

Pengaruh Iklan Ruangguru terhadap Minat Siswa SMAN Negeri 10 Makassar untuk Menggunakan Aplikasi Ruangguru

The Effect of Ruangguru Advertisement on the Interest of Students of SMAN 10 Makassar to Use the Ruangguru Application

Risnawati¹ Zohrah Basalamah² dan Raidah Intizar Yusuf²

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Islam Makassar

risnawaty-ilkom@uim-makassar.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of Ruangguru advertisements on student interest in SMA Negeri 10 Makassar to use the Ruangguru application. The type of research used is Quantitative Research with respondents taken from students (i) SMA Negeri 10 Makassar class XI and XII with 147 respondents obtained in the study more than the number of samples needed by researchers as many as 100 respondents from 685 populations. Data obtained through questionnaires distributed by researchers by processing data using simple linear regression analysis with the help of the SPSS ver 24 program. The results showed that the teacher's room advertisement influenced the interest of the students of SMA Negeri 10 Makassar by 0.542 or 54.2% as seen from the Adjusted R Square value while the remaining 45.8% was influenced by other factors. The resulting significant value (Sig.) is 0.000 while the probability value or number is 10% or 0.01, so a significant value (Sig.) $0.000 < 0.01$ means H_0 is rejected and H_1 is accepted so that it can be said that the relationship between the independent variables (X) Ruangguru advertisement with the dependent variable (Y) of student interest is considered significant.

Keywords: *advertisement, Ruangguru, learning startup*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Iklan Ruangguru terhadap Minat Siswa SMA Negeri 10 Makassar untuk Menggunakan Aplikasi Ruangguru. Jenis penelitian yang digunakan adalah Penelitian Kuantitatif dengan responden yang diambil dari siswa(i) SMA Negeri 10 Makassar kelas XI dan XII dengan responden yang didapatkan dalam penelitian sebanyak 147 melebihi dari jumlah sampel yang dibutuhkan peneliti sebanyak 100 responden dari 685 populasi. Data didapatkan melalui kuisioner yang di bagikan peneliti dengan pengolahan data menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS ver 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan Ruangguru mempengaruhi minat siswa SMA Negeri 10 Makassar sebesar 0,542 atau 54,2% yang dilihat dari nilai Adjusted R Square sedangkan sisanya 45,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai signifikan yang dihasilkan (Sig.) 0,000 sedangkan nilai probabilitas atau angka kemungkinan 10% atau 0,01, jadi nilai signifikan (Sig.) $0,000 < 0,01$ berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel independen (X) iklan Ruangguru dengan variabel dependen (Y) minat siswa dinilai signifikan.

Kata Kunci: *iklan, Ruangguru, startup pembelajaran*

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan aspek yang sangat penting bagi kemajuan bangsa dan negara, baik negara maju maupun negara yang berkembang. Pendidikan berperan dalam mempersiapkan Sumber Daya Manusia yang berkualitas. Di Indonesia khususnya anak umur 16-18 tahun tercatat dari hasil data statistik Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan yang menempu pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA) berjumlah 4.976.127 siswa dan yang terdapat di provinsi

Sulawesi selatan sebanyak 237.009 siswa, terlepas dari semua itu fenomena anak yang putus sekolah di Indonesia juga sangat tinggi dan bertambah setiap tahunnya disebabkan karena berbagai faktor diantaranya karena faktor ekonomi dan kurangnya perhatian dari orang tua mengenai pendidikan tercatat angka putus pada tahun 2019/2020 berjumlah 53.728 siswa, untuk meminimalisir angka siswa yang putus sekolah kini teknologi dimanfaatkan untuk memicu kembali semangat siswa serta memberikan perhatian bagi orang tua agar

memberikan pendidikan yang layak bagi anak-anak untuk menunjang masa depannya kelak. Dengan memanfaatkan teknologi, siswa dapat menjangkau pembelajaran dengan mudah karena proses belajar tidak lagi di dominasi dengan kehadiran guru di dalam kelas sehingga siswa dapat belajar di mana saja dan kapan saja. Siswa bisa belajar apa saja sesuai dengan minat dan gaya belajar masing-masing siswa yang berbeda. Seorang desainer pembelajaran dituntut untuk dapat merancang pembelajaran dengan memanfaatkan berbagai jenis media dan sumber belajar yang sesuai agar proses pembelajaran berlangsung secara menyenangkan, efektif, dan efisien. Rossi dan Biddle (1966: 3) mengemukakan bahwa media pembelajaran adalah seluruh alat dan bahan yang dapat dipakai untuk tujuan pendidikan, seperti radio, televisi, buku, koran, majalah, dan sebagainya. Secara lebih khusus, pengertian media dalam proses belajar mengajar cenderung diartikan sebagai alat-alat grafis, fotografis, atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual atau verbal.

Di era globalisasi sekarang ini, pelajar lebih akrab dengan teknologi khususnya Smartphone yang dapat mempermudah siswa dalam mengakses pelajaran, aplikasi Ruangguru salah satu perusahaan berbasis teknologi digital hadir sebagai solusi masalah pendidikan di Indonesia. Ruangguru mengembangkan berbagai layanan belajar berbasis teknologi, termasuk layanan kelas virtual, Platform ujian online, video belajar berlangganan, Marketplace, les privat, dan konten – konten pendidikan lainnya yang bisa diakses melalui web dan aplikasi Ruangguru (Wikipedia 2020).

