

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 4.1.1 Sejarah Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran

Komunitas Indonesia tanpa pacaran mulai berdiri pada 7 September 2015 adapun pengasas dari komunitas ini adalah La Ode Munafar yang merupakan seorang penulis 60 judul buku cinta dan motivasi, Trainer Muda & Owner Gaul Fresh. Awal berdirinya Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran Yogyakarta adalah gerakan yang berdiri berkat dorongan hati nurani pelajar, mahasiswa dan masyarakat Indonesia yang prihatin terhadap rekan-rekannya yang menjadi korban pacaran.

Indonesia Tanpa Pacaran merupakan yayasan yang berbentuk non profit kegiatan yang bergerak dalam sosial, agama serta pendidikan. Semua kegiatan komunitas Indonesia tanpa pacaran memperoleh dana melalui menjual buku, aksesoris dan pendaftaran member. Saat ini Indonesia Tanpa Pacaran bercita-cita ingin membangun pesantren, tetapi terlebih dahulu diawali dengan membangun masjidnya. Indonesia tanpa pacaran juga didukung oleh berbagai penulis Indonesia, organisasi dakwah sekolah bahkan telah di dukung oleh kampus se-Indonesia. Pada saat ini ada ratusan ribu foto dukungan yang masuk, selain itu sudah terdapat lebih dari 690.000 pengikut di *instagram*, untuk di aplikasi *fanpage* telah di like lebih dari 400.000 untuk aplikasi *facebook* telah memasuki pendukung yang lebih dari sejuta. Dukungan dari masyarakat luar terus berdatangan dan semakin meningkat setiap harinya.

Indonesia tanpa pacaran tidak hanya ada di Yogyakarta saja melainkan sudah menyebar keseluruh daerah Indonesia seperti, Jakarta, Sukoharjo, Palu, Bekasi, Banten, Palembang, Sulawesi Selatan, Tasik, Pekanbaru, Subang, Wonosobo dan Karanganyar. Disetiap daerahnya sudah memiliki koordinator dan Indonesia tanpa pacaran yang ada diseluruh daerah Indonesia merupakan akun resmi yang berada dibawah naungan Indonesia Tanpa Pacaran dan pendiri komunitas Indonesia Tanpa Pacaran yaitu La Ode Munafar.

#### **4.1.2 Visi Misi Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran**

##### 4.1.2.1 Visi

“ Menjadi Barisan Terdepan Berjuang Menghapus dari Indonesia”

##### 4.1.2.2 Misi

1. Memahami generasi dari bahaya pacaran.
2. Merangkul generasi yang sedang dan/atau sudah terjebak dalam pacaran.
3. Memberikan solusi pada pemuda cara ekspresi cinta tanpa pacaran.

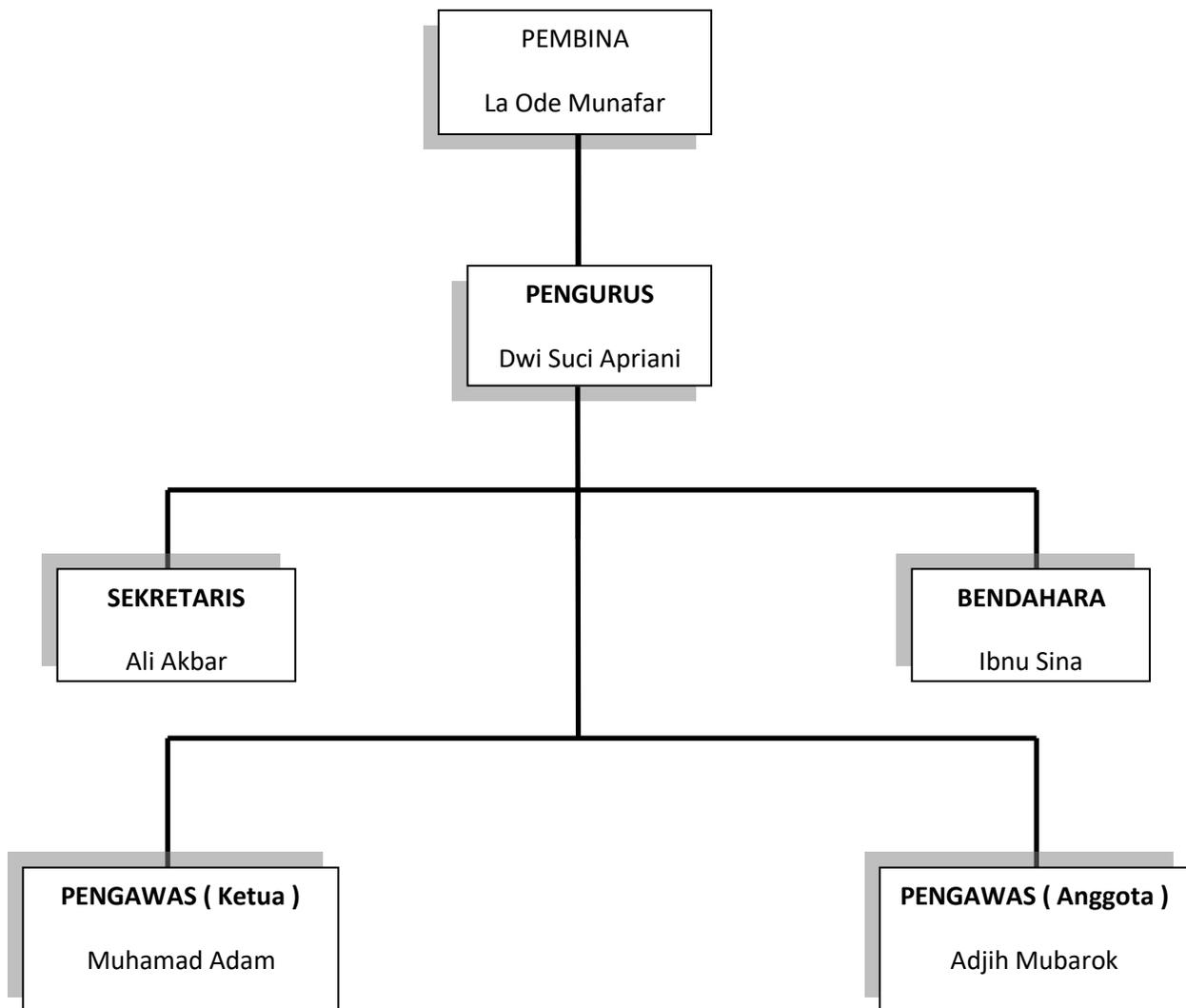
#### **4.1.3 Program Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran**

Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran Yogyakarta selain sering melakukan kajian dan kampanye komunitas juga memiliki program-program yang menarik seperti program *online* dan program *offline*.

- ##### 4.1.3.1 Untuk program *online* dilakukan melalui aplikasi *Whatsapp* program ini seperti melakukan konsultasi sesama member serta nasehat yang akan diberi oleh penulis cinta yang diadakan setiap Selasa dan Jumat. Melakukan penyadaran tentang pacaran yang dilakukan di segala media.

4.1.3.2 Adapun untuk kegiatan *offline* adalah pembagian buku secara gratis, buku yang diberi adalah mengenai cinta, komunitas Indonesia Tanpa Pacaran juga melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat memberi masukan atau pengetahuan seperti Tabligh Akbar, *Training*, *talkshow* serta seminar cinta dan motivasi selain itu juga melakukan aksi bareng kampanye bareng di jalan untuk pembinaan rutin.

#### 4.1.4 Struktur Organisasi Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran Yogyakarta



## 4.2 Gambaran Umum Responden

### 4.2.1 Karakteristik Sampel

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *sampling* jenuh. Jumlah sampel pada penelitian ini sebesar 60 responden, dengan kriteria anggota komunitas Indonesia tanpa pacaran yang menggunakan instagram. Adapun karakteristik responden pada penelitian ini sebagai berikut :

#### 4.2.1.1 Jenis Kelamin

Adapun data yang diperoleh mengenai jenis kelamin responden anggota komunitas Indonesia tanpa pacaran adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.1**

#### **Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	19	31,6 %
2	Perempuan	41	68,4 %
Total		60	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui mengenai jenis kelamin data responden anggota komunitas Indonesia tanpa pacaran yang memiliki instagram. Jenis kelamin perempuan memiliki presentasi sebesar 68,4% dengan jumlah 41 orang sedangkan laki laki memiliki presentasi sebesar 31,6% yang berjumlah 19 dari data diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar dari responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

#### 4.2.1.2 Kurun waktu mengikuti akun instagram komunitas Indonesia tanpa pacaran

Pada data responden ini, penelitian memberikan 3 pilihan jawaban yaitu 1 tahun, <1 tahun dan > 1 tahun. Adapun data yang diperoleh dari kurun waktu mengikuti akun instagram komunitas Indonesia tanpa pacaran sebagai berikut :

**Tabel 4.2**

#### **Kurun waktu mengikuti akun instagram Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran**

No	Berapa lama mengikuti	Jumlah	Presentase (%)
1	1 Tahun	9	15 %
2	< 1 Tahun	32	53,3 %
3	> 1 Tahun	19	31,7 %
Total		60	100%

Sumber data primer

Dari tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa responden yang mengikuti akun instagram komunitas Indonesia tanpa pacaran dalam kurun waktu 1 tahun sebesar 15% dengan jumlah responden sebanyak 9 orang, untuk kurun waktu < 1 tahun memiliki presentasi sebesar 53,3 % dengan jumlah responden 32 orang sedangkan untuk responden yang sudah mengikuti instagram komunitas indonesia tanpa pacaran >1 tahun memilki presentasi sebesar 31,7% dengan jumlah responden sebanyak 19 orang. Dari keterangan diatas menunjukkan bahwa sebagian besar dari anggota komunitas Indonesia tanpa pacaran mengikuti akun komunitas < 1 tahun.

