

Nama : Winarti
Kelas : IK 7B
Nim : 171910030
Mk : UTS culture studies

Review jurnal budaya dan media

Warnings:

...Linguistic Core can not confidently detect language of text or detected language is not supported. Used language-independent algorithm....

Keywords:

DAN, YANG, DALAM, BUDAYA DAN MEDIA, DAN MEDIA, KAJIAN BUDAYA DAN MEDIA, SEBAGAI, DENGAN, MAKNA, TEORI

Digest:

...DALAM PERSPEKTIF "KAJIAN BUDAYA DAN MEDIA"...

...Kajian budaya dan media dalam ranah efishimologi masih bersifat umum. Ia hidup dalam...

...menggabungkan teori-teori budaya dan media secara kritis....

...perspektif budaya, adalah memahami cara-cara produksi budaya dalam pertarungan...

...ideologi. Sebagai kajian lintas disiplin dan bertolak dari perspektif ideologis, maka kajian...

...budaya dan media (cultural studies and media) secara kritis akan mengkaji proses-proses...

...budaya alternatif pada media dalam menghadapi arus budaya....

...untuk memahami apa yang menyebabkan budaya alternatif itu tumbuh atau atas ketidak...

...berdayaan dalam menerima arus budaya global, dari kemajuan teknologi informasi...

...Kata kunci : media, budaya, komodifikasi...

...Kajian budaya dan media (cultural studies and media) sering disebut sebagai...

...Artinya kajian yang dimaksud lebih mengakar pada lintas...

...Kajian tersebut merupakan sebuah fenomena pascamodern dalam...

...melegitimasi metode dan teori-teori dalam kajian yang bersangkutan. Kajian ini lebih...

...melihat berbagai persoalan media dari perspektif budaya....

...Tetapi yang sering luput dalam...

...perbincangan tentang lintas-disiplin dalam ilmu-ilmu sosial dan humaniora bahwa gagasan...

...lintas-disiplin dalam kajian budaya dan media itu sendiri masih juga melibatkan gagasan...

...tentang perlintasan antara teori dengan tindakan....

...Inilah persoalan pokok yang di anggap...

...mampu membedakan antara kajian budaya dan media dengan disiplin lainnya....

...kajian budaya dan media dengan kekuasaan dan politik, dengan keinginan akan perubahan...

...Kajian budaya dan media (cultural... studies and media) merupakan sebuah bangunan teori yang dihasilkan para pemikir yang ...

...ini pengetahuan tidak pernah dipandang sebagai sebuah fenomena yang bersifat netral atau... dari mana, kepada siapa dan dengan tujuan apa seseorang bicara....

...media yang di anggap menonjol, di antaranya persoalan diskursif yang selalu mengedepan...

...Apa yang dimaksud dengan kajian budaya dan...

...media adalah sebuah medan nyata di mana praktik dan representasi "media" selalu di lihat...

...Budaya itu sendiri merupakan bentukbentuk kontradiktif akal sehat yang sudah mengakar pada dan ikut membentuk kehidupan...

...Budaya berkaitan dengan makna-makna sosial, yaitu...

...Dalam kajian budaya dan media selalu berargumen bahwa bahasa bukan sebuah... medium yang netral tempat dibentuknya makna yang bersifat objektif dan independen....

...Bahasa justru terlibat dalam pembentukan makna dan pengetahuan tersebut....

...memberi makna pada objek-objek material dan praktik-praktik sosial yang dibuat menjadi... lainnya guna mereproduksi makna makna....

...praktik-praktik penandaan (signifying practices), mempelajari kajian budaya dan media... sama halnya dengan meneliti bagaimana makna diproduksi secara simbolik dalam bahasa... sebagai 'sistem penandaan' dalam budaya populer....

...Media sebagai sebuah industri budaya...

...modern yang di dalamnya mengandung makna komodifikasi ekonomi komersial sudah... memenuhi katagori sebagai budaya populer pada lazimnya....

