

PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES KONTEN AKUN INSTAGRAM

@proud.project TERHADAP TINGKAT SOLIDARITAS GEN-Z PADA

ALUMNI MA ALI MAKSUM YOGYAKARTA TAHUN 2020



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Oleh :

HANI MASYITOH

20102010097

Pembimbing

Drs. Muhammad Sahlan, M.SI

NIP 19680501 199303 1 006

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2024

SURAT PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1368/Un.02/DD/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES KONTEN AKUN INSTAGRAM
@PROUD.PROJECT TERHADAP TINGKAT SOLIDARITAS GEN-Z PADA
ALUMNI MA ALI MAKSUM YOGYAKARTA TAHUN 2020

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : HANI MASYITHOH
Nomor Induk Mahasiswa : 20102010014
Telah diujikan pada : Selasa, 06 Agustus 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 66c9e99fce900

Ketua Sidang

Drs. Mukhammad Sahlan, M.Si
SIGNED



Valid ID: 66c8a83b6711d

Penguji I

Dr. Mohammad Zamroni, S.Sos.I., M.Si
SIGNED



Valid ID: 66c7de0bd5935

Penguji II

Seiren Ikhtiara, M.A.
SIGNED



Valid ID: 66ce06c7ac56f

Yogyakarta, 06 Agustus 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 5581

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
di Yogyakarta

Assalamualaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Hani Masyithoh
NIM : 20102010014
Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Akun Instagram @proud.project Terhadap Tingkat Solidaritas Gen-Z pada Alumni MA Ali Maksum Yogyakarta Tahun 2020

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata satu dalam bidang sosial.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.


Wassalamualaikum wr. wb.

Yogyakarta, 24 Juli 2024

Mengetahui,

Pembimbing Skripsi

Ketua Jurusan


Drs. Muhammad Sahlan, M.Si.

NIP. 19680501 199303 1 006


Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.

NIP. 19840307 201101 1 013

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hani Masyithoh
NIM : 20102010014
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Akun Instagram @proud.project Terhadap Tingkat Solidaritas Gen-Z Pada Alumni MA Ali Maksum Yogyakarta Tahun 2020”** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Demikian surat pertanyaan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 30 Juli 2024
Yang menyatakan,


Hani Masyithoh
NIM 20102010014

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini dipersembahkan untuk :

Almamater tercinta

Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Sesungguhnya Allah SWT tidak akan merubah keadaan suatu kaum,sebelum mereka mengubah keadaan mereka sendiri”

-Ucik Winarsih

“Tidak perlu sehebat orang lain, selama kita bermanfaat, sudah cukup”

-Hani Masyithoh



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

“Bismillahirrahmanirrahim”

Hamdan Wa Syukron Lillah, Alhamdulillahirabbil Alamain segala puji ungkapan rasa syukur atas segala karunia yang telah Allah anugerahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi sebagai salah satu syarat tercapainya gelar sarjana sosial di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul “Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Akun Instagram @proud.project Terhadap Tingkat Solidaritas Gen-Z pada Alumni MA Ali Maksum 2020”. *Shalatan Wa Salaman ‘ala Rasulullah* Iringan do’a tak lupa kepada Nabi Muhammad S.A.W, yang merupakan tauladan bagi semua umat islam, kepada keluarganya, sahabatnya, juga para pengikutnya.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini. Tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, mustahil skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

1. Prof. Dr. Al Makin, M.A., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Hj. Ema Marhumah, M. Pd Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M. Si, selaku Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam yang telah memberikan kemudahan sejak pengajuan judul skripsi hingga tahap akhir penyusunan skripsi ini.
4. Drs. Mohammad Sahlan, M. Si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan,

dan dengan sabarnya menjawab segala pertanyaan mengenai ketidakpahaman penulis dalam penulisan skripsi hingga akhirnya penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.

5. Dr. Mohammad Zamroni, S.Sos.I., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan arahan, motivasi dan bantuan dengan penuh kesabaran untuk membimbing sejak awal semester sampai akhir semester sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
6. Kepada seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi terkhusus dosen Komunikasi Penyiaran Islam yang telah memberikan ilmu-ilmu yang sangat bermanfaat serta nasihat-nasihat yang penulis terima selama perkuliahan.
7. Seluruh Staff Tata Usaha dan Karyawan di lingkungan fakultas Dakwah dan Komunikasi Khususnya Program studi Komunikasi Penyiaran Islam. Saya ucapkan Terimakasih, khususnya dalam Administrasi Sehingga skripsi ini terselesaikan.
8. Kepada orang tua tercinta, Ibu dan Ayah yaitu Ibu Ucik Winarsih dan Ayah Suratman, yang tak pernah lupa untuk selalu mendoakan agar penulis mendapatkan kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini, dan juga atas dukungan moral serta finansial yang tak pernah putus sehingga Ibu dan Bapak menjadi motivasi terbesar bagi penulis untuk segera menyelesaikan penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan kalian dengan kesehatan, kebahagiaan, serta rizki yang melimpah.
9. Kepada adik saya tercinta Suci Mukaromah yang telah menemani dan mewarnai segala kehidupan dan tak pernah sekalipun mengabaikan sampai

saat ini, serta yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis untuk segera menyelesaikan penulisan ini.

10. Kepada teman-teman Alumni MA Ali Maksum 2020 yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian.
11. Sahabat-sahabat terbaik saya Annisa Qori Aina, Azzimatul Hikmah, Nabila Permata Sari, Rizki Setyaningsih, Salwa Saidatul M, Nur Fadhilah, yang selalu mendukung, membantu saya sehingga Skripsi ini selesai.
12. Sahabat-sahabat terdekat saya Afi Aprilia, Kiky S H, M Nasih Al-Labib, Lutfi Nuriyana, Sheilakana R I, Farikhatus Sholikhah yang selalu mendukung, membantu saya sehingga Skripsi ini selesai.
13. Teman pertama saya dari maba Lutfiah Ulfiani dan Mas Noviani yang selalu mendukung, memberikan semangat dan membantu saya sehingga Skripsi ini selesai.
14. Sauma Akmal, Avril Noer, Diar Azni N, Hafidzah Ulfa, yang selalu mendukung, membantu saya sehingga Skripsi ini selesai.
15. Kepada Keluarga Cemara, Kelompok KKN Malang Kota (Putri, Kiki, Arum, Ulfa, Roehan, Azka, Ilham, Arif, Iwan) yang telah mendukung saya sampai Skripsi ini selesai.
16. Kepada Keluarga Besar DEMA Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah menemani proses saya.
17. Keluarga Besar BAHTERA yang melengkapi proses belajar berorganisasi saya di Yogyakarta.

18. Kawan-kawan Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 20 yang telah kebersamai saya dalam masa perkuliahan di Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam dari awal sampai saat ini.
19. Dan kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, semoga semua dukungan, bantuan, dan kebersamaan yang telah diberikan kepada penulis menjadikan sebuah kebaikan yang akan didapatkan kelak.
20. Terakhir terimakasih kepada diri sendiri karena tidak memutuskan untuk berhenti dan sudah berjuang sampai titik ini. Tetap semangat dan tabah dalam melewati setiap ujian kehidupan, terimakasih sudah bertahan.

Sebagai bentuk rasa syukur, penulis memanjatkan harapan dan doa agar segala kebaikan yang telah diberikan dapat menjadi amal ibadah yang diterima oleh Allah SWT. Amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih perlu banyak perbaikan. Untuk itu, penulis dengan rendah hati menerima segala kritik dan saran yang dapat menyempurnakan penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, Juli 2024

Penulis

Hani Masyithoh

ABSTRAK

Hani Masyithoh, 20102010014. Skripsi: pengaruh Intensitas Meangakses Konten Akun Instagram @proud.project Terhadap Tingkat Solidaritas Gen-Z Pada Alumni MA Ali Maksum Yogyakarta Tahun 2020, Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh antara intensitas mengakses konten akun instagram @proud.project terhadap tingkat solidaritas gen-z pada alumni MA Ali Maksum Yogyakarta Tahun 2020. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tiga focus utama: pertama, untuk mengidentifikasi intensitas akses alumni MA Ali Maksum Yogyakarta Tahun 2020 terhadap konten akun instagram @proud.project; kedua, mengukur tingkat solidaritas alumni MA Ali Maksum Yogyakarta Tahun 2020; dan ketiga untuk mengetahui adakah pengaruh intensitas mengakses konten akun @proud.project terhadap tingkat solidaritas gen-z pada alumni MA Ali Maksum Yogyakarta Tahun 2020. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui angket atau kuisioner yang disebarakan kepada 96 responden melalui platform Google Forms. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probably sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memeberikan peluang sama bagi setiap sampel dari populasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Sederhana dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas mengakses konten akun instagram @proud.project dan tingkat solidaritas alumni MA Ali Maksum Yogyakarta Tahun 2020 berada di tingkat sedang, selanjutnya penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial intensitas mengakses konten akun instagram @proud.project berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat solidaritas gen-z pada alumni MA Ali Maksum Yogyakarta Tahun 2020.

