

Pengaruh Paparan Konten Sosial di Media Sosial terhadap Kepedulian Sosial

The Effect of Exposure to Social Content on Social Concern

Dimas Putra Wijaya¹, Salwa Putri Irawan²

¹⁻²Universitas Islam Balitar, Indonesia
E-mail: putrawijayadimas97@gmail.com¹

Artikel Info	ABSTRAK
Diterima: 20 Agustus 2026 Disetujui: 25 September 2026 Diterbitkan: 27 September 2026 Hal. 49-58	Penelitian ini tujuannya menganalisis pengaruh paparan konten sosial di media sosial terhadap kepedulian sosial mahasiswa Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Islam Balitar. Penelitian memakai pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sebanyak 58 mahasiswa angkatan 2022–2025 menjadi responden melalui teknik sampling jenuh. Data dikumpulkan memakai kuesioner skala Likert lima tingkat dan dianalisis dengan regresi linear sederhana. Hasil menjelaskan bahwa paparan konten sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepedulian sosial, dengan nilai t hitung 2,476 dan signifikansi 0,016. Koefisien regresi sebesar 0,375 menjelaskan bahwa setiap kenaikan satu satuan skor paparan konten sosial berkaitan dengan kenaikan skor kepedulian sosial sebesar 0,375 satuan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,099 menjelaskan bahwa paparan konten sosial menjelaskan 9,9% variasi kepedulian sosial mahasiswa, sedangkan 90,1% sisanya berkaitan dengan faktor lain di luar model penelitian.
Kata Kunci: Kepedulian Sosial; Konten Sosial; Paparan Media Sosial.	
Keywords: Social Concern; Social Content; Social Media Exposure.	ABSTRACT <i>This study examines the effect of exposure to social content on social media on the social concern of students in the Sociology Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Islam Balitar. This quantitative associative study involved 58 students from the 2022–2025 cohorts, selected using a saturated sampling technique. Data were collected through a five-point Likert-scale questionnaire and analyzed using simple linear regression. The results indicate a positive and significant effect of exposure to social content on students social concern, with a t-value of 2.476 and a significance level of 0.016. The regression coefficient of 0.375 indicates that each one-unit increase in the exposure score is associated with a 0.375-unit increase in the predicted social concern score. The coefficient of determination (R^2) of 0.099 indicates that exposure to social content explains 9.9% of the variation in students social concern, while the remaining 90.1% is associated with other factors outside the research model.</i>

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial sudah mengubah pola interaksi sosial masyarakat. Media sosial tidak lagi hanya dipergunakan sebagai sarana komunikasi dan hiburan, melainkan menjadi ruang penyebaran informasi terkait berbagai persoalan yang berkembang di masyarakat. Informasi terkait kegiatan kemanusiaan, lingkungan, pendidikan, bencana, serta persoalan sosial lainnya bisa diterima oleh pengguna melalui berbagai platform digital.

Kondisi tersebut menjadikan media sosial sebagai salah satu ruang sosial yang memungkinkan individu berinteraksi dengan informasi terkait lingkungan sosialnya. Konten yang memuat isu sosial bisa memberikan informasi terkait kondisi yang dialami individu

ataupun kelompok dalam masyarakat. Paparan terhadap informasi tersebut bisa memperkenalkan suatu persoalan kepada pengguna yang sebelumnya tidak mengetahui kondisi tersebut.

Dalam konteks kepedulian sosial, informasi terkait persoalan masyarakat bisa menjadi salah satu stimulus yang mendorong perhatian individu terhadap kondisi sosial di sekitarnya. Penelitian Sudirman dan Alifah (2025), misalnya, menjelaskan bahwa media sosial bisa berperan dalam membentuk kepedulian generasi muda terhadap isu sosial melalui penyebaran informasi serta kampanye digital. Hubungan media sosial dengan kepedulian sosial juga ditemukan dalam penelitian Prihantoro *et al.* (2021) yang mengkaji akun Instagram Sekolah Relawan serta pembentukan kepedulian sosial pada Generasi Z.

Penelitian tersebut secara khusus menempatkan media sosial sebagai media yang berkaitan dengan pembentukan kepedulian sosial. Temuan tersebut memberikan dasar bahwa konten yang membawa pesan sosial bisa menjadi bagian dari proses komunikasi yang berhubungan dengan kepedulian individu terhadap persoalan sosial. Penelitian Wulandari dan Khodijah (2023) juga menjelaskan bahwa pemanfaatan media sosial bisa dipergunakan untuk memperkuat kepedulian sosial mahasiswa.