...mendapat perhatian lebih dalam kajian budaya dan media, maka "media" merupakan salah... kesadaran terbentuknya budaya media, ada dua konsep yang sering digunakan dalam teksteks kajian budaya dan media....

...Konsep ideologi lebih cenderung bertautan dengan petapeta makna yang berpretensi mengandung nilai kebenaran yang bersifat universal....

...Sebenarnya konsep ini lebih merupakan pengertian-pengertian yang spesifik yang...

...Misalnya, "konstruksi berita media televisi...

...yang bermakna menjelaskan dunia dalam kerangka bangsa-bangsa, dan dianggap sebagai...

...objek secara 'alami', dengan mengaburkan pembagian-pembagian kelas dalam formasi ...

...iklan yang menggambarkan perempuan sebagai tubuh-tubuh seksi....

...Proses pembuatan, mempertahankan dan reproduksi makna...

...dan praktik-praktik kekuasaan seperti itu disebut sebagai hegemoni....

...dengan suatu situasi dimana 'blok historis' suatu kelompok yang berkuasa mendapatkan...

...kewenangan dan kepemimpinan atas kelompok-kelompok subordinat dengan cara merebut...

...Teori Kajian Budaya dan Media...

...Ada sejumlah besar karya dalam kajian budaya dan media yang teoretis dan tidak...

...empiris. Teori dipahami sebagai narasi yang bertujuan memilah-milah dan menguraikan...

...ciri-ciri umum yang mendeskripsikan, mendefinisikan dan menjelaskan kejadian-kejadian...

...Teori tidak bisa memotret dunia realitas secara akurat, teori...

...Konstruksi teori adalah usaha diskursif...

...yang sadar-diri (self-reflexive) yang bertujuan menafsirkan dan mengintervensi dunia...

...realitas. Konstruksi teori melibatkan pengkajian konsep dan argumen-argumen, seringkali...

...yang tinggi dalam kajian budaya dan media....

...Kajian budaya dan media menolak klaim...

...Teori dipandang sudah selalu implisit dalam...

...penelitian empiris melalui pemilihan topik, fokus riset dan konsep-konsep yang...

PENGARUH AKTIVITAS PADA INSTAGRAM TERHADAP SIKAP
MAHASISWI PENGGUNA INSTAGRAM DI PALEMBANG (STUDI PADA
INSTAGRAM FASHION BLOGGER SONIA ERYKA)



Disusun oleh :

Nama : NIRA USTINA

Kelas : IK7A

Nim : 171910006

Program Study Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Komunikasi

Univesitas Binadarma Palembang

Tahun Ajaran 2021

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunianya sehingga Buku Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma Tahun 2019 telah dapat diselesaikan. Buku panduan ini merupakan penyempurnaan dari edisi sebelumnya sebagai pedoman bagi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi mendapatkan gambaran secara jelas dalam menyelesaikan penulisan tersebut.

Terimakasih disampaikan kepada Prof. Isnawijayani, Ph.D dan Dr Ratu Mutialela Caropeboka, MS, Dosen FIKOM serta tim penulisan atas kontribusi dalam penyempurnaan buku ini, serta semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyelesaian buku ini.

Kami menyadari masih terdapat kekurangan dalam buku ini untuk itu kritik dan saran terdapat penyempurnaan buku ini sangat diharapkan. Semoga buku ini dapat memberi manfaat bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma khususnya dan bagi semua pihak yang membutuhkan