Kata Kunci : Intensitas Mengakses, Tingkat Solidaritas Siswa, Instagram

ABSTRACT

Hani Masyithoh, 20102010014. Thesis: The Influence of Intensity of Accessing Instagram Account Content @proud.project on the Level of Gen-Z Solidarity among MA Ali Maksum Yogyakarta Alumni in 2020, Thesis of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Da'wah and Communication, Sunan Kalijaga State Islamic University, Yogyakarta. This research aims to explore the influence of the intensity of accessing the content of the @proud.project Instagram account on the level of gen-z solidarity among MA Ali Maksum Yogyakarta alumni in 2020. To achieve this goal, this research was conducted with three main focuses: first, to identify the intensity of access MA Ali Maksum Yogyakarta alumni in 2020 regarding the content of the Instagram account @proud.project; second, measuring the level of solidarity of MA Ali Maksum Yogyakarta alumni in 2020; and thirdly, to find out whether there is an influence of the intensity of accessing the content of the @proud.project account on the level of gen-z solidarity among MA Ali Maksum Yogyakarta alumni in 2020. The research method used is a quantitative approach by collecting data through questionnaires distributed to 96 respondents via the Google Forms platform. The sampling technique in this research uses probably sampling, namely a sampling technique that provides equal opportunities for each sample from the population. The data analysis method used in this research is Simple Linear Regression using SPSS. The results of this research show that the intensity of accessing the content of the @proud.project Instagram account and the level of solidarity of MA Ali Maksum Yogyakarta alumni in 2020 are at a moderate level. Furthermore, this research shows that partially the intensity of accessing the content of the @proud.project Instagram account has a positive and significant effect on level of gen-z solidarity among MA Ali Maksum Yogyakarta alumni in 2020.

Keywords: *Intensity of Access, Level of Student Solidarity, Instagram*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

SURAT PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kajian Pustaka	8
F. Kerangka Teori	15
1.Tinjauan Tentang Intensitas	15
2.Tinjauan Tentang Media Sosial.....	21
3.Tinjauan Tentang Solidaritas	26
4.Teori Use and Gratification.....	31
G. Hipotesis	34
H. Sistematika Pembahasan	35
BAB II METODE PENELITIAN.....	37
A. Jenis Penelitian	37
B. Definisi Konseptual	38
C. Definisi Operasional.....	41

D.	Populasi Dan Sampel	45
E.	Instrumen Penelitian.....	48
F.	Teknik Pengumpulan Data	49
G.	Validitas dan Relibilitas.....	51
H.	Analisis Data	53
BAB III GAMBARAN UMUM.....		57
A.	Sejarah Singkat Akun Instagram @proud.project.....	57
B.	Profil Akun Instagram @proud.project	58
C.	Konten Instagram @proud.project.....	61
D.	Profil Alumni MA Ali Maksum Tahun 2020	69
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		70
A.	Deskripsi Data Respons	70
B.	Analisis Deskripsi Data Variabel.....	74
C.	Hasil Uji Instrumen Penelitian	76
D.	Pembahasan Dan Interpretasi Hasil Penelitian	86
BAB V PENUTUP		92
A.	Kesimpulan	92
B.	Saran	93
DAFTAR PUSTAKA		94
LAMPIRAN.....		98
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		109

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	422
Tabel 2.2	47
Tabel 3.1	69
Tabel 4.1	71
Tabel 4.2	72
Tabel 4.3	74
Tabel 4.4	75
Tabel 4.5	77
Tabel 4.6	78
Tabel 4.7	79
Tabel 4.8	79
Tabel 4.9	80
Tabel 4.10	81
Tabel 4.11	82
Tabel 4.12	83
Tabel 4.13	85
Tabel 4.14	86



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	2
Gambar 2.1	55
Gambar 3.1	58



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial, komunikasi menjadi kebutuhan dasar untuk saling berbagi informasi, menyampaikan perasaan, dan berinteraksi. Kemajuan zaman membuat teknologi pun semakin canggih dan mengalami perkembangan yang sangat pesat terutama dalam hal berkomunikasi. Seiring dengan kemunculan internet, lanskap interaksi sosial manusia mengalami transformasi radikal. Apa yang dulunya terbatas pada lingkup fisik, kini meluas ke ranah digital. Platform media sosial, sebagai buah dari revolusi digital, telah mengubah cara kita berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi informasi. Dengan hanya beberapa ketukan jari, kita dapat terhubung dengan orang-orang dari seluruh penjuru dunia, tanpa dibatasi oleh jarak atau waktu. Kemudahan akses dan beragam fitur yang ditawarkan oleh media sosial telah membuatnya menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari.

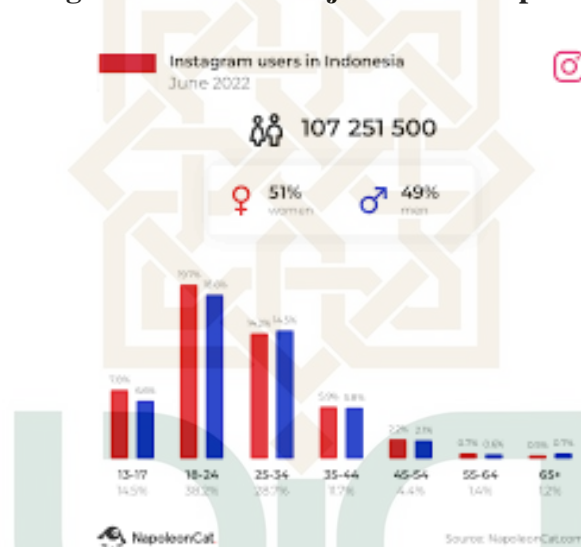
Dengan cara akses yang mudah menjadikan masyarakat akrab dengan media sosial. Media sosial merupakan media yang membantu kelancaran berkomunikasi sebagai upaya manusia menjalin hubungan dengan orang lain dengan lancar. Media sosial melibatkan apa, siapa, saluran komunikasi, dampak komunikasi, dan berbagai hal terkait komunikasi.¹

Salah satu media sosial yang sangat banyak digunakan saat ini yaitu *instagram*. Jumlah pengguna *Instagram* di Indonesia mencapai 99,15 juta orang

¹ Pratama, I Wayan A, "Psikologi Komunikasi". Jurnal Psikologi, Vol 5 : 2021, hlm 50.

atau setara 35,7 persen dari total populasi. Dari jangkauan iklan *Instagram*, ada 52,3 persen audiens adalah pengguna perempuan, sementara 47,7 persen sisanya adalah laki-laki.² Adapun tabel pengguna *Instagram* berdasarkan jenis kelamin pada bulan juni 2022 meliputi :

Gambar 1.1
Pengguna Instagram berdasarkan jenis kelamin pada bulan Juni 2022



Sumber: Instagram users in Indonesia

Instagram telah menjelma menjadi platform yang efektif dalam memfasilitasi komunikasi visual. Melalui berbagi foto dan video, pengguna dapat terhubung dengan komunitas yang lebih luas, mengekspresikan diri, serta membangun relasi sosial yang bermakna. *Instagram* merupakan salah satu platform yang dapat digunakan sebagai sarana untuk berkomunikasi dan berbagi dalam bentuk gambar

² Liberty Jemadu, Dicky Prastya “Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022” Suara.com, 2023. (<https://www.suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022>) diakses pada 1 Februari 2024.

dan video ,serta pengguna dapat menikmati berbagai fitur yang menarik dan terbaru yang diluncurkan *Instagram*.³

Awalnya instagram digunakan hanya sekedar untuk berbagi momen dan bersosialisasi dengan pengikutnya. Akan tetapi, seiring berkembangnya waktu banyak fitur akun instagram bukan hanya akun personal, akan tetapi ada akun *creator* dan akun bisnis. Akun creator mengunggah banyak sekali jenis konten. Salah satunya adalah *storytelling*. *Storytelling* adalah cara efektif untuk menyampaikan pesan melalui cerita yang menarik. Kata '*story*' sendiri berarti kisah. Sejak dulu, cerita digunakan sebagai alat untuk menyampaikan nilai-nilai dan pengetahuan kepada generasi muda. Dengan format cerita, pesan yang ingin disampaikan menjadi lebih mudah dicerna dan diingat.

Proses storytelling inilah terjadi interaksi antara *storyteller* dan *audience* (dalam hal ini gen-z). Melalui proses storytelling ini dapat terjalin komunikasi antara storyteller dengan *audience*. Karena kegiatan storytelling ini penting , maka kegiatan tersebut harus dikemas sedemikian rupa supaya menarik, maka dibutuhkan tahapan-tahapan dalam *storytelling*. Teknik yang digunakan dalam *storytelling* serta siapa saja pihak yang terlibat dalam kegiatan *storytelling* turut menentukan lancar atau tidaknya proses *storytelling*.⁴

³ Devia Anggraeni Talikasih, “Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @saritiw Terhadap Perilaku Berbusana Muslimah Followersnya” (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN, 2023)

⁴Devita Savitri, “Apa Itu Storytelling? Ini Pengertian,Unsur,Genre, dan Manfaatnya”, detikEdu. (<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6423568/apa-itu-storytelling-ini-pengertian-unsur-genre-dan-manfaatnya>) diakses pada 16 November 2023.