Media sosial dimanfaatkan untuk menyebarluaskan kegiatan sosial sehingga informasi terkait kegiatan tersebut bisa menjangkau masyarakat yang lebih luas. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa media sosial bukan cuman berfungsi sebagai saluran komunikasi interpersonal, melainkan bisa menjadi sarana penyebaran informasi yang berkaitan dengan aktivitas sosial. Kajian yang lebih baru dilakukan oleh Suprpto (2025) dengan meneliti hubungan penggunaan media sosial dengan *social concern* pada remaja di Indonesia.

Penelitian kuantitatif terhadap 414 responden tersebut menjelaskan bahwa penggunaan media sosial mempunyai hubungan positif dengan *social concern*, dengan religiositas berperan sebagai variabel moderator. Temuan tersebut memperkuat relevansi kajian terkait hubungan media digital dengan kepedulian terhadap persoalan sosial dalam konteks masyarakat Indonesia. Namun, penelitian terdahulu tersebut masih mempunyai perbedaan fokus dengan penelitian ini.

Sebagian penelitian membahas penggunaan media sosial secara umum, akun media sosial tertentu, atau pemanfaatan media sosial untuk kegiatan sosial. Sementara itu, penelitian ini secara khusus menempatkan paparan konten sosial di media sosial sebagai variabel independen. Perbedaan tersebut penting sebab penggunaan media sosial tidak selalu berarti pengguna terpapar konten yang berkaitan dengan persoalan sosial.

Pengguna bisa memakai media sosial untuk berbagai tujuan, sedangkan paparan konten sosial secara khusus berkaitan dengan pengalaman individu ketika menerima atau memperhatikan informasi yang memuat isu sosial. Dalam perspektif sosiologi, persoalan tersebut penting dikaji sebab kepedulian sosial berkaitan dengan hubungan individu dengan lingkungan sosialnya. Paparan terhadap persoalan yang dialami orang lain bisa memperluas pengalaman sosial individu melalui informasi yang diperoleh dari ruang digital. Dengan demikian, media sosial bisa dipahami bukan hanya sebagai teknologi komunikasi, melainkan sebagai ruang interaksi yang mempertemukan individu dengan berbagai realitas sosial.

Penelitian Alawiyah Ziyah *et al.* (2025) menjelaskan bahwa informasi di media sosial juga bisa dikaji secara kuantitatif dalam hubungannya dengan *social concern*. Penelitian tersebut memakai regresi linear sederhana untuk menganalisis pengaruh berita hoaks di media sosial terhadap kepedulian sosial masyarakat dalam konteks bencana gempa Cianjur. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh dengan kontribusi sebesar 33,4%.

Meskipun karakter informasi yang diteliti berbeda dengan penelitian ini, temuan tersebut memperlihatkan bahwa informasi yang diterima melalui media sosial mempunyai relevansi untuk dikaji dalam kaitannya dengan kepedulian sosial. Menurut uraian tersebut, ada ruang penelitian untuk menguji secara lebih spesifik hubungan antara paparan konten sosial di media sosial dengan kepedulian sosial. Penelitian ini tujuannya untuk menganalisis pengaruh paparan konten sosial di media sosial terhadap kepedulian sosial.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada kajian sosiologi terkait perubahan ruang interaksi sosial di era digital, khususnya terkait keterkaitan antara paparan informasi sosial melalui media digital dengan kepedulian individu terhadap lingkungan sosialnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif untuk menganalisis pengaruh paparan konten sosial di media sosial (X) terhadap kepedulian sosial mahasiswa (Y). Data penelitian diperoleh dalam bentuk skor kuesioner dan dianalisis memakai teknik statistik untuk mengetahui arah, besarnya koefisien regresi, serta signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Populasi penelitian meliputi seluruh mahasiswa aktif Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Islam Balitar angkatan 2022–2025, yang berjumlah 58 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel memakai *sampling jenuh*, yaitu seluruh anggota populasi dilibatkan sebagai responden penelitian. Teknik tersebut dipilih sebab jumlah populasi relatif terbatas sehingga seluruh anggotanya bisa dijangkau untuk pengumpulan data (Sugiyono, 2022). Dengan demikian, jumlah responden penelitian yaitu 58 mahasiswa.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring menggunakan Google Form. Instrumen penelitian mencakup dua variabel dengan total 12 pernyataan, masing-masing enam pernyataan untuk variabel paparan konten sosial di media sosial (X) dan enam pernyataan untuk variabel kepedulian sosial (Y). Setiap indikator diwakili oleh satu pernyataan. Pengukuran jawaban memakai skala Likert lima tingkat, yaitu 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju.

Variabel paparan konten sosial di media sosial (X) dikembangkan melalui sintesis literatur terkait terpaan media, penerimaan pesan, respons interaktif pengguna, pemahaman informasi, dan evaluasi kredibilitas konten. Variabel ini diukur memakai enam indikator, yaitu frekuensi paparan, durasi paparan, perhatian terhadap konten, keterlibatan terhadap konten, pemahaman isi konten, dan keyakinan terhadap konten.

