

**PENGARUH UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM @infolombamenulis
TERHADAP MOTIVASI *FOLLOWERS* MENGIKUTI LOMBA MENULIS**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Lila Muttamimmah

NIM: 16730029

POGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lila Muttamimmah

NIM : 16730029

Prodi : Ilmu Komunikasi

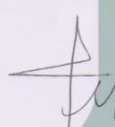
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya adalah asli hasil karya atau penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya atau penelitian orang lain.

Yogyakarta. 04 April 2020

Peneliti






Lila Muttamimmah
16730029

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281



NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Lila Muttamimmah
NIM : 16730029
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**PENGARUH UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM @infolombamenulis TERHADAP
MOTIVASI FOLLOWERS MENGIKUTI LOMBA MENULIS**


Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.
Wassalamu'alaikumWr. Wb

Yogyakarta, 19 April 2020

Pembimbing


Yanti Dwi Astuti, M.A
NIP : 19840516 201503 2 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-291/Un.02/DSH/PP.00.9/06/2020

Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH UNGGAHAN AKUN INSTAGRAM @infolombamenulis TERHADAP MOTIVASI FOLLOWERS MENGIKUTI LOMBA MENULIS**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : **LILA MUTTAMIMMAH**
Nomor Induk Mahasiswa : **16730029**
Telah diujikan pada : **Rabu, 29 April 2020**
Nilai ujian Tugas Akhir : **A-**

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I, M.A.
SIGNED

Valid ID: 5a8f6c80b6a9e



Penguji I
Niken Puspitasari, S.IP., M.A.
SIGNED

Valid ID: 5a8f6c80b6a9e



Penguji II
Fatma Dian Pratiwi, S.Sos M. Si.
SIGNED

Valid ID: 5a8f6c80b6a9e



Yogyakarta, 29 April 2020
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 5a8f6c80b6a9e

MOTTO

“MAN JADDA WAJADA”

Barang siapa bersungguh-sungguh maka akan dapat



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini penulis persembahkan kepada



Almamater Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis sampai pada titik ini. Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Rasul Muhammad SAW, yang telah menuntun umat-Nya dari zaman kebodohan menuju zaman terang ebnderang.

Penyusunan skripsi ini merupakan pembahasan singkat tentang **“Pengaruh Unggahan Akun Instagram @infolombamenulis Terhadap Motivasi Followers Mengikuti Lomba Menulis”**. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan *support* dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Dr. Mochamad Sodik, S.Sos. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si. Selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Yanti Dwi Astuti selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya yang telah meluangkan waktunya, mencurahkan pikiran, tenaga, arahan, dan kesabaran yang luar biasa untuk membimbing penelitian saya. Serta semangat yang bu Yanti transfer kepada saya agar penelitian ini dapat selesai dengan hasil baik.
4. Ibu Yani Tri Wijayanti selaku Dosen Pembimbing Akademik saya, terimakasih karena telah memberi arahan selama duduk di bangku perkuliahan ini.

5. Dosen-dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang telah berbagi ilmu dan pengalaman sangat bergarga kepada peneliti selama menjalani perkuliahan.
6. Abah, Umami, Mas Syaiq, Ammi, Kakek serta keluarga besar saya yang telah mendukung dan selalu mendoakan kegiatan perkuliahan saya. Terimakasih atas segala pengorbanan, doa serta kasih sayang yang telah diberikan kepada saya. Semoga kita senantiasa sehat, berkah umur, dan selalu dalam lindungan-Nya.
7. Semua teman-teman mulai dari teman kos muslimah 393, teman ilmu komunikasi kelas A yang sering main dan mampir ke kos, teman-teman kkn kelompok 8 angkatan 99, sahabat rumah yang selalu mensupport dari jauh, dan teman lainnya yang telah menyemangati peneliti dalam menyusun skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Peneliti mengucapkan terimakasih banyak atas segala suportnya dalam bentuk apapun itu, insyaAllah kekuatan do'a kalianlah yang terbesar. Semoga kita senantiasa dalam tali silaturahmi, dan diridloi segala urusannya oleh Allah SWT.

Yogyakarta, 04 April 2020

Peneliti

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Lila Muttamimmah

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Telaah Pustaka	9
F. Landasan Teori	11
G. Kerangka Pemikiran.....	23
H. Hipotesis.....	24
I. Metode Penelitian	24

BAB II GAMBARAN UMUM	34
A. Instagram.....	34
B. Akun Instagram @infolombamenulis	37
C. <i>Followers</i>	41
BAB III UJI ANALISIS DAN PEMBAHASAN	42
A. Deskripsi Penelitian	42
B. Uji Validitas dan Reliabilitas	46
C. Penyebaran Data Setiap Variabel.....	50
1. Variabel Bebas atau <i>independent</i> (Unggahan Akun Instagram @infolombamenulis).....	50
2. Variabel Terikat atau <i>dependent</i> (Motivasi Mengikuti Lomba Menulis)	71
D. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	83
E. Uji Normalitas dan Linearitas.....	86
F. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	88
G. Pembahasan.....	91
BAB IV PENUTUP	98
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Presentase Pengguna Internet Pada Setiap Platform Sosial Media	3
Gambar 2 Akun Instagram @Infolombamenulis	7
Gambar 3 Beberapa Unggahan Yang Diambil Dari Akun Instagram Resmi @Infolombamenulis.....	7
Gambar 4 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 5 Profil Akun Instagram @Infolombamenulis.....	38
Gambar 6 Unggahan Akun Instagram @Infolombamenulis.....	38
Gambar 7 Salah Satu Unggahan Akun Instagram @Infolombamenulis.....	39
Gambar 8 Komentar <i>Followers</i> Pada Salah Satu Unggahan Akun Instagram @Infolombamenulis.....	39
Gambar 9 Penyebaran Kuesioner Melalui <i>Direct Messenger</i> Pada <i>Followers</i> Akun Instagram @infolombamenulis.....	42

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Telaah Pustaka	9
Tabel 2 Definisi Operasional	27
Tabel 3 Jenis Kelamin Responden	43
Tabel 4 Usia Responden.....	44
Tabel 5 Jenjang Semester Responden	45
Tabel 6 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X.....	46
Tabel 7 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Y.....	48
Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel X.....	49
Tabel 9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Y	49
Tabel 10 Item Pernyataan 1.....	50
Tabel 11 Item Pernyataan 2.....	51
Tabel 12 Item Pernyataan 3.....	52
Tabel 13 Item Pernyataan 4.....	53
Tabel 14 Item Pernyataan 5.....	54
Tabel 15 Item Pernyataan 6.....	55
Tabel 16 Item Pernyataan 7.....	56
Tabel 17 Item Pernyataan 8.....	57
Tabel 18 Item Pernyataan 9.....	58