Dalam hal ini *storyteller* yang dimaksud yaitu akun Instagram @proud.project dan audiencennya gen-z. @proud.project merupakan sebuah proyek sosial melalui media sosial Instagram untuk menyebarkan kisah-kisah positif dan inspiratif dari pelosok nusantara, kegiatan ini dilakukan untuk menginspirasi orang banyak agar bisa mendobrak batas-batas yang ada (Millennial, 2022), dalam penelitian kali ini peneliti ingin membahas bagaimana sebuah konten akun *instagram* menumbuhkan solidaritas para pengikutnya bahkan menggerakkan solidaritas sosialnya.

Dalam akun *instagram* @proud.project mengupload konten 1 kali upload dalam rentang waktu 1-2 hari, berdasarkan data dari akun *instagram* nya, @proud.project sendiri tidak pernah lupa untuk menaruh *hashtag* di setiap *caption* yang berkaitan dengan konten yang di *upload* dalam akun *instagram*nya. Dengan kekonsistenannya kini @proud.project memiliki 400 ribu pengikut. Dari seluruh pengikutnya banyak dari kalangan gen-z, dengan umur rata-rata sekarang 20 an. Gen Z, generasi yang selalu terhubung dengan dunia maya dan dapat melakukan segala sesuatunya dengan menggunakan kecanggihan teknologi yang ada. Gen Z adalah generasi yang lahir setelah Generasi Milenial dan sebelum Generasi Alfa. Mereka umumnya didefinisikan sebagai individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012.⁵

⁵ Diyah Puspita Rini “Pengaruh Karakter Generasi Z dan Peran Guru dalam Pembelajaran Terhadap Motivasi Belajar Akutansi Siswa Kelas X Akuntansi SMK Negeri 1 Godean Tahun Ajaran 2015/2016” (Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi UNY).2016.

Bahkan *gadget* sudah menjadi pegangannya dari sejak kecil. Maka secara otomatis pengenalan teknologi dan dunia maya ini begitu berpengaruh pada perkembangan kehidupan dan kepribadian mereka. Kebiasaan gen-z menggunakan internet saat mencari informasi apa pun. Mereka berpindah-pindah situs, aplikasi, dan media sosial.⁶

Adapun hal itu menyebabkan gen-z memiliki rasa solidaritas sosial yang rendah karena jarang bersosialisasi secara langsung dengan manusia. Mereka cenderung asyik dengan dunia maya yang sudah dikuasai mereka dan enggan beranjak. Dalam survei McKinsey juga melaporkan bahwa sebagian besar kebutuhan dasar sosial gen- z tidak terpenuhi, yang mana ini adalah *persentase* terbesar dibandingkan generasi mana pun.⁷

Sebagai umat muslim kita memiliki kewajiban untuk peduli kepada sesama dan sekitar. Al-Qur'an mengingatkan kita bahwa semua orang yang beriman kepada Keesaan Tuhan adalah saudara seiman, dan tetap menjadi tugas kita untuk memastikan bahwa kita menjaga ikatan kekerabatan tetap hidup agar dapat mengabdikan kepada Allah secara keseluruhan dengan lebih baik.

Tertulis dalam Al – Quran surah Al-Hujurat · Ayat 10

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلَحُوا بَيْنَ أَخَوِيكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

⁶Edelweis Lararenjana, “Gen Z adalah Generasi yang lahir di Akhir Abad 20”, merdeka.com 2023, (<https://www.merdeka.com/jatim/gen-z-adalah-generasi-yang-lahir-di-akhir-abad-20-berikut-ciri-cirinya-38491-mvk.html?screen=19>) diakses 16 November 2023.

⁷ Febriana Sulistya Pratiwi, “Survei: Gen Z Lebih Lama Main Medsos dari Generasi Lain”(<https://dataindonesia.id/internet/detail/survei-gen-z-lebih-lama-main-medsos-dari-generasi-lain>) diakses 1 Februari 2024.

“Orang-orang mukmin hanyalah saudara, maka berdamailah di antara saudara-saudaramu dan jagalah (kewajibanmu kepada) Allah agar rahmat dilimpahkan kepadamu” [Quran, 49:10]

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian n menguji apakah ada pengaruh intensitas mengakses konten akun instagram @proud.project terhadap rasa solidaritas gen-z, serta mengisi gap peneliti dari penelitian terdahulu. Meskipun banyak penelitian telah dilakukan tentang hubungan antara intensitas konflik dan pemecahan masalah, namun masih terbatas penelitian yang mengkaji pengaruh intensitas konflik yang sangat tinggi terhadap melemahnya ikatan solidaritas antar kelompok. Hal itu yang akan mrnjadi fokus dalam penelitian yang berjudul ***“Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Akun Instagram @proud.project Terhadap Tingkat Solidaritas Gen-Z pada Alumni MA Ali Maksum Yogyakarta Tahun 2020”***

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh intensitas mengakses konten akun instagram @proud.project terhadap tingkat solidaritas alumni MA Ali Maksum tahun 2020 ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan pertanyaan penelitian di atas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui adakah pengaruh intensitas mengakses konten akun instagram @proud.project terhadap tingkat solidaritas alumni MA Ali Maksum tahun 2020.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, peneliti ingin memberikan kontribusi pada bidang sosiologi komunikasi dengan memperkaya pemahaman tentang perilaku pengguna media sosial. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pengguna media sosial, khususnya generasi Z, untuk memanfaatkan teknologi secara positif serta memperkuat ikatan solidaritas antar alumni MA Ali Maksum 2020.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Gen-Z

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi gen-z. Manfaat yang ingin diberikan seperti meningkatkan kepekaan sosial di lingkungan sekitar dan lebih bijak dalam bersosialisasi dengan lingkungannya setelah mengakses konten akun instagram @proud.project.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan pengetahuan yang bermanfaat bagi kita semua. Dengan memahami lebih dalam tentang media sosial, kita bisa menggunakannya secara cerdas untuk membangun hubungan yang lebih baik dan memberikan dampak positif bagi komunitas kita. Peneliti

berharap hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya dalam menyusun penelitian dengan topik penelitian yang serupa agar hasil penelitian dapat menjadi lebih baik.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah uraian secara sistematis yang memuat hasil dari berbagai literature terdahulu terkait dengan tema atau topik yang akan dikaji dalam penelitian ini. Beberapa penelitian terdahulu diantaranya sebagai berikut:

Pertama, dalam jurnal penelitian yang dilakukan oleh Syafira Putri Kinanti, Berlian Primadani Satria Putri, dengan judul “Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic” dalam jurnal ini Media sosial telah menjadi panggung utama bagi merek untuk unjuk gigi dan berinteraksi dengan konsumen. Platform digital ini tidak hanya sekadar alat promosi, tetapi juga membentuk persepsi konsumen terhadap suatu merek secara mendalam. Interaksi yang intens dan personal melalui media sosial, seperti komentar, pesan langsung, dan live streaming, secara signifikan meningkatkan nilai dan kekuatan sebuah merek.⁸ Dengan kata lain, media sosial telah mengubah lanskap pemasaran, di mana brand equity tidak lagi hanya ditentukan oleh kualitas produk, namun juga oleh pengalaman konsumen yang holistik di dunia digital.

Sebagai contoh, sebuah merek fesyen dapat memanfaatkan Instagram untuk menampilkan gaya hidup yang aspiratif, menjalin hubungan dengan influencer, dan

⁸ Syafira Putri Kinanti, dkk. “Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic”. Jurnal Komunikasi. Vol. 9, No. 1, 2017. hlm.53-64.

melibatkan followers dalam proses desain produk. Melalui media sosial, merek ini tidak hanya menjual pakaian, tetapi juga menciptakan komunitas yang memiliki nilai-nilai yang sama. Hal ini tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan dan memperkuat posisi merek di benak konsumen.

Kedua, dalam jurnal penelitian yang dilakukan oleh Isni Reniati, garis besar penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui penggunaan media sosial sebagai bentuk solidaritas sosial yang berasal dari pemaknaan (interaksi simbolik) unggahan antar para pengguna media sosial. Dengan penelitian berjenis kualitatif Isni Reniati menggunakan sumber dari observasi, wawancara, dan dokumentasi.⁹

Penelitian mendalam yang dilakukan oleh Isni Reniati dan timnya telah mengungkap dimensi yang lebih kompleks dari platform media sosial Instagram. Jauh dari sekadar menjadi wadah untuk berbagi foto dan video, Instagram telah menjelma menjadi cerminan yang akurat dari realitas sosial masyarakat kontemporer. Melalui beragam konten yang diunggah, mulai dari momen sehari-hari hingga ekspresi seni yang kreatif, pengguna Instagram secara tidak langsung menciptakan narasi kolektif yang merepresentasikan nilai-nilai, kebiasaan, dan pandangan hidup mereka. Dengan demikian, Instagram tidak hanya menjadi platform komunikasi, tetapi juga menjadi ruang publik virtual di mana identitas budaya masyarakat dibentuk dan dipertukarkan. Kemudian penelitian ini

⁹ Isni Renita, dkk. Penggunaan Instagram Sebagai Media Interaksi Sosial Pada Mahasiswa Pendidikan Sosiologi 2019 Universitas Sultan Agung Tirtayasa (Studi Kasus Ragam Sosial Budaya Perspektif dan Konteks Psikologi Sosial). *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*. Vol 14 (2), 2022

menjelaskan bahwa interaksi simbolik terjadi dalam bentuk respons pengguna media sosial.

