

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

THE EFFECT OF ACTIVITY ON INSTAGRAM TOWARD COLLEGIAN INSTAGRAM USERS ATTITUDES IN BANDUNG (STUDY IN INSTAGRAM OF A FASHION BLOGGER SONIA ERYKA)

Annisa Azlina¹, Martha Tri Lestari², Dini Salmiyah Fithrah Ali³

¹ Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

² Dosen S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

³ Dosen S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹annisaazlina@gmail.com, ²martha.djamil@gmail.com, ³dinidjohan@gmail.com

ABSTRAK

Penampilan merupakan faktor penting bagi mahasiswa untuk menunjukkan identitas diri, memberikan kesan baik serta mengkomunikasikan sesuatu melalui pakaian. Maka dari itu, banyak dari mahasiswa di Bandung mengikuti tren fashion dan berpakaian modis baik untuk ke kampus dan tempat nongkrong, dan juga banyak dari mereka memiliki panutan referensi gaya berpakaian. Dewasa ini, instagram adalah salah satu media yang dapat digunakan untuk menemukan referensi gaya berpakaian atau *trend fashion* yang *up to date*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan mengetahui pengaruh aktivitas di instagram terhadap sikap mahasiswa pengguna instagram di Bandung (Studi di instagram *fashion blogger* Sonia Eryka). Penelitian ini melibatkan satu variabel independen aktivitas pada instagram, dan satu variabel dependen yaitu sikap mahasiswa pengguna instagram. Data primer dikumpulkan melalui metode survey terhadap 420 responden dengan menggunakan pendekatan *purposive sampling*. Jenis penelitian ini adalah penelitian regresi liner sedernana dan deskriptif dengan metode penelitian yaitu metode kuantitatif kepada 420 responden yang berasal dari mahasiswa pengguna Instagram yang melihat Instagram Sonia Eryka. Sementara teknik analisis data yang Penulis gunakan adalah Analisis Linier Sederhana. Sehingga, hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas pada instagram memiliki pengaruh terhadap sikap mahasiswa pengguna Instagram sebesar 19,3% dan sisanya sebesar 80,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Fashion, Fashion Blogger, Media Sosial, Instagram, Sikap Mahasiswa*

ABSTRACT

Appearance is an important factor for a collegian to show the identity of themselves, give impression that good as well as communicating something through clothes. Then from that, many of a collegian in bandung who follows the fashion trend and dressed fashionable good to campus and hangout, and also many of them having role model as a reference own style. Today, instagram is one of the media that can be used to find reference style or a fashion trend which up to date. The purpose of this research is to indentify and examine the effect of activity on instagram against collegian attitudes in Bandung who use instagram (Study in instagram fashion blogger Sonia Eryka). This study involves an independent variable which is activity on instagram, and one dependent variable collegian attitudes of instagram users. The primary data were collected through survey method with purposive sampling method using questionnaire given to 420 respondents. This type of research is causal and descriptive research with the research method of quantitative research methods to the 420 respondents coming from collegian instagram users who ever sees Sonia Eryka's instagram. While the data analysis techniques is a simple linear regression analysis. This study has a descriptive analysis of the results by 79% for variable activity on instagram, and 80% for the variable collegian attitudes of instagram users. So, the results of the study show that partially and simultaneous the activity on instagram has an effect to collegian attitudes of instagram users in Bandung in the amount of 19,3 % and the rest of 80,7 % is affected by other factors which are not examined in this research.

Keyword: Fashion, Fashion Blogger, Social Media, Instagram, Collegian Attitudes.

1. 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 berpakaianya 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 berpakaianya. 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 Bandung?
- 3) Seberapa besar pengaruh aktivitas pada Instagram *fashion blogger* Sonia Eryka terhadap sikap mahasiswi pengguna Instagram *fashion blogger* Sonia Eryka di Bandung?