Tabel 19 Item Pernyataan 10.....	59
Tabel 20 Item Pernyataan 11.....	60
Tabel 21 Item Pernyataan 12.....	61
Tabel 22 Item Pernyataan 13.....	62
Tabel 23 Item Pernyataan 14.....	63
Tabel 24 Item Pernyataan 15.....	64
Tabel 25 Item Pernyataan 16.....	65
Tabel 26 Item Pernyataan 17.....	66
Tabel 27 Item Pernyataan 18.....	67
Tabel 28 Item Pernyataan 19.....	68
Tabel 29 Item Pernyataan 20.....	69
Tabel 30 Item Pernyataan 21.....	70
Tabel 31 Item Pernyataan 22.....	71
Tabel 32 Item Pernyataan 23.....	72
Tabel 33 Item Pernyataan 24.....	73
Tabel 34 Item Pernyataan 25.....	74
Tabel 35 Item Pernyataan 26.....	75
Tabel 36 Item Pernyataan 27.....	76
Tabel 37 Item Pernyataan 28.....	77

Tabel 38 Item Pernyataan 29.....	78
Tabel 39 Item Pernyataan 30.....	79
Tabel 40 Item Pernyataan 31.....	80
Tabel 41 Item Pernyataan 32.....	81
Tabel 42 Item Pernyataan 33.....	82
Tabel 43 Descriptive Statistics.....	83
Tabel 44 Skor Variabel X	84
Tabel 45 Skor Variabel Y	85
Tabel 46 Hasil Uji Normalitas	86
Tabel 47 Uji Linearitas.....	87
Tabel 48 Analisis Regresi Linear Sederhana (Model Summary).....	88
Tabel 49 Analisis Regresi Linear Sederhana (Anova).....	88
Tabel 50 Analisis Regresi Linear Sederhana (Coefficients)	89

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

ABSTRAK

This study aims to determine the the influence's magnitude of Instagram @infolombamenulis account posts to motivate and take part in writing competitions for its followers. Today, Internet is a medium for communication tools that are widely used by people in their daily needs. One of which is social media. By using the internet, social media users can easily to find out the needed information like using Instagram. The researcher interested in conducting the research on instagram accounts @infolombamenulis and its followers. This research used diffusion of innovation theory. The method used is a quantitative method using survey type. For the sampling, the research used purposive sampling with students as the respondents. The data collection was distributing by online questionnaire to 100 respondents who follow the Instagram account of @infolombamenulis. The result of the study found that the posting at @infolombamenulis instagram account influences the motivation to follow the writing contest to the followers by 50,6%.

Keywords: post, instagram, account @infolombamenulis, motivation, writing competition, followers.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini media merupakan alat komunikasi yang digunakan oleh manusia dalam kebutuhan sehari-hari, salah satunya menggunakan media sosial. Menurut Rulli Nasrullah dalam bukunya yang berjudul Media Sosial (2016: 11), mendefinisikan bahwa media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial sangat berperan dalam perkembangan dan perubahan tingkah laku masyarakat, sehingga kedudukannya cukup penting. Media sosial juga banyak diminati oleh masyarakat.

Sejauh ini penggunaan media sosial selalu meningkat, untuk menggunakan media sosial dibutuhkan koneksi internet yang cukup kuat. Ini dibuktikan dengan jumlah pengguna internet yang meningkat pada tahun 2017 lalu. (Buletin Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia Edisi 22-Maret 2018. “Survei APJII: Penetrasi Internet di Indonesia Capai 143 Juta Jiwa”

<https://apjii.or.id/download/file/BULETINAPJIIEDISI22Maret2018.pdf>)

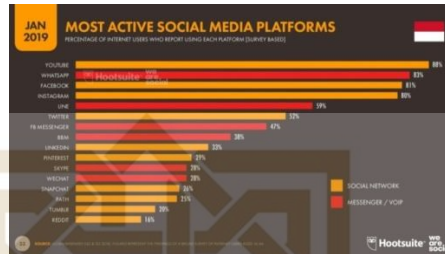
Menurut data Kominfo, Pengumuman Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melalui Kominfo pada siaran pers 19 Februari 2018 menyatakan bahwa jumlah pengguna internet tahun 2017 mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68% dari total jumlah penduduk Indonesia.

Banyak media sosial yang digunakan oleh masyarakat, diantaranya facebook, twitter, youtube, path, instagram dan lain-lain. Salah satu yang paling banyak diminati adalah instagram. Instagram adalah aplikasi untuk mengirim informasi dengan cepat yaitu berupa foto ataupun video. Instagram masuk kategori media baru karena untuk menggunakannya harus dengan internet. Selain itu dengan karakteristiknya yang konvergen atau memusat, tak mengenal ruang dan waktu, serta sederet karakter kebaruan yang melingkupinya juga mengubah cara berkomunikasi antar manusia.

Instagram disukai karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagi foto ditambah beberapa filter bergaya yang menarik. Platform ini juga memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto. Instagram menduduki nomor ke empat sebagai platform media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, bahkan masuk pada urutan ke tiga kategori jejaring sosial, berikut datanya.

Gambar 1

“Presentase pengguna internet pada setiap platfom media sosial”



Sumber: websindo.com

Diakses pada Selasa, 3-12-2019, 19.51 WIB

Media sosial bisa digunakan untuk komunikasi, menerima berbagai macam informasi, bisnis, promosi, dan masih banyak lagi. Informasi memang sangat dibutuhkan bagi kehidupan sehari-hari. Mulai dari pengumuman, informasi lowongan pekerjaan, informasi seminar, informasi pelatihan, sampai informasi perlombaan. Dari sekian banyak sosial media, salah satu sosial media yang menyediakan kebutuhan tersebut adalah instagram.

Aplikasi yang fokus untuk berbagi foto atau gambar ini bisa berupa foto diri sendiri atau orang, foto poster, gambar pengumuman atau foto perlombaan yang biasanya dilengkapi informasi pada kolom keterangan gambar atau *caption* yang tersedia pada aplikasi tersebut. Dimana keterangan memang sangat dibutuhkan jika gambar tidak cukup memungkinkan untuk ditulis keterangan atau penjelasan. Instagram juga menjadi salah satu aplikasi populer yang menjamur dikalangan mahasiswa saat ini.

Selain bisa digunakan seperti yang sudah dijelaskan diatas, instagram juga sebagai media perantara penyaluran bakat serta pelatihan minat, salah satunya adalah menulis. Informasi tentang pelatihan menulis, biasanya diunggah oleh akun-akun lomba dan akun-akun menulis. Dan lomba menulis yang di adakan secara online, sehingga tidak tatap muka atau bertemu secara langsung.

Salah satu akun yang menyediakan informasi tentang lomba menulis adalah @infolombamenulis yang dibuat sejak Desember 2015 dengan tujuan ingin membangun dan memberi semangat bagi mereka para pengikutnya agar bisa mengikuti lomba yang diadakan. Terkadang dengan hadiah yang menarik juga bisa membuat para pengikutnya menginginkan menjadi juara sehingga mereka yang mengikuti lomba akan berusaha semaksimal mungkin agar bisa mendapatkannya. Selain itu, tema yang biasanya ditentukan dalam lomba itu berbagai macam, mulai dari yang paling mudah sampai yang sangat sulit untuk dikerjakan dan diikuti, namun bisa menjadi tantangan bagi para pengikut lomba agar mereka bisa dan tahu sejauh mana mereka mampu mengerjakannya.