Tiga indikator pertama, yaitu frekuensi, durasi, dan perhatian, mengacu pada aspek pengukuran terpaan media sosial yang dipergunakan oleh Pohan *et al.* (2023) dalam penelitian terhadap mahasiswa. Frekuensi paparan menunjukkan seberapa sering responden menjumpai konten sosial di media sosial. Durasi paparan berkaitan dengan waktu yang dipergunakan untuk mengakses atau memperhatikan konten tersebut, sedangkan perhatian menggambarkan tingkat pemusatan perhatian responden terhadap informasi yang diterima.

Ketiga aspek ini dipergunakan untuk menggambarkan intensitas paparan konten sosial yang dialami responden. Tiga indikator lainnya merupakan sintesis operasional yang disusun peneliti untuk memperluas pengukuran dari intensitas paparan menuju respons dan evaluasi terhadap pesan. Keterlibatan terhadap konten menggambarkan respons interaktif responden, seperti menyukai, mengomentari, atau membagikan konten sosial.

Pemahaman isi konten mengacu pada kemampuan responden menangkap informasi dan pesan sosial yang disampaikan. Adapun keyakinan terhadap konten berkaitan dengan penilaian responden terkait kredibilitas informasi yang diterima. Pemilihan indikator keyakinan didukung oleh pembahasan Emeraldien *et al.* (2024) terkait keyakinan Generasi Z terhadap media arus utama dan media sosial serta relevansi kredibilitas informasi dalam konteks keyakinan terhadap media. Dengan demikian, keenam indikator tersebut merupakan sintesis konseptual dan operasional untuk mengukur pengalaman responden dalam menerima, memperhatikan, memahami, merespons, dan mengevaluasi konten sosial.

Indikator-indikator tersebut tidak diposisikan sebagai satu instrumen baku yang seluruh dimensinya sudah divalidasi secara bersama-sama oleh satu penelitian terdahulu. Variabel kepedulian sosial (Y) dioperasionalkan melalui enam indikator, yaitu empati, kesediaan membantu, partisipasi sosial, perhatian terhadap masalah sosial, tanggung jawab sosial, dan solidaritas sosial. Keenam indikator tersebut disusun untuk merepresentasikan perhatian individu terhadap kondisi orang lain, respons interpersonal, serta kecenderungan bertindak demi kepentingan sosial.

Empati berkaitan dengan kemampuan memahami atau merasakan kondisi yang dialami orang lain. Davis (1983) mengembangkan pendekatan multidimensional untuk mengukur perbedaan individual dalam empati. Referensi tersebut dipergunakan secara khusus sebagai landasan konseptual bagi indikator empati, bukan sebagai sumber langsung bagi keseluruhan indikator kepedulian sosial di penelitian ini. Kesediaan membantu menggambarkan kecenderungan individu memberikan bantuan kepada orang yang membutuhkan, sedangkan

partisipasi sosial menunjukkan keterlibatan dalam kegiatan yang tujuannya memberikan manfaat bagi masyarakat.

Perhatian terhadap masalah sosial mencerminkan kepekaan terhadap persoalan yang dialami individu atau kelompok. Tanggung jawab sosial berkaitan dengan kesadaran terkait peran dan kewajiban individu terhadap lingkungan sosialnya, sementara solidaritas sosial menggambarkan sikap kebersamaan dan dukungan terhadap orang lain atau kelompok yang menghadapi persoalan bersama. Pemilihan keenam indikator kepedulian sosial tersebut juga mempertimbangkan penelitian terdahulu yang relevan.

Prihantoro *et al.* (2021) mengkaji pengaruh akun Instagram Sekolah Relawan terhadap pembentukan kepedulian sosial di kalangan Generasi Z. Wulandari dan Khodijah (2023) membahas pemanfaatan media sosial untuk menguatkan sikap tanggung jawab mahasiswa, sedangkan Sudirman dan Alifah (2025) mengkaji peran media sosial dalam membentuk kepedulian generasi muda terhadap isu sosial. Penelitian-penelitian tersebut memberikan konteks empiris terkait keterkaitan media sosial dengan kepedulian dan tanggung jawab sosial. Namun, indikator di penelitian ini tetap merupakan operasionalisasi konseptual yang disusun menurut sintesis literatur, bukan klaim bahwa seluruh indikator tersebut secara langsung berasal dari satu instrumen terdahulu.

Sebelum analisis utama dilakukan, instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya memakai IBM SPSS. Uji validitas memakai korelasi *Pearson Product Moment* dengan membandingkan skor setiap butir pernyataan terhadap skor total variabel yang diukurnya. Butir dinyatakan memenuhi kriteria validitas apabila nilai (*r*) hitung lebih besar daripada (*r*) tabel dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Dengan jumlah responden sebanyak 58 orang, derajat kebebasan pengujian korelasi yaitu ($n-2=56$). Pada taraf signifikansi 5% untuk pengujian dua arah, nilai (*r*) tabel yang dipergunakan yaitu 0,259. Kriteria ini sejalan dengan prosedur pengujian validitas yang dipergunakan oleh Azzahiru *et al.* (2025).