#### 4.2.1.3 Usia Responden

Pada karakteristik usia responden, penelitian mengkategorikan 2 kategori yaitu 14- 20 tahun dan 21-25 tahun.

**Tabel 4.3**

#### **Karakteristik berdasarkan usia reponden**

No	Usia	Jumlah	Presentasi
1	14-20 Tahun	29	48%
3	21-25 Tahun	31	52%
Total		60	100%

Berdasarkan data penelitian yang dapat dilihat pada tabel 4.3 mengenai karakteristik usia responden menunjukkan bahwa usia 14-20 memiliki presentasi nilai sebesar 48 % dengan jumlah responden sebanyak 29 orang dan 21-25 memiliki presentasi nilai sebesar 52 % perbedaan presentasi antara keduanya sebesar 4% dengan jumlah responden sebanyak 31 orang, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semua kalangan menggunakan instagram.

#### 4.2.1.4 Status Responden

Pada data mengenai status responden peneliti mengelompokan 3 jawaban yaitu pelajar, mahasiswa, pegawai. Adapun data mengenai status responden dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik status responden**

No	Status	Jumlah	Presentasi
1	Pelajar	23	39,1 %
2	Mahasiswa	19	30,4 %
3	Pegawai	18	30,3 %
Total		60	100%

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian responden merupakan seorang pelajar dengan nilai presentasi sebesar 39,1% dengan jumlah responden sebanyak 23 orang, selanjutnya adalah mahasiswa sebesar 30,4 % adapun jumlah dari mahasiswa adalah sebanyak 10 orang, untuk pegawai memiliki presentasi sebesar 30,3% dengan jumlah responden sebanyak 18 orang. Maka dari paparan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa anggota komunitas Indonesia tanpa pacaran yang mengikuti akun instagram komunitas tersebut merupakan seorang pelajar dan di susul oleh mahasiswa, dari data diatas menunjukkan bahwa banyaknya pelajar yang menggunakan instagram dan mencari selain itu data tersebut juga menunjukkan bahwa instagram digunakan oleh semua status pekerjaan tanpa ada memandang suatu pekerjaan.

### 4.3 Hasil Penelitian

#### 4.3.1 Norma Skala Instagram

Setelah dilakukan penyebaran skala peneliti mendapatkan skor maksimum 140 untuk skor minimal diperoleh sebesar 35 yang selanjutnya dilakukan penghitungan interval, pada penelitian ini pengukuran jawaban diklasifikasikan ke dalam empat jawaban.

**Tabel 4.5**  
**Norma Skala Instagram**

<b>Interval</b>	<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi %</b>
35-61	Sangat Rendah	3	5%
62-88	Rendah	11	18,3%
89-115	Sedang	32	53,3%
116-140	Tinggi	14	23,4%
<b>Total</b>		<b>60</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa responden yang memanfaatkan fitur-fitur instagram dalam kategori sedang dengan nilai presentasi sebesar 53,3% sedangkan untuk kategori tinggi hanya memiliki nilai presentasi sebesar 23,4%. maka dapat ditarik kesimpulan bahwa responden yang memanfaatkan fitur-fitur instagram seperti *hashtag*, *geotag*, *follow*, *like*, komentar dan *mention* masuk kedalam kategori sedang dengan presentasi sebesar 53,3%, maka dapat dikatakan instagram memiliki pengaruh terhadap eksistensi.

### 4.3.2 Norma Skala Eksistensi

**Tabel 4.6**

**Norma Skala Eksistensi**

No	Aspek	Skor Item	Presentasi
1	Perception	1214	26,1%
2	Recognition Of Values	1148	24,8%
3	Freedom	1201	25,8%
4	Responsibility	1080	23,3%
<b>Total</b>		<b>4643</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat dianalisis bahwa dari segi eksistensi dengan menggunakan aspek *perception*, *recognition of values*, *freedom*, *responsibility*, menunjukan bahwa aspek eksistensi yang terpengaruh oleh instagram adalah aspek *perception* yaitu mengumpulkan informasi yang relevan, mempersepsikan objek duniawi dan selalu menemukan fakta-fakta dan kemungkinan yang realistis dengan presentasi sebesar 26,1% dicapai dengan mengumpulkan informasi komunitas sertaselalu *updated* dan menemukan manfaat dari postingan komunitas. Untuk aspek *recognition of values* mendapatkan presentasi sebesar 24,8% sedangkan *freedom* sebesar 25,8% sedangkan *responsibility* hanya sebesar 23,3%

