

BAB III

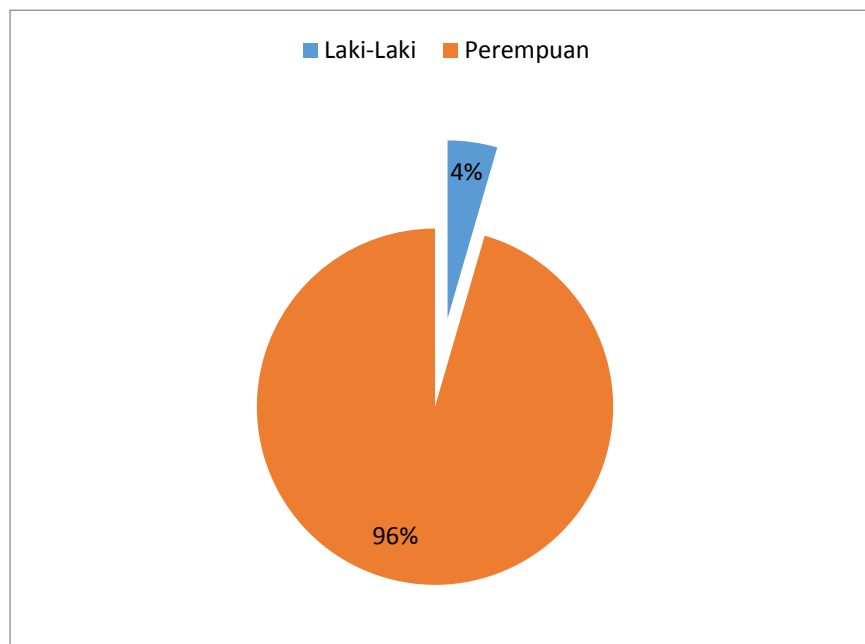
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah *follower* akun Instagram @nadaarsyinta dengan spesifikasi *follower* yang minat dan mengetahui dunia make up. Terdapat 400 responden yang ikut dalam penelitian ini. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada diagram 3.1.

Diagram 3. 1 Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

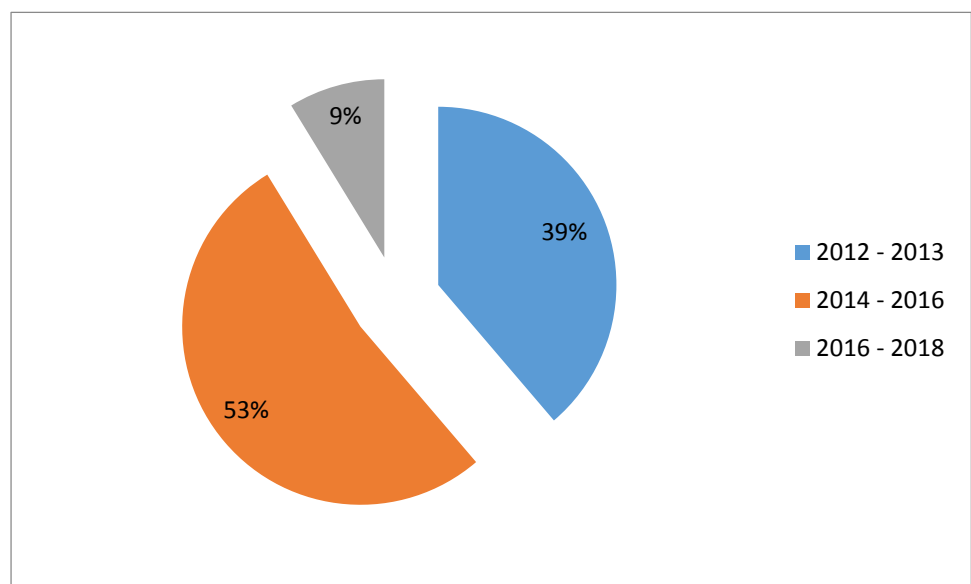


Sumber: Data Primer 2018

Pada diagram 3.1 menunjukkan jika sebanyak 382 responden (96%) dari total 400 responden adalah perempuan sementara responden laki-laki hanya berjumlah 18 responden (4%) dari jumlah total 400 responden.

Sementara itu untuk karakteristik responden berdasarkan waktu mengikuti akun Instagram @nadaarsyinta dapat dilihat pada diagram 3.2

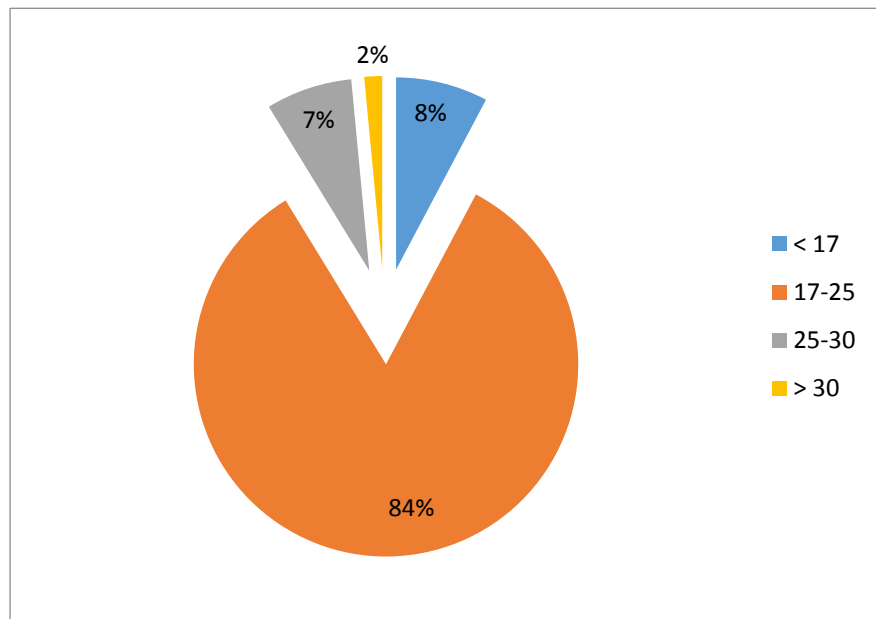
Diagram 3. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

Diagram 3.2 menunjukkan ada sebanyak 155 (39%) responden dari 400 total responden telah mengikuti akun instagram sejak tahun 2012-2013, lalu sebanyak 210 responden (52%) mengikuti akun instagram sejak tahun 2014-2016, sedangkan sebanyak 35 responden (9%) mengikuti akun instagram sejak tahun 2016-2018.

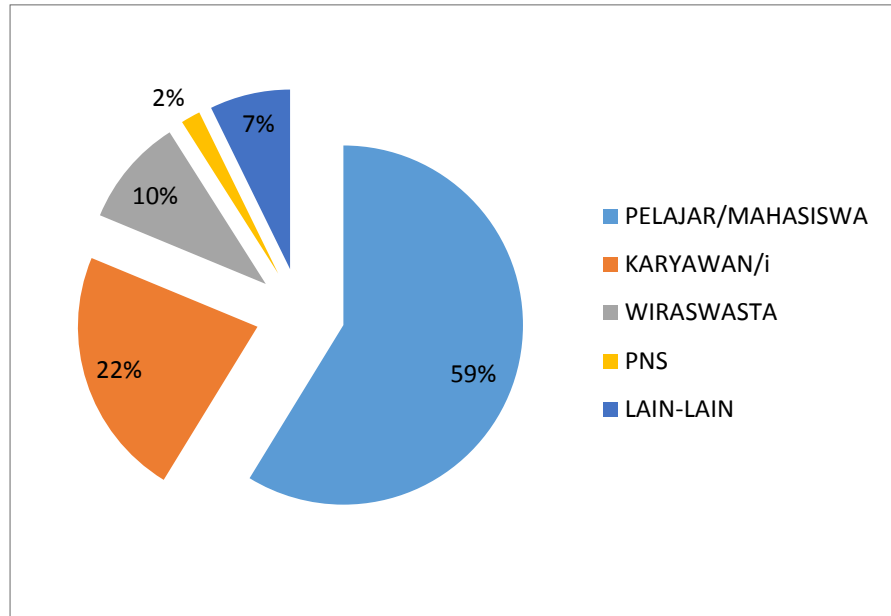
Diagram 3. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Data Primer 2018

Diagram 3.3 menunjukkan ada sebanyak 31 (8%) responden dari 400 total responden berusia <17 tahun, lalu sebanyak 334 responden (83%) berusia 17-25 tahun, lalu sebanyak 29 responden (7%) berusia 25-30 tahun, sedangkan berusia >30 tahun berjumlah 6 responden.

Diagram 3. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber: Data Primer 2018

Diagram 3.4 menunjukkan ada sebanyak 235 (59%) responden dari 400 total responden berprofesi sebagai mahasiswa, lalu sebanyak 7 responden berprofesi sebagai PNS, lalu sebanyak 90 responden (22%) berprofesi sebagai karyawan, 39 responden (10%) berprofesi sebagai wiraswasta, dan 29 responden (7%) berprofesi lain-lain. Dalam penelitian ini profesi lain-lain mencakup dokter hewan, fotografer, editor, belum bekerja, dan youtuber.

B. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Pada penelitian ini terdapat 18 butir pernyataan yang akan diajukan kepada responden nantinya dalam bentuk kuisioner. Menurut Notoatmodjo dalam bukunya Metodologi Penelitian Kesehatan (2010) mengatakan uji

validitas dilakukan kepada responden dengan jumlah total paling sedikit sebanyak 20 orang yang mempunyai kriteria sebagai responden. Pada penelitian ini, peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas kepada masyarakat mengikuti akun Instagram @nadaarsyinta sebanyak 30 orang dengan alasan karakteristik responden yang hampir sama dengan karakteristik responden penelitian. Penelitian ini menggunakan uji validitas dengan rumus *Pearson Product Moment* dan *Alpha Cronbach* untuk reliabilitas serta menggunakan aplikasi SPSS versi 20 untuk *operating system windows*.

Rumus *Pearson Product Moment* :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi suatu butir / item

n = jumlah subyek

x = skor suatu butir / item

y = skor total

Tabel 3. 1 Daftar Pernyataan dan Hasil Uji Validitas Motif Informasi

Variabel	Instrumen	Korelasi	Sign	Ket
Motif Informasi	MI 1	0,983**	0,000	Valid
	MI 2	1,000**	0,000	Valid
	MI 3	1,000**	0,000	Valid
	MI 4	0,473**	0,008	Valid
	MI 5	0,850**	0,000	Valid
	MI 6	0,681**	0,000	Valid
	MI 7	1,000**	0,000	Valid
	MI 8	0,427*	0,000	Valid

Sumber : Diolah dari data primer, 2018

Berdasarkan hasil uji validitas, terlihat bahwa instrument pada motif informasi dalam penelitian ini valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sig (p) < 0,05 pada seluruh item pertanyaan pada tabel di atas.

Tabel 3. 2 Daftar Pernyataan dan Hasil Uji Validitas
Motif Identitas Diri

Variabel	Instrumen	Korelasi	Sign	Ket
Motif Identitas Diri	MID 1	0,969**	0,000	Valid
	MID 2	1,000**	0,000	Valid
	MID 3	0,850**	0,000	Valid
	MID 4	0,473**	0,008	Valid

Sumber : Diolah dari data primer, 2018

Berdasarkan hasil uji validitas, terlihat bahwa instrument pada motif identitas diri dalam penelitian ini valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sig (p) < 0,05 pada seluruh item pertanyaan pada tabel di atas.