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi internal butir pernyataan pada masing-masing variabel memakai koefisien *Cronbachs Alpha*. Mengacu pada kriteria yang dipergunakan di penelitian ini, instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbachs Alpha* lebih besar dari 0,60 (Fauziah, 2023). Pengujian dilakukan secara terpisah untuk variabel paparan konten sosial di media sosial dan variabel kepedulian sosial. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas dipergunakan untuk menentukan kelayakan butir pernyataan sebelum analisis regresi dilakukan.

Selanjutnya, pengujian asumsi regresi meliputi uji normalitas dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas dilakukan terhadap residual regresi memakai *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Residual dinyatakan memenuhi asumsi normalitas apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Pengujian ini dipergunakan untuk menilai distribusi residual model, bukan untuk menguji normalitas setiap variabel secara terpisah. Prosedur dan kriteria pengambilan keputusan tersebut merujuk pada pendekatan pengujian yang dipergunakan oleh Azizah dan Hartanto (2024).

Uji heteroskedastisitas dilakukan memakai metode Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Model dinyatakan tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi variabel independen lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, nilai signifikansi kurang dari 0,05 menunjukkan adanya indikasi heteroskedastisitas yang perlu diperhatikan. Kriteria tersebut mengacu pada prosedur pengujian yang dipergunakan oleh Wiryawan dan Nugroho (2021). Kedua pengujian asumsi dilakukan sebelum analisis regresi untuk mengevaluasi kesesuaian model dengan persyaratan analisis yang dipergunakan (Sugiyono, 2022).

Analisis data memakai regresi linear sederhana sebab penelitian melibatkan satu variabel independen, yaitu paparan konten sosial di media sosial (*X*), dan satu variabel dependen, yaitu kepedulian sosial (*Y*). Analisis ini dipergunakan untuk mengetahui arah serta besarnya perubahan skor kepedulian sosial yang berkaitan dengan perubahan skor paparan konten sosial. Pengujian hipotesis dilakukan memakai uji *t* pada taraf signifikansi 5%. Pengaruh dinyatakan signifikan apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05. Keputusan tersebut juga diperiksa melalui perbandingan nilai absolut (*t*) hitung dengan (*t*) tabel menurut derajat kebebasan yang sesuai (Ghozali, 2021). Seluruh proses pengolahan dan analisis data dilakukan memakai IBM SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan instrumen dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian validitas di penelitian ini memakai korelasi *Product Moment* dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel pada taraf signifikansi 5%. Butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai *r* hitung lebih besar daripada *r* tabel. Kriteria tersebut dipergunakan oleh Azzahiru *et al.* (2025) dalam pengujian validitas instrumen.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Sig.	Keterangan
Paparan Konten Sosial di Media Sosial (X)	X1	0,565	0,259	<0,001	Valid
	X2	0,679	0,259	<0,001	Valid
	X3	0,591	0,259	<0,001	Valid
	X4	0,710	0,259	<0,001	Valid
	X5	0,469	0,259	<0,001	Valid
	X6	0,528	0,259	<0,001	Valid
Kepedulian Sosial (Y)	Y1	0,753	0,259	<0,001	Valid
	Y2	0,736	0,259	<0,001	Valid
	Y3	0,755	0,259	<0,001	Valid
	Y4	0,742	0,259	<0,001	Valid
	Y5	0,442	0,259	<0,001	Valid
	Y6	0,450	0,259	<0,001	Valid

Sumber: Data primer diolah (2026).

Menurut Tabel 1, seluruh 12 butir pernyataan dinyatakan valid sebab nilai *r* hitung setiap item lebih besar daripada *r* tabel sebesar 0,259. Pada variabel paparan konten sosial di media sosial (X), nilai *r* hitung berada pada rentang 0,469–0,710, sedangkan pada variabel kepedulian sosial (Y) berada pada rentang 0,442–0,755. Seluruh item juga mempunyai nilai signifikansi <0,001. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan pada variabel X dan Y memenuhi kriteria validitas sehingga 12 item bisa dipergunakan untuk analisis selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi internal instrumen dalam mengukur variabel penelitian. Pengujian reliabilitas di penelitian ini memakai koefisien *Cronbachs Alpha*. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbachs Alpha* lebih besar dari 0,60. Kriteria tersebut menjelaskan bahwa butir pernyataan dalam instrumen mempunyai konsistensi yang memadai dalam mengukur variabel yang diteliti (Fauziah, 2023).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	<i>Cronbachs Alpha</i>	Keterangan
Paparan Konten Sosial di Media Sosial (X)	0,624	Reliabel
Kepedulian Sosial (Y)	0,729	Reliabel

Sumber: Data primer diolah (2026).