Palembang 2 Januari 2019

Ketua

Dr. Desy Misnawati, M.I.Kom

NIDIM. 0208127303

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, media sosial instagram sudah menyatu dan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, karena hampir disetiap aktivitas masyarakat diabadikan dan dipublikasikan ke dalam instagram. Salah satu aktivitas yang biasa diabadikan masyarakat adalah cara berpakaian mereka yang saat ini sering disebut dengan istilah Outfit Of The Day (OOTD). Istilah ini merupakan istilah baru yang digunakan sebagai suatu tindakan dimana para pengguna Instagram mengabadikan cara berpakaian mereka ke media sosial Fashion atau cara berpakaian merupakan suatu penunjang penampilan yang erat kaitannya dengan keindahan atau estetika, selain itu fashion juga dapat mencerminkan kepribadian seseorang, identitas pribadi, kelompok ataupun budayanya. Dapat dikatakan pula bahwa fashion sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat yang kemudian berkembang dan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi gaya atau style setiap orang. Biasanya trend fashion tercipta karena adanya pengaruh dari tokoh yang di idolakan, iklan, tayangan televisi, dan film dengan fashion artistik yang menarik, internet dan majalah yang memiliki rubrik fashion. Kebanyakan dari mereka akan cenderung mengikuti trend fashion yang sedang berlangsung di kalangan masyarakat, khususnya kalangan remaja. Bahkan beberapa dari mereka secara khusus membuat blog untuk memposting atau berbagi informasi mengenai fashion dan gaya berpakaian nya tersendiri. Mereka biasa disebut sebagai fashion blogger. Sonia Eryka adalah salah satu remaja Indonesia yang mengikuti perkembangan fashion dan menjadikannya sebagai gaya hidup. Selain itu karena kegemarannya terhadap dunia fashion, ia pun gemar mempost foto-foto gaya berpakaiannya ke dalam blog pribadi miliknya sehingga ia sekarang menjadi salah satu fashion blogger populer di Indonesia. Sonia Eryka pun tak luput untuk memanfaatkan media sosial instagram untuk mengunggah foto-foto gaya berpakaiannya. Instagram Sonia Eryka sendiri di ikuti oleh lebih dari 90.000 pengguna instagram, dengan kurang lebih 5000 Like disetiap fotonya. Gaya berpakaian Sonia Eryka banyak di gemari oleh kalangan remaja. Hal tersebut terlihat dari komentar yang

ditinggalkan beberapa bahkan banyak pengikut instagram miliknya mengenai seberapa besar mereka menyukai gaya berpakaianya. Gaya berpakaian fashion blogger Sonia Eryka mudah di adaptasi oleh kalangan remaja menjadi pertimbangan penulis dalam meneliti penelitian ini. Selain itu, banyaknya like disetiap foto gaya berpakaianya yang ia unggah di instagram juga menjadi salah satu pertimbangan penulis untuk meneliti pengaruh instagram miliknya.

1.2 Rumusan Masalah

- 1) Bagaimanakah aktivitas pada Instagram fashion blogger Sonia Eryka?
- 2) Bagaimanakah sikap mahasiswi pengguna Instagram fashion blogger Sonia Eryka di Palembang ?
- 3) Seberapa besar pengaruh aktivitas pada Instagramfashion blogger Sonia Eryka terhadap sikap mahasiswi pengguna Instagram fashion blogger Sonia Eryka di Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Mengetahui bagaimana aktivitas pada Instagram fashion blogger Sonia Eryka?
- 2) Mengetahui bagaimana sikap mahasiswi pengguna Instagram fashion blogger Sonia Eryka di Palembang ?
- 3) Mengetahui seberapa besar pengaruh aktivitas pada Instagram fashion blogger Sonia Eryka terhadap sikap mahasiwi pengguna Instagram fashion blogger Sonia Eryka di Palembang

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat baik dari segi teoritis dan praktis adapun manfaat tersebut sebagai berikut:

1.4.1 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah rujukan keilmuan dalam penelitian selanjutnya mengenai terpaan media sosial di era modern terhadap fashion remaja di kota Palembang

1.4.2 secara teoritis

penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan yang luas dalam Fashion

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian mengnisis tentang pengaruh aktivitas pada instagram terhadap sikap mahasiswi pengguna instagram di palembag (studi pada instagram fashion blogger sonia eryka) populasi penelitian ini mahasiswa yang ada di Universitas Binadarma Palembang .

