

ABSTRAK

Film KKN Desa penari merupakan adaptasi dari sebuah *thread* Twitter pada akun @SimpleM81378523 dan menjadi film Indonesia terlaris di tahun 2022 karena telah ditonton sebanyak 9,23 juta kali. Hal ini menarik untuk diteliti karena adanya asumsi kemungkinan *thread* twitter yang viral berpengaruh terhadap minat menonton. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *thread* twitter berpengaruh terhadap minat menonton dan seberapa besar pengaruh terpaan media *thread* twitter terhadap minat menonton film KKN di desa penari. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R). Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Menggunakan sampel sebanyak 100 responden dengan teknik *simple random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan media *thread* twitter berpengaruh sebesar 22,2% terhadap minat menonton film KKN di desa penari dan sisanya sebesar 77,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Walaupun hanya berpengaruh sebesar 22,2% namun hubungan antara kedua variabel bersifat searah dan terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan *thread* twitter dengan minat menonton film. Hal ini sesuai dengan hasil uji regresi dan nilai signifikansi $<0,001$ yang kurang dari 0,05 sehingga diketahui bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.

Kata kunci : KKN Desa Penari, Minat Menonton, Terpaan Media, Twitter

ABSTRACT

“KKN di desa penari” movie is an adaptation of a Twitter thread on the account @SimpleM81378523 and is the best-selling Indonesian film in 2022 because it has been watched 9.23 million times. This is interesting to research because there is an assumption that viral Twitter threads may influence watching interest. This research aims to determine the influence and how much media exposure (Twitter thread) influences interest in watching “KKN di desa penari” movie. The theory used in this research is the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) theory. This research uses a quantitative method. Using a sample of 100 respondents with simple random sampling technique. The research results showed that media exposure (twitter thread) had an influence of 22.2% on interest in watching “KKN di desa penari” movie and the remaining 77.8% was influenced by other factors. Even though it only has an effect of 22.2%, the relationship between the two variables is unidirectional and there is a significant influence between media exposure (twitter thread) and movie watching interest. This is in accordance with the results of the regression test and the significance value <0.001 which is less than 0.05 so it is known that H_a is accepted and H_o is rejected.

Keywords: KKN Desa Penari, Media Exposure, Twitter, Watching Interest