Menurut Tabel 2, variabel paparan konten sosial di media sosial (X) memperoleh nilai *Cronbachs Alpha* sebesar 0,624, sedangkan variabel kepedulian sosial (Y) memperoleh nilai sebesar 0,729. Kedua nilai tersebut lebih besar daripada batas 0,60 sehingga seluruh butir pernyataan pada masing-masing variabel dinyatakan reliabel. Nilai *Cronbachs Alpha* pada variabel Y lebih tinggi dibandingkan variabel X, yang menunjukkan konsistensi internal instrumen pada variabel kepedulian sosial relatif lebih tinggi. Dengan demikian, seluruh 12 butir pernyataan yang terdiri atas enam item pada variabel X dan enam item pada variabel Y bisa dipertahankan untuk dipergunakan pada tahap analisis selanjutnya.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian normalitas di penelitian ini memakai *One-Sample Kolmogorov-*

Smirnov Test terhadap unstandardized residual. Dasar pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi, yaitu residual dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (Azizah & Hartanto, 2024).

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Unstandardized Residual
N	58
Mean	0,0000000
Std. Deviation	2,96618766
Most Extreme Differences – Absolute	0,102
Most Extreme Differences – Positive	0,102
Most Extreme Differences – Negative	-0,050
Test Statistic	0,102
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	0,130

Sumber: Data primer diolah (2026).

Menurut Tabel 3, hasil *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, residual pada model regresi berdistribusi normal sehingga asumsi normalitas terpenuhi. Hasil tersebut menjelaskan bahwa model penelitian memenuhi salah satu persyaratan untuk dilanjutkan pada analisis regresi linear sederhana.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varians residual pada setiap pengamatan dalam model regresi. Pengujian di penelitian ini memakai uji Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Model regresi dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi variabel independen lebih besar dari 0,05 (Wiryawan & Nugroho, 2021).

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	3,554	2,058	–	1,727	0,090
Paparan Konten Sosial di Media Sosial (X)	-0,051	0,089	-0,076	-0,573	0,569

Sumber: Data primer diolah (2026).

Menurut Tabel 4, hasil uji Glejser menjelaskan bahwa variabel paparan konten sosial di media sosial (X) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,569. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga tidak ada gejala heteroskedastisitas pada model regresi. Dengan demikian, varians residual dalam model bisa dianggap relatif konstan dan asumsi heteroskedastisitas terpenuhi, sehingga model regresi linear sederhana layak dipergunakan untuk pengujian hipotesis selanjutnya. Hasil ini menjelaskan bahwa perubahan nilai variabel X tidak menyebabkan pola ketidaksamaan varians residual yang mengganggu model regresi.

5. Uji t

Uji t dipergunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel serta melihat nilai signifikansi. Variabel independen dinyatakan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen apabila nilai t hitung lebih besar daripada t tabel atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (Setiyaningsih et al., 2021).

Tabel 5. Hasil Uji t

Model	Koefisien B	Std. Error	Beta	t hitung	Sig.
Konstanta	—	—	—	—	—
Paparan Konten Sosial di Media Sosial (X)	0,375	0,151	0,314	2,476	0,016

Sumber: Data primer diolah (2026).

Menurut Tabel 5, variabel paparan konten sosial di media sosial (X) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,476, sedangkan nilai t tabel pada taraf signifikansi 5% dengan derajat kebebasan (df) 56 sebesar 2,003. Nilai t hitung sebesar 2,476 lebih besar daripada t tabel sebesar 2,003. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,016 lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menjelaskan bahwa paparan konten sosial di media sosial berpengaruh signifikan terhadap kepedulian sosial mahasiswa Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Balitar. Koefisien regresi sebesar 0,375 menunjukkan arah pengaruh yang positif, sehingga peningkatan paparan konten sosial di media sosial cenderung diikuti oleh peningkatan kepedulian sosial mahasiswa.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Model Summary*)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,314	0,099	0,083	2,993

Sumber: Data primer diolah (2026).

Menurut hasil uji koefisien determinasi pada Tabel 6, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,099. Nilai tersebut menjelaskan bahwa model regresi dengan variabel paparan konten sosial di media sosial bisa menjelaskan 9,9% variasi kepedulian sosial mahasiswa. Sementara itu, sebesar 90,1% variasi kepedulian sosial tidak dijelaskan oleh model regresi yang dipergunakan. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,083 menunjukkan nilai koefisien determinasi yang sudah disesuaikan sebesar 8,3%. Hasil ini memperlihatkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan variasi kepedulian sosial mahasiswa masih terbatas sehingga ada kemungkinan faktor-faktor lain di luar model yang berkaitan dengan kepedulian sosial.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa paparan konten sosial di media sosial mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap kepedulian sosial mahasiswa Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Islam Balitar. Hasil uji t menghasilkan nilai sebesar 2,476 dengan signifikansi 0,016, lebih kecil daripada taraf signifikansi 0,05. Koefisien regresi sebesar 0,375 menjelaskan bahwa setiap kenaikan satu satuan skor paparan konten sosial berkaitan dengan kenaikan skor kepedulian sosial sebesar 0,375 satuan menurut model regresi yang dipergunakan.