Data hasil riset yang dikeluarkan oleh Nielsen AdvertisingInformation Service menyatakan pada periode Januari – Juli 2017, kategori-kategori produk yang mendorong pertumbuhan Iklan di Indonesia diantaranya adalah telekomunikasi dan layanan online yang masing-masing tumbuh 32% dan 31%. Adapun untuk kategori layanan telekomunikasi, pengiklan terbesar dan pendorong pertumbuhan untuk periode ini adalah Ruangguru. Dari iklan tersebut dampak bagi Ruangguru dalam waktu yang relatif

singkat sejak berdirinya pada tahun 2014 sudah menunjukkan adanya peningkatan pengguna dan unduhan Ruangguru. Berdasarkan situs aplikasi Google Play Store jumlah pengguna Ruangguru sudah mencapai 10 juta pengguna dan pengunduh.

Tingginya intensitas dan frekuensi iklan Ruangguru berpotensi mempengaruhi khalayak. Semakin tinggi khalayak menerima terpaan iklan Ruangguru maka diharapkan semakin tinggi pula minat untuk mengunduh aplikasi Ruangguru secara online. Di samping mendapatkan terpaan dari televisi, teknologi sebagai media utama, memegang peranan penting dalam setiap perkembangan, tak terkecuali pada bidang pendidikan. Penyelenggaraan pendidikan dimaksudkan untuk membantu manusia menjadikan dirinya sebagaimana mestinya sesuai dengan yang mereka mampu, dan para pendidik harus mampu memahami mereka dalam aktualitas, kemungkinan-kemungkinan dan idealitasnya serta para pendidik harus tahu bagaimana menumbuhkan perubahan-perubahan yang diinginkan oleh mereka (Rahadian, 1:2016).

Banyak institusi pendidikan di Indonesia, termasuk SMAN yang berada di Kota Makassar salah satunya SMA Negeri 10 Makassar sudah menggunakan media digital untuk menunjang pembelajaran, seperti penggunaan platform belajar digital Ruangguru. Aplikasi Ruangguru dianggap merupakan fasilitas belajar lengkap dan mudah karena selain dapat digunakan sebagai fasilitas belajar digital online, pembelajaran juga dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis ingin melakukan penelitian terhadap Pengaruh Iklan Ruangguru terhadap Minat Siswa SMA Negeri 10 Makassar untuk Menggunakan Aplikasi Ruangguru.

Aplikasi Ruangguru

Ruangguru merupakan perusahaan teknologi terbesar dan terlengkap di Indonesia yang berfokus pada layanan berbasis pendidikan dan telah memiliki lebih dari 10 juta pengguna serta telah mengelola lebih dari 150.000 guru yang menawarkan jasa di lebih dari 100 bidang pelajaran. Perusahaan ini didirikan sejak tahun 2014 oleh Belva Devara

dan Iman Usman. Ruangguru adalah perusahaan penyedia layanan pendidikan berbasis teknologi berbasis learning management system yang memungkinkan berbagai pemangku kepentingan di bidang pendidikan yaitu guru, siswa, pemerintah pusat dan daerah serta orang tua siswa untuk saling berinteraksi di dalam suatu platform digital komprehensif, yang telah mencakup lebih dari 2,000,000 siswa dan guru.

Berdasarkan penelitian Samuel Gedeon, (2018) Ruangguru menyediakan beberapa fitur menarik seperti Ruang Uji, Ruang Latihan, Ruang Video, Ruang Les, Ruang Les Online, Digital Boot Camp dan Edumail. RuangUji membantu siswa untuk mempersiapkan diri menghadapi ujian semester, ujian nasional, dan Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN), serta guru dalam menghadapi Uji Kompetensi Guru. Berikut fitur yang ada di aplikasi Ruangguru.

Ruang Uji disertai dengan papan peringkat, pembahasan serta analisis topik sehingga dapat memberikan evaluasi yang komprehensif bagi pengguna. Konten Ruang uji disusun oleh guru-guru yang berkualitas dan tentunya telah disesuaikan dengan standar nasional.

Ruang Latihan memudahkan siswa untuk mengerjakan latihan soal dari berbagai subjek dan topik, serta dilengkapi dengan sistem analisis dan gamifikasi sehingga proseslatihan menjadi lebih menarik. Terdapat lebih dari 50,000 bank soal yang bisa diakses secara mudah dan gratis oleh siswa dari berbagai jenjang (SD, SMP hingga SMA) melalui aplikasi maupun website. Melalui sistem gamifikasi, RuangLatihan memiliki keunggulan dalam memotivasi siswa untuk melatih dan mengasah kemampuan diri secara terus-menerus.

Ruang Video memungkinkan siswa mendapatkan pengalaman belajar yang seru melalui ribuan video konsep dan pembahasan soal sesuai jenjang pendidikan. RuangLes merupakan fitur yang menyediakan layanan guru-guru privat terbaik ke rumah untuk meningkatkan pemahaman siswa. RuangLesOnline merupakan fitur yang memungkinkan bagi siswa untuk konsultasi belajar secara online melalui smartphone

mereka. Siswa dapat memfoto soal-soal sulit yang mereka hadapi kemudian mendiskusikannya (chat online) dengan tutor melalui fitur RuangLes Online tersebut.

Edumail adalah program kerjasama Telkom bersama Ruangguru dengan membuat email gratis bagi pengguna ruangguru yang tidak mempunyai email sehingga pengguna bisa menggunakan layanan Ruangguru secara penuh seperti berlangganan ribuan video belajar dan membeli token untuk bertanya langsung pada guru.

Terdapat beberapa fitur Ruangguru dalam aplikasi, yakni fitur Ruang Belajar yang merupakan tempat untuk belajar mandiri online lewat misi-misi belajar (learning journey) yang terdiri dari ribuan video, rangkuman infografis, serta ribuan kuis dan latihan soal untuk masing-masing sub-topik pelajaran.