Tabel 3. 3 Daftar Pernyataan dan Hasil Uji Validitas
Motif Interaksi Sosial

Variabel	Instrumen	Korelasi	Sign	Ket
Motif Interaksi Sosial	MIS 1	0,557**	0,001	Valid
	MIS 2	1,000**	0,000	Valid
	MIS 3	0,978**	0,000	Valid

Sumber : Diolah dari data primer, 2018

Berdasarkan hasil uji validitas, terlihat bahwa instrument pada motif interaksi sosial dalam penelitian ini valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sig (p) < 0,05 pada seluruh item pertanyaan pada tabel di atas.

Tabel 3. 4 Daftar Pernyataan dan Hasil Uji Validitas
Motif Hiburan

Variabel	Instrumen	Korelasi	Sign	Ket
Motif Hiburan	MH 1	0,980**	0,000	Valid
	MH 2	0,850**	0,000	Valid
	MH 3	1,000**	0,000	Valid

Sumber : Diolah dari data primer, 2018

Berdasarkan hasil uji validitas, terlihat bahwa instrument pada motif hiburan dalam penelitian ini valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sig (p) < 0,05 pada seluruh item pertanyaan pada tabel di atas.

Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha's	Keterangan
1	Motif Informasi	0,765	Reliabel
2	Motif Identitas Diri	0,812	Reliabel
3	Motif Interaksi Sosial	0,814	Reliabel
4	Motif Hiburan	0,873	Reliabel

* Reliabel jika nilai cronbach alpha nya > 0,60

Hasil analisis uji reliabilitas pada tabel di atas, menunjukkan bahwa untuk variabel Motif Informasi nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,6 yaitu 0,765,

variabel Motif Identitas Diri nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,812, variabel Motif Interaksi Sosial nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,814, dan variabel Motif Hiburan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,873. Keempat variabel tersebut dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha's* rata-rata mempunyai nilai lebih besar dari 0,6.

C. Analisis Data

Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas pada kuisioner hingga menghasilkan 18 pernyataan yang valid dan reliabel untuk diajukan kepada responden yang berjumlah total 400 responden dengan pembagian indikator 8 butir untuk motif informasi, 4 butir untuk motif identitas diri, 3 butir untuk motif interaksi sosial dan 3 butir untuk motif hiburan. Kuisioner dibagikan secara online dengan menggunakan fitur *google form* dimana responden akan diberikan tautan yang akan langsung mengacu pada *form* kuisioner. Selain menggunakan *online*, kuisioner juga dibagikan secara langsung kepada responden atau dalam bentuk lembaran pernyataan sebanyak 3 lembar. Sementara itu teknik yang digunakan untuk mengolah data menggunakan rumus statistik deskriptif mean, median dan modus dilengkapi dengan SPSS 20 untuk OS windows.

1. Gambaran Motif Informasi

Motif pertama yang akan diolah untuk diketahui seberapa besar pengaruhnya kepada responden adalah motif informasi. Terdapat 8 pernyataan yakni pernyataan nomor 1 sampai 8 dengan penilaian sangat

setuju (ss), setuju (s), tidak setuju (ts), dan sangat tidak setuju (sts).

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diketahui:

Mean = 3,849375

Modus (Mo) = 4

Median (Me) = 4

Standar Deviasi (S) = 0,442151

Selanjutnya melalui data jawaban responden pada variabel informasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 6 Tabel Distribusi Frekuensi Gambaran Motif Informasi yang Mempengaruhi responden dalam mengikuti akun instagram

Nilai Interval	Frekuensi	Nilai Tengah	f.t	Batas Kelas	-x	x	f.x	x ²	f.x ²
0	0	0	0	0		-5	0	25	0
1	14	1	14	0,5	0,5	-4	-56	16	224
2	78	2	156	1,5		-3	-234	9	702
3	382	3	1146	2,5		-2	-764	4	1528
4	3176	4	12704	3,5		-1	-3176	1	3176
5	0	5	0	4,5		0	0	0	0
total	3650	15	14020	12,5	0,5	-15	-4230	55	5630

Sumber: Data Primer 2018

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diketahui nilai rata-rata (mean), nilai tengah (median), nilai yang sering muncul (modus) dan simpangan baku (standar deviasi) untuk motif informasi. Nilai rata-rata

(mean) pada data tersebut adalah sebesar 3,849375 kemudian nilai tengah (median) untuk data motif informasi adalah sebesar 4. Nilai yang sering muncul (modus) pada data tersebut adalah sebesar 4 dan simpangan baku (standar deviasi) untuk data ini adalah sebesar 0,442151. Langkah selanjutnya adalah memasukkan data tersebut ke dalam pengelompokan kriteria responden dengan aturan yang sama dengan motif sebelumnya yang nantinya akan dituangkan dalam bentuk tabel dan diagram lingkaran.

$X < Y - SD$: Kriteria Rendah

$Y - SD \leq X \leq Y + SD$: Kriteria Sedang

$X > Y + SD$: Kriteria Tinggi

Keterangan :

X : Skor Keseluruhan Motif

Y : Skor Rata – Rata (Mean)

SD : Standar Deviasi (Simpangan Baku)

Hasil distribusi kecenderungan variabel informasi dapat dilihat di tabel 3.7, berikut ini:

Tabel 3.7 : Kategori kecenderungan data variabel informasi

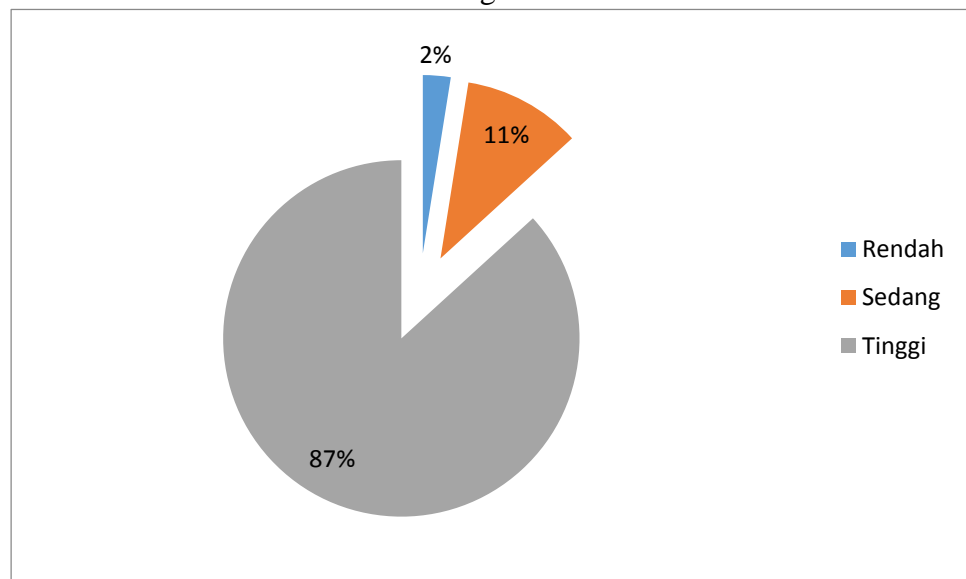
Skor Motif Informasi	Kriteria	Jumlah Nilai	Persentase (%)
$X < 3,40$	Rendah	92	2.52%
$3,40 < X < 4,29$	Sedang	382	10.47%
$X > 4,29$	Tinggi	3176	87.01%

Sumber: Data Primer 2018

Pada tabel 3.7 digambarkan bahwa sebanyak 10 responden (2,52%) mendapatkan kriteria rendah pada motif ini. Pada kriteria tinggi terdapat sebanyak 348 responden (87,01%) yang benar-benar mendapat pengaruh dari motif informasi dalam motif mereka dan sebanyak 42 responden (10,47%) berada pada kriteria sedang dimana artinya motif informasi termasuk ke dalam salah satu motif yang turut mempengaruhi mereka dalam mengikuti akun instagram @nadaarsyinta.

Selanjutnya data pada tabel 3.7 tersebut digambarkan dalam bentuk diagram lingkaran dan poligon sebagai berikut,

Diagram 3.5 Diagram lingkaran Hasil Pengolahan Data Tingkat Motif Informasi yang Mempengaruhi responden dalam mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

2. Gambaran Motif Identitas Diri

Motif kedua yang akan diolah untuk diketahui seberapa besar pengaruhnya kepada responden adalah motif identitas diri. Terdapat 4 pernyataan yakni pernyataan nomor 9 sampai 12 dengan penilaian sangat

setuju (ss), setuju (s), tidak setuju (ts), dan sangat tidak setuju (sts).

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diketahui:

Mean	= 3,744375
Modus (Mo)	= 4
Median (Me)	= 4
Standar Deviasi (S)	= 0,569415

Selanjutnya melalui data jawaban responden pada variabel identitas diri dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.8 Tabel Distribusi Frekuensi Gambaran Motif Identitas Diri yang Mempengaruhi responden dalam mengikuti akun instagram

Nilai Interval	Frekuensi	Nilai Tengah	f.t	Batas kelas	-x	x	f.x	x ²	f.x ²
0	0	0	0	0		-5	0	25	0
1	22	1	22	0,5	0,5	-4	-88	16	352
2	63	2	126	1,5		-3	-189	9	567
3	318	3	954	2,5		-2	-636	4	1272
4	1588	4	6352	3,5		-1	-1588	1	1588
5	0	5	0	4,5		0	0	0	0
total	1991	15	7454	12,5	0,5	-15	-2501	55	3779

Sumber: Data Primer 2018

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diketahui nilai rata-rata (mean), nilai tengah (median), nilai yang sering muncul (modus) dan simpangan baku (standar deviasi) untuk motif informasi. Nilai rata-rata (mean) pada data tersebut adalah sebesar 3,744375 kemudian nilai tengah (median) untuk data motif identitas diri adalah sebesar 4. Nilai yang sering muncul (modus) pada data tersebut adalah sebesar 4 dan simpangan baku (standar deviasi) untuk data ini adalah sebesar 0,569415. Langkah

selanjutnya adalah memasukkan data tersebut ke dalam pengelompokan kriteria responden dengan aturan yang sama dengan motif sebelumnya yang nantinya akan dituangkan dalam bentuk tabel dan diagram lingkaran.