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Literatur

Nama peneliti dan asal Institusi	Judul	O	Metode
Ayu Widya Puspita UNIVERSITAS LAMPUNG	ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TWITTER OLEH PEJABAT PUBLIK DALAM PENERAPAN GOOD GOVERNANCE (Studi terhadap akun Gubernur Lampung, Gubernur Jawa Tengah dan Wali Kota Bandung)	akun Gubernur Lampung, Gubernur Jawa Tengah dan Wali Kota Bandung dengan adanya feed back	Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif
Risna Apriani Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatulah Jakarta	Pengaruh Media Sosial Facebook pada siswa kelas IX di Madrasah Tsanawiyah Raudhatul Mu'allimin islamiyah darul abrор bekaѕi	pada siswa kelas IX di Madrasah Tsanawiyah Raudhatul Mu'allimin islamiyah darul abrор bekaѕi	Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif
DWI SYAHNAZ HAZISAH (UNIVERSITAS HASANUDDIN)	PENGARUH INSTAGRAM STORIES TERHADAP EKSISTENSI DIRI DI KALANGAN SISWA-SISWI SMAN 1 MAKASSAR	siswa-siswi SMAN 1 Makassar yang terdiri dari kelas X dan XI	deskriptif kuantitatif

		yaitu sebanyak 919 siswa-siswi.	
--	--	---------------------------------	--

2.2 Kerangka Teoritis

2.2.1. Teori Persamaan Media

Teori persamaan media ini ingin menjawab persoalan mengapa orang-orang secara tidak sadar dan bahkan secara otomatis merespon apa yang dikomunikasikan media seolah-olah media itu manusia. Dengan demikian menurut asumsi teori ini, media diibaratkan manusia. Teori ini memperhatikan bahwa media juga bisa diajak berbicara. Media bisa menjadi lawan bicara individu seperti dalam komunikasi interpersonal yang melibatkan dua orang dalam situasi face to face. Jelas teori ini berkenaan sekali dengan penggunaan Instagram saat ini, bahwa dengan media komunikasi seperti Instagram ini kita dapat berinteraksi dengan Smartphone seolah-olah handphone ini adalah lawan bicara kita. Serta penggunaannya yang saat ini sebagai media untuk berbelanja secara praktis, cepat dan tepat waktu. Mengapa teori ini sangat relevan digunakan dipenelitian ini karena sudah sangat jelas, karena sebagai manusia kita sangat membutuhkan informasi serta berkomunikasi. Dalam hal ini media-media seperti handphone lah yang dapat digunakan untuk menunjang proses ini, media inilah yang menjadi lawan dalam komunikasi manusia. Karena itu dalam teori ini media pun disebutkan sebagai manusia karena mampu memberikan feedback langsung terhadap kita manusia yang mengkomunikasikannya.

2.2.2. Teori *Uses and Gratifications*

Teori *uses and gratifications* dirumuskan oleh **Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch** (1959). Mereka melakukan studi untuk mengetahui kaitan antara motivasi khalayak dengan penggunaan media. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana khalayak menggunakan media, memahami motivasi perilaku bermedia dan untuk mengidentifikasi berbagai fungsi yang mengikuti kebutuhan, motivasi, dan perilaku khalayak.

Teori *uses and gratifications* didasarkan pada beberapa asumsi, yaitu :

- Khalayak memiliki motivasi dan tujuan dalam perilaku komunikasi mereka
- Khalayak secara aktif memilih dan menggunakan media untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan mereka
- Ketika memilih dan menggunakan media, khalayak dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial dan psikologis
- Media harus bersaing dengan berbagai bentuk komunikasi lainnya untuk meraih perhatian, seleksi, dan penggunaan oleh khalayak
- Khalayak dapat mengartikulasikan alasan-alasan mereka menggunakan media (Werder, 2009 : 633)

2.2.3 Teori Agenda Setting (Agenda Setting Theory)

Teori agenda setting merupakan contoh lain dari efek kumulatif media massa. Teori agenda setting yang digagas oleh Bernard Cohen, Maxwell McCombs, dan Donald Shaw menggambarkan bagaimana pemilihan topik serta frekuensi pelaporan yang dilakukan oleh media massa berpengaruh terhadap arti penting dari topik-topik tersebut bagi khalayak umum.