Fitur berikutnya dari Ruangguru adalah video pembelajaran. Video pembelajaran dikemas dengan animasi dan diajarkan oleh tutor terbaik yang memudahkan anak untuk memahami setiap materi yang diajarkan pada video pembelajaran

Ruangguru juga menyediakan fitur latihan soal dan pembahasan. Latihan Soal & Pembahasan Akan membantu mempertajam penerahuan anak terhadap materi pelajaran yang dipelajari.

Fitur yang disediakan oleh Ruangguru adalah Setiap materi yang disajikan menarik secara visual dan dapat diunduh sebagai bahan untuk belajar dalam Rangkuman modul bimbil.

Kurikulum yang digunakan dalam materi-materi di Ruangguru (Ruang Belajar) diantaranya: 1) Kurikulum 2013 revisi, 2) Kurikulum 2013, dan 3) Kurikulum KTSP

Beberapa kekurangan dari Ruangguru adalah 1) Masih tampak terlalu ramai, dengan berbagai fitur yang belum tentu digunakan. 2) Terlalu banyak pop-up dan banner promosi yang mengganggu, terutama jika Anda belum berlangganan

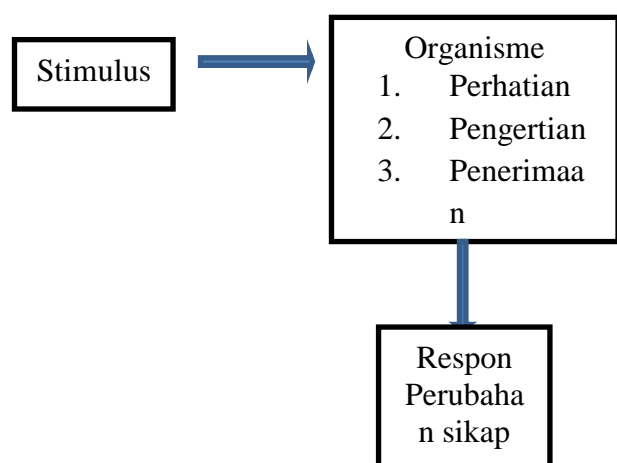
Teori S-O-R (Stimulus-Organisme-Respon)

Teori SOR pada dasarnya merupakan suatu prinsip belajar yang sederhana, di mana efek merupakan reaksi terhadap stimulus

tertentu. Maka dari itu, individu dapat menjelaskan suatu kaitan antara pesan pada media dan juga reaksi yang timbul dari audiens. Dalam teori ini ada elemen utamanya yaitu, pesan (stimulus), penerima pesan (organisme), efek tertentu (respons) (Rohim,2009,h.167).

Teori ini mempunyai asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku individu bergantung pada kualitas stimulus atau rangsangan yang diberikan kepada organisme. Artinya, sumber stimulus yang mempunyai kualitas atau tidak menentukan keberhasilan perilaku individu, atau kelompok masyarakat.

Dalam teori ini, tiga variabel penting yang mempunyai pengaruh dalam melakukan perubahan sikap, yaitu: perhatian, pengertian dan yang terakhir penerimaan (Effendy,2017, h.255).



(Sumber: Effendy,2017,h.255)

Gambar di atas adalah gambaran proses perubahan sikap/perilaku individu sebagai proses belajar yang menurut Holland dalam buku Effendy (2017,h.255) terdiri dari:

Stimulus atau rangsangan diberikan kepada penerima pesan atau organisme dapat diterima atau ditolak. Jika ditolak atau tidak diterima, diartikan bahwa stimulus yang diberikan tidak efektif untuk menarik perhatian individu.

Apabila rangsangan atau stimulus diberikan perhatian oleh organisme, maka individu tersebut mengerti dan akan melanjutkan ke tahap selanjutnya.

Organisme atau penerima pesan mengolah stimulus yang diberikan dan menerimanya, sehingga akan terjadi kesediaan individu untuk bertindak atau mengubah sikap/perilaku.

Prinsip stimulus organisme respon ini merupakan dasar dari teori jarum hipodermis atau teori peluru. Disebut demikian karena teori ini meyakini bahwa kegiatan mengirimkan pesan sama halnya dengan tindakan menyuntikan obat yang langsung masuk kedalam jiwa penerima pesan, atau seperti peluru yang ditembakkan dan langsung masuk kedalam tubuh. Prinsip teori ini sebenarnya merupakan prinsip yang sederhana, yaitu respon merupakan reaksi balik dari individu ketika menerima stimuli dari media. Seseorang dapat mengharapkan atau memperkirakan suatu kaitan efek antara pesan-pesan media massa dan reaksi audiens, tapi dapat juga dikatakan efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus respon, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi.

Pesan informasi pada iklan Ruangguru yang di tampilkan melalui media massa dan juga internet yang terdiri atas visual, audio, konten, serta isi pesan yang disampaikan dan lainnya dapat memberikan rangsangan pada alat indra untuk melihat serta mendengarnya. Kemudian pesan informasi yang ingin di sampaikan oleh iklan Ruangguru dapat dipahami, diterima dan dapat menarik perhatian para siswa khususnya SMA Negeri 10 Makassar dengan tujuan agar dapat mempermudah siswa dalam proses belajarnya.

Hipotesis dalam penelitian ini ialah

H0 : Tidak terdapat pengaruh iklan Ruangguru terhadap minat siswa SMA Negeri 10 Makassar untuk menggunakan aplikasi Ruangguru.

H1 : Terdapat pengaruh iklan Ruangguru terhadap minat siswa SMA Negeri 10 Makassar untuk menggunakan aplikasi Ruangguru.