Biasanya lomba diadakan tingkat lokal maupun nasional, bagi yang juara lebih sering mendapat sertifikat, buku dan uang tunai atau bahkan sampai ada yang tulisannya dijadikan buku atau dibukukan. Sedangkan bagi yang tidak juara biasanya hanya mendapatkan sertifikat saja, namun pasti

sudah ada rasa kepuasan untuk diri sendiri karena bisa berpartisipasi di dalam lomba tersebut dan bisa menambah hasil karyanya.

Akun instagram @infolombamenulis sering *update* tentang lomba kepenulisan atau yang berhubungan dengan menulis, kelas menulis, bahkan ada informasi seminar kepenulisan. Ini yang menjadikan akun tersebut banyak yang mengikuti dan tetap *update* sampai sekarang ini. Bahkan dalam proses perlombaan mulai dari pengumuman informasi lomba menulis, kemudian proses perlombaan, hingga sampai pada pengumuman lomba semuanya menggunakan media internet.

Pengumuman perlombaan dibagikan melalui akun instagram @infolombamenulis, selanjutnya proses perlombaan biasanya dikirim melalui email, lalu saat pengumuman juga menggunakan instagram sebagai alat untuk menginformasikan siapa pemenangnya. Semuanya menggunakan media melalui internet. Hal ini merupakan sebuah proses inovasi yang dilakukan oleh akun instagram @infolombamenulis kepada *followers* sehingga mampu memperngaruhi *followersnya*.

Peneliti mengutip satu ayat Al-Qur'an, tentang ajakan untuk melakukan kebaikan, sebagai berikut:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ.

وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ٥

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebaikan, menyuruh (berbuat) yang ma’ruf dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.” (QS. Ali Imron: 104)

Peneliti dalam hal ini menggunakan tafsir Quraish Shihab yaitu: Jalan terbaik untuk bersatu dalam kebenaran di bawah naungan al-Qur’ân dan Rasul-Nya, adalah dengan menjadi umat yang menyerukan segala bentuk kebaikan dunia dan akhirat, menyerukan kewajiban mendorong manusia pada kebaikan bersama dan mencegah kejahatan (*amar makruf nahi munkar*, *al-amr bi al-ma’rûf wa al-nahy 'an al-munkar*). Mereka yang melakukan prinsip itu adalah orang-orang yang memperoleh keberuntungan yang sempurna.

Ayat diatas menjelaskan anjuran pada *amar ma’ruf nahi mungkar* yaitu mengajak pada kebaikan dan menjauhi keburukan. Peneliti melihat korelasi antara unggahan sosial media tentang sebuah informasi sebagai hal yang bermanfaat dengan motivasi untuk menulis setelah melihat postingan tersebut. Dalam hal ini, peneliti melihat ajakan hal baik (*amar ma’ruf nahi mungkar*) oleh akun instagram @infolombamenulis.

Gambar 2

“Akun Instagram @infolombamenulis”



Sumber: Instagram

Diakses pada Senin, 14-11-2019, 20.30 WIB

Gambar 2 merupakan akun resmi dari @infolombamenulis yang sejauh ini telah mengunggah sebanyak 2.559, dan pengikutnya mencapai 234.000 serta mengikuti 241 pengguna akun lain.

Gambar 3

“Beberapa unggahan yang diambil dari akun instagram resmi @infolombamenulis”



Sumber: Instagram diakses pada Kamis, 14-11-2019, 20.30 WIB.

Akun @infolombamenulis setiap harinya bisa mengunggah mencapai dua hingga lima unggahan dan dari 234.000 *followers* biasanya 200 hingga 1000 like yang ada, bahkan sampai pada tahap komentarpun bisa mencapai puluhan hingga ratusan *followers* yang melakukan *feedback*.

Dengan unggahan yang ada, membuat sebagian *followers* tertarik, sehingga akan termotivasi oleh akun tersebut. Motivasi merupakan proses untuk mencoba mempengaruhi orang agar melakukan pekerjaan yang diinginkan, sesuai dengan tujuan yang sudah ditetapkan.

Berdasarkan pemaparan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Unggahan Akun Instagram @infolombamenulis Terhadap Motivasi *Followers* Mengikuti Lomba Menulis”**

B. Rumusan Masalah

Adakah pengaruh unggahan akun instagram @infolombamenulis terhadap motivasi *followers* mengikuti lomba menulis?

C. Tujuan

Untuk mengetahui pengaruh unggahan akun instagram @infolombamenulis terhadap motivasi *followers* mengikuti lomba menulis.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis: Hasil penelitian ini untuk pengembangan keilmuan komunikasi, khususnya kajian Komunikasi Massa.
2. Manfaat praktis: Hasil penelitian ini bisa menjadi bahan evaluasi atau informasi lomba menulis secara *online* yang diselenggarakan melalui akun instagram untuk *followersnya*.

E. Telaah Pustaka

Peneliti menggunakan beberapa literatur sebagai rujukan untuk bahan referensi. Yang dijadikan peneliti sebagai bahan referensi adalah jurnal dan skripsi, jurnal dan skripsi tersebut berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis. Jurnal dan skripsi tersebut antara lain:

Tabel 1

No	Nama	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan	Kritik
1	Annisa Aznalina, Martha Tri Lestari, Dini Salmiyah Fithrah Ali.	Pengaruh Aktivitas Pada Instagram Terhadap Sikap Mahasiswi Pengguna Instagram Di Bandung (Studi Pada Instagram Fashion Blogger Sonia Eryka) e-Proceeding of Management, Vol. 2, No. 2 Agustus 2015. ISSN: 2355-9357. Diakses pada hari Kamis, tanggal 11 Oktober 2018 pukul 21.42 WIB.	Sikap mahasiswa pengguna akun instagram mengetahui Sonia Eryka sebagai fashion blogger, lalu merasa senang dengan gayanya sehingga mahasiswa yang mengikuti akun Sonia maka mengikuti pula gaya berpakaianny	Pada penelitian ini menjelaskan bahwa pengaruh instagram sangat besar terhadap sikap mahasiswa, begitupun dengan penelitian yang akan saya teliti bahwasannya pengaruh skun instagram itu bisa membawa atau menimbulkan	Penelitian ini lebih fokus pada bagaimana sikap mahasiswi terhadap fashion yang dipengaruhi oleh salah satu selebgram fashion, namun dalam penelitian saya disini akan menjelaskan sebuah motivasi yang timbul	Penelitian ini masih tergolong kurang karena tidak semua kalangan mahasiswi mengenal akun dari Sonia Eryka, mungkin hanya beberapa saja karena mahiswi tersebut juga bergaya <i>fashioneble</i> . Sedangkan pada penelitian saya, tidak terlepas dari kegiatan atau tugas sehari-