$X < Y - SD$: Kriteria Rendah

$Y - SD \leq X \leq Y + SD$: Kriteria Sedang

$X > Y + SD$: Kriteria Tinggi

Keterangan :

X : Skor Keseluruhan Motif

Y : Skor Rata – Rata (Mean)

SD : Standar Deviasi (Simpangan Baku)

Hasil distribusi kecenderungan variabel identitas diri dapat dilihat di tabel 3.9 berikut ini :

Tabel 3.9: Kategori kecenderungan data variabel identitas diri

Skor Motif Informasi	Kriteria	Jumlah Nilai	Persentase (%)
$X < 3,17$	Rendah	85	4.27%
$3,17 < X < 4,31$	Sedang	318	15.97%
$X > 4,31$	Tinggi	1588	79.76%

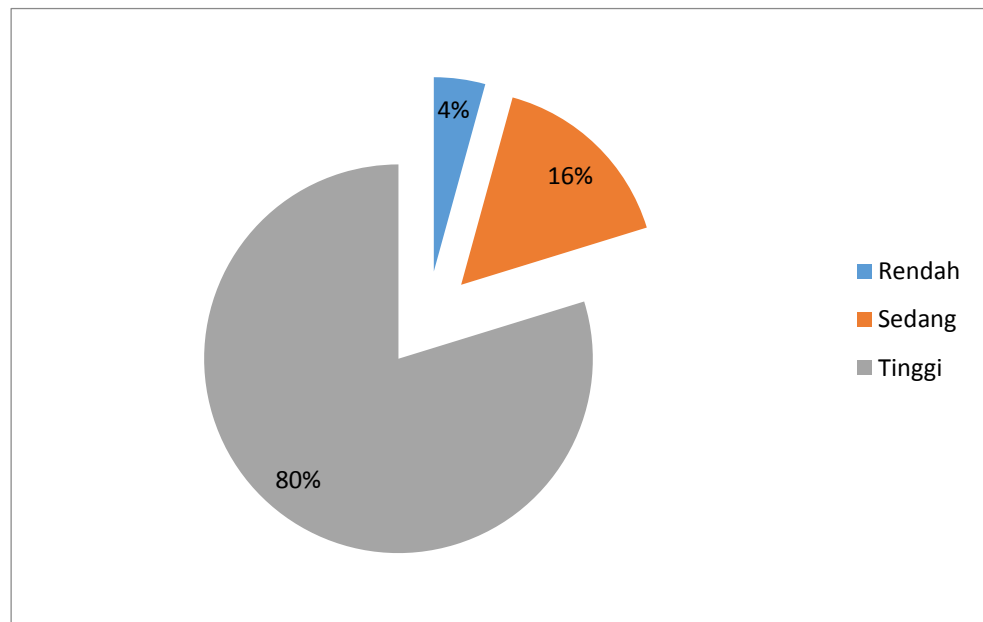
Sumber: Data Primer 2018

Pada tabel 3.9 digambarkan bahwa sebanyak 17 responden (4,27%) mendapatkan kriteria rendah pada motif ini. Pada kriteria tinggi terdapat sebanyak 319 responden (79,76%) yang benar-benar mendapat pengaruh dari motif identitas diri dalam motif mereka dan sebanyak 64 responden

(15,97%) berada pada kriteria sedang dimana artinya motif identitas diri termasuk ke dalam salah satu motif yang turut mempengaruhi mereka dalam mengikuti akun instagram @nadaarsyinta.

Selanjutnya data pada tabel 3.9 tersebut digambarkan dalam bentuk diagram lingkaran dan poligon sebagai berikut,

Diagram 3.6 Diagram Lingkaran Hasil Pengolahan Data Tingkat Motif Identitas Diri yang Mempengaruhi responden dalam mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

3. Gambaran Motif Interaksi Sosial

Motif ketiga yang akan diolah untuk diketahui seberapa besar pengaruhnya kepada responden adalah motif interaksi sosial. Terdapat 3 pernyataan yakni pernyataan nomor 13 sampai 15 dengan penilaian sangat setuju (ss), setuju (s), tidak setuju (ts), dan sangat tidak setuju (sts). Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diketahuilah:

Mean = 3,818333

Modus (Mo) = 4

Median (Me) = 4

Standar Deviasi (S) = 0,469589

Selanjutnya melalui data jawaban responden pada variabel interaksi sosial dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 10 Tabel Distribusi Frekuensi Gambaran Motif Interaksi Sosial yang Mempengaruhi responden dalam mengikuti akun instagram

Nilai Interval	Frekuensi	Nilai Tengah	f.t	Batas kelas	-x	x	f.x	x ²	f.x ²
0	0	0	0	0		-5	0	25	0
1	7	1	7	0,5	0,5	-4	-28	16	112
2	29	2	58	1,5		-3	-87	9	261
3	179	3	537	2,5		-2	-358	4	716
4	1191	4	4764	3,5		-1	-1191	1	1191
5	0	5	0	4,5		0	0	0	0
Total	1406	15	5366	12,5	0,5	-15	-1664	55	2280

Sumber: Data Primer 2018

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diketahuilah nilai rata-rata (mean), nilai tengah (median), nilai yang sering muncul (modus) dan simpangan baku (standar deviasi) untuk motif informasi. Nilai rata-rata (mean) pada data tersebut adalah sebesar 3,818333 kemudian nilai tengah (median) untuk data motif interaksi sosial adalah sebesar 4. Nilai yang sering muncul (modus) pada data tersebut adalah sebesar 4 dan simpangan baku (standar deviasi) untuk data ini adalah sebesar 0,469589. Langkah selanjutnya adalah memasukkan data tersebut ke dalam pengelompokan

kriteria responden dengan aturan yang sama dengan motif sebelumnya yang nantinya akan dituangkan dalam bentuk tabel dan diagram lingkaran.

$X < Y - SD$: Kriteria Rendah

$Y - SD \leq X \leq Y + SD$: Kriteria Sedang

$X > Y + SD$: Kriteria Tinggi

Keterangan :

X : Skor Keseluruhan Motif

Y : Skor Rata – Rata (Mean)

SD : Standar Deviasi (Simpangan Baku)

Hasil distribusi kecenderungan variabel identitas diri dapat dilihat di tabel 3.11 berikut ini :

Tabel 3.11 : Kategori kecenderungan data variabel interaksi sosial

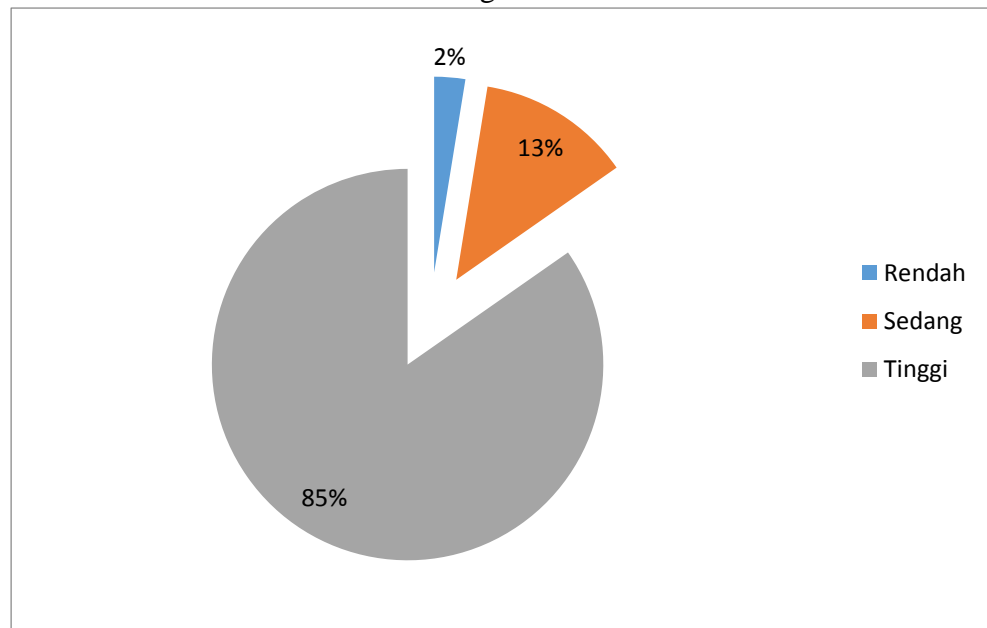
Skor Motif Informasi	Kriteria	Jumlah Nilai	Persentase (%)
$X < 3,34$	Rendah	36	2.56%
$3,34 < X < 4,28$	Sedang	179	12.73%
$X > 4,28$	Tinggi	1191	84.71%

Sumber: Data Primer 2018

Pada tabel 3.11 digambarkan bahwa sebanyak 10 responden (2,56%) mendapatkan kriteria rendah pada motif ini. Pada kriteria tinggi terdapat sebanyak 339 responden (84,71%) yang benar-benar mendapat pengaruh dari motif interaksi sosial dari dalam motif mereka dan sebanyak 51 responden (12,73%) berada pada kriteria sedang dimana artinya motif interaksi sosial termasuk ke dalam salah satu motif yang turut mempengaruhi mereka dalam mengikuti akun instagram @nadaarsyinta.

Selanjutnya data pada tabel 3.11 tersebut digambarkan dalam bentuk diagram lingkaran dan poligon sebagai berikut,

Diagram 3.7 Diagram Lingkaran Hasil Pengolahan Data Tingkat Motif Interaksi Sosial yang Mempengaruhi responden dalam mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

4. Gambaran Motif Hiburan

Motif keempat yang akan diolah untuk diketahui seberapa besar pengaruhnya kepada responden adalah motif hiburan. Terdapat 3 pernyataan yakni pernyataan nomor 16 sampai 18 dengan penilaian sangat setuju (ss), setuju (s), tidak setuju (ts), dan sangat tidak setuju (sts).

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diketahuilah:

Mean = 3,9425

Modus (Mo) = 4

Median (Me) = 4

Standar Deviasi (S) = 0,284478

Selanjutnya melalui data jawaban responden pada variabel hiburan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.12 Tabel Distribusi Frekuensi Gambaran Motif yang Mempengaruhi responden dalam mengikuti akun instagram

Nilai Interval	Frekuensi	Nilai Tengah	f.t	Batas kelas	-x	x	f.x	x ²	f.x ²
0	0	0	0	0		-5	0	25	0
1	3	1	3	0,5	0,5	-4	-12	16	48
2	10	2	20	1,5		-3	-30	9	90
3	53	3	159	2,5		-2	-106	4	212
4	1191	4	4764	3,5		-1	-1191	1	1191
5	0	5	0	4,5		0	0	0	0
Total	1257	15	4946	12,5	0,5	-15	-1339	55	1541

Sumber: Data Primer 2018

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diketahuilah nilai rata-rata (mean), nilai tengah (median), nilai yang sering muncul (modus) dan simpangan baku (standar deviasi) untuk motif informasi. Nilai rata-rata (mean) pada data tersebut adalah sebesar 3,9425 kemudian nilai tengah (median) untuk data motif hiburan adalah sebesar 4. Nilai yang sering muncul (modus) pada data tersebut adalah sebesar 4 dan simpangan baku (standar deviasi) untuk data ini adalah sebesar 0,284478. Langkah selanjutnya adalah memasukkan data tersebut ke dalam pengelompokan kriteria responden dengan aturan yang sama dengan motif sebelumnya yang nantinya akan dituangkan dalam bentuk tabel dan diagram lingkaran.