Menurut teori agenda setting, media mengatakan apa yang penting kepada khalayak bukan apa yang dianggap penting oleh khalayak. Dengan kata lain, tingkat perhatian yang diberikan terhadap suatu isu dalam media mempengaruhi tingkatan pentingnya isu tersebut bagi konsumen media massa.

Yang harus diperhatikan dari teori agenda setting adalah bahwa media tidak bermaksud mengubah sudut pandang khalayak terhadap isu-isu tertentu, tetapi media dapat merubah persepsi khalayak terhadap apa yang penting. Teori agenda setting lebih berpusat pada isu-isu politik dan pemberitaan melalui media massa. Kini, teori agenda setting teori agenda setting tidak hanya berpusat pada isu-isu politik, tetapi merambah ke pelbagai isu serta media lain (Adler dan Rodman, 2003 : 477) .

2.3 Kerangka Konseptual

2.3.1 Media Sosial

Media sosial menurut Utari (2011:51) adalah sebuah media online dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi. Berpartisipasi dalam arti seseorang akan dengan mudah berbagi informasi, menciptakan konten atau isi yang ingin disampaikan kepada orang lain, member komentar terhadap masukan yang diterimanya dan seterusnya. Semua dapat dilakukan dengan cepat dan tak terbatas. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010:65) beberapa tipe dari media sosial: 1. Collaboration project Pada proyek kolaborasi ini, website mengizinkan usernya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun membuang konten-konten yang ada di website ini. 2. Micro blogs Pada blog dan microblog ini, user lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog iniseperti bercerita ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. 3. Content community Pada konten ini, para pengguna website ini saling membagikan konten-konten media, baik seperti video, ebook, gambar, dan lain-lain. 4. Social Networking sites Pada situs jejaring ini, aplikasi yang mengizinkan user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. 5. Virtual game world Pada dunia virtual ini, dimana mengrepleksikan lingkungan 3D, dimana user bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. 6. Social Virtual World Pada dunia virtual yang dimana penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti virtual game world, berinteraksi dengan yang lain. Pada penelitian ini peneliti memilih jenis media sosial Content Community karena berdasarkan penjelasan yang dipaparkan diatas, media sosial Instagram memiliki karakteristik yang sama dengan jenis Content Community, yaitu pengguna media sosial tersebut dapat membagikan konten media. Dalam Instagram konten yang dapat dibagikan adalah gambar dan video.

2.3.2 Instagram

Instagram itu sendiri adalah sebuah aplikasi berbagi foto menyenangkan yang memungkinkan pengguna mengambil gambar atau foto, menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. (Sumber: Instagram.com) Atmoko (2012:28) dalam bukunya yang berjudul Instagram Handbook menjelaskan bahwa aplikasi Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah, yaitu sebagai berikut:

1. Home Page Halaman utama menampilkan linimasa foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti.
2. Comments Foto-foto yang ada di Instagram bisa dikomentari dengan kolom komentar.
3. Explore Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram.
4. Profile Dihalaman profil kita bisa mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu diri kita maupun orang lain sesama pengguna.
5. News Feed Fitur ini menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram.

Selain itu menurut Atmoko (2012:52) ada beberapa bagian yang sebaiknya diisi agar foto yang kita unggah lebih informatif. Bagian-bagian tersebut yaitu:

