seluruh pertanyaan menunjukkan korelasi yang signifikan atau memiliki makna (*construct validity*) (Notoatmodjo, 2018). Validitas diuji dengan memeriksa total nilai korelasi pada tingkat signifikansi 5% (0,05). Kriteria pengambilan keputusan hasil uji validitas adalah sebagai berikut:

* Jika nilai signifikansi dibawah 5% maka dinyatakan valid

* Jika nilai signifikansi diatas 5% maka dinyatakan tidak valid

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji prasyarat berikutnya untuk instrumen penelitian adalah uji reliabilitas. Reliabilitas mengukur sejauh mana suatu instrumen memberikan hasil yang konsisten dalam pengukuran berulang. Setelah melalui uji validitas konstruk dan penghilangan item yang tidak memenuhi syarat, proses pembuatan kuesioner dapat dilanjutkan dengan uji reliabilitas terhadap item yang tersisa (Harlan & Sutjiati, 2018). Keandalan hasil pengukuran dapat dipertimbangkan apabila, dalam beberapa pengukuran terhadap kelompok objek yang sama, diperoleh hasil yang relatif serupa, meskipun toleransi terhadap perbedaan tetap ada. Keandalan instrumen menunjukkan bahwa hasil pengukuran bebas dari unsur bias dan kesalahan, memberikan jaminan terhadap konsistensi pengukuran dalam periode waktu tertentu.

3.9 Teknik Analisis Data

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa analisis data merupakan suatu proses sistematis dalam mencari dan merencanakan data yang telah diperoleh melalui wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Proses ini melibatkan penyusunan data ke dalam kategori, pembagian ke bagian-bagian terkecil, sintesis, pembentukan pola, penyaringan informasi yang penting, dan pembuatan simpulan agar dapat dipahami dengan mudah oleh peneliti maupun pihak lainnya. Setelah data penelitian dikumpulkan, kegiatan analisis dilakukan untuk menguji hipotesis. Sebelumnya, dilakukan uji prasyarat analisis menggunakan SPSS versi 25.0,

termasuk uji normalitas. Uji ini bertujuan untuk menilai distribusi data yang dimiliki dan memastikan apakah data tersebut berdistribusi normal. Jika residual berasal dari distribusi normal, nilai distribusi data akan terletak sekitar garis lurus, seperti yang dapat diamati dalam grafik di atas, menunjukkan bahwa sebaran data cenderung tersebar di sekitar garis lurus tanpa penyebaran yang signifikan. Dalam hal ini, kita dapat mengatakan bahwa persyaratan kewarasan dapat dipenuhi (Santoso, 2020).

3.9.2 Analisis Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan regresi sederhana untuk menggambarkan hubungan beberapa variabel, sehingga suatu variabel dapat diprediksikan dari variabel yang lain. Pada intinya analisis regresi linear sederhana merupakan pengaruh secara linear antara satu variabel (X) dengan variabel lain (Y). Analisis ini menunjukkan arah pengaruh variabel dependen (X) terhadap variabel independen (Y) apakah positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai dari variabel (Y) apabila nilai variabel (X) mengalami kenaikan atau penurunan (Azwina & Yusuf, 2020). Bentuk persamaan dalam penelitian ini adalah:

$$Y' = a + b_1X_1 + e$$

Y' = nilai pengaruh yang diprediksikan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = nilai variabel independen

e = *Standart error*

Variabel bebas di dalam penelitian kali ini yaitu Media Sosial sedangkan variabel terikatnya yaitu pengetahuan tentang *quick response code Indonesian standard* (qris). Persamaan model regresi linier berganda penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \text{Koefisien Pengetahuan tentang QRIS}$$

a = Konstanta

b1 = Koefisien Media Sosial

X1 = Variabel Media Sosial

3.9.3 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2019) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka diperoleh hipotesis penelitian sebagai berikut:

- * Ha : Diduga terdapat pengaruh media sosial terhadap pengetahuan tentang *quick response code Indonesian standard* (qris) pada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas Muhammadiyah Mataram.
- * Diduga tidak terdapat pengaruh media sosial terhadap pengetahuan tentang *quick response code Indonesian standard* (qris) pada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas Muhammadiyah Mataram

3.9.4 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besar pengaruh variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikatnya. Uji determinasi termasuk kedalam suatu penduga tidak bisa untuk parameter populasi maka kolerasi spearman (diberi simbol r) tidak memberikan dugaan untuk koefisien peringkat suatu populasi (Santoso, 2020). Koefisien determinasi dapat diukur dengan cara mengalikan nilai R square dengan 100%.