### 4.3.3 Uji Validitas

Pada hasil uji validitas untuk melihat item yang tidak valid dapat membandingkannya, dengan cara  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel maka pernyataan atau item tersebut dapat diterima atau valid. Pada hasil uji validitas ini  $r$  tabel adalah 0,254 dengan signifikansi 5% dengan jumlah responden sebanyak 60. Tabel berikut yang dinyatakan pernyataan valid :

Tabel 4.7

## Hasil Uji Validitas Skala Instagram

Item	r hitung	><	r tabel	Keterangan
Item 1	0,783	>	0,254	Valid
Item 2	0,734	>	0,254	Valid
Item 3	0,722	>	0,254	Valid
Item 4	0,774	>	0,254	Valid
Item 6	0,739	>	0,254	Valid
Item 7	0,720	>	0,254	Valid
Item 8	0,793	>	0,254	Valid
Item 10	0,496	>	0,254	Valid
Item 12	0,814	>	0,254	Valid
Item 13	0,725	>	0,254	Valid
Item 14	0,759	>	0,254	Valid
Item 15	0,738	>	0,254	Valid
Item 16	0,482	>	0,254	Valid
Item 17	0,771	>	0,254	Valid
Item 19	0,673	>	0,254	Valid
Item 20	0,809	>	0,254	Valid
Item 21	0,499	>	0,254	Valid
Item 22	0,766	>	0,254	Valid
Item 23	0,506	>	0,254	Valid
Item 24	0,767	>	0,254	Valid
Item 25	0,750	>	0,254	Valid
Item 26	0,693	>	0,254	Valid
Item 27	0,742	>	0,254	Valid
Item 29	0,710	>	0,254	Valid
Item 30	0,781	>	0,254	Valid
Item 31	0,769	>	0,254	Valid
Item 32	0,814	>	0,254	Valid
Item 33	0,695	>	0,254	Valid
Item 34	0,600	>	0,254	Valid
Item 35	0,780	>	0,254	Valid

Berdasarkan tabel 4.5 diatas diperoleh hasil item yang valid dari skala instagram sebanyak 30 dari 35 pernyataan yang dinyatakan valid. Dari 35 terdapat 5 pernyataan yang dikatakan tidak valid yang dikarenakan r hitungnya lebih kecil dari r tabelnya 0,254 adapun

pernyataan yang tidak valid yaitu pernyataan 5, 9, 11, 18, 28 sehingga pernyataan tersebut dikatakan gugur dan tidak dimasukkan ke pengujian selanjutnya.

**Tabel 4.8**

**Hasil Uji Validitas Skala Eksistensi**

<b>Item</b>	<b>r hitung</b>	<b>&gt;&lt;</b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Item 1	0,868	>	0,254	Valid
Item 2	0,848	>	0,254	Valid
Item 3	0,796	>	0,254	Valid
Item 4	0,855	>	0,254	Valid
Item 5	0,817	>	0,254	Valid
Item 6	0,839	>	0,254	Valid
Item 7	0,831	>	0,254	Valid
Item 8	0,687	>	0,254	Valid
Item 10	0,732	>	0,254	Valid
Item 11	0,667	>	0,254	Valid
Item 12	0,715	>	0,254	Valid
Item 13	0,819	>	0,254	Valid
Item 15	0,625	>	0,254	Valid
Item 17	0,817	>	0,254	Valid
Item 18	0,857	>	0,254	Valid
Item 19	0,799	>	0,254	Valid
Item 20	0,606	>	0,254	Valid
Item 21	0,899	>	0,254	Valid
Item 22	0,866	>	0,254	Valid
Item 23	0,763	>	0,254	Valid
Item 24	0,834	>	0,254	Valid

Berdasarkan tabel 4.6 diatas diperoleh hasil item yang valid dari skala eksistensi sebanyak 21 dari 24 pernyataan yang dikatakan valid. Dari 24 pernyataan terdapat 3 item yang tidak valid dikarenakan r hitungnya lebih kecil dari r tabel 0,254, adapun pernyataan yang tidak valid yaitu pernyataan 9, 4, 16 maka pernyataan tersebut gugur dan tidak dapat dilanjutkan ke pengujian selanjutnya.