1. Judul Membuat judul atau caption foto lebih bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada foto tersebut.
2. Hashtag Hashtag adalah suatu label berupa suatu kata yang diberi awalan simbol bertanda pagar (#). Fitur pagar ini penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan label tertentu.
3. Lokasi Instagram memaksimalkan teknologi ini dengan menyediakan fitur lokasi. Sehingga setiap foto yang diunggah akan menampilkan lokasi dimana pengambilannya. Menurut Atmoko (2012:59), meski Instagram disebut layanan photo sharing, tetapi Instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena disini kita bisa berinteraksi dengan sesama pengguna. Ada beberapa aktivitas yang dapat kita lakukan di Instagram, yaitu:
 1. Follow Bisa dibayangkan betapa sepihnya ketika sendirian di dunia Instagram yang meriah. Oleh karena itu dengan adanya follow memungkinkan kita untuk mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang kita anggap menarik untuk diikuti.
 2. Like Jika menyukai foto yang ada di linimasa, jangan segan-segan untuk memberi like. Pertama dengan menekan tombol like dibagian bawah caption yang bersebelahan dengan komentar. Kedua, dengan double tap (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.
 3. Komentar Sama seperti like, komentar adalah bagian dari interaksi namun lebih hidup dan personal. Karena lewat komentar, pengguna mengungkapkan pikirannya

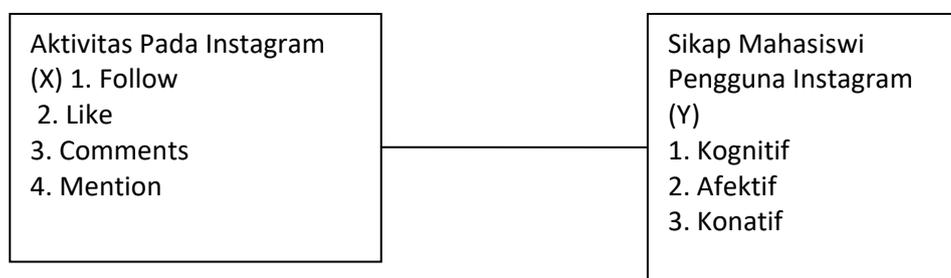
melalui kata-kata. Kita bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian atau kritikan.

4. Mentions Fitur ini memungkinkan kita untuk memanggil pengguna lain. Caranya adalah dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukan akun instagram dari pengguna tersebut. Peneliti memilih aktivitas pada instagram untuk dijadikan variable x karena aktivitas tersebut dinilai dapat menjadi suatu indikator untuk mengetahui bagaimana sikap mahasiswi pengguna Instagram di Bandung.

2.3.3 Sikap

Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap objek sikap. (Rakhmat, 2011:39) Robbins & Judge (2008:92) menyatakan bahwa sikap adalah pernyataan evaluatif - baik yang menyenangkan maupun tidak menyenangkan – terhadap objek, individu, atau peristiwa. Hal ini mencerminkan bagaimana perasaan orang tentang sesuatu. Menurut Azwar (2010:23), Sikap terdiri dari tiga komponen yang saling menunjang, yakni komponen kognitif, afektif dan konatif. Dengan pengertian sebagai berikut: a) Kognitif Komponen kognitif merupakan komponen yang berisi pengetahuan serta kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap. b) Afektif Komponen afektif merupakan komponen yang menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap. Secara umum, komponen ini disamakan dengan perasaan yang dimiliki terhadap sesuatu. c) Konatif Komponen konatif dalam struktur sikap menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya

2.4. Kerangka Pemikiran



2.5.Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara dalam rumusan penelitian. Hal ini dikatakan sementara karena jawaban yang di berikan baru berdasarkan pada teori yang relevan. Belum di dasarkan pada data-data yang ditemukan pada waktu pengumpulan data oleh penulis (Sugiyono,2008:93). Hipotesis diterima apabila terdapat pengaruh aktivitas pada instagram terhadap sikap mahasiswi pengguna Instagram di Bandung. Berikut adalah Hipotesis yang peneliti rumuskan: Ho: Aktivitas pada Instagram fashion blogger Sonia Eryka tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap mahasiswi pengguna Instagram fashion blogger Sonia Eryka di Bandung Ha : Aktivitas pada Instagram fashion blogger Sonia Eryka berpengaruh signifikan terhadap sikap mahasiswi pengguna Instagram fashion blogger Sonia Eryka di Palembang.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek dan Subjek Penelitian

Objek yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Bina Darma yang mempunyai akun Instagram yang memfollow akun Sonia Eryka.