$X < Y - SD$: Kriteria Rendah

$Y - SD \leq X \leq Y + SD$: Kriteria Sedang

$X > Y + SD$: Kriteria Tinggi

Keterangan :

X : Skor Keseluruhan Motif

Y : Skor Rata – Rata (Mean)

SD : Standar Deviasi (Simpangan Baku)

Hasil distribusi kecenderungan variabel identitas diri dapat dilihat di tabel 3.13 berikut ini:

Tabel 3.13 : Kategori kecenderungan data variabel hiburan

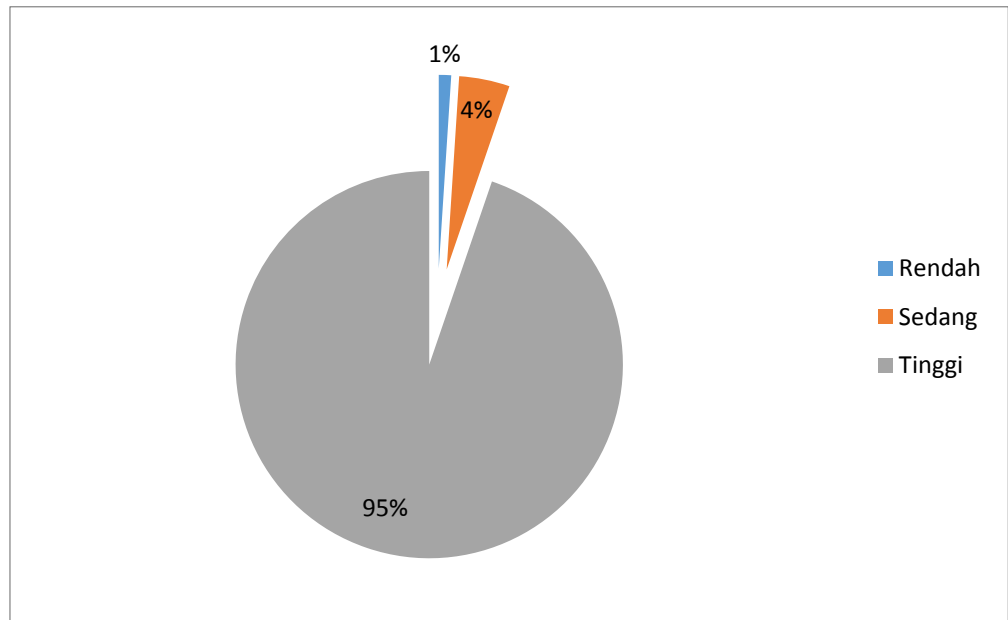
Skor Motif Informasi	Kriteria	Jumlah Nilai	Persentase (%)
$X < 3,65$	Rendah	13	1.03%
$3,65 < X < 4,22$	Sedang	53	4.22%
$X > 4,22$	Tinggi	1191	94.75%

Sumber: Data Primer 2018

Pada tabel 3.13 digambarkan bahwa sebanyak 4 responden (1,03%) mendapatkan kriteria rendah pada motif ini. Pada kriteria tinggi terdapat sebanyak 379 responden (94,75%) yang benar-benar mendapat pengaruh dari motif hiburan dalam motif mereka dan sebanyak dalam motif mereka dan sebanyak 17 responden (4,22%) berada pada kriteria sedang dimana artinya motif hiburan termasuk ke dalam salah satu motif yang turut mempengaruhi mereka dalam mengikuti akun instagram @nadaarsyinta.

Selanjutnya data pada tabel 3.13 tersebut digambarkan dalam bentuk diagram lingkaran sebagai berikut,

Diagram 3.8 Diagram Lingkaran Hasil Pengolahan Data Tingkat Motif Hiburan yang Mempengaruhi responden dalam mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

5. Motif *Follower* berdasarkan Jenis Kelamin

Penelitian ini dilakukan dengan memberikan kuisioner yang memiliki 13 butir pernyataan dengan opsi jawaban sangat setuju (ss), setuju (s), tidak setuju (ts), dan sangat tidak setuju (sts) lalu dibagikan kepada total responden sebanyak 400 orang dengan karakteristik responden merupakan responden yang aktif menggunakan instagram dan mengikuti akun instagram @nadaarsyinta. Data yang telah diterima kemudian diolah menggunakan SPSS versi 20 untuk mengetahui nilai tengah, nilai rata-rata, nilai yang paling sering muncul dan simpangan baku pada setiap motifnya untuk kemudian mengelompokkan responden berdasarkan tiga kriteria yakni kriteria rendah, kriteria sedang dan kriteria tinggi sehingga dapat diketahui seberapa besar pengaruh motif tersebut kepada responden.

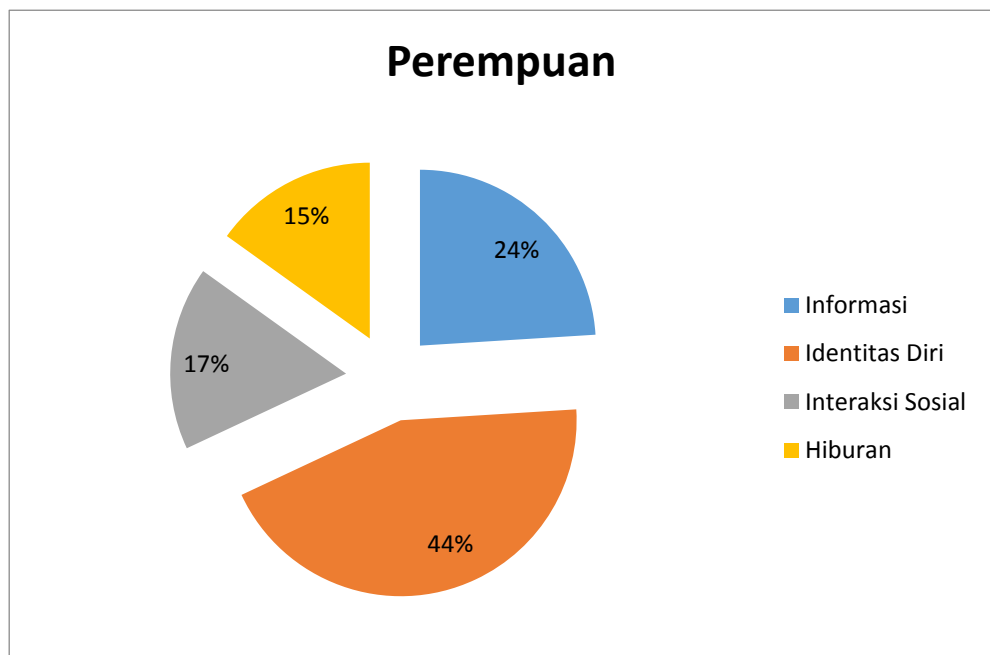
Pada saat penelitian dilakukan karakteristik responden dibedakan lagi menjadi empat karakteristik sehingga tidak hanya karakteristik utama yakni mereka yang menggunakan instagram dan mengikuti akun instagram @nadaarsyinta. Keempat karakteristik tersebut adalah pengelompokan berdasarkan jenis kelamin, serta lama waktu mereka mengikuti akun instagram @nadaarsyinta, umur, dan profesi tiap responden. Berdasarkan hasil pengolahan data untuk kelompok jenis kelamin ditemukan bahwa sebanyak 18 responden (5%) dari total 400 responden berjenis kelamin laki-laki sementara jenis kelamin perempuan hanya sebanyak 382 responden (96%).

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat dijelaskan kecenderungan tiap responden berdasarkan jenis kelamin. Responden dengan jenis kelamin perempuan dalam mengikuti akun instagram @nadaarsyinta memiliki motif tertinggi yaitu motif identitas diri (44%). Hal ini menyatakan bahwa setiap responden yang mengikuti akun instagram tersebut dipengaruhi oleh motif identitas diri, yang artinya dengan mengikuti akun instagram tersebut dapat menggambarkan nilai-nilai pribadi setiap pengikutnya. Perilaku tersebut dikarenakan sebagian responden perempuan yang mengikuti akun ini memiliki ketertarikan lebih terhadap tutorial make-up, sehingga dengan mengikuti akun tersebut memudahkan para responden perempuan untuk menunjukkan kecintaan/ketertarikan mereka terhadap tutorial make-up dan kecantikan di media sosial.

Dan motif identitas diri ini merupakan sarana mereka untuk meningkatkan rasa percaya diri yang mereka miliki, menemukan model perilaku sebagai acuan dalam bertindak, meningkatkan pemahaman diri mereka terhadap diri sendiri serta menggunakan instagram sebagai tempat mereka untuk menyalurkan potensi dan bakat yang mereka miliki.

Pada buku Teori Komunikasi yang ditulis oleh Little John beserta teman-temannya mengungkapkan yang dimaksud dengan identitas diri ialah sebuah penghubung utama antara individu yang satu dengan individu lainnya dan komunikasi sebagai sarana agar hubungan tersebut dapat terjadi. Motif ini juga mendorong seseorang untuk menggunakan media untuk memperkuat serta menonjolkan sesuatu atau situasi yang penting dalam hidupnya.

Diagram 3.9 Diagram Lingkaran Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Perempuan dalam mengikuti akun instagram

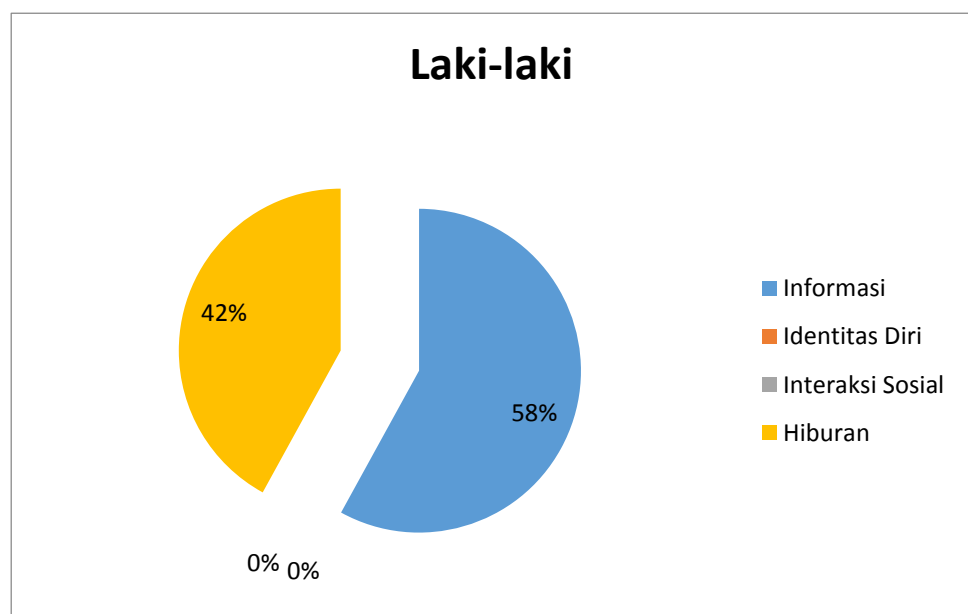


Sumber: Data Primer 2018

Berbeda dengan responden perempuan, motif yang mempengaruhi responden laki-laki dalam mengikuti akun Instagram @nadaarsyinta dipengaruhi oleh motif tertinggi yaitu motif informasi (58%). Hal ini menunjukkan bahwa responden laki-laki mengikuti akun tersebut hanya untuk memperoleh informasi mengenai tutorial make-up. Informasi tersebut dibutuhkan oleh responden laki-laki hanya untuk sekedar memberikan saran kepada para pasangan mereka.

Pada umumnya media hadir untuk terus memberikan informasi kepada khalayak dan khalayak membutuhkan media tersebut untuk mendapatkan informasi yang mereka inginkan. Tapi yang perlu diperhatikan adalah tingkat kesadaran pengguna sudah meningkat sebab mereka sudah aktif mencari media apa yang dapat digunakan sebagai sumber untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam mendapatkan informasi yang aktual dan terpercaya.