#### 4.3.4 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu pengukuran yang mampu menghasilkan data yang memiliki tingkat reliabilitas tinggi kemudian disebut dengan pengukuran yang reliabel. Pengujian skala instagram dalam pengujian uji reliabilitas sebagai berikut :

**Tabel 4.9**

#### Hasil Uji Reliabilitas Skala Instagram

Cronbach's Alpha	N of Items
0.966	30

Berdasarkan tabel 4.7 diatas hasil dari uji reliabilitas skala instagram didapatkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,966. Adapun syarat dari uji reliabilitas adalah nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 maka skala instagram dapat dikatakan reliabel atau dapat dipercaya.

**Tabel 4.10**

#### Hasil Uji Reliabilitas Skala Eksistensi

Cronbach's Alpha	N of Items
0.973	21

Berdasarkan tabel 4.8 diatas hasil dari uji reliabilitas skala eksistensi didapatkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,973. Adapun syarat dari uji reliabilitas adalah nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 maka skala eksistensi dapat dikatakan reliabel atau dapat dipercaya.

Melihat dari kedua skala tersebut memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa kedua skala tersebut reliabel atau dapat dipercaya.

#### 4.4 Analisis Uji Hipotesis

Adapun tujuan dari dilakukannya uji hipotesis adalah untuk menguji serta memprediksi<sup>83</sup> apakah variabel bebas pada penelitian ini yaitu pengaruh instagram memberikan pengaruh kepada variabel terikat yaitu eksistensi. Pada uji analisis hipotesis menggunakan uji koefisien determinasi (R) menggunakan teknik uji korelasi *product moment*.

##### 4.4.1 Uji Koefisien Determinasi (R)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk melihat dan mengukur seberapa jauh kemampuan pada indikator variabel bebas yaitu instagram mempengaruhi variabel terikat yaitu eksistensi. Adapun hasil uji koefisien determinasi sebagai berikut :

**Tabel 4.11**

#### Hasil Uji Koefisien Detertminasi

##### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.837 <sup>a</sup>	.701	.695	8.010

a. Predictors: (Constant), Instagram

---

<sup>83</sup>Reni Ferlitasari (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja, *Gelar Sarjana* Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Diakses pada tanggal 22 Ferberuari2019

Berdasarkan hasil tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel bebas yaitu instagram terhadap variabel terikat yaitu eksistensi yaitu sebesar 0,837. Untuk pengaruh yang diberikan instagram terhadap eksistensi yang ditunjukkan oleh *R Square* yaitu dengan nilai sebesar 70,1% dengan berarti pengaruh instagram terhadap eksistensi adalah sebesar 70,1% sedangkan sisanya adalah 29,9% (100%-70,1%) dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesa yang dikemukakan peneliti benar. Sehingga menunjukkan instagram berpengaruh terhadap eksistensi dengan kategori kuat.

#### 4.4.2 Uji Normalitas

Pada uji normalitas digunakan untuk menguji dan mengetahui apakah data yang disajikan dapat berdistribusi dengan normal atau tidak. Untuk menentukan data yang di uji berdistribusi dengan normal atau tidak maka menentukan nilai signifikannya, adapun nilai signifikannya adalah  $> 0,05$  maka dapat dikatakan berdistribusi, adapun hasil uji normalitas adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.12**

#### Hasil Uji Normalitas

		uOne-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
		Instagram	Eksistensi
N		60	60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	101.55	77.38
	Std. Deviation	19.316	14.511
	Absolute	.085	.167
Most Extreme Differences	Positive	.062	.100
	Negative	-.085	-.167
Kolmogorov-Smirnov Z		.659	1.293
Asymp. Sig. (2-tailed)		.778	.071

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut yaitu instagram dan eksistensi menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,778 untuk variabel instagram sedangkan untuk variabel eksistensi terdapat nilai signifikan sebesar 0,071 maka dari kedua variabel tersebut nilai hasil signifikannya  $> 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa kedua variabel tersebut berdistribusi dengan normal.

#### 4.4.3 Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui hubungan yang linear atau tidak secara signifikan, variabel dapat dikatakan linear apabila nilai signifikan keduanya  $> 0,05$ , adapun hasil uji linearitas sebagai berikut :

#### 4.13

**Tabel Hasil Uji Linearitas**

ANOVA Table			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Eksistensi * Instagram	(Combined)		11136.017	36	309.334	5.523	.000
	Between Groups	Linearity	8703.233	1	8703.233	155.395	.000
		Deviation from Linearity	2432.783	35	69.508	1.241	.297
	Within Groups		1288.167	23	56.007		
	Total		12424.183	59			

Sumber: data primer yang diolah 2019

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.10 diatas dari kedua variabel tersebut diperoleh nilai signifikan sebesar 0,297 yang artinya kedua variabel tersebut nilai signifikan yang dihasilkan  $> 0,05$  maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hubungan antara variabel pengaruh instagram dan eksistensi memiliki hubungan linear.