Berdasarkan penelitiannya terlihat setiap pengguna Instagram mendapat engagement dengan pengguna lain atas konten yang mereka unggah. Sehingga hal ini dapat dilihat sebagai wujud solidaritas yang dilakukan oleh para pengguna.

Ketiga dalam penelitian yang berjudul, “Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Interaksi Sosial Mahasiswa Jurusan Bimbingan Konseling Tahun 2016/2017 IAIN Batusangkar” yang ditulis oleh Sisrazeni dalam skripsinya. Penelitian ini secara khusus dirancang untuk mengkaji hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan tingkat interaksi sosial mahasiswa Bimbingan Konseling di IAIN Batusangkar pada tahun akademik 2016/2017. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data empiris yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik. Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disusun secara sistematis untuk mengukur frekuensi penggunaan berbagai platform media sosial serta tingkat partisipasi dalam interaksi sosial baik secara online maupun offline. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik korelasi Product Moment untuk mengidentifikasi adanya hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Hasil temuannya yaitu terdapat hubungan atau pengaruh yang tinggi. Temuan pada

penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pemakaian media sosial sangat menentukan interaksi sosial mahasiswa.¹⁰

Keempat, dalam penelitian yang dilakukan oleh Rosita Ambarwati telah berhasil mengungkap dimensi yang lebih dalam mengenai peran Instagram dalam konteks kehidupan sosial perempuan, khususnya di kalangan mahasiswa. Melalui pendekatan kualitatif yang mendalam, penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram bukan sekadar platform untuk berbagi foto dan video, melainkan telah menjelma menjadi ruang sosial yang kompleks dan multifungsi. Di dalam ruang digital ini, perempuan tidak hanya sekadar hadir, tetapi juga secara aktif membangun dan merawat identitas diri mereka.

Salah satu temuan yang menonjol adalah bagaimana Instagram menjadi sarana bagi perempuan untuk menegaskan eksistensi mereka. Melalui unggahan konten yang beragam, mulai dari foto keseharian hingga karya-karya kreatif, perempuan mampu menyuarakan pendapat, minat, dan gaya hidup mereka. Proses ini tidak hanya sebatas ekspresi diri, tetapi juga berfungsi sebagai bentuk validasi sosial. Dengan mendapatkan likes, komentar, dan followers, perempuan merasa diakui dan diterima oleh komunitas online mereka.

Selain itu, penelitian ini juga menggaris bawahi pentingnya Instagram dalam membangun dan mempertahankan hubungan sosial. Fitur-fitur interaktif seperti direct message, komentar, dan fitur tagging memungkinkan pengguna untuk

¹⁰ Sisrazeni. *“Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Interaksi Sosial Mahasiswa Jurusan Bimbingan Konseling Tahun 2016/2017 IAIN Batusangkar”*. Skripsi IAIN Batusangkar. 2017, hlm 447

menjalin interaksi yang lebih personal dengan teman, keluarga, dan bahkan orang-orang yang baru mereka kenal. Melalui Instagram, perempuan dapat berbagi kabar, memberikan dukungan, dan menciptakan ikatan emosional yang kuat. Dengan demikian, Instagram tidak hanya menjadi media komunikasi, tetapi juga menjadi ruang untuk membangun jaringan sosial yang luas dan beragam.

Lebih lanjut, penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram juga berfungsi sebagai sarana untuk memperoleh kepercayaan. Dalam konteks interaksi online, kepercayaan merupakan modal sosial yang sangat penting. Melalui konsistensi dalam mengunggah konten, memberikan respons terhadap komentar, dan berinteraksi dengan pengguna lain, perempuan dapat membangun reputasi yang positif dan mendapatkan kepercayaan dari komunitas online mereka. Kepercayaan ini kemudian dapat menjadi dasar untuk menjalin hubungan yang lebih mendalam dan bermakna.

Secara keseluruhan, penelitian Rosita Ambarwati memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami bagaimana perempuan menggunakan Instagram untuk memenuhi berbagai kebutuhan sosial mereka. Temuan penelitian ini tidak hanya relevan bagi akademisi yang tertarik pada studi media sosial dan gender, tetapi juga bagi para praktisi, pembuat kebijakan, dan masyarakat umum yang ingin memahami dinamika sosial yang terjadi di dunia digital.

Selanjutnya yang kelima, dalam journal penelitian yang ditulis oleh Satya Herlina dan Donna Asteria¹¹, Tsulis Amiruddin Zahri dkk¹², dengan garis besar tujuan penelitian yaitu mengetahui peran media sosial pada komunitas sebagai media interaksi sosial dan solidaritas sosial. Ketiga penelitian tersebut berjenis penelitian kualitatif. Penelitian Satya Herlina dan Dona Asteria menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara semi terstruktur.

Penelitian mendalam yang dilakukan oleh Tsulis dan Muhammad Rizki telah mengungkap peran instagram dalam memfasilitasi interaksi sosial dan memperkuat hubungan di antara anggota komunitas. Melalui berbagai metode penelitian, kedua peneliti berhasil mengidentifikasi pola-pola interaksi yang kompleks dan dinamis dalam ruang virtual ini. Temuan mereka sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Satya dan Donna yang menekankan pentingnya partisipasi aktif anggota dalam membangun komunitas yang solid. Dalam konteks era digital yang semakin terhubung, Instagram telah menjadi ruang publik baru di mana individu dapat berinteraksi, berbagi, dan berkolaborasi dengan orang lain yang memiliki minat dan nilai yang sama. Implikasi dari temuan ini sangat luas, mulai dari pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif bagi organisasi nirlaba hingga desain platform media sosial yang lebih inklusif dan berpusat pada pengguna. Akun komunitas ini dibentuk dengan pola informasi yang komprehensif

¹¹ Satya Herlina dan Donna Asteria. "*Partisipasi Anggota dan Pemanfaatan Instagram dalam Interaksi Komunitas Brand Ria Miranda*". Jurnal Komunikasi. Vol 11 (2), 2019

¹² Tsulis Amiruddin Zahri, dkk. "*Relasi Pemuda Islam dan Media Sosial dalam Membangun Solidaritas Sosial*". Jurnal Literasiologi. Vol 1 (2), 2018

sehingga banyak disukai pengikutnya.¹³, Kemudian penelitian oleh Muhammad Rizki menegaskan bahwa Instagram dijadikan sebagai media meningkatkan eksistensi, media promosi, dan sarana informasi bagi anggota komunitas dan masyarakat. Namun dalam penggunaan media sosial terdapat faktor pendukung dan penghambat pada komunitas.

Penelitian-penelitian sebelumnya telah secara ekstensif meneliti dampak media sosial terhadap individu, namun seringkali dengan cakupan yang lebih luas dan kurang spesifik pada generasi tertentu. Penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan memberikan perhatian khusus pada generasi z, yang merupakan generasi pertama yang tumbuh besar sepenuhnya dalam era digital. Dengan demikian, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana platform media sosial yang beragam dan dinamis membentuk pola interaksi sosial, dinamika kelompok, serta tingkat solidaritas di kalangan generasi muda ini. Fokus pada generasi z memungkinkan kita untuk mengidentifikasi karakteristik unik dalam penggunaan media sosial, serta implikasi sosial yang spesifik terkait dengan identitas, nilai-nilai, dan tujuan hidup mereka.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil fokus penelitian tentang pengaruh media sosial Instagram terhadap tingkat solidaritas gen-z. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian atau literatur sebelumnya terletak

¹³ Tsulis Amiruddin Zahri, dkk. *“Relasi Pemuda Islam dan Media Sosial dalam Membangun Solidaritas Sosial”*. Jurnal Literasiologi. Vol 1 (2), 2018

pada objek penelitian, objek penelitian ini ialah sebuah anak muda yang di dalamnya terdapat perbedaan tingkat pendidikan dan sudut pandang. Metode yang akan digunakan peneliti ialah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yakni kuesioner. Serta topik penelitian mengenai pengaruh media sosial Instagram terhadap solidaritas sosial pada gen-z belum terlalu banyak dipublikasi atau dipaparkan oleh peneliti lain dalam ranah sosiologi.