Diagram 3.10 Diagram Lingkaran Hasil Pengolahan Data Kecenderungan Responden Perempuan dalam mengikuti akun Instagram



Sumber: Data Primer 2018

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut dapat dilihat jika perempuan lebih banyak mendominasi penelitian ini daripada responden laki-laki. Perbedaan ini bisa dipengaruhi oleh beberapa hal seperti pengaruh lingkungan, pergeseran makna kegunaan media sosial dan perubahan budaya.

6. Motif *Followers* berdasarkan Waktu mengikuti akun Instagram

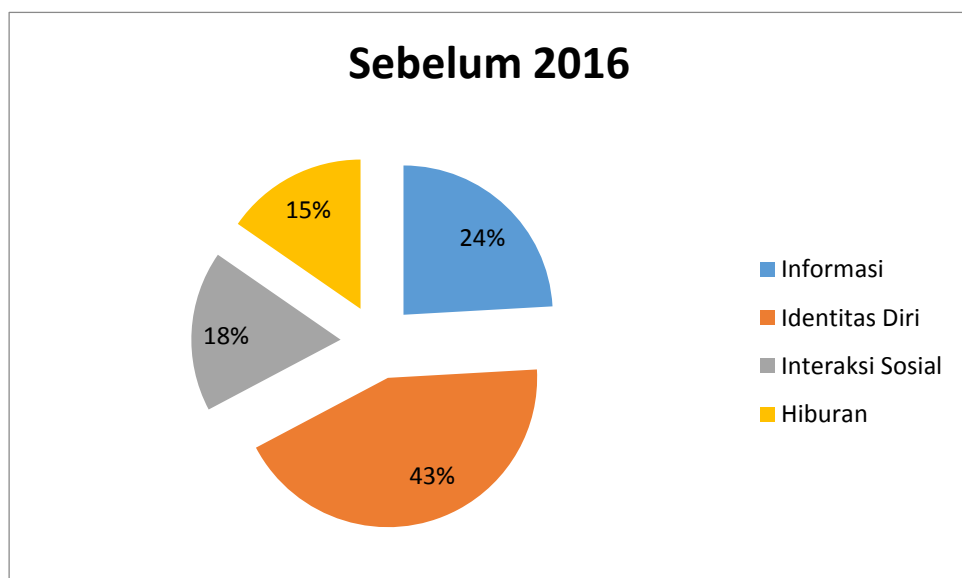
Kemudian pada kelompok waktu mengikuti akun instagram @nadaarsyinta sebagian responden atau sebanyak 155 responden (39%) menjawab jika mereka mengikuti akun instagram sejak tahun 2012-2013, lalu sebanyak 210 responden (53%) menjawab jika mereka mulai mengikuti akun instagram sejak tahun 2014-2016, dan sisanya mengaku mulai mengikuti akun instagram pada rentang tahun 2016-2018 sebanyak 35 responden (9%).

Berdasarkan waktu mengikuti akun instagram @nadaarsyinta kemudian responden dikelompokkan menjadi dua, yaitu berdasarkan mengikuti akun instagram @nadaarsyinta sebelum tahun 2016 dan sesudah tahun 2016. Adapun hasil pengolahan data menyimpulkan bahwa keseluruhan responden yang mengikuti akun instagram sebelum tahun 2016 (43%) dan sesudah tahun 2016 (44%) memiliki motif tertinggi yang sama

yaitu motif identitas diri. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden berdasarkan waktu mengikuti akun instagram @nadaarsyinta menjadikan akun tersebut sebagai gambaran nilai-nilai pribadi, model perilaku mereka dalam menggunakan media sosial saat ini.

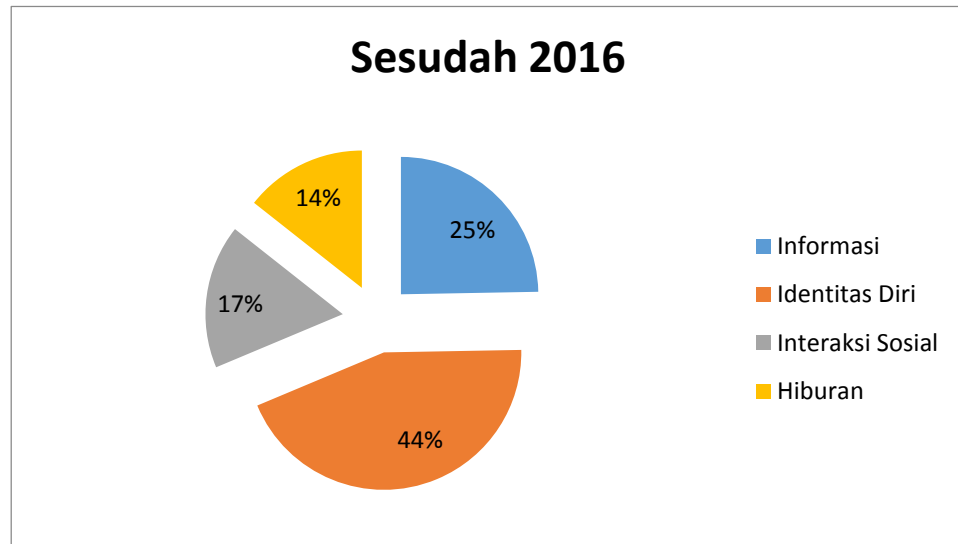
Motif ini erat kaitannya dengan penguatan nilai atau menambah keyakinan, pemahaman dan eksplorasi tentang diri sendiri. Pada motif ini pengguna media akan berusaha untuk mengeksplorasi potensi, kemampuan, bakat, citra diri, kepercayaan diri dan nilai-nilai positif yang dimilikinya dan nantinya akan menjadi acuan dalam berperilaku. Dan berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebelum dan sesudah tahun 2016 motif yang mempengaruhi setiap responden dalam mengikuti akun instagram ini adalah motif identitas diri. Dikarenakan motif ini dapat mendorong seseorang dalam menggunakan media untuk memperkuat serta menonjolkan sesuatu atau situasi yang penting dalam hidupnya.

Diagram 3.11 Diagram Lingkaran Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Waktu dalam mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

Diagram 3.12 Diagram Lingkaran Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Waktu dalam mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

Sebagian besar responden mengikuti akun instagram @nadaarsyinta adalah sebelum tahun 2016. Ini menunjukkan jika para responden mulai mengikuti akun instagram @nadaarsyinta ketika media sosial tersebut mulai booming dikalangan mereka yakni berkisar antara tahun 2013 hingga 2014 padahal instagram sendiri mulai pertama kali berdiri adalah pada akhir tahun 2010. Dengan adanya budaya massa ini tidak menutup kemungkinan satu atau dua tahun lagi instagram akan ditinggalkan penggunaanya jika sudah ada media sosial baru yang mampu menarik perhatian khalayak.

7. Motif *Followers* berdasarkan Usia

Pada karakteristik usia menunjukkan ada sebanyak 31 (8%) responden dari 400 total responden berusia <17 tahun, lalu sebanyak 334

responden (84%) berusia 17-25 tahun, lalu sebanyak 29 responden (7%) berusia 25-30 tahun, sedangkan berusia >30 tahun berjumlah 6 responden atau sebanyak 2% dari total keseluruhan responden.

Berdasarkan karakteristik usia pengikut akun instagram @nadaarsyinta kemudian responden dikelompokkan menjadi tiga, yaitu usia <17-25 tahun, 25-30 tahun, dan >30 tahun. Adapun hasil pengolahan data menyimpulkan bahwa responden yang mengikuti akun instagram pada usia <17-25 tahun memiliki motif tertinggi yaitu motif identitas diri (44%), usia 25-30 tahun memiliki motif tertinggi informasi (43%), dan usia >30 tahun memiliki motif tertinggi hiburan (69%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang berusia <17-25 tahun masih memiliki rasa emosional yang tinggi dan ingin diakui, sehingga motif mereka dalam mengikuti akun instagram tersebut adalah untuk menggambarkan identitas diri mereka.

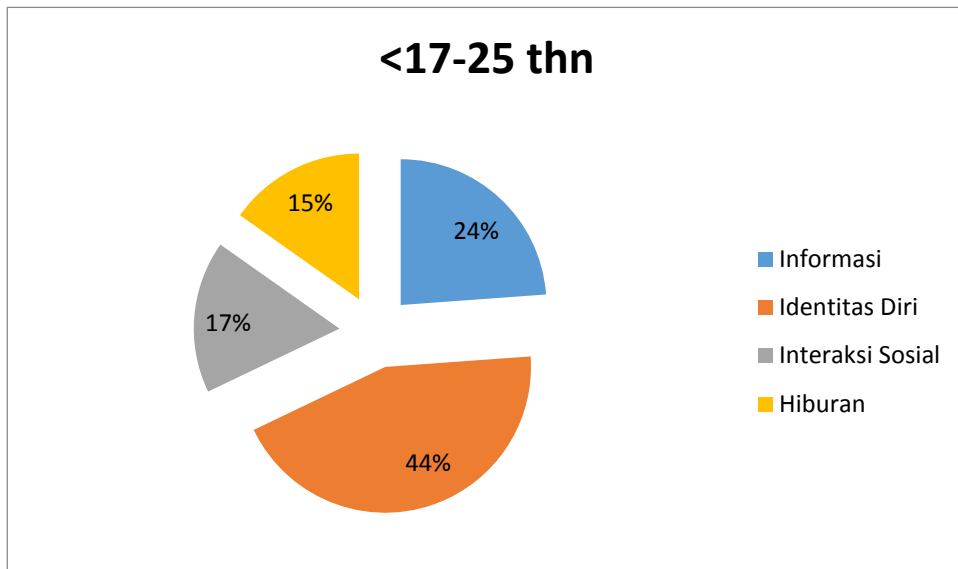
Adapun responden pada usia 25-30 tahun sudah dikategorikan sebagai responden yang sudah dewasa dan mereka merupakan responden yang selalu memikirkan setiap keputusan yang mereka pilih, sehingga motif mereka dalam mengikuti akun instagram tersebut adalah sebagai informasi. Mereka mendapatkan semua informasi mengenai tutorial make-up dari akun instagram @nadaarsyinta. Dan responden pada usia >30 tahun yang merupakan responden sudah masuk kategori responden yang berumur/tua, mereka dalam mengikuti akun instagram @nadaarsyinta hanya sebagai hiburan. Hal ini dikarenakan banyak hal yang harus mereka utamakan dalam

melakukan segala hal, sehingga mengikuti akun instagram tersebut hanya sebatas hiburan bagi mereka.

Begitu juga dengan usia pengguna jejaring sosial, pada penelitian ini responden yang mengikuti akun instagram @nadaarsyinta lebih banyak diikuti oleh remaja berusia 17 tahun dan usia di bawah 30 tahun an. Hal ini menunjukkan bahwa pengikuti akun instragram @nadaarsyinta lebih banyak diikuti oleh remaja yang berusia di bawah usia 30 tahun an. Hal ini menunjukkan bahwa remaja pada saat ini lebih banyak berkomunikasi dengan orang lain dan teman-temannya melalui jejaring sosial.