#### 4.4.4 Uji Regresi linear Sederhana

Dilakukannya uji regresi linear sederhana untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas yaitu instagram dan variabel terikat yaitu eksistensi, adapu hasil uji regresi linear sederhana sebagai berikut :

**Tabel 4.14**

#### Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	13.530	5.579		2.425	.018
	Instagram	.629	.054	.837	11.647	.000

a. Dependent Variable: Eksistensi

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan nilai *constant* sebesar 13.530 sedangkan nilai instagram sebesar 0,629 sehingga menghasilkan persamaan regresi  $Y = a + bX$

$Y = 13.530 + 0,629X$  maka dari persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai *constant* adalah sebesar 13.530 dengan artian bahwa nilai konsisten variabel eksistensi adalah sebesar 13.530. untuk nilai koefisien regresi instagram sebesar 0,629 apabila pengaruh instagram meningkat 1% maka nilai eksistensi mengalami peningkatan sebesar 0,629, pada tabel diatas dapat diketahui bahwa koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa arah pengaruh variabel instagram terhadap variabel eksistensi bernilai positif.

Dalam regresi linear sederhana juga dibutuhkan uji t, berdasarkan tabel diatas nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel instagram (X) berpengaruh terhadap variabel eksistensi (Y). Variabel instagram memiliki nilai t hitung

sebesar 11.647 sedangkan nilai t tabel untuk 60 responden sebesar 2,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel instagram berpengaruh terhadap variabel eksistensi

## **4.5 Pembahasan Hasil Penelitian**

### **4.5.1 Pengaruh Instagram Terhadap Eksistensi Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran Yogyakarta**

Penelitian yang dilakukan di Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran Yogyakarta, dilakukan untuk mengetahui pengaruh instagram terhadap eksistensi Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran Yogyakarta. Melalui uji regresi linier sederhana diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti terdapat pengaruh instagram terhadap eksistensi Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran. Syarat agar kedua variabel dinyatakan memiliki pengaruh adalah nilai signifikansi nya lebih kecil dari 0,05 (Sig. < 0,05). Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yaitu terdapat pengaruh instagram terhadap eksistensi Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran. Melalui uji hipotesa dengan menggunakan uji teknik *korelasi product moment* mendapatkan hasil bahwa nilai *R Square* sebesar 0,701 yang berarti pengaruh instagram terhadap eksistensi Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran adalah sebesar 70,1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian.

Berdasarkan kategori skala instagram dalam memanfaatkan fitur-fitur instagram masuk kedalam tingkat kategori sedang dengan presentase sebesar 58,3% sedangkan untuk kategori tinggi memiliki presentase sebesar 23,4%. Untuk kategori tingkat sedang terhadap fitur-fitur instagram diperoleh dari skala 89-115. Kurangnya pemahaman responden terhadap fitur-fitur instagram sehingga memperoleh hasil presentase sebesar 5% dengan skala 35-61 yang termasuk dalam kategori rendah. Mayoritas responden penelitian pada skala instagram berada pada kategori sedang, hal ini menunjukkan bahwa minat anggota komunitas akan

konten yang disediakan oleh akun instagram Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran cukup baik dan mengerti dalam memahami dan memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh instagram.

Salah satu tujuan dari komunitas adalah berdakwah untuk mengajak anggota dan *follower* untuk menjauhi zina dalam spesifik untuk tidak berpacaran. Berdasarkan hasil dari norma skala menunjukkan bahwa anggota sudah cukup baik dalam menggunakan fitur fitur instagram, sehingga dapat memudahkan akun komunitas untuk mencapai tujuannya yaitu berdakwah. Berdasarkan data yang diperoleh fitur *like* memiliki presentase sebesar 64,9% *like* merupakan tanda bahwa pengguna media sosial lainnya telah menyukai foto atau video yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Dari penjelasan tersebut bahwa anggota komunitas memanfaatkan fitur like agar postingan Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran Yogyakarta muncul di *explore* instagram selain itu pengguna instagram lainnya memberikan *like* apabila postingan Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran Yogyakarta menarik perhatian pengguna lainnya. fitur selanjutnya yang dihadirkan oleh instagram yaitu *hashtag* dengan presentase sebesar 56,1%. *Hashtag* adalah sebuah label yang diberikan diawalan dengan simbol (#), dengan menggunakan *hashtag* disetiap postingan akan memberikan kemudahan kepada pengguna lainnya dalam menemukan foto-foto atau video yang terdapat pada aplikasi instgram.<sup>84</sup> Dengan hadirnya *hashtag* anggota Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran Yogyakarta dapat memanfaatkan *hashtag* untuk mengkategorikan dan mengumpulkan foto-foto yang ada di instagram, bahkan *hashtag* dapat memberikan kemudahan dalam menemukan komunitas-

---

<sup>84</sup> Atmoko, DwiBambang (2015). *Instagram Handbook, Jakarta : Media Kita*, hal, 45-67

komunitas yang sedang trending di instagram bahkan dalam menemukan informasi-informasi yang ada di instgaram.