3.1.2. Subjek Penelitian

3.1.2.1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini termasuk populasi terbatas. Populasi dalam penelitian ini adalah beberapa remaja dari MAHASISWA Universitas Bina Darma

3.1.2.2. Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel acak (random sampling), yaitu teknik pengambilan sampel yang setiap anggota populasinya memiliki kesempatan sama untuk menjadi anggota sampel. dan teknik sampel terstratifikasi (stratified sampling), yaitu teknik pengambilan sampel yang digunakan pada sampel apabila terdiri atas beberapa tingkat

3.1.2.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah metode non probability sampling, yaitu metode pengambilan sampel dengan tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dan menggunakan teknik purposive sampling. Melalui teknik ini peneliti memiliki keuntungan dalam menentukan sampel secara cepat, mudah dan relevan. Menurut Sugiyono (2012: 60), purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sehingga data yang diperoleh lebih representatif dengan melakukan proses penelitian yang kompeten dibidangnya. Sampel yang dipilih secara cermat dengan mengambil objek penelitian yang selektif

3.2. Desain Penelitian

3.2.1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eskplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode eksplanatif digunakan untuk menjelaskan suatu fenomena, menjelaskan hubungan, menguji pengaruh (hubungan sebab akibat) antar variabel. Dan melihat kaitan antara variabel-variabel yang ada.

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiwi pengguna Instagram di kota Palembang, Universitas Bina Darma. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2010 : 81). Dalam penelitian ini diketahui jumlah followers Sonia Eryka sebesar 100.000. Dalam penelitian kali ini digunakan tingkat kesalahan sebesar 5% dan taraf kepercayaan sebesar 95%. Menurut tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu (Kriyantono. 2008: 162), maka sampel yang diperlukan adalah sebesar 398 orang, namun agar dapat dibagi rata ke 3 Universitas, maka peneliti menambahkan 22 responden menjadi 420 responden, dan 140 pada setiap Universitasnya.

3.2.2. Oprasional Variabel

3.2.2.1. Variabel intensitas penggunaan media sosial Instagram

Variabel penggunaan media sosial Instagram berperan sebagai variabel antara (M), yaitu variabel yang menjadi penghubung (mediator) antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel antara ini sering disebut juga dengan nama variabel intervening. Suatu variabel dapat dikatakan sebagai variabel antara apabila dengan masuknya variabel tersebut, hubungan statistik yang semula terjadi di antara variabel independen dan dependen menjadi berkurang atau bahkan hilang. Dengan kata lain, hubungan yang terjadi adalah hubungan tidak langsung melalui variabel antara tersebut. Variabel ini diturunkan ke dalam dimensi frekuensi dan durasi penggunaan media sosial Instagram. Variabel ini akan diukur menggunakan skala interval

3.2.3. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang dilakukan dalam pengumpulan data dalam skripsi ini adalah :

3.2.3.1. Kuesioner Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan responden akan memberikan respon terkait atas daftar pertanyaan dari kuesioner tersebut.

3.2.4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan analisis kuantitatif uji statistika sebagai sarana untuk menganalisa data yang telah diperoleh. Untuk mempermudah dalam analisis data maka peneliti menggunakan pengolah data SPSS. Analisis data dalam penelitian ini dimulai dengan menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, yang berupa poin-poin pertanyaan dalam kuesioner. Setelah itu analisis dilanjutkan dengan menggunakan uji regresi linier berganda.