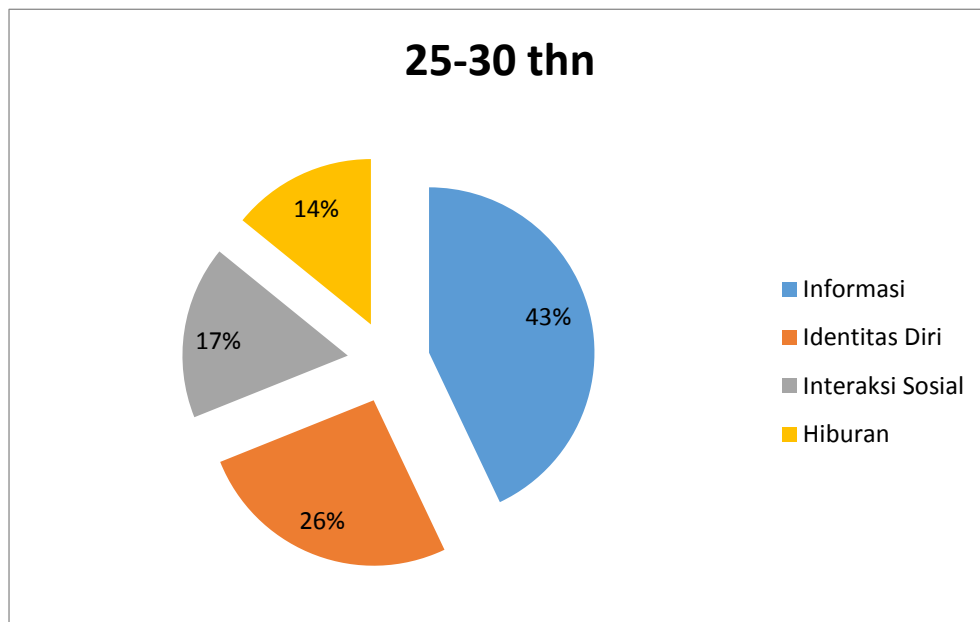
Grant dalam Mazman dan Uzluel (2011) mengungkapkan bahwa jejaring sosial sebagian besar digunakan oleh remaja dan dewasa awal sebagai penghubung kepribadian mereka dengan orang lain dan untuk menghubungkan mereka dengan teman-teman, menunjukkan kepada dunia siapa mereka dan siapa orang terdekat mereka serta siapa saja yang memiliki pemikiran yang sama dengan mereka. Hal yang sama juga ditulis oleh Buffardi dan Campbell dalam penelitian mereka *Narcissism and Social Networking Websites* (2008) mengatakan bahwa para pengguna media sosial biasanya bertujuan untuk mempromosikan diri mereka melalui unggahan atau postingan-postingan mereka.

Diagram 3.13 Diagram Lingkaran Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Usia dalam mengikuti akun instagram



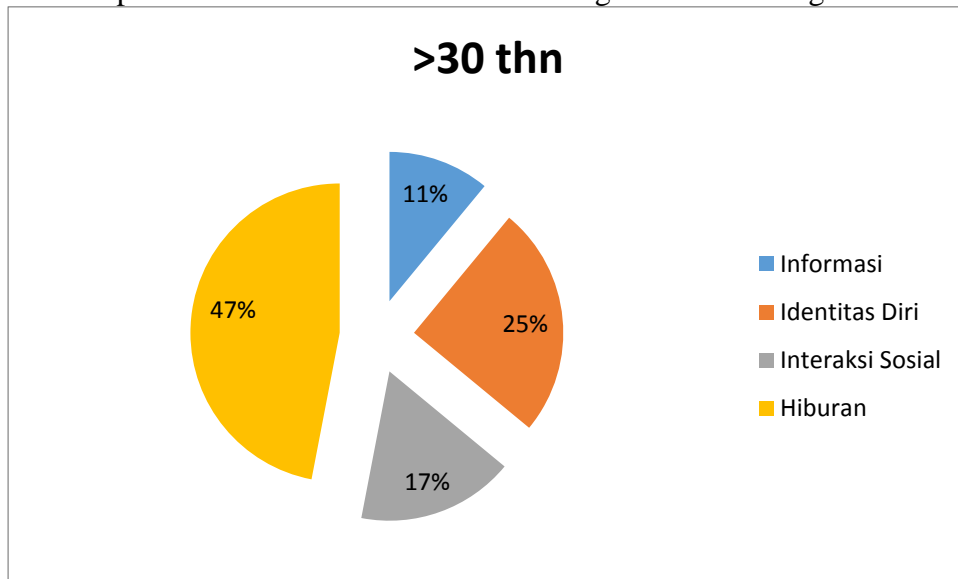
Sumber: Data Primer 2018

Diagram 3.14 Diagram Lingkaran Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Usia dalam mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

Diagram 3.15 Diagram Lingkaran Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Usia dalam mengikuti akun instagram

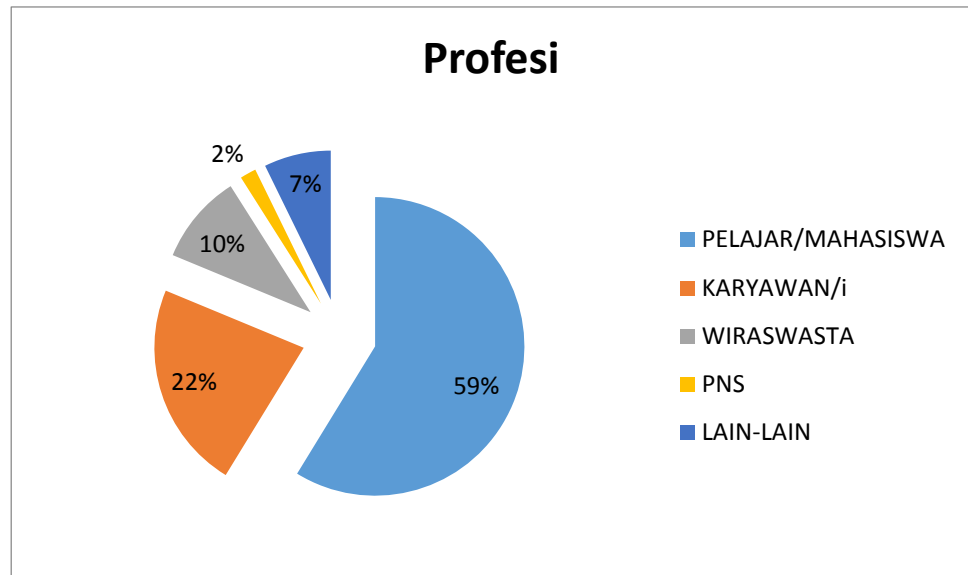


Sumber: Data Primer 2018

8. Motif *Followers* berdasarkan Profesi

Selanjutnya pada karakter profesi menunjukkan ada sebanyak 235 (59%) responden dari 400 total responden berprofesi sebagai mahasiswa, lalu sebanyak 7 (2%) responden berprofesi sebagai PNS, lalu sebanyak 90 responden (23%) berprofesi sebagai karyawan, 39 responden (10%) berprofesi sebagai wiraswasta, dan 29 responden (7%) berprofesi lain-lain. Dalam penelitian ini profesi lain-lain mencakup dokter hewan, fotografer, editor, belum bekerja, dan youtuber.

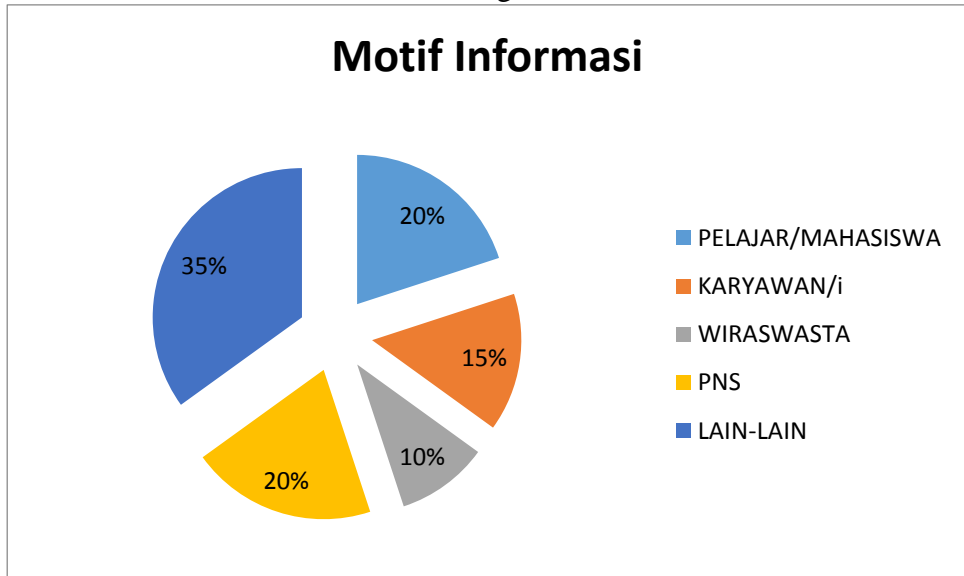
Diagram 3.16 Diagram Lingkaran Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Profesi dalam mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

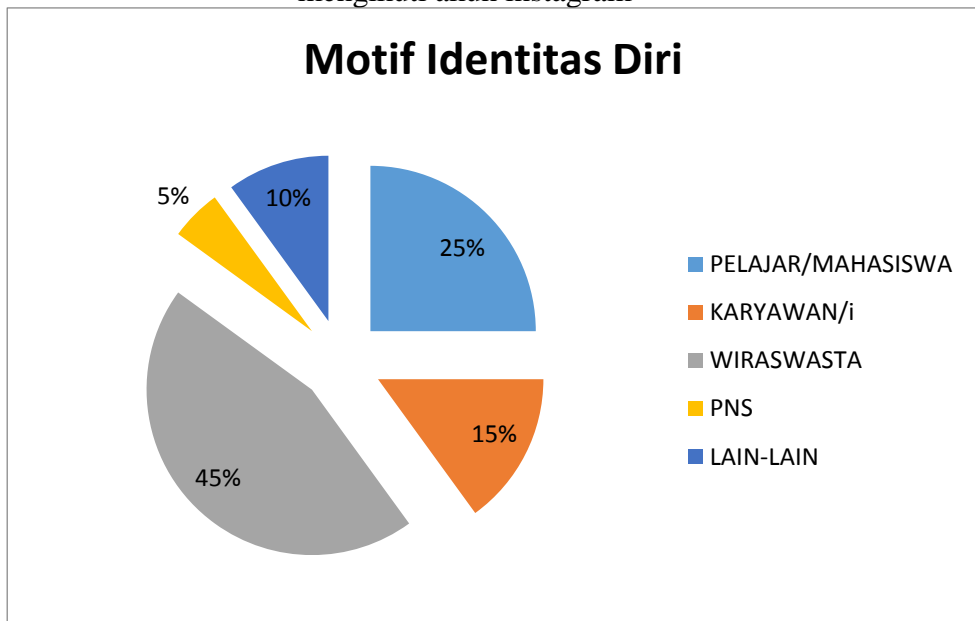
Berdasarkan karakteristik profesi pengikut akun instagram @nadaarsyinta kemudian responden dikelompokkan menjadi empat motif, yaitu motif informasi, motif identitas diri, motif interaksi sosial, dan motif hiburan. Adapun karakteristik profesi yang memiliki motif informasi tertinggi adalah responden yang berprofesi lain-lain (35%). Selanjutnya karakteristik profesi dengan motif identitas diri tertinggi adalah responden yang berprofesi sebagai wiraswasta (45%). Dan karakteristik profesi dengan motif interaksi sosial tertinggi adalah responden yang berprofesi sebagai mahasiswa (50%). Dan karakteristik profesi dengan motif hiburan tertinggi adalah responden yang berprofesi sebagai PNS (45%).