			a, bahkan ada yang sampai memberi produk yang sama atau sejenis dengan yang digunakan Sonia. Ini sangat membuktikan bahwa besarnya pengaruh aktivitas instagram terhadap mahasiswa.	n sebuah keinginan serta akan timbul motivasi.	dikarenakan postingan dalam sebuah akun.	hari mahasiswa yaitu menulis.
2	Rangga Aditya	Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru e-Proceeding of Management, Vol. 2, No. 2 Agustus 2015. ISSN: 2355-9357. Diakses pada hari Rabu, tanggal 10 Oktober 2018 pukul 15.34 WIB.	Instagram sangat berpengaruh besar terhadap minat fotografi karena faktor perhatian atau ketertarikan. Pengguna sosial media cenderung akan memilih kelompok sesuai dengan minat yang mereka miliki sehingga menarik untuk diikuti sebuah akun instagram yang sesuai dengan keinginan dan minatnya.	Penelitian ini sama dengan penelitian yang akan saya lakukan. Sama-sama mengukur pengaruh sebuah instagram terhadap minat pengikutnya, baik individu, komunitas maupun organisasi yang berkaitan dengan fotografi (jika dalam penelitian ini) dan menulis (jika dalam penelitian saya)	Perbedaan hanya terlihat pada bagian minat saja. Penelitian disini berpengaruh terhadap minat fotografi, sedangkan penelitian saya berpengaruh terhadap minat menulis.	Penelitian ini sudah cukup bagus namun ada kekurangan dalam hal penjabaran sebuah akun tertentu, karena banyak sekali akun-akun tentang fotografi sehingga penelitian ini kurang spesifik dalam menyebutkan akun yang dimaksud dapat mempengaruhi minat fotografi. Sedangkan pada penelitian saya jelas dijelaskan sebuah akun yang sangat mempengaruhi pengikutnya sehingga mampu termotivasi agar mampu dan bisa menulis.

3	Nadia Faidatun Nasiha	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Tubuh Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah STAIN Ponorogo Tahun 2016 Dialogia, Vol. 15 No. 2, Desember 2017. Diakses pada hari Senin, 26 Nopember 2018 pukul 15.17 WIB.	Terdapat pengaruh antara sosial media instagram terhadap citra tubuh mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah. Dimana tingkat citra tubuh mahasiswanya masuk pada kategori sedang, berdasarkan perhitungan.	Disini penelitian sama-sama mengangkat variabel independen yang membahas tentang salah satu sosial media yaitu instagram.	Penelitian ini lebih fokus pada bagaimana pengaruhnya terhadap citra tubuh mahasiswa, namun dalam penelitian saya fokus pada bagaimana instagram dapat membangun sebuah motivasi.	Penelitian ini sedikit susah dipahami bagi orang yang tidak terlalu mengetahui tentang dunia komunikasi dan pengembangan kepribadian.
---	-----------------------	---	--	---	---	---

Sumber: Olahan Peneliti

F. Landasan Teori

1. Difusi Inovasi

Difusi inovasi yang juga sering disebut dengan teori difusi inovasi sebenarnya menjelaskan sebuah proses, bagaimana suatu inovasi disampaikan melalui saluran-saluran, sepanjang waktu kepada sekelompok anggota sistem sosial. Jika dijelaskan lebih lanjut, difusi inovasi menyangkut temuan dan penyebarannya ke masyarakat. Apabila itu dikaitkan dengan teknologi komunikasi, bagaimana teknologi yang baru ditemukan itu dikomunikasikan ke masyarakat. Penyebaran teknologi komunikasi yang baru tersebut ada kaitannya dengan bagaimana implementasinya di tengah masyarakat (Nurudin, 2019: 83).

Menurut Jalaludin Rakhmat, Rogers mengungkapkan bahwa difusi adalah suatu proses komunikasi yang menetapkan titik-titik tertentu dalam penyebaran informasi melalui ruang dan waktu (Rakhmat, 1999: 71). Inovasi adalah gagasan, tindakan, atau juga bisa berarti barang yang dianggap baru. Kebaruan sebuah inovasi diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menerimanya. Jika suatu ide dianggap baru oleh individu, maka ia dianggap dianggap inovasi untuk orang tersebut, misalnya internet (Nurudin, 2019: 83).

Dalam prosesnya difusi inovasi memiliki 5 tahapan, antara lain:

a) Pengetahuan

Tahap ini adalah dimana seseorang belum mengetahui informasi mengenai inovasi baru (meskipun sebenarnya informasi itu sudah tersebar pada individu dan kelompok lain).

Agar seseorang tahu, maka inovasi itu perlu disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi yang ada.

b) Persuasi

Tahap persuasi adalah tahap yang berada pada wilayah pemikiran calon pengguna. Seseorang akan mengukur keuntungan yang ia dapat jika mmengadopsi sebuah inovasi. Beredar evaluasi dan diskusi serta pencarian sumber-sumber

yang dianggapnya mencukupi, ia cenderung mulai untuk mengadopsi atau bahkan menolak inovasi tersebut. Tahap ini adalah langkah dimana seseorang sedang mempertimbangkan apakah ia akan mengadopsi inovasi atau tidak. Dalam tahap ini seseorang belum terlibat menerima sebuah inovasi. Prosesnya masih dalam pemikiran seseorang dan belum tindakan.

c) Pengambilan Keputusan

Dalam tahap ini, seseorang membuat keputusan akhir apakah mereka akan mengadopsi atau menolak sebuah inovasi. Namun demikian, meskipun seseorang sudah mengambil keputusan bisa kemungkinan terjadi perubahan dalam adopsi teknologi komunikasi. Artinya, bisa jadi pada satu waktu itu individu atau kelompok masyarakat '*ngotot*' menolak inovasi, di waktu lain mereka menerimanya.

d) Implementasi

Dalam tahap ini seseorang yang sudah mengadopsi inovasi mulai menggunakan sambil mempelajari lebih jauh tentang hal tersebut. Tahap ini menungkinkan seorang telah memutuskan untuk menrapkan inovasi itu untuk dirinya. Namun dalam tahap ini masih ia terus mencari informasi lain yang bisa memantapkan dirinya untuk menerima inovasi

tersebut. Ia juga mulai belajar, bagaimana mengoperasikan teknologi komunikasi yang baru. Intinya, ia cenderung pasti memakai dan terus mempelajari inovasi itu.

e) Konfirmasi

Tahap ini adalah proses setelah penerimaan dan implementasi inovasi. Seseorang sudah membuat keputusan mencari pembenaran atas tindakan mereka. Ia akan terlibat mempertimbangkan apakah inovasi itu akan diadopsi atau tidak. Seseorang juga mulai mengevaluasi akibat dari keputusan yang sudah dibuatnya. Bisa jadi, seseorang yang mengubah keputusan yang awalnya ditolak menjadi menerima inovasi, setelah ia mengevaluasinya. Jika seseorang sudah menerapkan inovasi, ia sudah mempelajarinya bahkan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Ia juga mulai mencari pembenaran bahwa apa yang dipilihnya itu sudah benar dan sesuai. Disisi lain, ada juga yang mulai menilai tentang dampak-dampak lebih lanjut dari penggunaan teknologi komunikasi. Dalam posisi ini, individu mulai sadar akan dampak teknologi komunikasi, jika menggunakannya secara tidak bijak (Nurudin, 2019: 86).