Berdasarkan penelitian Hernita Br Siallagan, (2019) maka penelitian ini menerima H1 dan menolak H0.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam eksplanatif kuantitatif, seperti yang dikemukakan Kriyantono (2006:81). Adapun juga jenis penelitian yang akan digunakan adalah jenis penelitian survey dengan menggunakan kuisioner yang disebarakan kepada sejumlah responden yang menjadi sampel. Pendekatan yang dilakukan adalah deksriptif kuantitatif dengan menggunakan analisis secara statistik.

Waktu dan lokasi penelitian

Lokasi penelitian di SMA Negeri 10 Makassar jalan Tamangapa Raya Antang Kecamatan Manggala yang akan berlangsung bulan Mei 2021.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah siswa-siswi kelas ,XI dan XII yang melihat Pengaruh Iklan Ruangguru Terhadap Minat Siswa SMA Negeri 10 di Makassar Untuk Menggunakan Aplikasi Ruangguru.

Tabel 1. Jumlah Siswa-Siswi Aktif Angkatan 2019-2020 SMA Negeri 10 Makassar

No	Kelas	Siswa/Siswi Tahun Ajaran 2019/2020	Jumlah
1.	X IPA/MIPA	240	361
2.	X IPS/IIS	121	
3.	XI IPA/MIPA	219	324
4	XI IPS/IIS	105	
Total			685

Sumber data: (staf administrasi SMA Negeri 10 Makassar)

Untuk penarikan sampel dalam penelitian ini digunakan teknik penarikan sampel berstrata proportional. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teori Slovin. Menurut Kriyantono (2014) teori Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya. Dengan menggunakan formulasi rumus yaitu sebagai berikut:

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

di mana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Presentase (10%) , toleransi ketidakteelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel

Berdasarkan rumus Slovin tersebut, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{685}{1+685(10\%)^2} = \frac{685}{686(0,01)} \\ &= \frac{685}{6,86} \\ &= 99,8 = 100 \text{ Responden} \end{aligned}$$

Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan teknik pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode diantaranya Studi Pustaka yaitu teknik pengumpulan data yang didapat dari buku-buku panduan dan refrensi yang sesuai dengan masalah yang dibahas, dengan cara mempelajari dan menelaah hal-hal yang berhubungan dengan peneltian yang dilakukan.

Observasi melakukan peninjauan secara cermat yang berhubungan dengan penelitian.

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden atau disebut juga angket. Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan. Kriyantono (2006). Kuesioner akan disebarakan kepada siswa kelas XI dan XII SMA Negeri 10 Makassar.

Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauhmana pengaruh suatu alat ukur itu mengukur sesuatu. (Ardianto, 2011: 188) Suatu skala pengukuran dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menentukan validitas dan reliabilitas daftar pertanyaan dalam angket penelitian, peneliti menggunakan perhitungan program SPSS versi 24.

Uji validitas dalam penelitian ini akan menggunakan kolerasi pearson. Uji validitas ini perlu dilakukan guna mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar benar meukur apayang perlu di ukur. Uji validitas ini dimaksudkan sebagai ukuran seberapa

cermat mengukur apa yang ingin di ukur. Fungsi sejauh mana alat pengukur itu dapat mengukur apa yang ingin diukur. Pengukuran ini digunakan karena penyusunan angket penelitian ini dilakukan dengan mendasarkan atas konstruksi teoritik masing masing variabel penelitian.

Dengan Sig. (2-tailed) dengan probabilitas 10% atau 0,01, jadi apabila nilai Sig. (2-tailed) < 0,01 dan pearson correlation bernilai positif, maka kuesioner yang digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini telah memenuhi syarat validitas, tetapi apabila nilai Sig. (2-tailed) < 0,01 dan pearson correlation bernilai negatif maka kuesioner tidak memenuhi syarat validitas dan begitu pun apabila nilai Sig. (2-tailed) > 0,01 maka kuisisioner juga tidak memenuhi syarat validitas.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu. Dalam penelitian ini menggunakan SPSS ver 24 dengan rumus Alpha Cronbach. Uji reliabilitas pada suatu kuisisioner dapat dikatakan reliabel apabila :

Nilai Alpha Cronbach > 0,60 maka dapat dikatakan kuisisioner konsisten (reliabel).

Jika nilai Alpha Cronbach < 0,60 artinya kuisisioner tidak konsisten (reliabel).

Uji Bias (Independent Sample T-Test)

Analisis yang digunakan untuk uji hipotesis penelitian yaitu uji beda atau uji T. Uji T yang digunakan yaitu Uji Independent Sample T-Test. Uji Independent Sample T-Test adalah metode yang digunakan untuk membandingkan dua kelompok mean dari dua sampel yang berbeda (independent). Pada prinsipnya uji Independent Sample T-Test berfungsi untuk mengetahui apakah ada perbedaan mean antara dua populasi dengan membandingkan dua mean sampelnya.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk menghitung pengaruh iklan Ruangguru terhadap minat siswa SMA Negeri 10 Makassar untuk menggunakan aplikasi Ruangguru peneliti menggunakan dasar perhitungan dengan analisis kuantitatif berupa

regresi sederhana yang merupakan suatu proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi dimasa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang yang dimiliki agar kesalahannya dapat diperkecil (Riduwan : 2013).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis regresi sederhana untuk mengetahui besar pengaruh dari satu variabel terhadap variabel lain. Salah satunya adalah meramalkan atau memprediksi variabel Terikat (Y) apabila variabel bebas (X) diketahui berdasarkan suatu nilai X tertentu.