F. Kerangka Teori

Gambaran atau rencana yang berisi tentang penjelasan dari semua hal yang dijadikan sebagai bahan penelitian yang berlandaskan pada hasil dari penelitian yaitu kerangka teori. Pada bagian ini akan memberikan penjelasan mendalam mengenai pengertian konseptual dari intensitas dan solidaritas sosial sebagai nilai yang penting dalam kehidupan bermasyarakat. Selanjutnya, akan dijelaskan berbagai aspek-aspek intensitas dan solidaritas sosial, tujuan, dan akan dipaparkan indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur atau menilai tingkat solidaritas sosial terhadap sesama yang dilakukan oleh gen-z.

1. Tinjauan Tentang Intensitas

a. Pengertian Intensitas

Intensitas dapat diartikan sebagai kekuatan, kegigihan, atau kehebatan dalam melakukan sesuatu.¹⁴ Intensitas ini dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti tingkat fokus, semangat, atau keteguhan. Seseorang yang memiliki

¹⁴ Partanto, “*Kamus Ilmiah Populer*” (Surabaya: Penerbit Arloka, 2016) hlm. 265.

intensitas tinggi biasanya akan mengerahkan seluruh kemampuannya untuk mencapai apa yang mereka inginkan.

Tingkatan disini menggambarkan seberapa sering media sosial *instagram* digunakan oleh seorang gen-z untuk menggali informasi dalam kurun waktu tertentu, berkomunikasi dengan orang lain dengan suatu layanan tertentu bertukar pesan antar sesama pengguna *instagram*.

Penggunaan adalah pembuatan, proses, pembuatan, cara memakai. Dalam kamus praktis Bahasa Indonesia penggunaan merupakan cara memakai atau menggunakan. Sedangkan *instagram* adalah salah satu situs dalam internet yang bergerak di bidang sosialisasi, yaitu dimana tempat berkenalan dengan orang lain, tidak hanya yang ada di dalam negeri bahkan luar negeri, akan tetapi hanya sekedar *online* (tidak langsung).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa intensitas merupakan tingkat teori untuk mempertimbangkan apa yang dilakukan orang pada sosial media, yaitu menggunakannya untuk memuaskan kebutuhannya.

Dalam teori *uses and gratification* ini meyakini bahwa individu sebagai makhluk supra-rasional dan sangat selektif. Menurut para pendirinya, Elihu Katz; Jay G. Blumler; dan Michael Gurevitch, *uses and gratifications* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada

pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain.¹⁵

Teori *uses and gratification* menggunakan pendekatan ini berfokus terhadap *audiens member*. Dimana Teori ini mencoba menjelaskan tentang bagaimana audiens memilih media yang mereka inginkan. Dimana mereka merupakan *audiens* / khalayak yang secara aktif memilih dan memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda – beda di dalam mengkonsumsi media.

Menurut para pencetus teori *uses and gratifications*, kita semua memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Kebutuhan ini bisa muncul dari dalam diri kita (psikologis) atau dari lingkungan sosial kita. Karena itu, kita mencari berbagai sumber, termasuk media, untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pilihan media yang kita ambil akan berbeda-beda, tergantung pada apa yang kita harapkan dari media tersebut. Pada akhirnya, pilihan ini akan memengaruhi apa yang kita dapatkan dan bagaimana kita merasa setelah mengonsumsi media.

Seperti yang diketahui, bahwa kebutuhan manusia yang memiliki motif yang berbeda-beda. Dengan kata lain, setiap orang memiliki latar belakang, lingkungan, dan pengalaman yang berbeda. Perbedaan ini, tentunya

¹⁵ Suprptik. A. “ *Komunikasi Antarpribadi*”, Tinjauan Psikologis. (Yogyakarta: Kanisius, 1995). hlm.85

berpengaruh pula pada pemilihan konsumsi akan sebuah media. Mereka mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media yang mereka akan sering gunakan. Jadi, kebutuhan seseoranglah yang memengaruhi bagaimana mereka menggunakan dan merespon saluran media.

Adapun bentuk dari implementasi *teori uses and gratification* adalah penggunaan *instagram*. Teori *uses and gratification* yang lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa dimana manusia itu memiliki otonomi, wewenang untuk memperlakukan media, artinya manusia memiliki kehendak penuh untuk memilih media massa yang disukainya.

Adapun pemenuhan kebutuhan manusia menurut teori *uses and gratifications* adalah : ¹⁶

1) Kebutuhan kognitif

Kebutuhan yang berkaitan dengan pemenuhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan.

2) Kebutuhan afektif

Kebutuhan yang berkaitan dengan penguhan pengalaman- pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional.

¹⁶ Katz, E., Gurevitch, M. and Haas, H. “*On the use of mass media for important things*”. American Sociological Review, 1973.hlm.164-181.

3) Kebutuhan pribadi secara *integrative*

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual.

4) Kebutuhan social secara *integrative*

Kebutuhan yang berkaitan dengan pemenuhan kontak social.

5) Kebutuhan pelepasan ketegangan.

Kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman.

Pendekatan kognitif menjelaskan bahwa motivasi kita dipengaruhi oleh cara kita berpikir. Kita semua menerima banyak informasi dari lingkungan sekitar. Informasi ini kemudian diolah oleh otak kita. Otak kita akan mengubah, menyederhanakan, dan memberikan makna pada informasi tersebut. Proses inilah yang disebut proses kognitif. Hasil dari proses kognitif inilah yang akan menentukan apakah kita termotivasi untuk bertindak. Proses tadi bukanlah merupakan suatu mata rantai antara stimulus dengan pikiran yang secara mekanistik dapat menimbulkan dan mengontrol perilaku. Semua informasi yang kita dapatkan dari lingkungan sekitar bisa memengaruhi tindakan kita. Namun, pengaruhnya tidak langsung. Otak kita akan memproses informasi ini terlebih dahulu. Jika kita merasa informasi itu masuk akal dan sesuai dengan apa yang kita percayai, maka kita akan lebih mungkin untuk bertindak sesuai dengan informasi tersebut..

b. Aspek –aspek Intensitas

Terdapat dua aspek-aspek intensitas menurut Andarwati, yang dapat mendukung terjadinya intensitas, yaitu:¹⁷

1) Frekuensi

Frekuensi kegiatan merupakan keseringan seseorang dalam melakukan kegiatan yang dilaksanakan dalam periode waktu tertentu. Misalnya seperti, seberapa sering seseorang dalam mengakses media sosial instagram dalam beberapa kurun waktu.

Memahami frekuensi kegiatan penting untuk mengetahui kebiasaan, kebutuhan, dan tujuan seseorang. Hal ini dapat digunakan untuk berbagai hal, seperti membuat program intervensi, mengembangkan produk dan layanan, atau melakukan penelitian.

Sebagai contoh, frekuensi penggunaan media sosial dapat membantu memahami bagaimana orang menggunakan platform tersebut dan bagaimana hal itu dapat memengaruhi mereka. Memahami frekuensi kegiatan kita sendiri pun dapat membantu kita membuat perubahan positif dalam hidup.

2) Durasi

Durasi kegiatan adalah berapa lamanya kemampuan penggunaan untuk melakukan kegiatan. Jadi waktu mengakses media memiliki peran penting juga

¹⁷ Andarwati, I. “*Citra diri ditinjau dari Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram pada Siswa Kelas XI SMA N 9 Yogyakarta.*” Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta : 2016.

dalam memengaruhi sikap seseorang. Ketika seseorang menggunakan waktunya untuk melakukan kegiatan, dapat terlihat terdapat motivasi di dalam dirinya. Lama waktu seseorang melakukan suatu aktivitas merupakan frekuensi. Semakin lama waktu yang dihabiskan untuk suatu kegiatan, semakin besar pula pengaruhnya terhadap sikap orang tersebut.

Kalimat ini menekankan bahwa waktu mengakses media juga merupakan salah satu jenis kegiatan yang dapat mempengaruhi sikap seseorang. Ketika seseorang menghabiskan banyak waktu untuk mengakses media, sikapnya dapat berubah sesuai dengan konten media yang diaksesnya.

Motivasi juga dikaitkan dengan durasi kegiatan. Ketika seseorang termotivasi untuk melakukan suatu kegiatan, dia akan cenderung menghabiskan lebih banyak waktu untuk kegiatan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa durasi kegiatan dapat menjadi indikator tingkat motivasi seseorang.

2. Tinjauan Tentang Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Menurut asal katanya media berasal dari bahasa latin dan merupakan bentuk jamak dari kata “*medium*” yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Media adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan.

Media “*medium*” bisa diartikan sebagai saluran (*medium as vessel/conduit*). Medium adalah saluran yang membawa pesan, dalam konteks ini konten harus dimaknai berbeda dengan bagaimana medium ini

membawanya.¹⁸ Media memiliki suatu yang unik yang bisa mewakili ekspresi atau mengandung suatu pesan.

Dapat disimpulkan bahwa media adalah sesuatu yang digunakan untuk mengantar atau meneruskan informasi yang biasanya disajikan menggunakan peralatan.

Menurut Emile Durkheim sosial merujuk pada kenyataan sosial (*the social as social facts*) bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat.¹⁹ Hal ini menegaskan bahwa pada kenyataannya media dan semua perangkat lunak (*software*) merupakan sosial dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial. Sosial bisa dipahami dari bagaimana setiap individu saling bekerja sama, apapun kondisinya. Terdapatnya karakter kerjasama atau saling mengisi diantara individu dalam rangka membentuk kualitas baru dari masyarakat merupakan penekanan dari sosial.