Proses difusi inovasi menurut Everett M. Rogers memiliki 4 elemen pokok, antara lain:

a. Inovasi

Inovasi adalah gagasan, tindakan, atau juga bisa berarti barang yang dianggap baru. Kebaruan sebuah inovasi diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menerimanya. Jika suatu ide dianggap baru oleh individu, maka ia dianggap inovasi untuk orang tersebut. Baru yang dimaksud tidak harus sangat baru dan benar-benar muncul, bisa jadi seseorang baru mengenal inovasi meskipun sudah muncul beberapa saat.

b. Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber kepada penerima. Agar inovasi dapat tersebar dengan baik, sumber setidaknya harus memperhatikan tujuan diadakannya komunikasi dan karakteristik penerima. Jika komunikasi itu yang dimaksudkan untuk memperkenalkan suatu inovasi kepada khalayak dan tersebar luas, maka saluran komunikasi yang lebih tepat, cepat dan efisien adalah media massa.

c. Jangka Waktu

Jangka waktu berarti proses keputusan inovasi. Prosesnya meliputi dari seseorang mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau menolak sebuah inovasi, dan itu berkaitan dengan jangka waktu.

d. Sistem Sosial

Sistem sosial berarti sekumpulan unit yang berbeda secara fungsional dan terikat dalam kerjasama untuk memecahkan masalah dalam rangka mencapai tujuan bersama. Sistem sosial ini akan meneruskan penerimaan inovasi (Nurudin, 2019: 83-85).

2. Instagram

Instagram adalah salah satu media massa yang masuk pada salah satu kategori media sosial. Media sosial ini muncul pertama kali pada Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Namun sangat berbeda dengan media sosial yang lain, dimana instagram ini hanya fokus pada menampilkan foto dan video saja. Hingga saat ini pengguna instagram sudah mencapai angka lebih dari 100 juta, instagram juga memberi penggunaanya sebuah ruang untuk bisa membentuk hal yang ingin diutarakan kepada khalayak yang bisa dilakukan melalui foto yang *diposting* di instagram dan disertakan dengan keterangan foto atau *caption* dan tersedia juga kolom untuk berkomentar.

Membahas tentang instagram, banyak yang memanfaatkan media sosial ini untuk digunakan dalam berbagai aspek. Mulai dari memanfaatkannya untuk akun bisnis, akun organisasi atau perusahaan, akun komunitas, akun *event*, sampai akun yang berisi tentang informasi lomba-lomba. Pemilik akun instagram satu dengan pemilik akun instagram yang lain bisa melakukan sistem sosial dengan cara saling mengikuti atau *follow*, sehingga yang diikuti ataupun yang mengikuti mampu mengetahui apa saja foto, video, atau informasi yang telah diunggah dan dengan maksud serta tujuan tertentu.

Biasanya ada beberapa akun instagram menginformasikan tentang perlombaan, perlombaan disini biasanya tidak hanya diberikan hadiah. Namun pemenang juga akan dikenal di media sosial oleh pengguna instagram lainnya, dan kemungkinan besar karena pengguna tersebut juara maka akan bertambah banyak pengikut atau *followers*nya. Faktor terbesar bertambahnya pengikut akun yang menjadi juara adalah karena akun yang menyelenggarakan lomba biasanya mengumumkan hasil perlombaan melalui foto dan menandai akun sang juara, sehingga mudah dicari dan memungkinkan untuk diikuti.

Dengan mengetahui unggahan akun instagram tertentu, *followers* akan merasa beruntung mendapatkan informasi-informasi yang di sebarakan oleh akun tersebut. Bahkan *followers* berfikir bahwa selalu ada yang

mengingatkan, karena setiap unggahan akan membuat *followers* berfikir bahwa sudah sampai mana bahkan sudah selesai atau belum target yang akan dicapai untuk mengikuti kegiatan serta lomba yang diselenggarakan dalam postingan akun tertentu.

Berdasarkan pendapat Bambang dalam bukunya yang berjudul Instagram Handbook (2012: 53), menyatakan bahwa indikator dari sosial media instagram antara lain:

a. *Caption* (Judul)

Caption adalah keterangan gambar yang lebih bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang disampaikan pada sebuah *postingan*. *Caption* bersifat informatif, mengajak dan menarik dalam sebuah unggahan.

b. *Hastag*

Hastag adalah suatu label (tag) berupa suatu kata yang diberi awalan simbol tanda pagar (#). Hastag di Indonesia disebut dengan tagar yang merupakan singkatan dari tanda pagar. Tagar ini digunakan karena bisa memudahkan untuk menulis kata sebuah topik tertentu. Tagar juga penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto yang tersebar di instagram dengan label tertentu.

c. Lokasi

Lokasi bisa dimasukkan dalam sebuah unggahan foto atau video untuk memudahkan *followers* atau yang melihatnya mengetahui dimana lokasi foto dan video tersebut diambil. Kemudian jika unggahan adalah sebuah acara, maka akan mengetahui dimana acara tersebut akan diselenggarakan.

d. *Follow*

Follow yang artinya mengikuti ini maksudnya adalah sebuah akun yang mengikuti akun lain atau sebaliknya. Sehingga bisa saling bertukar informasi, atau bahkan hanya memberi informasi saja.

e. *Like*

Jika menyukai foto pengguna akun lain maka akan melakukan *like* dengan cara klik tombol *like* atau dengan cara mengetuk dua kali (*double tap*).

f. Komentar

Komentar adalah bagian dari interaksi namun lebih hidup dan personal. Karena lewat komentar, pengguna mengungkapkan pikirannya melalui kata-kata. Dalam memberikan komentar itu bebas, baik mengomentari foto, saran, pujian, bahkan kritikan.

Jika memperoleh komentar diharapkan untuk membalasnya dengan baik, minimal mengucapkan terimakasih.

g. Mention

Biasanya dilakukan pada kolom komentar, istilahnya yaitu menandai atau mengundang akun lain dan teman untuk melihat sebuah unggahan yang menyediakan dan membuka kolom komentar tersebut.

3. Motivasi

Banyak definisi motivasi menurut para ahli, sedangkan menurut Hamzah B. Uno adalah:

“Motivasi adalah dorongan dasar yang menggerakkan seseorang bertingkah laku, dorongan tersebut berada pada diri seseorang yang menggerakkan untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan dorongan dalam dirinya. Motivasi juga bisa diartikan kekuatan, baik dari dalam maupun dari luar yang mendorong seseorang untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya. Atau dengan kata lain motivasi dapat diartikan sebagai dorongan mental terhadap perorangan atau orang-orang sebagai anggota masyarakat.” (Hamzah, 2007: 1)

Membahas tentang motivasi tidak terlepas dari banyak hal. Salah satunya adalah menulis, motivasi menulis biasanya datang karena ada yang ingin dituangkan dalam pikiran seseorang. Namun hal itu mustahil terjadi jika dalam diri seseorang tidak ada motivasi atau dorongan. Dimana jika timbul motivasi maka apa yang seseorang inginkan akan dilakukannya dan mencapai kepuasan tersendiri. Motivasi menulis bisa

timbul secara tiba-tiba, sengaja bahkan karena sebab salah satunya setelah membaca buku. Motivasi untuk menulis itu sangat mengutamakan ide yang akan disampaikan dalam tulisan tersebut.