Variabel dan Definisi Operasional

Variabel menurut Sugiyono (2014:95) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Untuk menjadikan variabel dapat diukur harus diberikan penjelasan ke dalam suatu konsep operasional variabel, yang sebelumnya ditentukan parameter atau indikator-indikatornya. Pengertian operasional variabel ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi:

Tabel 2 Variabel Bebas (X) Iklan Ruangguru

Variabel	Indikator	Skala	
Variabel Bebas (X) Iklan Ruangguru	Frekuensi	Menurut saya, iklan Ruangguru sangat menarik	5= sangat setuju
		Saya sering melihat Ruangguru	4= setuju
Intesitas	Intesitas	Saya melihat iklan Ruangguru hampir setiap hari	3=netral
		Saya memperhatikan iklan Ruangguru hampir setiap kali iklan Ruangguru tampil di media (TV maupun media lainnya)	2= tidak setuju
		Menurut saya, pesan yang ditampilkan dalam iklan Ruangguru sangat baik	1= sangat tidak setuju
		Saya memberikan perhatian khusus setiap kali iklan Ruangguru tampil di media (TV maupun media lainnya)	3= netral
			2= tidak setuju
			1= sangat tidak setuju

Durasi	Menurut saya durasi iklan Ruangguru sudah sesuai	5=sangat setuju 4=setuju 3= netral 2=tidak setuju 1=sangat tidak setuju
Tokoh Iklan	Saya merasa tokoh iklan Ruangguru sangat memotivasi Saya merasa tokoh iklan Ruangguru sangat sesuai dengan brand Ruangguru	5=sangat setuju 4=setuju 3= netral 2=tidak setuju 1=sangat tidak setuju

Tabel 3 Variabel Terikat (Y) Minat siswa SMA 10 Negeri Makassar

Variabel	Indikator	Skala	
Variabel Terikat (Y) Minat siswa SMAN	Ketertarikan	Saya merasa ingin menggunakan aplikasi Ruangguru	5=sangat setuju 4=setuju 3= netral 2=tidak setuju 1=sangat tidak setuju
	Penggunaan	Saya merasa dengan menggunakan aplikasi Ruangguru dapat membuat nilai tinggi	5=sangat setuju 4=setuju 3= netral 2=tidak setuju 1=sangat tidak setuju
		Saya merasa aplikasi Ruangguru lebih efisien dan mudah di mengerti (karena di sertai penjelasan atau cara kerjanya) Saya merasa bersemangat menggunakan aplikasi Ruangguru	5=sangat setuju 4=setuju 3= netral 2=tidak setuju 1=sangat tidak setuju
Rekomendasi	Saya merekomendasikan aplikasi Ruangguru kepada semua orang yang membutuhkan Saya merasa aplikasi Ruangguru merupakan solusi pembelajaran jarak jauh	5=sangat setuju 4=setuju 3= netral 2=tidak setuju 1=sangat tidak setuju	

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan pada bulan Juli dan dikerjakan selama dua bulan, keadaan ini

sesuai dengan yang dibutuhkan peneliti dalam hal pengambilan data yang diinginkan oleh peneliti. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuisioner dan membagikannya kepada siswa-siswi SMA Negeri 10 Makassar kelas XI dan XII yang berjumlah 685 siswa dengan taraf signifikan 10%, maka sampel yang diperlukan berjumlah 100 responden. Namun responden yang didapatkan peneliti lebih dari yang diperkirakan yaitu 147 responden.

Kedua kelas ini dipilih oleh peneliti berdasarkan pertimbangan sebab kelas XI dan XII masih aktif serta menjalani proses belajar di sekoah sehingga mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data dan juga kedua kelas tersebut cukup mudah karena hanya membagikan kuisioner melau google form.

Penelitian ini dilakukan melalui uji analisis data menggunakan teknik uji analisis regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS versi 24. Sebelum melangkah untuk menganalisis data yang ada dengan teknik uji analisis regresi linear sederhana, peneliti harus memenuhi uji prasyarat yaitu uji validitas dan reliabilitas pada pernyataan-pernyataan yang ada di kuisioner. Pada bab hasil penelitian ini, peneliti akan menjelaskan data yang diperoleh dari masing-masing variabel yaitu variable x dan y dengan menggunakan uji hipotesis kemudian hasil dari penelitian yang didapatkan oleh peneliti.

Uji Validitas

Fungsi dari uji validitas untuk mengetahui validnya tidaknya suatu kuisioner atau dengan kata lain pernyataan yang ada kuisioner apakah layak untuk diukur atau diteliti. Melakukan uji validitas terhadap hasil data yang didapatkan oleh peneliti di bantu dengan program SPSS ver 24.

Tabel 4 Validitas Variabel X dan Y

N o	Variabel	Indikator	Pernyataan	Keterangan
1	Iklan Ruangguru (X)	Frekuensi	Menurut saya, iklan Ruangguru sangat menarik	Valid
		Intensitas	Saya sering melihat Ruangguru	Valid

		Saya melihat iklan Ruangguru hampir setiap hari	Valid	
		Menurut saya, pesan yang ditampilkan dalam iklan Ruangguru sangat baik	Valid	
		Saya memberikan perhatian khusus setiap kali iklan Ruangguru tampil di media (TV maupun media lainnya)	Valid	
	Durasi	Menurut saya durasi iklan Ruangguru sudah sesuai	Valid	
	Tokoh iklan	Saya merasa tokoh iklan Ruangguru sangat memotivasi	Valid	
		Saya merasa tokoh iklan Ruangguru sangat sesuai dengan brand Ruangguru	Valid	
2	Minat siswa (Y)	Kertarikan	Saya merasa ingin menggunakan aplikasi Ruangguru	Valid
			Saya penasaran (ingin tahu) bentuk pembelajaran aplikasi Ruangguru	Valid
		Penggunaan	Saya merasa dengan menggunakan aplikasi Ruangguru dapat membuat nilai tinggi	Valid
		Rekomendasi	Saya merasa aplikasi Ruangguru lebih efisien dan mudah di mengerti (karena di sertai penjelasan atau cara kerjanya)	Valid

		Saya merasa bersemangat menggunakan aplikasi Ruangguru	Valid
		Saya merekomendasikan aplikasi Ruangguru kepada semua orang yang membutuhkan	Valid
		Saya merasa aplikasi Ruangguru merupakan solusi pembelajaran jarak jauh	Valid

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas di gunakan untuk mengetahui konsistensi kuisioner atau instrument dapat dipercaya sebagai alat untuk mengukur data yang didapatkan. Dalam penelitian ini menggunakan SPSS ver 24 dengan rumus Alpa Cronbach.