Diagram 3.17 Diagram Lingkaran Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Profesi dengan motif informasi dalam mengikuti akun instagram



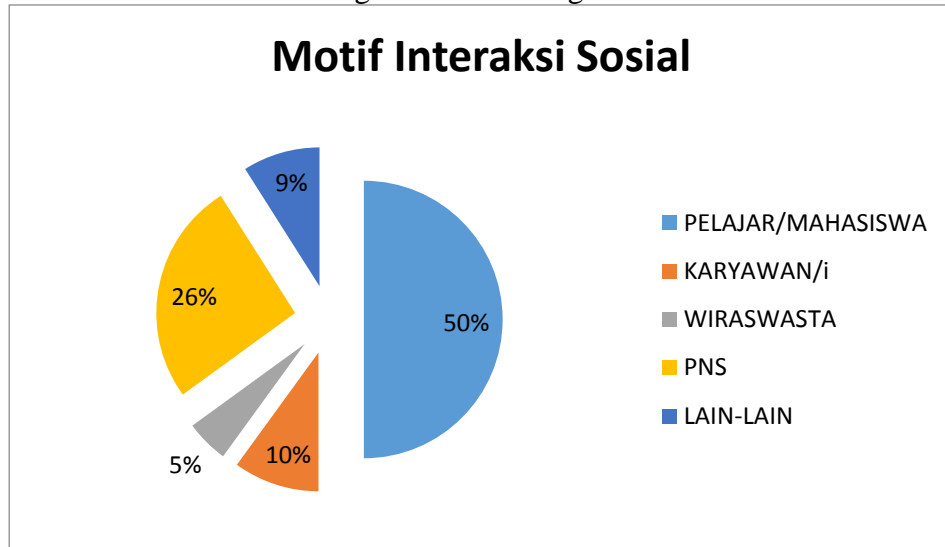
Sumber: Data Primer 2018

Diagram 3.18 Diagram Lingkaran Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Profesi dengan motif identitas diri dalam mengikuti akun instagram



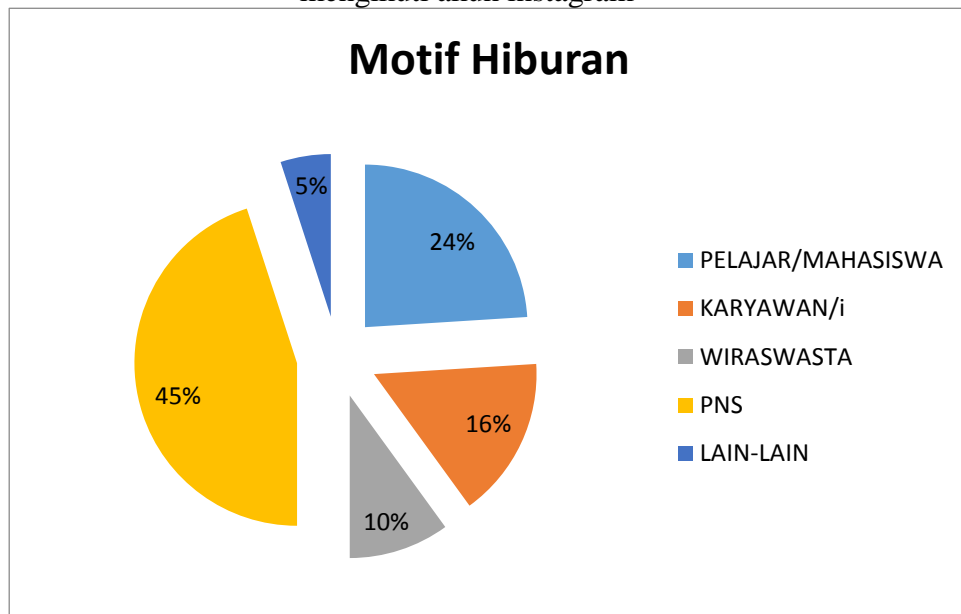
Sumber: Data Primer 2018

Diagram 3.19 Diagram Lingkaran Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Profesi dengan motif interaksi sosial dalam mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

Diagram 3.20 Diagram Lingkaran Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Profesi dengan motif interaksi sosial dalam mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

D. Pembahasan

1. Motif Informasi

Motif informasi pengguna dalam menggunakan media sosial instagram adalah untuk memperoleh informasi-informasi terbaru berupa kejadian-kejadian di luar wilayah pengguna dan informasi *ter-update* lainnya yang dibagi oleh para pengguna instagram lainnya (Alfindra, 2017:9). Hal ini diperkuat oleh Rubin (dalam Morissan dkk, 2010:84) yang menemukan bahwa salah satu alasan atau motivasi seseorang menggunakan media adalah untuk mendapatkan informasi. Melalui instagram yang merupakan media sosial yang tidak terpaku hanya untuk eksis melainkan memiliki kegunaan yang bisa dimanfaatkan berupa penyaluran hobi, bisnis, mendapatkan informasi dan memperkenalkan budaya-budaya di Indonesia.

Pada motif informasi terdapat 8 pernyataan mulai dari pernyataan nomor 1 sampai 8 dengan opsi jawaban sangat setuju (ss), setuju (s), tidak setuju (ts), dan sangat tidak setuju (sts) yang dibagikan kepada 400 responden. Berdasarkan data yang diperoleh sebanyak 10 responden (2,52%) berada pada kriteria rendah untuk motif informasi dapat mempengaruhi mereka dalam mengikuti instagram tersebut. Sementara itu sebanyak 42 responden (10,47%) berada pada kriteria sedang dimana motif informasi cukup memberikan pengaruh bagi mereka dalam mengikuti akun instagram tersebut. Lalu pada kriteria tinggi terdapat 348 responden (87,01%) yang benar-benar menggunakan instagram sebagai salah satu sarana mereka

dalam mencari dan mendapatkan informasi tentang siapapun atau kejadian apapun.

Melalui hasil pengolahan data tersebut dapat diketahui jika motif informasi turut mempengaruhi responden dalam mengikuti akun instagram @nadaarsyinta namun sudah pada kategori tinggi. Hal ini dikarenakan kebanyakan responden mendapatkan informasi mengenai tutorial make-up dan kecantikan dari akun instagram @nadaarsyinta akan tetapi dimungkinkan sebagian besar responden merasa sudah cukup mendapatkan informasi mengenai tutorial mak-up dari akun instagram @nadaarsyinta. Walaupun pada zaman modern saat ini setiap orang tidak hanya memiliki satu media sosial saja, akan tetapi pada umumnya setiap orang memiliki lebih dari dua media sosial untuk mencari informasi di dunia maya, dan tidak menutup kemungkinan setiap orang sudah merasa puas dengan mendapatkan informasi dari satu sosial media saja. Dan tingkat kesadaran pengguna media sosial sudah meningkat dalam mencari media apa yang dapat digunakan sebagai sumber untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam mendapatkan informasi yang aktual dan terpercaya.

Keadaan di atas diperkuat dengan teori Motivasi Abraham H, Maslow (dalam Morissan dkk, 2010:83) Teori hirarki kebutuhan dan motivasi menyatakan bahwa orang akan selalu berupaya secara aktif untuk memuaskan hirarki kebutuhannya (*hierhierarchy of needs*), dan orang yang berhasil mencapai satu tingkatan pada hirarki kebutuhan akan berupaya mencapai tingkatan yang lebih tinggi.

Motif *followers* berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan memiliki kecenderungan yang tinggi pada motif informasi dalam mengikuti akun instagram @nadaarsyinta. Hal ini dikarenakan responden berjenis kelamin perempuan merasa puas dengan informasi mengenai tutorial make-up yang diberikan oleh akun instagram @nadaarsyinta, sehingga mereka tidak perlu mencari informasi mengenai tutorial make-up pada media sosial yang lainnya.

Dan motif *followers* berdasarkan usia menunjukkan bahwa responden yang berusia antara 25-30 tahun juga memiliki kecenderungan yang tinggi pada motif informasi dalam mengikuti akun instagram @nadaarsyinta. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengikut akun instagram @nadaarsyinta adalah khalayak muda yang aktif di media sosial dan mereka adalah orang yang selalu mengandalkan media sosial sebagai pusat informasi pada saat ini, dikarenakan kecenderungan mereka yang selalu berada di depan layar komputer dan hp sepanjang harinya.

Adapun motif *followers* berdasarkan profesi menunjukkan bahwa responden yang memiliki kecenderungan yang tinggi pada motif informasi dalam mengikuti akun instagram @nadaarsyinta adalah responden dengan profesi lain-lain (dokter hewan, fotografer, editor, belum bekerja, dan youtuber). Hal ini memiliki kemungkinan bahwa responden yang memiliki profesi tersebut yang memiliki ketertarikan dengan tutorial make-up sudah merasa puas dengan informasi yang disajikan oleh akun instagram @nadaarsyinta dikarenakan mereka tidak memiliki waktu untuk ataupun

ketertarikan untuk mencari informasi tentang tutorial make-up melalui akun media sosial lainnya.

2. Motif Identitas Diri

Selanjutnya motivasi responden bergabung di media sosial Instagram adalah untuk identitas diri. Motif ini merupakan bentuk dari pembuktian atas jati diri seseorang. Dalam hal ini pengguna akan menampilkan diri di media sosial Instagram seperti meng-upload foto pribadi di Instagram, mem-posting kegiatan-kegiatan menurut kejadian-kejadian yang penting berupa pesta, liburan dan kumpul bersama teman-teman (Alfindra, 2017:9). Hal ini sesuai dengan kegunaan instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto dan membuat banyak penggunanya dapat bereksplorasi dan menunjukkan jati dirinya lewat Instagram M Nisrina (dalam Wicaksana, 2017:7).

Pada motif identitas diri terdapat empat pernyataan yang terdapat pada pernyataan nomor 9 hingga 12 dengan opsi jawaban sangat setuju (ss), setuju (s), tidak setuju (ts), dan sangat tidak setuju (sts). Berdasarkan data hasil penelitian ditemukan bahwa sebanyak 17 responden (4,27%) berada pada kategori kriteria rendah untuk motif identitas diri. Itu artinya motif ini tidak terlalu mempengaruhi mereka dalam mengikuti akun instagram tersebut. Lalu sebanyak 64 responden (15,97%) berada pada tingkatan kategori sedang dimana motif identitas diri cukup memberikan pengaruh kepada mereka untuk mengikuti akun instagram tersebut. Kemudian pada kriteria tinggi terdapat 319 responden (79,76%) yang menempati kriteria

tersebut. Itu artinya motif identitas diri memang benar-benar memberikan pengaruh yang kuat kepada mereka sehingga memilih mengikuti akun instagram @nadaarsyinta.