Temuan ini mengindikasikan adanya hubungan positif antara paparan konten sosial dan kepedulian sosial mahasiswa dalam konteks responden penelitian. Meskipun demikian, hasil tersebut perlu dipahami sesuai dengan desain penelitian asosiatif dan tidak bisa langsung diartikan sebagai bukti bahwa paparan konten sosial merupakan penyebab tunggal meningkatnya kepedulian sosial. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,099 menjelaskan bahwa model regresi menjelaskan 9,9% variasi skor kepedulian sosial mahasiswa melalui variabel paparan konten sosial di media sosial.

Sementara itu, 90,1% variasi lainnya tidak dijelaskan oleh variabel tersebut dalam model yang diuji. Kondisi ini menjelaskan bahwa hubungan antara paparan konten sosial dan kepedulian sosial perlu dipahami dalam cakupan yang terbatas. Kepedulian sosial merupakan fenomena yang bisa berkaitan dengan berbagai aspek kehidupan individu dan lingkungan sosialnya, sehingga variabel yang diteliti di penelitian ini belum memberikan penjelasan menyeluruh terkait variasi kepedulian sosial mahasiswa. Faktor lain, seperti lingkungan pertemanan, pengalaman berinteraksi secara langsung, nilai pribadi, lingkungan keluarga, dan keterlibatan dalam kegiatan kemasyarakatan, bisa menjadi pertimbangan untuk penelitian selanjutnya, meskipun kontribusi masing-masing faktor tersebut belum diuji di penelitian ini.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Wulandari dan Khodijah (2023), yang menjelaskan bahwa pemanfaatan media sosial bisa dipergunakan untuk menguatkan kepedulian sosial mahasiswa melalui penyebaran informasi kegiatan sosial. Kesamaan tersebut memperlihatkan bahwa media sosial mempunyai relevansi sebagai saluran penyampaian informasi terkait kegiatan dan persoalan sosial. Dalam konteks penelitian ini, paparan terhadap konten sosial bisa memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperoleh informasi terkait kondisi masyarakat, pengalaman kelompok lain, dan berbagai persoalan yang memerlukan perhatian. Informasi tersebut berpotensi memperluas wawasan sosial pengguna dan berkaitan dengan tingkat kepedulian yang mereka laporkan.

Namun, penelitian ini tidak mengukur perubahan kepedulian sebelum dan sesudah paparan konten, sehingga kemungkinan proses tersebut masih merupakan interpretasi yang perlu diuji lebih lanjut. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan kajian Prihantoro *et al.* (2021) terkait akun Instagram @SekolahRelawan dan pembentukan kepedulian sosial di kalangan Generasi Z. Penelitian tersebut memberikan konteks empiris bahwa paparan konten yang berkaitan dengan kegiatan sosial bisa dikaji dalam hubungannya dengan kepedulian sosial.

Kesamaan ini mendukung relevansi pembahasan terkait konten sosial sebagai salah satu aspek pengalaman bermedia yang berkaitan dengan kepedulian individu. Di penelitian ini, variabel paparan konten sosial dioperasionalkan melalui frekuensi, durasi, perhatian, keterlibatan, pemahaman, dan keyakinan terhadap konten. Oleh sebab itu, hasil regresi mencerminkan hubungan skor keseluruhan variabel paparan konten sosial dengan skor kepedulian sosial, bukan pengaruh terpisah dari masing-masing indikator. Penelitian ini juga tidak membandingkan pengaruh setiap indikator, sehingga belum bisa ditentukan aspek paparan mana yang paling kuat hubungannya dengan kepedulian sosial.

Di sisi lain, hasil penelitian ini berbeda arah dengan temuan Manullang (2017), yang melaporkan bahwa intensitas penggunaan jejaring sosial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepedulian sosial, dengan koefisien beta sebesar -0,412 dan nilai signifikansi 0,000. Perbedaan tersebut perlu dibaca dengan mempertimbangkan perbedaan operasionalisasi variabel dalam kedua penelitian. Manullang (2017) mengkaji intensitas penggunaan jejaring sosial, sedangkan penelitian ini berfokus pada paparan terhadap konten sosial di media sosial. Kedua variabel tersebut mempunyai cakupan pengukuran yang berbeda, sehingga arah hasil yang berbeda tidak dengan sendirinya membuktikan bahwa salah satu aspek lebih berpengaruh daripada aspek lainnya.