Menurut Shirky, media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi, untuk bekerja sama diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi.²⁰ Media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Konvergensi media sosial dengan komunikasi

¹⁸ Rulli Nasrullah, "*Media Sosial Prosedur, Trend dan Etika.*" (Simbiosis Rekatama Media), 2015. hlm 17

¹⁹ *Ibid.*,

²⁰ *Ibid.*,

personal dalam arti saling berbagi antara individu dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Media sosial adalah alat berbasis computer yang memungkinkan prang untuk membuat, berbagi, atau berbasis informasi, ide, dan gambar/video dalam komunitas dan jejaring virtual.²¹

Media sosial telah merevolusi cara kita berinteraksi dan mengkonsumsi informasi. Platform-platform ini telah menciptakan ruang publik digital yang dinamis, di mana pengguna dapat berinteraksi, berbagi ide, dan membentuk komunitas secara global. Melalui media sosial, batas-batas geografis dan sosial menjadi semakin kabur, memungkinkan individu dari berbagai latar belakang untuk terhubung dan berkolaborasi. Fitur-fitur seperti komentar, berbagi, dan reaksi memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi aktif dalam percakapan publik dan membentuk opini kolektif.

Menurut Chris Heuer seorang pendiri media sosial club dan innovator mediabarur dalam solis menyatakan bahwa terdapat empat penggunaan media sosial diantaranya: ²²

1) *Context*

Context merupakan bentuk sebuah isi pesan atau cerita (informasi) yang terkandung dalam sebuah unggahan

²² Solis, Brian. *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build Cultivate and Measure Success on The Web.* New Jersey: John Wiley & Sons. (2010).

2) *Communication*

Berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengguna media sosial lain dengan berbagi informasi atau kisah yang meliputi cara mendengarkan dan berbagai macam cara untuk merespon agar membuat pengguna dan pengguna lain dapat menyampaikan pesannya secara baik.

3) *Collaboration*

Adanya kerja sama antar akun atau pihak penggunanya di media sosial untuk menciptakan dan mengarahkan tujuan adanya kerja sama pada hal baik yang lebih efektif dan efisien.

4) *Connection*

Berkoneksi dengan pengguna lain ialah interaksi yang ditujukan untuk memelihara hubungan yang sudah terbina. Hal ini dapat disebut dengan perluasan kehidupan sosial dikarenakan pengguna merasa lebih dekat dengan sebuah akun maupun perusahaan melalui media sosial.²³

Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan kita. Platform-platform ini tidak hanya memudahkan kita untuk terhubung dengan orang lain, tetapi juga membentuk cara kita berpikir, bertindak, dan berinteraksi. Dengan kata lain, media sosial akan memengaruhi semua orang yang menggunakannya. Mulai dari remaja yang sedang mencari jati diri

²³ Sisrazeni. "Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Interaksi Sosial Mahasiswa Jurusan Bimbingan Konseling." Tahun 2016/2017 IAIN Batusangkar. Skripsi IAIN Batusangkar. 2017, hlm.438

hingga profesional yang ingin mengembangkan karier, semua orang akan merasakan dampaknya, baik secara langsung maupun tidak langsung.

b. Instagram

Munculnya Instagram telah mengubah cara kita berinteraksi dan berkomunikasi. Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi foto dan video, tetapi juga menjadi alat untuk membangun personal branding, mempromosikan bisnis, dan bahkan mempengaruhi tren budaya. Pengaruh Instagram begitu besar sehingga telah membentuk cara kita memandang diri sendiri dan orang lain. *Instagram* ialah ruang untuk komunikasi terbuka bagi seluruh masyarakat yang dipergunakan sebagai alat untuk menyampaikan berita dan informasi yang cepat bagi penggunanya bahkan untuk memperbarui status atau unggahan mengenai kehidupan pribadi.²⁴ Istilah *Instagram* terdiri dari dua kata yaitu “*insta*” dan “*gram*”. Kata “instagram berasal dari kata instan, sedangkan “*gram*” berasal dari kata telegram yang memiliki arti pengguna aplikasi ini dapat membagikan foto maupun video secara cepat. *Instagram* merupakan situs media sosial yang diperuntukkan guna mengunggah foto dan video, dilengkapi beberapa fitur yang menunjang seperti story *Instagram*, reels, *direct message* (DM), dan video call.

Akses ke platform Instagram mensyaratkan kepemilikan akun pengguna.

²⁴ Genny Gustina Sari, Ismandianto, dan Rasyida Darman. “Peran Komunitas Ketimbang Ngemis Pekanbaru dalam Meningkatkan Kepedulian Sosial masyarakat Melalui Media Instagram.” *Jurnal Lontar*. Vol 9 (1), 2021, hlm. 21

Akun pengguna Instagram secara umum terklasifikasi menjadi dua kategori, yaitu akun pribadi dan akun publik. Akun pribadi umumnya dimiliki oleh individu, sementara akun publik dapat dimiliki oleh kelompok atau komunitas. Namun, pada dasarnya antara akun pribadi dan akun publik ialah sama yakni sebagai sarana atau media yang digunakan untuk berbagai akun, seperti akun informasi, hiburan, ajang promosi, kesehatan, berita hingga berjualan. Dimana pengguna dapat memaksimalkan penggunaan untuk berbagai motivasi dan tujuan masing-masing.

Pengguna Instagram terhubung satu sama lain dalam suatu jaringan sosial. Pertumbuhan dan perkembangan suatu akun Instagram sangat dipengaruhi oleh interaksi dengan akun-akun lainnya. Mekanisme interaksi ini diwujudkan dalam bentuk relasi 'mengikuti' dan 'diikuti'. Ketika kita mengikuti akun pengguna lain disebut *following*, sedangkan ketika akun kita diikuti oleh akun pengguna lain disebut *followers*. Dimana setelah mengikuti atau diikuti akun pengguna lain nantinya setiap unggahan berupa foto ataupun video dapat muncul dan dilihat satu sama lainnya. Hal ini memungkinkan terjadinya perluasan informasi dan memperoleh informasi.

3. Tinjauan Tentang Solidaritas

a. Pengertian Solidaritas

Solidaritas sosial merupakan perasaan atau ungkapan dalam sebuah kelompok yang dibentuk oleh kepentingan bersama. Solidaritas sosial terdiri dari dua tipe solidaritas, yakni solidaritas mekanik dan organik. Solidaritas

mekanik adalah bentuk awal, bentuk primitif dari organisasional dan masih dapat dilihat dalam kehidupan masyarakat primitif yang ada kini. Terdapat kecenderungan dan ide bersama yang lebih banyak, tata sosial mempunyai keseragaman yang besar. Sedangkan solidaritas organik berasal dari pembagian kerja yang menyertai perkembangan sosial, lebih berakar di dalam perbedaan ketimbang kesamaan. Kumpulan masyarakat yang semakin meningkat, menuntut solidaritas yang didasarkan atas diferensiasi, bermacam-macam fungsi dan pembagian kerja, menjadi inti solidaritas organik.²⁵

Emile Durkheim menyatakan bahwa dalam masyarakat modern yang sudah modern ini menghasilkan solidaritas organik. Solidaritas ialah sesuatu yang melekat dengan adanya masyarakat atau kelompok sosial dikarenakan setiap masyarakat pada dasarnya sangat membutuhkan adanya ikatan sosial atau solidaritas.

Artinya, Durkheim menekankan pentingnya perspektif sosiologis dalam memahami perilaku sosial. Argumennya mengatakan bahwa nilai-nilai moral yang terbentuk dalam masyarakat lebih dipengaruhi oleh interaksi sosial daripada faktor ekonomi. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk memperkuat kohesi sosial dan meningkatkan solidaritas antar anggota masyarakat. Sehingga pengajaran moralitas terhadap suatu kegiatan di masyarakat merupakan bagian terpenting dalam memperkuat dan mendorong

²⁵ Jacobus Ranjabar, *"Perubahan Sosisl Dalam Teori Makro: Pendekatan Realitas Sosial"*. 2008. hlm 29.

integrasi dan solidaritas sosial di dalam masyarakat.²⁶

Menurut Johnson konsep solidaritas sosial ialah bentuk kepedulian bersama dalam suatu kelompok yang di dalamnya menunjukkan adanya ikatan antara individu dan/atau kelompok yang didasarkan pada persamaan moral, kolektif yang sama, dan kepercayaan yang dianut serta pengalaman emosional.²⁷ Solidaritas menitik beratkan tentang keadaan dan kondisi hubungan antar individu dan kelompok sosial yang didasari oleh keterikatan bersama dalam kehidupan dengan didukung nilai-nilai moral dan kepercayaan yang ada di tengah masyarakat.²⁸

Kemudian menurut Redfield, solidaritas sosial dalam kelompok sosial dapat dipengaruhi oleh interaksi sosial yang muncul dari sentimen komunitas (*community sentiment*) Meliputi :