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 Bandung?
- 3) Mengetahui seberapa besar pengaruh aktivitas pada Instagram *fashion blogger* Sonia Eryka terhadap sikap mahasiswi pengguna Instagram *fashion blogger* Sonia Eryka di Bandung?

2. Tinjauan Teori dan Metodologi Penelitian

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 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 ini seperti 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.

2.1.2 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 informative. 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 symbol 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 social. 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 didunia 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.

2.1.3 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.

2.1.4 Hipotesis

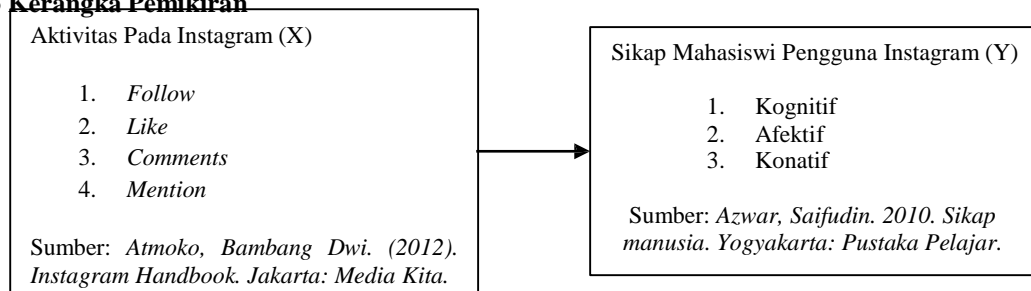
Hipotesis adalah jawaban sementara dalam rumusan penelitian. Hal ini dikatakan sementara karena jawaban yang di berikan baru berdasarkan pada teori yang relevan. Belum di dasarkan pada data-data yang ditemukan pada waktu pengumpulan data oleh penulis (Sugiyono,2008:93). Hipotesis diterima apabila terdapat 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 Bandung

2.1.5 Kerangka Pemikiran



Dari kerangka penelitian tersebut, dapat terlihat *sub-variabel* yang termasuk ke dalam variabel X yaitu aktivitas pada Instagram yang dapat mempengaruhi variabel Y yaitu sikap mahasiswi pengguna Instagram.

2.2 Metode Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswi pengguna Instagram di kota Bandung, yang dibagi ke 3 Universitas di Bandung, yakni Universitas Kristen Maranatha, Universitas Islam Bandung, dan Universitas Padjajaran. 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. Hasil Penelitian dan Pembahasan

3.1 Uji Validitas

Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2009 : 348). Dalam uji validitas dapat digunakan rumus teknik korelasi *product moment*. Menurut Umar (2008 : 166) sebagai berikut :

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

Nilai r tabel dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 5% dengan n=30 adalah 0,361, sehingga dalam penelitian ini instrumen dikatakan valid apabila r hitung > 0,361

3.2 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 :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_x^2} \right)$$

Keterangan:

α : *Cronbach's coefficient alpha*

k : jumlah pecahan atau banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_i^2$: total varians butir

σ_x^2 : total varians

3.3 Teknik Analisis Data Deskriptif

Menurut Sekaran (2006:158) analisis deskriptif yaitu digunakan untuk mengetahui dan menjadi mampu menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi.

3.4 Uji Asumsi Klasik

3.4.1 Uji Normalitas

Pengujian residual dapat dilihat dari grafik normal P-Plots. Apabila setiap pancaran data residual berada dalam residual mengikuti fungsi distribusi normal. Dari hasil P-Plots diketahui pancaran residual berada dalam garis lurus melintang sehingga menjelaskan bahwa data yang diambil berdistribusi normal.

3.4.2 Uji Heterokedastisitas

Pada penelitian ini untuk menguji asumsi tidak adanya problem heterokedastisitas pada residual, maka dilihat dari scatter plot S_{dresid} dengan hasil prediksi Z_{pred} . Dapat disimpulkan tidak terdapat problem jika pada scatter plot data tidak membentuk suatu pola tertentu.