Penelitian ini juga tidak memasukkan intensitas penggunaan media sosial secara umum sebagai variabel pembanding. Dengan demikian, hasil yang diperoleh hanya menunjukkan hubungan pengaruh statistik paparan konten sosial terhadap kepedulian sosial dalam model yang diuji, bukan bukti bahwa substansi konten lebih menentukan daripada intensitas penggunaan media sosial. Temuan penelitian ini juga relevan dengan penelitian Suminar *et al.* (2024), yang mengkaji keterkaitan paparan informasi melalui media sosial dengan perilaku pro-lingkungan pada Generasi Z di Indonesia. Penelitian tersebut memberikan konteks bahwa paparan informasi digital bisa dikaji dalam hubungannya dengan respons sosial tertentu.

Meskipun demikian, perilaku pro-lingkungan tidak sepenuhnya identik dengan kepedulian sosial, sehingga kesamaan temuan perlu dipahami pada tingkat relevansi peran paparan informasi, bukan sebagai kesetaraan konstruk yang diukur. Di penelitian ini, hubungan positif yang ditemukan menjelaskan bahwa skor paparan konten sosial yang lebih tinggi berkaitan dengan skor kepedulian sosial yang lebih tinggi pada responden. Akan tetapi, penelitian ini belum menguji mekanisme yang menjelaskan hubungan tersebut ataupun faktor lain yang mungkin turut memengaruhinya.

Secara keseluruhan, hasil penelitian memperlihatkan adanya hubungan pengaruh positif dan signifikan secara statistik antara paparan konten sosial di media sosial dan kepedulian sosial mahasiswa. Nilai koefisien regresi menunjukkan arah hubungan yang positif, sedangkan nilai R^2 memperlihatkan bahwa kemampuan penjelasan model masih terbatas. Temuan ini memberikan kontribusi empiris bagi kajian sosiologi terkait keterkaitan pengalaman bermedia digital dengan kepedulian sosial mahasiswa. Namun, hasil penelitian terbatas pada 58 mahasiswa Program Studi Sosiologi Universitas Islam Balitar angkatan 2022–2025, sehingga generalisasi ke kelompok mahasiswa atau masyarakat yang lebih luas perlu dilakukan secara hati-hati. Penelitian selanjutnya bisa memperluas cakupan responden, membandingkan paparan konten sosial dengan intensitas penggunaan media sosial secara langsung, serta menguji peran faktor sosial lain untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terkait kepedulian sosial.

KESIMPULAN DAN SARAN

Menurut hasil penelitian, bisa disimpulkan bahwa paparan konten sosial di media sosial mempunyai hubungan positif dan signifikan secara statistik dengan kepedulian sosial mahasiswa Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Islam

Balitar. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung 2,476, lebih besar daripada t tabel 2,003, dengan nilai signifikansi sebesar $0,016 < 0,05$. Koefisien regresi sebesar 0,375 menjelaskan bahwa setiap kenaikan satu satuan skor paparan konten sosial berkaitan dengan kenaikan skor kepedulian sosial sebesar 0,375 satuan dalam model regresi. Sementara itu, nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0,099 menjelaskan bahwa model regresi bisa menjelaskan 9,9% variasi kepedulian sosial mahasiswa, sedangkan 90,1% sisanya tidak dijelaskan oleh model ini dan bisa berkaitan dengan faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian. Dengan demikian, paparan konten sosial di media sosial berkaitan dengan kepedulian sosial mahasiswa, tetapi bukan satu-satunya faktor yang bisa menjelaskan variasi kepedulian sosial.

Temuan ini perlu dipahami sesuai dengan cakupan penelitian yang melibatkan mahasiswa dari satu program studi di Universitas Islam Balitar. Menurut temuan tersebut, mahasiswa disarankan untuk memanfaatkan media sosial secara bijak dengan meningkatkan perhatian terhadap konten yang memuat informasi sosial, persoalan masyarakat, dan kegiatan kemanusiaan, serta mempertimbangkan informasi secara kritis sebelum menanggapi atau menyebarkannya. Pengelola media sosial, komunitas, dan organisasi kemahasiswaan bisa mengembangkan penyebaran konten sosial yang informatif dan edukatif serta mendorong mahasiswa untuk terlibat dalam kegiatan sosial nyata.