- 1) Seperasaan, yaitu seseorang berusaha mengidentifikasikan dirinya dalam suatu kelompok.
- 2) Sepenanggungan, yakni setiap individu yang memiliki kesadaran akan peranannya dalam suatu kelompok;
- 3) Saling butuh, yaitu setiap individu merasakan bahwa dirinya menjadi

²⁶ *Ibid.*

²⁷ Zulkarnain Nasution. “*Solidaritas Sosial dan Partisipasi Masyarakat Desa Transisi*”. Malang: UMM Press. 2009. hlm 9

²⁸ Dwiky Setya Pambudi. “*Solidaritas Sosial Masyarakat Perumahan Pondok Gede Permai Bekasi dalam Menghadapi Banjir di Kelurahan Jatirasa Kota Bekasi*.” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022.

bagian dan tergantung terhadap kelompok atau komunitasnya.

b. Macam-Macam Solidaritas

Dalam penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran yakni teori solidaritas Emile Durkheim, yang dalam pemikiran ini mempunyai pengaruh sangat besar dalam penelitian ini, karena di dalamnya memiliki kecenderungan pemikiran yang kuat untuk menganalisis penelitian ini untuk menggambarkan permasalahan yang dihadapi serta memudahkan kita untuk mencari pemecahan masalah yang dihadapi. Emile Durkheim menyatakan bahwa solidaritas sosial merupakan suatu keadaan hubungan antara individu dan atau kelompok yang didasarkan pada perasaan moral dan kepercayaan yang dianut bersama dan diperkuat oleh pengalaman emosional bersama. Masyarakat sederhana memiliki bentuk solidaritas sosial yang berbeda dengan bentuk solidaritas sosial pada masyarakat modern.

Masyarakat sederhana memiliki bentuk solidaritas sosial yang berbeda dengan bentuk solidaritas sosial pada masyarakat modern. Jadi berdasarkan bentuknya, solidaritas sosial masyarakat dibedakan menjadi solidaritas sosial mekanik dan solidaritas sosial organik.²⁹

1) Solidaritas Mekanik

Dalam bermasyarakat, hidup bersama dan berinteraksi sehingga timbul rasa kebersamaan diantara mereka. Kemudian, kebersamaan yang timbul

²⁹ Paul Johnson Doyle. *"Teori Sosiologi Klasik dan Modern"*. Jurnal Sosiologi 2010. hlm,181-186

dalam masyarakat selanjutnya akan menimbulkan perasaan kolektif. Kondisi seperti ini biasanya dijumpai pada masyarakat yang masih sederhana. Belum terdapat saling ketergantungan diantara kelompok yang berbeda karena masing-masing kelompok dapat memenuhi kebutuhannya sendiri.

Menurut Durkheim, solidaritas mekanik didasarkan pada suatu “kesadaran kolektif” bersama yang menunjuk pada totalitas kepercayaan-kepercayaan dan sentimen-sentimen bersama yang rata-rata ada pada warga masyarakat yang sama itu, ikatan utamanya adalah kepercayaan bersama, cita-cita, dan komitmen moral.

Ciri khas yang paling penting dari solidaritas mekanik adalah solidaritas didasarkan pada suatu tingkat homogenitas yang tinggi dalam kepercayaan, sentimen, dan sebagainya.

2) Solidaritas Organik

Solidaritas sosial yang berkembang pada masyarakat-masyarakat kompleks berasal lebih dari saling ketergantungan. Johson menguraikan bahwa “Solidaritas organik muncul karena pembagian kerja bertambah besar. Solidaritas itu didasarkan pada tingkat saling ketergantungan yang tinggi, bertambahnya spesialisasi dan pembagian pekerja yang memungkinkan dan juga mmenggairahkan bertambahnya perbedaan

dikalangan individu”.³⁰

Karena dalam masyarakat modern mmelaksanakan setiap pekerjaan yang relative sempit, lebih membutuhkan tenaga dari orang lain agar dapat memenuhi kelangsungan hidupnya. Selain itu, dalam masyarakat dengan solidaritas organik tingkat hetrogenitas semakin tinggi, karena masyarakat semakin plural. Pekerjaan orang lebih terspesialisasi dan tidak sama lagi, merasa dirinya semakin berbeda dalam kepercayaan, pendapat, dan gaya hidup. Pengalaman orang menjadi semakin beragam, kondisi itu menghancurkan solidaritas sosial. Ikatan yang mempersatukan individu pada solidaritas mekanik adalah adanya kesadaran kolektif. Sermentara pada solidaritas organik, heterogenitas dan individualitas semakin tinggi.

4. Teori Use and Gratification

Dalam teori *uses and gratification* ini meyakini bahwa individu sebagai mahluk supra-rasional dan sangat selektif. Menurut para pendirinya, Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch, *uses and gratifications* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain , yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain.³¹

³⁰ *Ibid.*,

³¹ Suprptik. A. “ *Komunikasi Antarpribadi: Tinjauan Psikologis.*” (Yogyakarta:Kanisius, 1995). hlm,85

Teori *uses and gratification* menggunakan pendekatan yang berfokus terhadap *audiens member*. Dimana Teori ini mencoba menjelaskan tentang bagaimana audiens memilih media yang mereka inginkan. Dimana mereka merupakan *audiens* / khalayak yang secara aktif memilih dan memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda – beda di dalam mengonsumsi media.

Menurut para pencetus teori *uses and gratifications*, kita semua memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Kebutuhan ini bisa muncul dari dalam diri kita (psikologis) atau dari lingkungan sosial kita. Karena itu, kita mencari berbagai sumber, termasuk media, untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pilihan media yang kita ambil akan berbeda-beda, tergantung pada apa yang kita harapkan dari media tersebut. Pada akhirnya, pilihan ini akan memengaruhi apa yang kita dapatkan dan bagaimana kita merasa setelah mengonsumsi media.

Seperti yang diketahui, bahwa kebutuhan manusia yang memiliki motif yang berbeda-beda. Dengan kata lain, setiap orang memiliki latar belakang, lingkungan, dan pengalaman yang berbeda. Perbedaan ini, tentunya berpengaruh pula pada pemilihan konsumsi akan sebuah media. Mereka mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media yang mereka akan sering gunakan. Jadi, kebutuhan seseoranglah yang memengaruhi bagaimana mereka menggunakan dan merespon saluran media.

Adapun bentuk dari implementasi *teori uses and gratification* adalah penggunaan *instagram*. Teori *uses and gratification* yang lebih menekankan pada

pendekatan manusiawi dalam melihat media massa dimana manusia itu memiliki otonomi, wewenang untuk memperlakukan media, artinya manusia memiliki kehendak penuh untuk memilih media massa yang disukainya.

Adapun pemenuhan kebutuhan manusia menurut teori *uses and gratifications* adalah : ³²

1) Kebutuhan kognitif

Kebutuhan yang berkaitan dengan pemenuhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan.

2) Kebutuhan afektif

Kebutuhan yang berkaitan dengan penguhan pengalaman- pengalaman yang estetik, menyenangkan dan emosional.

3) Kebutuhan pribadi secara *integrative*

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual.

4) Kebutuhan social secara *integrative*

Kebutuhan yang berkaitan dengan pemenuhan kontak social.

5) Kebutuhan pelepasan ketegangan.

Kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman.

³² Katz, E., Gurevitch, M. and Haas, H. "On the use of mass media for important things." American Sociological Review, 1973.hlm.164-181.

Pendekatan kognitif menjelaskan bahwa motivasi kita dipengaruhi oleh cara kita berpikir. Kita semua menerima banyak informasi dari lingkungan sekitar. Informasi ini kemudian diolah oleh otak kita. Otak kita akan mengubah, menyederhanakan, dan memberikan makna pada informasi tersebut. Proses inilah yang disebut proses kognitif. Hasil dari proses kognitif inilah yang akan menentukan apakah kita termotivasi untuk bertindak. Proses tadi bukanlah merupakan suatu mata rantai antara stimulus dengan pikiran yang secara mekanistik dapat menimbulkan dan mengontrol perilaku. Semua informasi yang kita dapatkan dari lingkungan sekitar bisa memengaruhi tindakan kita. Namun, pengaruhnya tidak langsung. Otak kita akan memproses informasi ini terlebih dahulu. Jika kita merasa informasi itu masuk akal dan sesuai dengan apa yang kita percayai, maka kita akan lebih mungkin untuk bertindak sesuai dengan informasi tersebut.

G. Hipotesis

Hipotesis berasal dari bahasa latin yaitu hypo dan thesi, hypo artinya kurang dan thesis artinya pendapat. Pada umumnya hipotesis diartikan sebagai jawaban atau dugaan sementara dari masalah suatu penelitian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H⁰ Tidak terdapat pengaruh intensitas mengakses konten akun instagram @proud.project terhadap rasa solidaritas gen-z.

H¹ Terdapat pengaruh intensitas mengakses konten akun instagram

@proud.project terhadap rasa solidaritas gen-z.