Tabel 5 Hasil uji reabilitas variabel independen (Iklan Ruangguru) dan variabel dependen (Minat Siswa)

No	Variabel	Alpha Cronbach	>0,60 atau <0,60	Keterangan
1.	Iklan Ruangguru	0,844	> 0,60	Reliabel
2.	Minat Siswa	0,881	> 0,60	Reliabel

Sumber: data diolah 2021 di SPSS ver 24

Uji Bias (Independent T-Test)

Fungsi dari uji bias untuk mengetahui apakah terjadi bias atau tidak

Tabel 6 Persentase Penggunaan

Apakah anda memiliki aplikasi Ruangguru?			
Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	Ya	79	53.7	53.7	53.7
	Tidak	68	46.3	46.3	100.0
	Total	147	100.0	100.0	

Sumber: data diolah 2021 di SPSS ver 24.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 53.7% memiliki aplikasi Ruangguru dan 46.3% tidak memiliki aplikasi Ruangguru.

Tabel 7 Statistik Kelompok Independent Sample T-Test

Group Statistics					
	Apakah anda memiliki aplikasi Ruangguru?	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
iklan_ruangguru	Ya	79	4.0554	.60372	.06792
	Tidak	68	3.5570	.64264	.07793
minat_siswa	Ya	79	4.3056	.56993	.06412
	Tidak	68	3.5966	.69678	.08450

Sumber: data diolah 2021 di SPSS ver 24.

Dalam tabel Statistik Kelompok ada dua informasi yang diuji, pertama ialah variabel Iklan Ruangguru.

Nilai rata-rata (MEAN) untuk siswa yang memiliki aplikasi Ruangguru adalah 4,05. Nilai rata-rata untuk siswa yang tidak memiliki aplikasi Ruangguru adalah 3.56. Standar deviasi untuk yang memiliki aplikasi adalah 0.60 dan untuk yang tidak memiliki aplikasi adalah, 0,64. Jumlah peserta yang memiliki aplikasi (N) adalah 79, sedangkan yang tidak memiliki aplikasi sejumlah 68 orang.

Variabel selanjutnya ialah variabel Minat Siswa. Nilai rata-rata (MEAN) untuk siswa yang memiliki aplikasi Ruangguru adalah 4,30. Nilai Rata-rata untuk siswa yang tidak memiliki aplikasi Ruangguru adalah 3.59. Standar deviasi untuk yang memiliki aplikasi adalah 0.57 dan untuk yang tidak memiliki aplikasi adalah, 0,69. Jumlah peserta yang memiliki aplikasi (N) adalah 79,

sedangkan yang tidak memiliki aplikasi sejumlah 68 orang.

Tabel 8 Hasil Uji Independent Sample T-Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		95% Confidence Interval of the Difference			
		F	Sig.	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
iklan_ruangguru	Equal variances assumed	1.604	.207	4.844	145	.000	.4989	.29503	.70176
	Equal variances not assumed			4.821	138.704	.000	.4988	.29399	.70279
	Equal variances assumed			6.684	129.499	.000	.70897	.49911	.91883
minat_siswa	Equal variances assumed	8.105	.005	6.784	145	.000	.7080	.50243	.91551
	Equal variances not assumed			6.684	129.499	.000	.70897	.49911	.91883
	Equal variances assumed			6.684	129.499	.000	.70897	.49911	.91883

Sumber: data diolah 2021 di SPSS ver 24.

Tabel di atas menunjukkan bahwa Nilai Sig. pada kolom Levene's Test for Equality of Variances dalam variabel iklan Ruangguru adalah 0,207. Jika Sig. > 0,05 berarti variabilitas dalam dua kondisi hampir sama, nilai dalam satu kondisi tidak terlalu berbeda dari nilai dalam kondisi kedua. Secara ilmiah variabilitas kedua kondisi tersebut tidak berbeda nyata. Ini adalah hal yang baik. Jika nilai Sig. (2-Tailed) dalam variabel iklan ruang guru adalah 0,00.<0,05. Karena itu, ada perbedaan yang signifikan secara statistik antara jumlah rata-rata (MEAN) opini mengenai iklan Ruangguru pada responden

yang memiliki aplikasi dan yang tidak punya aplikasi. Sebagaimana yang terlihat di tabel Statistik variabel iklan Ruangguru yang mengungkapkan bahwa rata-rata (MEAN) opini mengenai iklan Ruangguru lebih tinggi pada mereka yang memiliki aplikasi dibanding yang tidak memiliki aplikasi Ruangguru. Dapat disimpulkan bahwa responden yang memiliki aplikasi memiliki opini yang lebih baik mengenai iklan Ruangguru secara signifikan dibanding dengan yang tidak memiliki aplikasi.