Biasanya penulis pemula akan merasa cukup bangga jika ia mampu menyelesaikan tulisannya, dari tulisan sederhana sampai tulisan yang biasa menurutnya. Bahkan penulis akan merasa nyaman dengan apa yang sering dilakukannya, belajar menulis apapun itu membuatnya merasa berkarya sehingga melakukannya dengan semaksimal mungkin.

Berdasarkan pemaparan Hamzah dalam bukunya yang berjudul Teori Motivasi dan Pengukurannya (2007: 10), indikator dari motivasi antara lain sebagai berikut:

- a. Adanya hasrat dan keinginan untuk melakukan kegiatan

Biasanya seseorang akan melakukan sesuatu dan melakukan kegiatan itu karena sebuah target dan itu muncul dikarenakan sebuah motivasi yang muncul pada dirinya.

- b. Adanya dorongan dan kebutuhan melakukan kegiatan

Dengan motivasi, seseorang akan didorong untuk melakukan sebuah kegiatan, bagaimanapun caranya agar mampu melakukan kegiatan tersebut dengan tuntas karena dirinya juga membutuhkan akan hal itu.

- c. Adanya harapan dan cita-cita

Harapan yang dimaksud adalah sebuah pencapaian, sampai titik mana seseorang akan melakukan kegiatan berdasarkan motivasi yang ada pada dirinya.

d. Penghargaan dan penghormatan atas diri

Setelah seseorang menanamkan sebuah harapan dan harapan tersebut terlaksana sesuai target maka akan memberi penghargaan atau *reward* untuk dirinya sendiri.

e. Adanya lingkungan yang baik

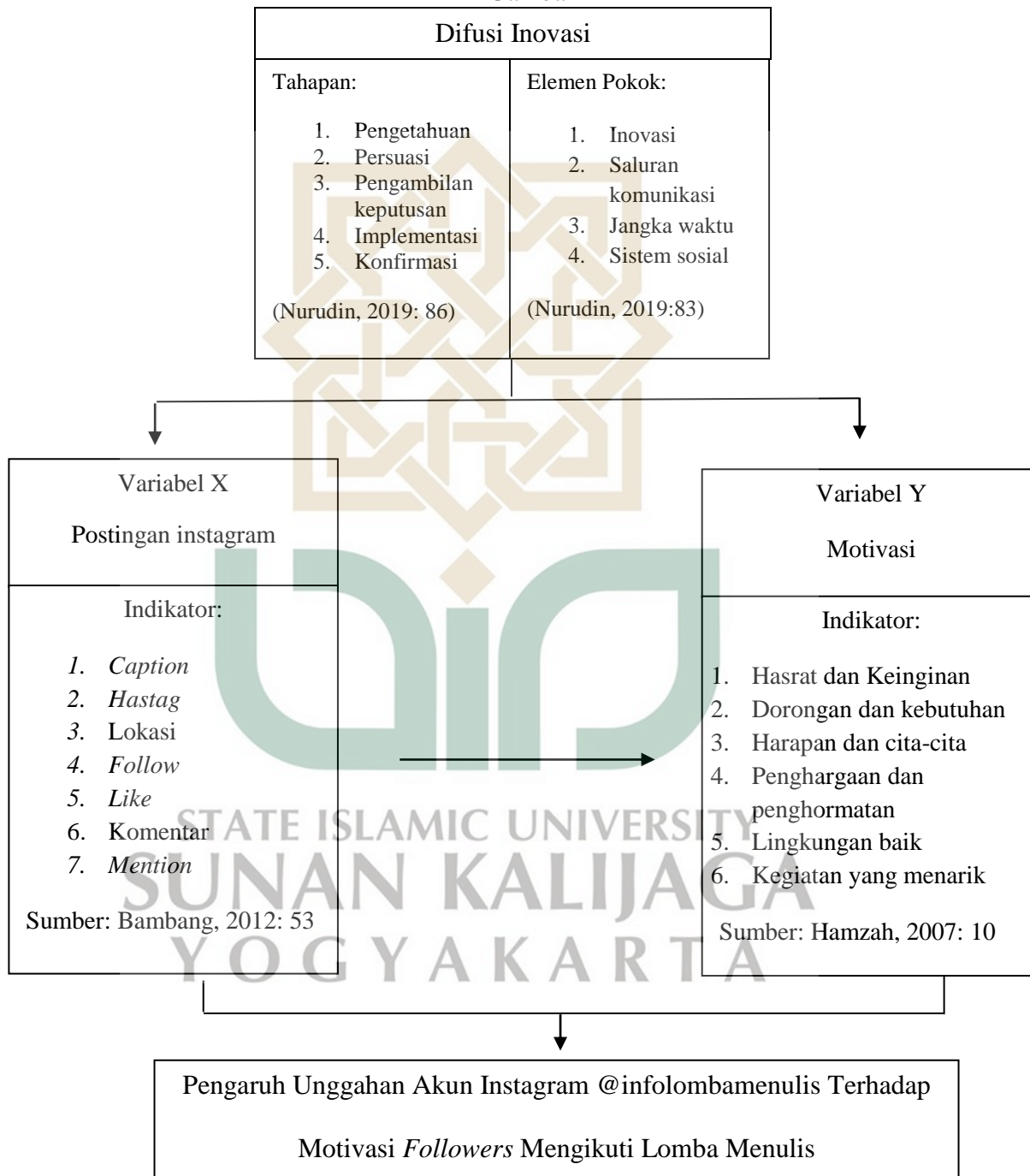
Lingkungan akan mempengaruhi motivasi, jika lingkungan tidak mendukung sebuah motivasi yang ditanam oleh seseorang, kemungkinan motivasi tersebut akan hilang dan tidak ada semangat untuk melakukan sesuatu sesuai dengan motivasinya.

f. Adanya kegiatan yang menarik

Biasanya motivasi muncul karena sebuah kegiatan yang menurut seseorang itu menarik, sehingga bisa menjadikan orang tersebut harus mencapai targetnya sesuai dengan yang ditanamkan pada dirinya.

G. Kerangka Pemikiran

Gambar 4



Sumber: Olahan peneliti

H. Hipotesis

Ho: Tidak terdapat pengaruh unggahan akun instagram @infolombamenulis terhadap motivasi *followers* mengikuti lomba menulis.

Ha: Terdapat pengaruh unggahan akun instagram @infolombamenulis terhadap motivasi *followers* mengikuti lomba menulis.

I. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian menggunakan metode survey. Metode penelitian survey atau secara ringkas biasa disebut metode survey adalah penelitian yang sumber daya dan informasi utamanya diperoleh dari responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan kuesioner atau angket sebagai instrumen pengumpulan data. Secara umum sampel yang digunakan sebagai unit analisis adalah individu. Unit lain bisa seperti rumah tangga, kelompok, perusahaan, bahkan sampai negara bisa juga digunakan sebagai unit analisis. Dalam penelitian survey ini sampel adalah sebagai sumber primer atau utama.