H. Sistematika Pembahasan

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Akun Instagram @proud.project Terhadap Tingkat Solidaritas Gen-Z Pada Alumni MA Ali Maksum Tahun 2020” disusun dalam suatu sistematika bab perbab yang terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan ialah bagian bab pertama yang di dalamnya menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, hipotesis, dan sistematika pembahasan.

BAB II : METODE PENELITIAN

BAB II berisikan metode yang dilakukan dalam penelitian, jenis analisis penelitian, definisi konseptual juga definisi operasional, populasi dan sampel penelitian, instrumen-instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas penelitian, dan analisis data penelitian.

BAB III : GAMBARAN UMUM

Pada Bab III ini akan membahas mengenai profil akun *Instagram* @proud.project, aksesibilitas media sosial *Instagram* di kalangan alumni MA Ali Maksum Tahun 2020, serta gambaran mengenai jumlah pengikut di kalangan alumni MA Ali Maksum Tahun 2020.

BAB IV : HASIL ANALISIS PENELITIAN

Analisis penelitian berisikan pembahasan mengenai hasil penelitian dan analisis data statistik yang telah ditemukan. Peneliti memaparkan analisis dan penelitian dengan menjabarkan data responden, kemudian menguji validitas, reliabilitas, normalitas, linieritas, asumsi dan hipotesis data penelitian, serta menjawab hasil dari rumusan masalah.

BAB V : PENUTUP

Bab V ialah bab terakhir atau penutup yang berisikan kesimpulan dan saran keseluruhan dalam penelitian ini.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian terhadap skripsi dengan judul “Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Akun Instagram @proud.project Terhadap Tingkat Solidaritas Gen Z pada Alumni MA Ali Maksum Yogyakarta Tahun 2020” yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sebagian besar Alumni MA Ali Maksum Yogyakarta Tahun 2020 mengakses konten akun instagram @proud.project. Berdasarkan hasil analisis terhadap variabel intensitas, tingkat intensitas mengakses konten akun instagram @proud.project termasuk dalam kategori sedang sebesar 61,5%. Hal ini disebabkan karena responden memiliki daya tarik terhadap postingan yang mereka akses dalam akun tersebut dengan frekuensi tinggi dan durasi akses yang sedang.
2. Hasil analisis tingkat solidaritas gen-z pada Alumni MA Ali Maksum Yogyakarta Tahun 2020 dengan kategori sedang . Hal ini didasarkan pada presentase data sebanyak 61,5% masuk kedalam kategori sedang.
3. Hasil analisis pengaruh intensitas mengakses konten akun instagram @proud.project terhadap tingkat solidaritas gen z pada Alumni MA Ali Maksum Yogyakarta tahun 2020, berpengaruh positif dan signifikan, hasil ini didasari dengan uji regresi linear sederhana menggunakan rumus

Adjusted R Square . Hipotesis yang telah ditetapkan dapat diterima.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan dari hasil penelitian ini, peneliti memberikan saran dan masukan yang diharapkan dapat menjadi masukan, antara lain sebagai berikut :

1. Untuk pengguna media Media sosial bagaikan pisau bermata dua. Di satu sisi, platform ini membuka peluang untuk terhubung, mendapatkan informasi, dan membangun komunitas. Di sisi lain, jika tidak digunakan dengan bijak, media sosial dapat membawa dampak negatif. Oleh karena itu, penting untuk kita semua menjadi pengguna media sosial yang cerdas dan bertanggung jawab.
2. Peneliti selanjutnya dapat memperkuat penelitian ini dengan memperluas cakupan penelitian. Ini bisa dilakukan dengan menambah jumlah sampel, durasi penelitian, atau variabel yang dianalisis. Selain itu, penggunaan metodologi penelitian yang lebih kuat dan sesuai dengan tujuan penelitian juga disarankan. Analisis data yang cermat dan teliti serta pemanfaatan teknologi seperti software analisis data, dan platform kolaborasi penelitian dapat meningkatkan kualitas penelitian. Terakhir, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkomunikasikan hasil penelitian dengan jelas dan ringkas, serta menawarkan rekomendasi untuk tindakan lebih lanjut. Dengan cara ini, penelitian selanjutnya dapat membangun dan mengembangkan temuan penelitian saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Devia Anggraeni Talikasih, 2023. *Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @saritiw Terhadap Perilaku Berbusana Muslimah Followersnya* (Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN, 2023)
- Devita Savitri, 2023. Apa Itu Storytelling? Ini Pengertian, Unsur, Genre, dan Manfaatnya, detikEdu. (<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6423568/apa-itu-storytelling-ini-pengertian-unsur-genre-dan-manfaatnya>) diakses pada 16 November 2023.
- Diyah Puspita Rini. 2016. *Pengaruh Karakter Generasi Z dan Peran Guru dalam Pembelajaran Terhadap Motivasi Belajar Akutansi Siswa Kelas X Akuntansi SMK Negeri 1 Godean Tahun Ajaran 2015/2016* (Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi UNY).
- Dwiky Setya Pambudi. 2022. *Solidaritas Sosial Masyarakat Perumahan Pondok Gede Permai Bekasi dalam Menghadapi Banjir di Kelurahan Jatirasa Kota Bekasi*. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Edelweis Lararenjana, 2023. *Gen Z adalah Generasi yang lahir di Akhir Abad 20*, merdeka.com. (<https://www.merdeka.com/jatim/gen-z-adalah-generasi-yang-lahir-di-akhir-abad-20-berikut-ciri-cirinya-38491-mvk.html?screen=19>) diakses 16 November 2023.

Febriana Sulistya Pratiwi, 2024. *Survei: Gen Z Lebih Lama Main Medsos dari Generasi Lain* (<https://dataindonesia.id/internet/detail/survei-gen-z-lebih-lama-main-medsos-dari-generasi-lain>) diakses 1 Februari 2024.

Genny Gustina Sari, 2021. Ismandianto, dan Rasyida Darman. Peran Komunitas Ketimbang Ngemis Pekanbaru dalam Meningkatkan Kepedulian Sosial masyarakat Melalui Media Instagram. *Jurnal Lontar*. Vol 9 (1), Hlm 21

Husein Umar, 2009. Skala Pengukuran dalam Penelitian: Konsep, Pengembangan, dan Aplikasi". *Jurnal Skala Pengukuran*.

Isni Renita, dkk. 2022. Penggunaan Instagram Sebagai Media Interaksi Sosial Pada Mahasiswa Pendidikan Sosiologi 2019 Universitas Sultan Agung Tirtayasa (Studi Kasus Ragam Sosial Budaya Perspektif dan Konteks Psikologi Sosial). *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*. Vol 14 (2).

Jacobus Ranjabar, 2008. Perubahan Sosial Dalam Teori Makro: Pendekatan Realitas Sosial. Hlm 29.

Liberty Jemadu, Dicky Prastya 2023 "Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,42 jt" Suara.com, (<https://www.suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022>) diakses pada 1 Februari 2024.

Mohammad Nasir, 2003 "*Metode Penelitian Kuantitatif*" Hlm.328.

Masri Singarimbun, 1987 "*Metode Penelitian Survei*" Hlm.119.

- Partanto, 1995. *Kamus Ilmiah Populer* (Surabaya: Penerbit Arloka, tanpa tahun) hal 265
- Suprptik. A. *Komunikasi Antarpribadi: Tinjauan Psikologis*. (Yogyakarta: Kanisius, 1995). Hlm 85
- Paul Johnson Doyle. 2010. *Teori sosiologi Klasik dan Modern*. Hlm 181-186
- Pratama, I Wayan A, 2011. *Psikologi Komunikasi*. BAB 5, Hlm 50.
- Rulli Nasrullah, 2015. "*Media Sosial Prosedur, Trend dan Etika*." (Simbiosis Rekatama Media), Hlm 17.
- Satya Herlina dan Donna Asteria. 2019. Partisipasi Anggota dan Pemanfaatan Instagram dalam Interaksi Komunitas Brand Ria Miranda. *Jurnal Komunikasi*. Vol 11 (2).
- Sisrazeni. 2017. Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Interaksi Sosial Mahasiswa Jurusan Bimbingan Konseling Tahun 2016/2017 IAIN Batusangkar. *Jurnal IAIN Batusangkar*. Hlm 438-447
- Sitti Mania, 2013. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*, Skripsi Mahasiswi UIN Alaudin Makassar 2013, Hlm 46.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Alfabeta, Hlm 219-302
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Hlm. 81.
- Sugiyono, 2016. *Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data*. Hlm. 330.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Hlm. 128.

Tsulis Amiruddin Zahri, dkk. 2018. Relasi Pemuda Islam dan Media Sosial dalam Membangun Solidaritas Sosial. *Jurnal Literasiologi*. Vol 1 (2).

Tsulis Amiruddin Zahri, dkk. 2018. Relasi Pemuda Islam dan Media Sosial dalam Membangun Solidaritas Sosial. *Jurnal Literasiologi*. Vol 1 (2).

Zulkarnain Nasution. 2009. Solidaritas Sosial dan Partisipasi Masyarakat Desa Transisi. Malang: *Jurnal UMM Press*.