Nilai sig. pada kolom Levene's Test for Equality of Variances dalam variabel minat siswa, <0.05 berarti variabilitas dalam dua kondisi tidak sama. Nilai dalam satu kondisi jauh lebih bervariasi daripada nilai dalam kondisi kedua. Secara ilmiah berarti variabilitas kedua kondisi tersebut berbeda nyata. Ini adalah hal yang buruk. Nilai dalam Sig (2-Tailed) variabel minat siswa adalah $0,00.<0,05$. Karena itu, terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara jumlah rata-rata (MEAN) minat menggunakan aplikasi Ruangguru, Sebagaimana yang terlihat di tabel Statistik variabel minat siswa mengungkapkan bahwa rata-rata (MEAN) minat aplikasi Ruan guru lebih tinggi pada mereka yang memiliki aplikasi dibanding yang tidak memiliki aplikasi Ruangguru. Dapat disimpulkan bahwa respondenden yang memiliki aplikasi Ruangguru secara signifikan memiliki minat yang tinggi untuk menggunakan aplikasi Ruangguru dibanding dengan yang tidak memiliki aplikasi Ruangguru.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) peneliti menggunakan Analisis Regresi Linear Sederhana. Berikut ini hasil dari Analisis Regresi Linear Sederhana.

Tabel 9. Model Summary

Sumber: data diolah 2021 di SPSS ver 24.

Berdasarkan hasil data di atas diketahui bahwa nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,738. Sedangkan koefisien determinasi (R² atau R Square) sebesar 0,545. Koefisien determinasi atau R² merupakan

hasil penguadratan dari korelasi (R). Dan yang paling penting untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen (iklan Ruangguru) terhadap variabel dependen (minat siswa) yaitu dilihat dari nilai Adjusted R Square. Dari tabel di atas nilai Adjusted R sebesar 0,542 atau 54,2% sedangkan sisanya 45,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 9 Anova

ANOVAa

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41,538	1	41,538	173,596	,000b
	Residual	34,695	145	,239		
	Total	76,233	146			

a. Dependent Variable: minat_siswa

b. Predictors: (Constant), iklan_ruangguru

Sumber: data diolah 2021 di SPSS ver 24.

Berdasarkan data ANOVA di atas menjelaskan apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (iklan Ruangguru) terhadap variabel dependen (minat siswa). Dengan nilai Sig. di atas 0,000 dan nilai probabilitas 10% (0,01), jadi disimpulkan nilai signifikan $0,000 < 0,01$. Sehingga regresi berdasarkan data di atas signifikan atau model regresi memenuhi kriteria.

Tabel 10 Coeficcient

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	,924	,235		3,929
	iklan_ruangguru	,798	,061	,738	,000

a. Dependent Variable: minat_siswa

Sumber: data diolah 2021 di SPSS ver 24.

Pada hasil data di atas dapat di deskripsikan sebagai berikut:

(Constant) = nilai konstan dari

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,738a	,545	,542	,48916

a. Predictors: (Constant), iklan_ruangguru

Unstandardized Coefficients yaitu sebesar 0,924. Hal ini berarti jika tidak ada iklan Ruangguru (X), minat siswa (Y) SMA Negeri 10 Makassar sebesar 0,924 atau 92,4%.

(Iklan Ruangguru) = nilai koefisien regresi dari tabel di atas sebesar 0,798. Hal ini berarti bahwa setiap penambahan 1% (0,01) nilai iklan Ruangguru (X), maka nilai minat siswa (Y) akan meningkat 0,798 atau 79,8%.

Pada data di atas dapat disimpulkan, bahwa persamaan regresi linear sederhana yang digunakan sebagai berikut :

$$Y = a + bX \text{ atau } Y = 0,924 + 0,798X$$

Dari hasil data di atas menyatakan bahwa arah hubungan antara iklan Ruangguru (X) berpengaruh positif atau searah (berhubungan) dengan minat siswa (Y) SMA Negeri 10 Makassar.

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji kebenaran dari pernyataan apakah hasil yang didapatkan signifikan atau tidak melalui hipotesis peneliti sebagai berikut.

H0 : Tidak ada Pengaruh Iklan Ruangguru Terhadap Minat Siswa SMA Negeri 10 Makassar untuk Menggunakan Aplikasi Ruangguru.

H1 : Ada Pengaruh Pengaruh Iklan Ruangguru Terhadap Minat Siswa SMA Negeri 10 Makassar untuk Menggunakan Aplikasi Ruangguru.

Untuk memastikan pengaruh variabel independen (Iklan Ruangguru) terhadap variabel dependen (minat siswa) yaitu melalui uji regresi linear sederhana dan di bawah ini terdapat penjelasan hasil hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan untuk menerima ataupun menolak hipotesis tersebut. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam melihat nilai signifikan atau kriteria pengujian sebagai berikut.

Apabila nilai signifikan (Sig.) < 0,01 jadi H0 ditolak dan H1 diterima hal ini berarti terdapat pengaruh variabel independen (iklan Ruangguru) terhadap variabel dependen (minat siswa)

Namun apabila nilai signifikan (Sig.) > 0,01 jadi H1 ditolak dan H0 diterima berarti tidak terdapat pengaruh variabel independen (iklan Ruangguru) terhadap variabel dependen (minat siswa).