Pertanyaan yang nantinya ada didalam kuesioner akan dijawab sesuai perintah yang sudah didesain sebelum peneliti turun lapangan, umumnya kuesioner bersifat terstruktur dan tertutup. Metode survey juga biasanya hanya membahas topik yang relatif sederhana. Peneliti menggunakan

metode kuantitatif ini untuk meneliti dan akan menyebarkan kuesioner kepada objek penelitian guna mendapatkan data yang lebih *valid*.

2. Populasi dan Teknik Sampling

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013: 117). Populasi juga bisa diartikan sebagai sumber data penelitian tertentu yang memiliki jumlah banyak dan luas.

Dalam penelitian ini, peneliti menentukan populasinya adalah *followers* akun instagram @infolombamenulis sampai bulan November 2019 ini sebanyak 234.000 *followers*.

b. Sampel Size

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, sampel yang diambil dari populasi biasanya harus betul-betul mewakili atau representatif (Sugiyono, 2013: 118).

Rumus Solvin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = populasi

e = tingkat toleransi

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{234.000}{1 + 234.000 \times 10\%^2}$$

$$n = \frac{234.000}{1 + 234.000 \times 0,01^2}$$

$$n = \frac{234.000}{1 + 234.000 \times 0,01}$$

$$n = \frac{234.000}{1 + 2340}$$

$$n = \frac{234.000}{2341}$$

$$n = 99,957 \quad n = 100$$

c. Teknik Sampling

Penelitian ini akan menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu responden yang terpilih menjadi anggota sampel atas dasar pertimbangan peneliti sendiri. Berdasarkan pernyataan tersebut maka

penelitian ini sampel yang akan diambil adalah *followers* akun instagram @infolombamenulis yang berstatus mahasiswa. Rumus yang akan digunakan dalam menentukan jumlah sampel adalah rumus Solvin, rumus ini digunakan pada penelitian yang jumlah populasinya telah diketahui.

3. Definisi Operasional

Tabel 2

No	Variabel	Indikator	Instrumen
1.	Variabel (X) Unggahan Instagram @infolombamenulis	a. <i>Caption</i>	1. <i>Caption</i> unggahan @infolombamenulis membuat saya tertarik. 2. <i>Caption</i> unggahan @infolombamenulis merupakan pesan yang informatif. 3. Dengan adanya <i>caption</i> dari unggahan @infolombamenulis saya lebih paham karena keterangan gambar menjelaskan secara detail.
		b. <i>Hashtag</i>	1. <i>Hashtag</i> #infolombamenulis memudahkan saya untuk mencari informasi lomba menulis. 2. Dengan menggunakan <i>hashtag</i> saya bisa mengetahui kategori lomba tertentu. 3. <i>Hashtag</i> memudahkan saya untuk mencari informasi agar lebih cepat sesuai pengelompokan.
		c. Penandaan Lokasi	1. Adanya penandaan lokasi saya bisa mengetahui dimana lokasi foto atau unggahan diambil. 2. Melalui lokasi pada unggahan @infolombamenulis saya bisa mengetahui sebuah tempat kegiatan lomba tersebut dilaksanakan atau diselenggarakan. 3. Penggunaan aplikasi <i>google maps</i> untuk memastikan lokasi kegiatan lomba lebih akurat.
		d. <i>Follow</i>	1. Dengan <i>follow</i> @infolombamenulis saya bisa mengetahui unggahan yang baru dan melihat unggahan yang lama.

			<p>2. Dengan <i>follow</i> @infolombamenulis saya mampu mencari informasi apa saja yang tersedia pada akun tersebut.</p> <p>3. Banyaknya jumlah <i>follower</i> @infolombamenulis menjadi daya tarik saya untuk mengikutinya.</p>
		a. <i>Like</i>	<p>1. Banyaknya jumlah <i>like</i> pada unggahan @infolombamenulis menjadi daya tarik tersendiri.</p> <p>2. Banyaknya jumlah <i>like</i> pada unggahan @infolombamenulis menandakan bahwa banyak pula yang tertarik mengikuti lomba tersebut.</p> <p>3. Banyaknya jumlah <i>like</i> pada unggahan @infolombamenulis membuat saya juga berminat untuk mengikuti lomba tersebut.</p>
		f. Komentar	<p>1. Melalui kolom komentar, saya bisa bertanya pada akun @infolombamenulis sekiranya kurang jelas dengan informasi unggahan tersebut.</p> <p>2. Komentar yang ditulis <i>followers</i> bisa mempengaruhi saya sehingga saya berminat untuk mengikuti lomba tersebut.</p> <p>3. Saya bisa memberi kesan terhadap unggahan @infolombamenulis dengan adanya kolom komentar.</p>
		g. <i>Mention</i>	<p>1. Saya bisa mengajak teman saya mengikuti lomba dengan <i>mention</i> nama akunnya pada kolom komentar unggahan @infolombamenulis.</p> <p>2. Nama akun teman yang saya <i>mention</i> jadi mengetahui informasi yang ada di dalamnya.</p> <p>3. Saya bisa membantu menyebarkan unggahan @infolombamenulis dengan cara <i>mention</i> ke banyak akun lain tanpa batas maksimal.</p>
2.	Variabel (Y) Motivasi Mengikuti Lomba	a. Adanya hasrat dan keinginan untuk melakukan sesuatu	<p>1. Setelah melihat akun @infolombamenulis saya mempunyai hasrat ingin <i>follow</i>.</p> <p>2. Setelah <i>follow</i> akun @infolombamenulis saya mempunyai keinginan untuk menulis.</p>
		b. Adanya dorongan dan	<p>1. Saya termotivasi untuk menulis sejak menguti akun</p>

		kebutuhan melakukan kegiatan	<p>@infolombamenulis.</p> <p>2. Saya termotivasi untuk selalu menulis karena akun @infolombamenulis sering mengunggah informasi lomba menulis.</p>
		c. Adanya harapan dan cita-cita	<p>1. Jika ada unggahan @infolombamenulis tentang perlombaan, saya berharap bisa mengikutinya.</p> <p>2. Jika mengikuti lomba yang diunggah oleh @infolombamenulis saya berharap dan bercita-cita agar mendapatkan juara.</p>
		d. Penghargaan dan penghormatan atas diri	<p>1. Setelah saya mengikuti lomba yang diunggah oleh @infolombamenulis saya merasa bangga karena berani mencoba.</p> <p>2. Sebuah <i>reward</i> bagi saya jika mengikuti lomba dan mendapatkan sertifikat.</p>
		e. Adanya lingkungan yang baik	<p>1. Beberapa teman saya mengikuti akun @infolombamenulis sehingga saya juga tertarik untuk mengikutinya.</p> <p>2. Orang-orang terdekat saya mendukung jika saya mengikuti lomba yang diunggah oleh @infolombamenulis.</p>
		f. Adanya kegiatan yang menarik	<p>1. Lomba yang diunggah oleh @ingolombamenulis menjadikan saya tertarik untuk mengikuti lomba tersebut.</p> <p>2. Dengan ketertarikan saya pada akun @infolombamenulis menjadikan saya bisa mencapai target dalam menulis.</p>

Sumber: Olahan Peneliti

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer pada penelitian ini adalah melalui kuesioner atau angket. (Nana, 2012: 219) Angket merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data secara tidak langsung artinya peneliti tidak langsung bertanya-jawab dengan responden.