Fitur berikutnya adalah *geotag* memiliki presentase sebesar 43,9%. *Geotag* adalah fitur instagram yang dapat memberitahukan kepada pengguna lainnya dimana lokasi pengambilan foto dengan mudah tanpa harus bertanya kepada orang yang mengunggah yang dikarenakan *geotag* akan memberi informasi dengan lengkap. Dari penjelasan tersebut bahwa anggota komunitas memanfaatkan *geotag* saat memposting foto untuk memudahkan pengguna lainnya untuk menemukan lokasi tersebut, dan menggunakan *geotag* untuk meningkatkan interaksi dengan pengguna lainnya serta memanfaatkan *geotag* untuk membagikan informasi kepada anggota komunitas atau pengguna instagram lainnya. *Follow* dengan presentase sebesar 73,3%. *Follow* adalah pengikut akun pengguna lainnya atau memiliki pengikut instagram. Apabila telah mengikuti pengguna lainnya maka postingan dari pengguna tersebut akan masuk kedalam tampilan halaman utama depan instagram.<sup>85</sup> Dengan adanya *follow* anggota komunitas dapat memanfaatkannya dengan mengikuti akun Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran serta mengikuti anggota komunitas. Selain itu anggota juga dapat mengikuti akun komunitas yang serupa dengan komunitas yang diikuti dengan tujuan menjalin hubungan baik dengan komunitas lainnya. Dengan memanfaatkan fitur *follow* maka anggota dapat melihat aktivitas atau kegiatan-kegiatan Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran.

---

<sup>85</sup> Fifit Difika (2016). Dakwah Melalui Media Instagram (Studi analisis materi dakwah dalam instagram Yusuf Mansur, Felix Siau, Aa Gym, Arifin Ilham), *Gelar Sarjana* UIN Walisongo. Diakses pada tanggal 23 Januari 2019

Fitur selanjutnya yang disajikan oleh instagram adalah *share* dengan presentase sebesar 56,1% *share* adalah membagikan sebuah foto atau video yang diunggah ke media sosial lainnya dengan itu pengguna aplikasi lainnya dapat melihat postingan tersebut. Oleh karena itu anggota komunitas memanfaatkan fitur *share* ke media sosial lainnya seperti Facebook dan Twitter dengan tujuan pengguna yang tidak memiliki instagram dapat melihat, anggota komunitas juga *menshare* ke pengguna lainnya seperti teman saudara sehingga mereka yang tidak mengikuti akun instagram dapat melihat postingan kegiatan Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran yang telah di *share*. Fitur instagram selanjutnya yaitu komentar dengan presentase sebesar 35,1% fitur komentar adalah indikator media sosial instagram yang di dalamnya pengguna satu dengan pengguna lainnya dapat berinteraksi yang berupa saran, kritik atau pujian yang memberi ruang tanpa ada batasan untuk melakukan interaksi. Berdasarkan dari penjelasan tersebut maka anggota dapat memanfaatkan komentar untuk memberi pujian, saran ataupun kritikan pada postingan Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran, menjalin komunikasi dengan sesama anggota Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran

Fitur yang dihadirkan oleh instagram yaitu *mention* memiliki nilai presentasi sebesar 42,1%. *Mention* adalah menyinggung pengguna lainnya di dalam judul foto selain itu dapat juga menyinggung pengguna lainnya di dalam kolom komentar adapun tujuannya adalah untuk berkomunikasi atau memberi informasi ke pengguna yang disinggung.<sup>86</sup> Oleh karena itu anggota komunitas memanfaatkan fitur *mentions* untuk membahas atau berkomunikasi postingan foto komunitas dengan pengguna lainnya. dengan adanya fitur mention pengguna dapat memperkenalkan Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran kepada pengguna instagram

---

<sup>86</sup>Monica Utari (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya, *Jom Fisip* Vol 4, No 2.

lainnya. anggota Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran memanfaatkan fitur *mention* agar pengguna lainnya dapat melihat postingan foto atau video Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran. Banyak dari pengguna instagram yang memanfaatkan fitur *mention* tersebut yang dikarenakan *mention* memberikan kemudahan kepada pengguna, pengguna dapat mengirim foto atau video dan dapat diterima oleh pengguna yang ditujukan dengan cepat. Melihat data dari nilai presentase fitur-fitur instagram menunjukkan bahwa banyak pengguna yang memanfaatkan fitur-fitur yang disajikan oleh instagram selaras dengan tabel 4.5 yang menunjukkan responden pada kategori sedang dengan skala 89-115 dengan presentase sebesar 58,3% yang sudah menggunakan fitur instagram, serta memahami fungsi dari fitur yang dihadirkan, dengan menggunakan fitur-fitur memberikan kemudahan saat menggunakan instagram.