3.5 Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Riduwan (2009:244) uji regresi sederhana adalah untuk meramalkan (memprediksi) variable terikat (Y) bila variable bebas (X) di ketahui. Regresi sederhana dapat di dianalisis karena didasari oleh hubungan fungsional atau hubungan sebab akibat (kausal) variable bebas (X) terhadap variable terikat (Y).

3.6 Uji Signifikansi Parsial

Menurut Ghozali (2011:178) uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Dari penelitian yang sudah dilakukan,ndiperoleh t hitung = 6,103. Karena t hitung (6,103) > t tabel (1,649) maka H_0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh variabel aktivitas pada instagram terhadap sikap mahasiswi pengguna instagram di Bandung.

3.7 Koefisien Determinasi

Dalam penelitian ini terdapat R sebesar 0,439 dan R *square* (R^2) adalah 0,193. Angka tersebut digunakan untuk melihat besarnya pengaruh aktivitas pada Instagram terhadap sikap mahasiswi pengguna Instagram di Bandung secara simultan.

Angka tersebut menunjukkan koefisien determinasi (KD) sebesar 19,3 %. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari Aktivitas Pada Instagram Terhadap Sikap Mahasiswi Pengguna Instagram di Bandung sebesar 19,3% sedangkan sisanya 80,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan kepada mahasiswi pengguna instagram mengenai pengaruh aktivitas pada instagram terhadap sikap mahasiswi, maka dapat dibuat kesimpulan yang dapat

memberikan jawaban terhadap rumusan masalah dalam penelitian ini. Adapun kesimpulannya adalah sebagai berikut :

1. Aktivitas pada Instagram *fashion blogger* Sonia Eryka terbagi kedalam 4 sub variabel dengan masing-masing memiliki 1 indikator disetiap sub variabel, seperti sub variabel *follow* dengan indikator jumlah *followers*, sub variabel *like* dengan indikator jumlah *like*, sub variabel *comments* dengan indikator komentar yang diberikan, dan sub variabel *mentions* dengan indikatornya interaksi antar pengguna. Berdasarkan analisis deskriptif, tanggapan responden terhadap aktivitas pada instagram mencapai nilai 80%, hal tersebut menunjukkan bahwa aktivitas instagram termasuk dalam kategori baik. Artinya, kriteria rata-rata responden mengenai aktivitas pada instagram keseluruhan berada dalam kategori baik. Hal ini berdasarkan rata-rata persentase total tanggapan responden terhadap variabel aktivitas pada instagram yang mencakup kedalam 4 sub variabel tersebut. Kemudian, berdasarkan rata-rata persentase pada setiap sub variabel, sub variabel *follow* dengan indikatornya jumlah *followers* mendapatkan nilai persentase tertinggi diantara sub variabel lainnya, yaitu sebesar 90%, artinya mahasiswi pengguna Instagram mengakui bahwa jumlah *followers* Sonia Eryka membuat mereka ingin ikut mengikuti atau mem-*follow* Instagram Sonia Eryka.
2. Sikap mahasiswi pengguna Instagram mengetahui Sonia Eryka sebagai *fashion blogger*, kemudian merasa senang dengan gaya berpakaian Sonia Eryka, dengan adanya rasa senang timbul kecenderungan berperilaku mengikuti objek sikap tersebut, yakni Sonia Eryka, seperti mengikuti gaya berpakaian hingga membeli pakaian sejenis dengan milik Sonia Eryka. Berdasarkan analisis deskriptif, tanggapan responden terhadap sikap mahasiswi pengguna Instagram mencapai nilai 79%, hal tersebut menunjukkan bahwa sikap mahasiswi pengguna Instagram termasuk dalam kategori baik. Artinya, kriteria rata-rata responden mengenai sikap mahasiswi pengguna Instagram secara keseluruhan berada dalam kategori baik. Hal ini berdasarkan rata-rata persentase total tanggapan responden terhadap variabel sikap mahasiswi pengguna Instagram yang mencakup aspek sub variabel kognitif dengan indikator mengetahui, menggunakan instagram, dan melihat instagram, lalu sub variabel afektif dengan indikator kesenangan, mempengaruhi dan referensi, kemudian sub variabel konatif dengan indikator mengikuti gaya, mengikuti perilaku serta membeli pakaian sejenis. Dimana berdasarkan rata-rata persentase sub variabel, sub variabel yang memiliki nilai paling tinggi yaitu sub variabel kognitif. Dengan nilai persentase 81%. Namun jika dilihat dari setiap indikator, indikator mengetahui dan indikator kesenangan sama-sama memiliki presentase yang lebih tinggi dibandingkan indikator lain, yakni sebesar 85%.
3. Besarnya pengaruh aktivitas pada Instagram terhadap sikap mahasiswi pengguna Instagram menurut hasil hitung uji t, peneliti mendapatkan hasil sebesar t hitung 6,103. Selanjutnya, berdasarkan analisis deskriptif secara keseluruhan variabel aktivitas pada instagram memiliki presentase lebih besar dibandingkan dengan variabel sikap mahasiswi pengguna instagram, dengan nilai 90% untuk variabel aktivitas pada instagram dan 79% untuk variabel sikap mahasiswi pengguna instagram. Serta melalui uji koefisien determinasi terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 19,3%. Artinya, aktivitas pada instagram memberikan pengaruh sebesar 19,3% terhadap sikap mahasiswi pengguna instagram. Sedangkan sisanya sebesar 80,7% dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

5. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian mengenai pengaruh aktivitas pada instagram terhadap sikap mahasiswi pengguna instagram di Bandung maka peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat dijadikan solusi dari permasalahan dan dapat menjadi bahan pertimbangan dimasa mendatang antara lain adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian yang sudah diteliti oleh peneliti yakni "***Pengaruh aktivitas pada instagram terhadap sikap mahasiswi pengguna instagram di Bandung (Studi pada instagram fashion blogger Sonia Eryka)***" didapatkan pengaruh sebesar 19,3%. Peneliti menyarankan untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan mengkaji lebih lanjut dengan mengganti salah satu variabel. Seperti misalnya mengganti variabel x dalam penelitian ini aktivitas pada instagram menjadi fitur pada instagram. Kemudian, peneliti juga menyarankan pada penelitian selanjutnya untuk mengganti objek penelitian dengan media-media lain seperti blog berisi konten *fashion* ataupun majalah dengan rubrik *fashion* yang mungkin dapat memberikan pengaruh lebih besar atau bahkan dapat termasuk kedalam variabel yang memiliki pengaruh sebesar 80,7% yang tidak diteliti pada penelitian ini.
2. Untuk *fashion blogger* diharapkan lebih memberikan tambahan informasi baik perihal jenis pakaian yang dikenakan, merek pakaian maupun harga pakaian yang dikenakan pada setiap foto gaya berpakaian yang di unggah ke dalam instagram, selain itu peneliti menyarankan *fashion blogger* bukan hanya memberikan

tips dan trik dalam berpakaian didalam blog, namun juga kedalam instgaram, agar *viewers* mendapatkan lebih banyak informasi mengenai *fashion*.

Daftar Pustaka

- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). Instagram Handbook. Jakarta: Media Kita.
- Azwar, Saifudin. (2010). Sikap Manusia. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghozali, Imam. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kriyantono, Rakhmat. (2008). Teknik Prkatis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rakhmat, Jalaludin. Drs, Msc.(2011). Psikologi Komunikasi. Bandung Rosda Karya.
- Riduwan, 2009, Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian, Bandung, Alfabeta.
- Robbins, SP. & Judge. (2008). Perilaku Organisasi Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. (2006). Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (buku 2 edisi keempat). Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kombinasi (*Mixed Method*). Bandung: Alfabeta
- _____.(2010). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Utari, Prahastiwi. (2011). Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi. Bab Buku Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi. Yogyakarta: Aspikom.