Saran ini merupakan upaya yang relevan dengan temuan penelitian, bukan bukti bahwa paparan konten saja pasti meningkatkan kepedulian sosial. Untuk penelitian selanjutnya, cakupan responden perlu diperluas dengan melibatkan mahasiswa dari program studi atau perguruan tinggi lain supaya hasil penelitian bisa dibandingkan dan mempunyai cakupan generalisasi yang lebih luas. Penelitian berikutnya juga bisa menguji faktor lain yang berpotensi berkaitan dengan kepedulian sosial, seperti lingkungan pertemanan, pengalaman sosial, nilai pribadi, dan keterlibatan dalam kegiatan sosial. Selain itu, penelitian lanjutan bisa menganalisis indikator paparan konten sosial secara terpisah untuk mengetahui aspek yang paling berkaitan dengan kepedulian sosial mahasiswa.

REFERENSI

- Alawiyah Ziyah, S. F., Sardin, S., Aryani, D., Kurniati, E., & John, Y. W. (2025). The influence of hoax news on social media on netizens social concern in the Cianjur earthquake disaster. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 9(1), 48–61. <https://doi.org/10.22437/jssh.v9i1.23292>
- Azizah, K. N., & Hartanto, A. P. (2024). Hubungan dukungan keluarga dengan perilaku maladaptif mahasiswa BKI UIN Raden Mas Said Surakarta. *JKaKa: Jurnal Komunikasi dan Konseling Islam*, 4(2), 138–145. <https://doi.org/10.30739/jkaka.v4i2.3265>
- Azzahiru, N., Razzaq, A., & Nuhgraha, M. Y. (2025). Pengaruh memendam masalah terhadap kesehatan mental mahasiswa rantau Prodi Ilmu Politik angkatan 2023. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media*, 14(1), 79–89. <https://doi.org/10.35457/translitera.v14i1.4459>
- Davis, M. H. (1983). Measuring individual differences in empathy: Evidence for a multidimensional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(1), 113–126. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.44.1.113>
- Emeraldien, F., Harb, Y., Nuralita, T., Fitriani, C. M., & Nurhayati, A. (2024). Generation Zs trust in mainstream media and social media in Indonesia and Lebanon. *Jurnal Komunikasi Islam*, 14(1), 173–193. <https://doi.org/10.15642/jki.2024.14.1.173-193>
- Fauziah, R. (2023). Pengaruh promo tanggal cantik Shopee terhadap minat beli Kpopers di Group Order Line Darongy. *Jurnal Komunikasi Peradaban*, 1(1), 41–48. <https://journal.peradaban.ac.id/index.php/jkp/article/view/1368>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Manullang, K. K. B. (2017). Pengaruh intensitas penggunaan jejaring sosial dan kematangan emosi terhadap kepedulian sosial. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(4), 479–485. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v5i4.4465>
- Pohan, S., Alamsyah, A. G., Ardelisma, A., & Nugraha, A. (2023). Terpaan media sosial terhadap kesadaran mahasiswa tentang pelecehan seksual di Kota Medan. *Jurnal*

- Komunika Islamika: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Kajian Islam*, 10(2), 83–90. <https://doi.org/10.37064/jki.v10i2.19514>
- Prihantoro, E., Haryanti, D. A., Ohorella, N. R., & Kusumaningtyas, S. D. (2021). Akun Instagram Sekolah Relawan dan pengaruhnya terhadap pembentukan kepedulian sosial di kalangan Generasi-Z. *Metacommunication: Journal of Communication Studies*, 6(2), 177–185. <https://doi.org/10.20527/mc.v6i2.10097>
- Setiyaningsih, L. A., Fahmi, M. H., & Molyo, P. D. (2021). Selective exposure media sosial pada ibu dan perilaku anti sosial anak. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.33366/jkn.v3i1.65>
- Sudirman, & Alifah, F. D. (2025). Peran media sosial dalam membentuk kepedulian generasi muda terhadap isu sosial. *HUMAN: Journal of Social Humanities and Science*, 2(2), 59–64. <https://doi.org/10.58738/human.v2i2.952>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi 2). Alfabeta.
- Suminar, J. R., Hafiar, H., Amin, K., & Prastowo, A. A. (2024). Predicting pro-environmental behavior among generation Z in Indonesia: The role of family norms and exposure to social media information. *Frontiers in Communication*, 9, 1461609. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1461609>
- Suprpto, B. (2025). The moderating role of religiosity in the relationship between social media use and social concern among Indonesian adolescents. *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmu Pendidikan: E-Saintika*, 9(3), 581–597. <https://doi.org/10.36312/3v6n0r69>
- Wiryawan, M. A., & Nugroho, W. (2021). Pengaruh terpaan akun Instagram @bekasifood terhadap preferensi dalam memilih kuliner di Bekasi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(2), 140–149. <https://doi.org/10.33366/jkn.v3i2.82>
- Wulandari, F., & Khodijah, D. N. (2023). Penggunaan media sosial untuk menguatkan sikap tanggung jawab mahasiswa. *Al-Azkiya: Jurnal Pendidikan MI/SD*, 8(1), 10–25. <https://doi.org/10.32505/azkiya.v8i1.6095>