3.2.5. Uji Instrument

3.2.5.1. Uji Reliabilitas

Dalam pengambilan keputusan reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2001). Rumus untuk menghitung koefisien reliabilitas instrumen dengan menggunakan Cronbach Alpha adalah sebagai berikut : $\alpha = \frac{k}{k-1} (1 - \sum_{i=1}^k r_{ii}^2)$ Keterangan: α : Cronbach's coefficient alpha k : jumlah pecahan atau banyaknya butir pertanyaan $\sum_{i=1}^k r_{ii}^2$: total varians butir 2 : total varians

3.2.6. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini kami dapatkan dari beberapa Mahasiswa Binadarma yang memfollow akun instagram sonia eryka

3.2.7. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar hasilnya lebih lengkap dan sistematis (Suharsimi Arikunto, 2010: 203). Sugiyono (2010: 92), mengatakan bahwa instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket yang berisi butir-butir pertanyaan untuk diberi tanggapan oleh subyek penelitian. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup yaitu penelitian ini adalah angket tertutup yaitu terdiri atas pertanyaan dengan sejumlah jawaban tertentu sebagai jawaban (Nasution, 2002: 129). Untuk mengukur Pengaruhmedia sosial instagram terhadap perilaku remaja , skala yang cocok dengan kuesioner adalah dengan menggunakan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijadikan indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Skala Likert merupakan metode skala bipolar yang mengukur tanggapan positif dan negatif terhadap suatu pernyataan. Supaya tanggapan responden lebih tegas pada posisi yang mana, maka disarankan menggunakan lima skala jawaban saja dan menggunakan jawaban netral.

3.3. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.3.1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini berada di kampus Utama Universitas Binadarma Palembang.

3.3.2. Jadwal Penelitian

Penelitian ini di ambil pada tanggal 1 Desember sampai 30 Desember.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan beberapa hal. Salah satu aktivitas yang biasa diabadikan masyarakat adalah cara berpakaian mereka yang saat ini, media sosial Instagram sudah menyatu dan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, karena hampir setiap aktivitas masyarakat diabadikan dan dipublikasikan ke dalam Instagram.

1. Salah satu aktivitas yang biasa diabadikan masyarakat adalah cara berpakaian mereka yang saat ini sering disebut dengan istilah *Outfit Of The Day (OOTD)*. Istilah ini merupakan istilah baru yang digunakan sebagai suatu tindakan dimana para pengguna Instagram mengabadikan cara berpakaian mereka ke media sosial Fashion atau cara berpakaian merupakan suatu penunjang penampilan yang erat kaitannya dengan keindahan atau estetika, selain itu fashion juga dapat mencerminkan kepribadian seseorang, identitas pribadi, kelompok ataupun budaya.
2. Dapat dikatakan pula bahwa fashion sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat yang kemudian berkembang dan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi gaya atau style setiap orang.
3. trend fashion tercipta karena adanya pengaruh dari tokoh yang di idolakan, iklan, tayangan televisi, dan film dengan fashion artistik yang menarik, internet dan majalah yang memiliki rubrik fashion.
4. fashion blogger. Sonia Eryka adalah salah satu remaja Indonesia yang mengikuti perkembangan fashion dan menjadikannya sebagai gaya hidup. Selain itu karena kegemarannya terhadap dunia fashion, ia pun gemar mempost foto-foto gaya berpakaian ke dalam blog pribadi miliknya sehingga ia sekarang menjadi salah satu fashion blogger populer di Indonesia.
5. Sonia Eryka pun tak luput untuk memanfaatkan media sosial Instagram untuk mengunggah foto-foto gaya berpakaian.

Instagram Sonia Eryka sendiri di ikuti oleh lebih dari 90.000 pengguna instagram, dengan kurang lebih 5000 Like disetiap fotonya. Gaya berpakaian Sonia Eryka banyak di gemari oleh kalangan remaja.

6. Gaya berpakaian fashion blogger Sonia Eryka mudah di adaptasi oleh kalangan remaja menjadi pertimbangan penulis dalam meneliti penelitian ini. Selain itu, banyaknya like disetiap foto gaya berpakaianya yang ia unggah di instagram juga menjadi salah satu pertimbangan penulis untuk meneliti pengaruh instagram miliknya.