Berdasarkan tabel coefficients nilai signifikan (Sig.) yaitu 0,000 dan tarafnya 10% atau 0,1. Maka hasil dari tabel coefficients yaitu $0,000 < 0,1$ jadi dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Berarti terdapat pengaruh variabel independen (iklan Ruangguru) terhadap variabel dependen (minat siswa). Dari tabel Model Summary Pengaruh Iklan Ruangguru Terhadap Minat Siswa SMA Negeri 10 Makassar untuk Menggunakan Aplikasi Ruangguru sebesar 54,2% sedangkan sisanya 45,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Pembahasan

Iklan Ruangguru merupakan iklan yang ditampilkan TV ataupun media lainnya untuk memperkenalkan aplikasi Ruangguru yang mempunyai tujuan untuk mempermudah siswa dalam mengakses pelajaran. Tingginya intensitas dan frekuensi iklan Ruangguru berpotensi mempengaruhi pelajar. Semakin tinggi khalayak menerima terpaan iklan Ruangguru maka diharapkan semakin tinggi pula minat untuk mengunduh aplikasi Ruangguru secara online. Di samping mendapatkan terpaan dari televisi, teknologi sebagai media utama, memegang peranan penting dalam setiap perkembangan, tak terkecuali pada bidang pendidikan.

Salah satu faktor yang dapat menarik perhatian konsumen yakni dengan menggunakan brand ambassador. Biasanya perusahaan memilih selebriti yang sedang populer sebagai brand ambassador yang digemari atau di idolakan, karena dengan kepopulerannya bisa berdampak pada kepercayaan untuk menggunakan produk yang diwakilinya. Brand Ambassador biasanya adalah mereka yang telah dikenal oleh masyarakat seperti, penyanyi, aktor atau aktris, atlet dan lainnya.

Penelitian ini dilakukan peneliti untuk mengetahui apakah ada pengaruh Pengaruh Iklan Ruangguru terhadap Minat Siswa SMA Negeri 10 Makassar untuk Menggunakan

Aplikasi Ruangguru. Data yang dihasilkan dalam penelitian yang menggunakan kuisioner dalam bentuk online yang diberikan kepada responden. Dalam kuisioner terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen (X) yaitu iklan Ruangguru yang terdiri dari 8 pernyataan sedangkan variabel dependen (Y) yaitu minat siswa 7 pernyataan. Dan responden yang didapatkan sebanyak 147 responden dari kelas XI dan XII siswa(i) SMA Negeri 10 Makassar melebihi yang dibutuhkan oleh peneliti yaitu 100 responden.

Hasil data yang didapatkan peneliti melalui analisis regresi linear sederhana dari 147 responden yaitu 54,2%. Jadi pengaruh iklan Ruangguru(X) sebesar 54,2% terhadap minat siswa(Y) SMA Negeri 10 Makassar. Sedangkan sisanya 45,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Kemudian nilai signifikan (Sig.) yaitu 0,000 dan nilai probabilitas 10% atau 0,1. Maka hasil yaitu $0,000 < 0,1$ jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti ada pengaruh variabel independen (iklan Ruangguru) terhadap variabel dependen (minat siswa) SMA Negeri 10 Makassar dengan persamaan regresi yang dihasilkan yaitu $Y = 0,924 + 0,798X$.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat di simpulkan bahwa Pengaruh Iklan Ruangguru terhadap Minat Siswa SMA Negeri 10 Makassar untuk Menggunakan Aplikasi Ruangguru dengan responden yang didapatkan 147 responden dari kelas XI dan XII SMA Negeri 10 Makassar. Variabel iklan Ruangguru (X) memiliki 4 indikator yaitu frekuensi, intensitas, durasi dan tokoh iklan, Sedangkan variabel (Y) minat siswa memiliki 3 indikator yaitu ketertarikan, penggunaan, dan rekomendasi.

Hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa terjadi bias pada responden yang memiliki aplikasi Ruangguru secara signifikan memiliki minat yang tinggi untuk menggunakan aplikasi Ruangguru dibanding dengan yang tidak memiliki aplikasi Ruangguru. Iklan Ruangguru mempengaruhi minat siswa sebesar 0,542 atau 54,2% yang dilihat dari nilai Adjusted R Square sedangkan

sisanya 45,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Kemudian nilai signifikan yang dihasilkan (Sig.) 0,000 sedangkan nilai probabilitas atau angka kemungkinan 10% atau 0,1, jadi nilai signifikan (Sig.) $0,000 < 0,1$ berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel independen (X) iklan Ruangguru dengan variabel dependen (Y) minat siswa dinilai signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Ardianto, 2011. Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis rekayasa media.
2. Ardianto S. 2010. Manajemen Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.
3. Ardianto. 2004. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekayasa Media.
4. Ardianto. 2013. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
5. Biddle, B.J., & Rossi, P.H.1996. The new media and Education. Chicago: Aldine Public
6. Effendy, Onong Uchjana 2011. Ilmu Komunikasi. Teori dan praktek: Bandung. Remaja Rosdakarya.
7. Effendy, Onong Uchjana. 2017. Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya
8. Gideon, S. 2018. Peran Media Bimbingan Belajar Online "Ruangguru" Dalam Pembelajaran Ipa Bagi Siswa Smp Dan Sma Masa Kini: Sebuah Pengantar. *JDP Volume 11, Nomor 2, Juli 2018*: 167-182 169 Diakses 14 Juli 2020 dari <http://813-1-2634-1-10-20180821.pdf.com>
9. Kriyantono, R. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Kencana
10. Riduwan. 2013. Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian. Bandung: Alfabeta
11. Rohim, Syaiful. 2009. Teori Komunikasi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
12. Siallagan, H.B. 2019. Pengaruh Aplikasi Ruangguru Terhadap Minat Belajar Siswa (Studi Pada Siswa-Siswi Kelas XI Sma Fransiskus Bandar Lampung). Program Sarjana. Universitas Lampung.
13. Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
14. Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta.
15. Tabel statistik Sekolah Menengah Atas 2020. (<http://statistik.data.kemdikbud.go.id/index.php/page/sma> diakses pada maret 20 maret 2021)