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* dimana skala ini dilakukan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013: 134). Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Sangat Setuju (SS)	: Skor 5
Setuju (S)	: Skor 4
Netral (N)	: Skor 3
Tidak Setuju (TS)	: Skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: Skor 1

2. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan sumber melalui literatur, buku, jurnal, artikel, internet, dan sumber lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

b. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner atau angket yang disebarakan melalui *google form* pada sampel atau responden yang telah ditentukan.

Penggunaan kuesioner pada penelitian ini berguna agar mengetahui lebih dalam ada atau tidaknya pengaruh unggahan akun instagram @infolombamenulis terhadap motivasi mengikuti lomba menulis

followesnya. Seperti yang sudah dipaparkan Sugiyono bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013: 199).

5. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan instrumen dalam suatu variabel yang digunakan, serta untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukurnya. Dalam sebuah penelitian diperlukan alat ukur untuk menguji seberapa besar ketepatan data yang valid.

Dalam penelitian ini peneliti akan menguji validitas kuesioner dengan mengkorelasikan jawaban responden masing-masing instrumen dengan skor totalnya menggunakan sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

X = Skor Butir

Y = Skor Total

N = Banyaknya responden

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan. Ketentuan-ketentuan dalam mengukur reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Uji reliabilitas dapat dilihat pada nilai *Cronbach Alfa*, jika nilainya $> 0,60$ maka dimensi pertanyaan adalah reliabel.
2. Jika nilai *Cronbach Alfa*, jika nilainya $< 0,60$ maka dimensi pertanyaan adalah tidak reliabel.

Rumus *Cronbach Alfa*:

$$a = \frac{Kr}{1 + (K - r)r}$$

Keterangan:

a = Koefisien *Cronbach Alpha*

K = Jumlah instrumen yang valid

r = rerata korelasi antar instrumen

6. Uji Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk menguji ada tidaknya pengaruh antaradua variabel, yaitu variabel

dependen dan variabel independen. Regresi adalah studi mengenai ketergantungan satu variabel dependen dengan variabel independen dengan tujuan untuk memprediksi rata-rata nilai yang diketahui. Regresi linear sederhana dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y=a+Bx$$

Keterangan :

Y= Subjek dalam variabel dependen yang diprediksi

a= Harga Y ketika X=0 (Harga Konstan)

b= Angka arah yang menunjukkan peningkatan atau penurunan variabel dependen berdasarkan pada perubahan variabel independen.

X= Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Unggahan Akun Instagram @infolombamenulis Terhadap Motivasi *Followers* Mengikuti Lomba Menulis bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh unggahan akun tersebut terhadap motivasi *followers* mengikuti lomba. Penelitian ini dilakukan kepada 100 responden yang merupakan *followers* akun instagram @infolombamenulis. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang dikumpulkan melalui kuesioner pernyataan yang disebar dan diolah peneliti menggunakan SPSS 16, maka didapatkan hasil yang diketahui tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh antara unggahan akun instagram @infolombamenulis terhadap motivasi *followers* mengikuti lomba menulis. Sehingga membuktikan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, serta terdapat pengaruh antara keduanya.
2. Besaran pengaruh unggahan akun instagram @infolombamenulis terhadap motivasi *followers* mengikuti

lomba menulis, maka diketahui besarnya nilai korelasi atau hubungannya yaitu R sebesar 0,711, dari output SPSS 16 tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) 0,506 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel *dependent* terhadap variabel *independent* adalah sebesar 50,06% dan sisanya merupakan variabel atau faktor lain diluar penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti menyimpulkan saran sebagai berikut:

1. Untuk peneliti semoga dapat mengambil ilmu atas apa yang telah diteliti selama proses hingga akhir penelitian. Serta bisa melakukan penelitian lebih lanjut dengan variabel-variabel lain yang lebih menarik dengan hasil yang baik.
2. Untuk admin atau pengelola akun instagram @infolombamenulis berdasarkan penelitian ini bisa diketahui bahwa unggahan akun instagram @infolombamenulis dapat memberikan pengaruh yaitu memotivasi *followersnya* untuk mengikuti lomba menulis yang diunggahnya. Maka diperlukan konsistensi unggahan-unggahan informasi lomba menulis dan pengembangan pengelolaan akun yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa Aznalina, Martha Tri Lestari, Dini Salmiyah Fithrah Ali. 2015. "Pengaruh Aktivitas Pada Instagram Terhadap Sikap Mahasiswi Pengguna Instagram Di Bandung".
- Anwar Hidayat 2017. "Cara Hitung Rumus Solvin Besar Sampel"
www.statistika.com
- Ardianto, Elvinaro. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita
- Baran, Stanley J. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa*. PT Gelora Aksara Pratama
- Buletin Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia Edisi 22-Maret 2018. "Survei APJII: Penetrasi Internet di Indonesia Capai 143 Juta Jiwa"
<https://apjii.or.id/download/file/BULETINAPJIIEDISI22Maret2018.pdf>
- Darmawan, Deni. 2013. *Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Hasfi, Nurul. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga
- Instagram @infolombamenulis <https://www.instagram.com/infolombamenulis/?hl=id>
- Iriantara, Yosol. 2014. *Manajemen Media Massa*. Banten: Universitas Terbuka
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- Nasiha, Nadia Faridatun. 2016. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Tubuh Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah STAIN Ponorogo 2016*. IAIN Ponorogo.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nisa, Tresna Khoirun. 2018. *Pengaruh Postingan Akun Instagram @explorejogja Melalui Emotional Branding Terhadap Minat Berkunjung Youth Traveller Di Yogyakarta*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Nurudin. 2014. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Nurudin. 2019. *Perkembangan Teknologi Komunikasi*. Depok: PT Raja Grafindo
- Rahardjo, Muljo dan Daryanto. 2016. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Gava Media

- Rangga Aditya. 2015. "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru".
- Rizal, Muhammad. 2014. *Pengaruh Menonton Film 5 CM Terhadap Motivasi Kunjungan Wisata Ke Gunung Semeru*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Rineka Cipta
- Rohmah, Hanafi'ah Hidayatur. 2016. *New Media dan Perilaku Konsumen (Studi Korelasi Pengaruh Penggunaan Akun Instagram @md_store_hijab Terhadap Perilaku Membeli di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2011 UPN "Veteran" Yogyakarta*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Subekti, Asih. 2009. *Upaya Meningkatkan Motivasi dan Keterampilan Menulis Narasi Pada Siswa Kelas IV Sekolah Dasar Negeri 1 Manyaran Melalui Penggunaan Media Gambar Berseri*. Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Uno, Hamzah B. 2007. *Teori Motivasi Dan Pengukurannya*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Wahyuni, Hermin Indah. 2013. *Kebijakan Media Baru Di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Websindo 7 Maret 2019. "Indonesia Digital 2019. E-Commerce" <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>
- Wikipedia 2019. "Instagram" <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>
- Yesi Puspita. 2015. "Pemanfaatan *New Media* Dalam Memudahkan Komunikasi Dan Transaksi Pelacur *Gay*". Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Andalas. Hal. 204