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas dapat diketahui jika motif identitas diri termasuk salah satu motif yang turut mempengaruhi responden dalam mengikuti akun instagram @nadaarsyinta sudah berada pada taraf kategori tinggi yang mana pada penelitian ini motif identitas diri ini berkaitan dengan bagaimana responden mengikuti akun instagram @nadaarsyinta sebagai sarana mereka untuk meningkatkan rasa percaya diri yang mereka miliki, menemukan model perilaku sebagai acuan dalam bertindak, meningkatkan pemahaman diri mereka terhadap diri sendiri serta menggunakan instagram sebagai tempat mereka untuk menyalurkan potensi dan bakat yang mereka miliki.

Sedangkan teori pendukung untuk penelitian ini adalah teori Motivasi Abraham H, Maslow Menurut Abraham H Maslow (dalam Morissan dkk, 2010: 83) Teori hirarki kebutuhan dan motivasi menyatakan bahwa orang akan selalu berupaya secara aktif untuk memuaskan hirarki kebutuhannya (*hierarchy of needs*), dan orang yang berhasil mencapai satu tingkatan pada hirarki kebutuhan akan berupaya mencapai tingkatan yang lebih tinggi.

Motif *followers* berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan memiliki kecenderungan yang tinggi pada motif identitas diri dalam mengikuti akun instagram @nadaarsyinta.

Hal ini dikarenakan responden berjenis kelamin perempuan lebih memperhatikan kecantikan dari pada laki-laki. Karena mereka menganggap sikap memperhatikan kecantikan tersebut merupakan bagian dari eksplorasi potensi, kemampuan, bakat, citra diri, kepercayaan diri dan nilai-nilai positif yang dimilikinya dan nantinya akan menjadi acuan dalam berperilaku.

Dan motif *followers* berdasarkan usia menunjukkan bahwa responden yang berusia antara 17-25 tahun juga memiliki kecenderungan yang tinggi pada motif identitas diri dalam mengikuti akun instagram @nadaarsyinta. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengikut akun instagram @nadaarsyinta adalah khalayak muda yang aktif di media sosial dan mereka adalah orang yang menjadikan media sosial sebagai penambah keyakinan, pemahaman dan eksplorasi tentang diri sendiri. Menurut peneliti hal ini dikarenakan kecenderungan anak yang berusia di bawah 20 tahun adalah anak yang menginjak usia dewasa dan usia di bawah 20 tahun merupakan usia anak yang masih dalam pencarian identitas diri dan pengakuan dari orang lain.

Adapun motif *followers* berdasarkan profesi menunjukkan bahwa responden yang memiliki kecenderungan yang tinggi pada motif identitas diri dalam mengikuti akun instagram @nadaarsyinta adalah responden dengan profesi sebagai wiraswasta. Dan menurut peneliti, hal ini juga dikarenakan seorang wiraswasta memiliki sifat kecenderungan untuk selalu diakui oleh orang lain. Sehingga dalam penelitian ini responden dengan profesi wiraswasta memiliki kecenderungan tertinggi pada motif identitas diri.

Begitu juga dengan motif *followers* berdasarkan waktu mengikuti akun instagram @nadaarsyinta menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan antara sebelum dan sesudah tahun 2016 bahwa semua responden memiliki kecenderungan tertinggi pada motif identitas diri. Hal ini menunjukkan bahwa, berdasarkan waktu mengikuti akun instagram ini, seluruh motif seluruh responden didasari oleh motif identitas diri.

3. Motif Interaksi Sosial

Motif selanjutnya adalah motif interaksi sosial. Motif yang erat kaitannya dengan hubungan antar individu dengan individu lainnya ini ternyata cukup memberikan pengaruh pada responden dalam mengikuti akun instagram @nadaarsyinta. Rubin (dalam Morissan dkk, 2010: 84) menemukan bahwa alasan atau motivasi orang menggunakan media dapat dikelompokkan ke dalam sejumlah kategori sebagai berikut: untuk menghabiskan waktu, sebagai teman (*companionship*), memenuhi ketertarikan (*excitement*), pelarian kesenangan, interaksi sosial, relaksasi, memperoleh informasi, dan untuk mempelajari konten media tertentu. Pada penelitian ini, motif interaksi sosial memiliki jumlah pernyataan sebanyak tiga butir pernyataan dengan opsi jawaban sangat setuju (ss), setuju (s), tidak setuju (ts), dan sangat tidak setuju (sts). Pernyataan tersebut berada pada nomor 13 sampai 15 pada lembar kuisioner.

Berdasarkan hasil pengolahan data ditemukan bahwa sebanyak 10 responden (2,56%) berada pada kriteria rendah yang artinya mereka tidak terlalu terpengaruh oleh motif interaksi sosial ini pada saat mereka

mengikuti akun instagram @nadaarsyinta. Lalu sebanyak 51 responden (12,73%) berada pada kriteria sedang. Dan sebanyak 339 responden (84,71%) berada pada kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mereka yang berada pada kriteria ini cukup dipengaruhi oleh motif tersebut ketika mereka memutuskan untuk mengikuti akun instagram @nadaarsyinta.

Melalui hasil pengolahan data di atas dapat diketahui jika motif interaksi sosial merupakan salah satu motif yang ikut mempengaruhi responden dalam mengikuti akun instagram @nadaarsyinta meskipun dalam kategori tinggi. Dan berdasarkan hasil pengolahan data di atas menunjukkan bahwa motif *followers* berdasarkan profesi menunjukkan bahwa responden yang memiliki kecenderungan yang tinggi pada motif interaksi sosial dalam mengikuti akun instagram @nadaarsyinta adalah responden dengan profesi sebagai mahasiswa.

Mahasiswa merupakan sekumpulan manusia yang memiliki usia produktif sehingga menjadikan mereka selalu berkomunikasi dan berinteraksi sesama mahasiswa, orang lain ataupun berinteraksi dengan sesama komunitas. Adapun sikap mahasiswa dalam mengikuti akun instagram @nadaarsyinta adalah sebagai sarana mereka dalam berkomunikasi dan berinteraksi sesama individu yang memerhatikan kecantikan diri. Sehingga mereka memiliki pengetahuan dan referensi mengenai kecantikan dan tutorial make-up dengan cepat dan mudah melalui media sosial yaitu akun instagram @nadaarsyinta.

4. Motif Hiburan

Motif terakhir pada penelitian ini adalah motif hiburan. Sesuai dengan namanya motif ini mengarah pada kegiatan yang membuat seseorang untuk melakukan kegiatan yang mampu melepaskan diri mereka dari kepenatan, masalah atau sekedar menghilangkan rasa bosan. Begitu juga dengan interaksi sosial, menurut Rubin (dalam Morissan dkk, 2010: 84) motif hiburan juga merupakan suatu motivasi orang menggunakan media. Motif ini mempunyai jumlah pernyataan yakni sebanyak dua pernyataan yang terletak pada pernyataan nomor 16 sampai 18 dengan opsi jawaban sangat setuju (ss), setuju (s), tidak setuju (ts), dan sangat tidak setuju (sts).

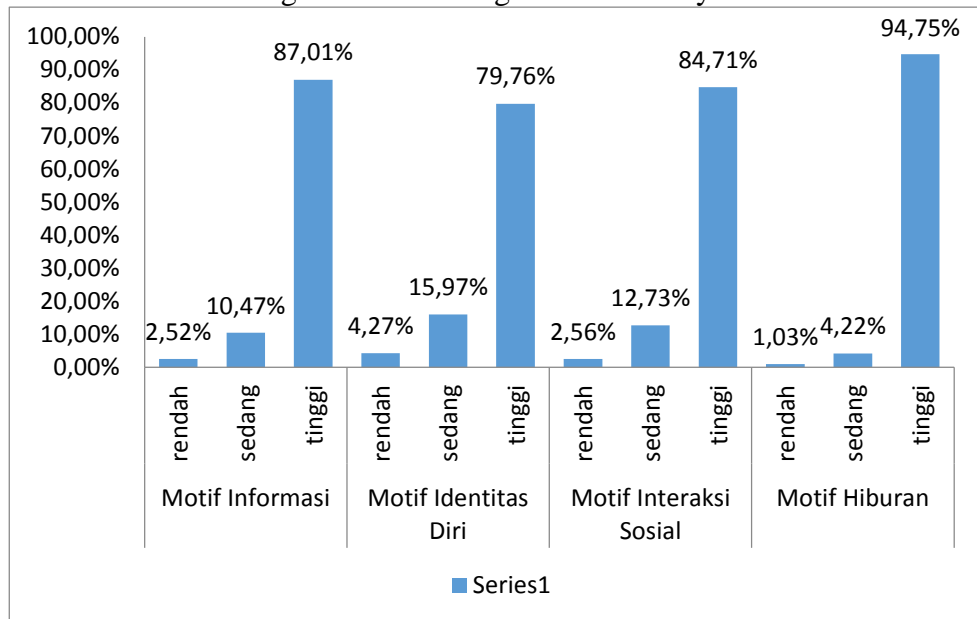
Pada hasil pengolahan data pada motif hiburan ditemukan bahwa sebanyak 4 responden (1,03%) berada pada kriteria rendah atau bagi mereka motif hiburan tidak terlalu mempengaruhi mereka dalam menggunakan instagram. Sementara itu sebanyak 17 responden (4,22%) berada pada kriteria sedang yang berarti motif hiburan cukup untuk mempengaruhi mereka dalam menggunakan instagram. Lalu sebanyak 379 responden (94,75%) menempati kriteria tinggi dimana motif hiburan ini benar-benar menjadi alasan mereka dalam menggunakan instagram.

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas dapat diketahui jika motif hiburan merupakan salah satu motif yang turut mempengaruhi responden dalam mengikuti akun instagram @nadaarsyinta sudah pada kategori tinggi. Dan berdasarkan hasil pengolahan data di atas menunjukkan bahwa motif *followers* berdasarkan usia menunjukkan bahwa responden yang memiliki

kecendrungan yang tinggi pada motif hiburan dalam mengikuti akun instagram @nadaarsyinta adalah responden dengan rentang usia >30 tahun. Menurut peneliti, hal ini terjadi karena responden dengan rentang usia >30 tahun yang mengikuti akun instagram tersebut hanya sebagai hiburan atau selingan dari pekerjaan mereka. Dikarenakan mereka tidak memiliki waktu untuk merealisasikan minat mereka terhadap kecantikan. Dan mereka sudah merasa puas dengan hanya mengikuti dan melihat postingan yang ada pada akun instagram @nadaarsyinta.

Hiburan pada instagram tidak hanya sebatas foto serta video tutorial make-up saja, salah satu hiburan yang diberikan oleh media sosial ini adalah perasaan puas dan lega ketika penggunaannya mampu menuangkan emosi dan perasaan mereka baik senang maupun sedih ke dalam postingan mereka. Melihat-lihat *online shop* yang menjual berbagai barang-barang dan menarik juga menjadi salah satu hiburan yang diberikan instagram kepada para penggunaannya.

Diagram 3.21 Persentase Motif yang Mempengaruhi Responden dalam mengikuti akun instagram @nadaarsyinta



Sumber: Data Primer 2018