Melalui uji reliabilitas eksistensi mendapatkan nilai sebesar 0,973 sehingga dapat dikatakan bahwa eksistensi dapat dipercaya atau reliabel, setelah di uji dengan uji linearitas eksistensi mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,071 yang artinya eksistensi berdistribusi dengan normal. Berdasarkan hasil mengenai eksistensi dengan menggunakan aspek *perception*, *reconition of values*, *freedom* serta *responsibility*, aspek yang cenderung terpengaruh oleh instagram adalah aspek *perception* dengan presentase 26,1%. *Perception* adalah cara seseorang untuk dapat memahami dan mempersepsikan objek yang ada di dunia, adapun objek pada pembahasan ini adalah sebuah arti yang terus menerus akan berkembang.

<sup>87</sup>Maka anggota komunitas akan mencari fakta-fakta terbaru mengenai larangan pacaran yang terdapat pada akun Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran, serta update terhadap informasi terbaru mengenai Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran untuk terus mengikuti

---

<sup>87</sup>Bastaman (2007). *Logoterapi Psikolog Untuku Menemukan Makna Hidup dan Meraih Hidup Bermakna*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, hal. 62

perkembangannya. Selain itu postingan yang ada pada akun Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran harus mengandung pesan-pesan yang positif sehingga memberikan manfaat kepada anggota Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran.

Aspek *recognition of values* presentase sebesar 24,8%. *Recognition of values* adalah keadaan seseorang yang mulai memahami sebuah hubungan kualitatif diantara objek dan objek dirinya sendiri yang didasari oleh pengenalan individu mengenai perasaan atau emosi serta evaluasi dari reaksi dalam hal menerima dan mengimajinasikan objek. Dari penjelasan tersebut anggota komunitas bergabung untuk memperbaiki diri atau menghindari zina, selain itu anggota bergabung ke dalam komunitas untuk mengetahui lebih jelas larangan berpacaran, maka postingan yang ada pada instagram Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran secara tidak langsung menegur followersnya.

Aspek eksistensi *freedom* dengan presentase sebesar 25,8%. *Freedom* merupakan kebebasan dalam menemukan arti adalah suatu hal yang penting dalam menemukan eksistensi, suatu kapasitas atau kemampuan yang dimiliki seseorang dalam hal menentukan sikap terhadap diri sendiri atau dunia termaksud dalam menentukan hal tindakan yang akan diperbuat dan hal yang menuju kearah hidupnya.<sup>88</sup> Dalam memilih dibutuhkan suatu pilihan sehingga harus mampu menerima konsekuensinya. Maka anggota dapat memberikan contoh kepada lingkungannya dengan cara tidak berpacaran, serta mendukung gerakan anti pacaran yang dideklarasikan oleh Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran dan berkontribusi dalam gerakan menghapus pacaran di Indonesia dan siap meninggalkan pacaran saat bergabung kedalam Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran Yogyakarta. Aspek eksistensi *responsibility*

---

<sup>88</sup>Bastaman (2007). *Logoterapi Psikolog Untuku Menemukan Makna Hidup dan Meraih Hidup Bermakna*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, hal. 62

dengan presentase 23,3%. *Responsibility* adalah mampu mengambil keputusan dalam tindakan dan menerima segala konsekuensi yang telah diambil. Dalam aspek *responsibility* ada tiga hal yang perlu dicapai yaitu bidang aktivitas, konteks struktural dan nilai-nilai yang akan dicapai dimasa depan.<sup>89</sup> Pada penjelasan tersebut jelas bahwa anggota Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran harus menerima konsekuensi yang diambil saat berpartisipasi dalam kampanye gerakan Indonesia Tanpa Pacaran serta anggota Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran mengikuti kajian-kajian yang dilakukan oleh komunitas untuk bekal kedepannya agar tidak terjerumus dan terhindar dari berpacaran.

---

<sup>89</sup> Beta Bela Pratiwi (2016). Hubungan Antara Harga Diri dan Penerimaan Sosial Dengan Eksistensi Diri Pada Cover Dancer Boyband dan Girlband Korea di Kota Malang, *Gelar Sarjana* Universitas Sebelas Maret. Diakses pada tanggal 01 Januari 2019