

BAB III

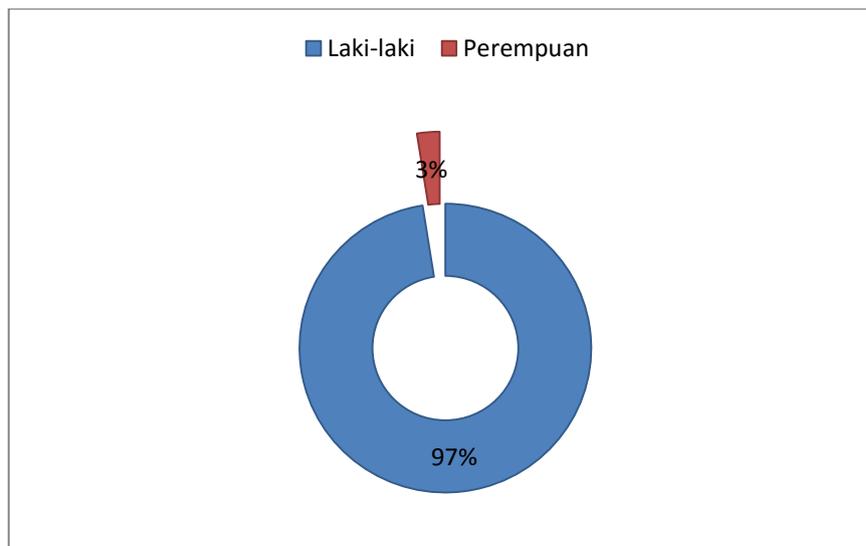
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. DESKRIPSI DATA

1. Karakteristik Responden

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

Diagram 3. 1 Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

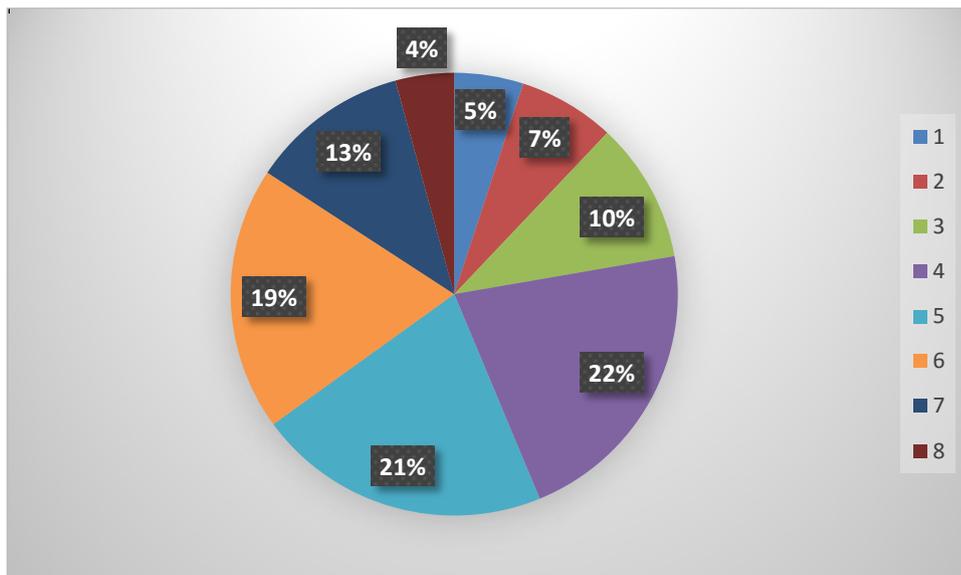


Sumber: Data Primer 2018

Pada diagram 3.1 menunjukkan jika sebanyak 390 responden (97%) dari total 400 responden adalah laki-laki sementara responden perempuan hanya berjumlah 10 responden (3%) dari jumlah total 400 responden.

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

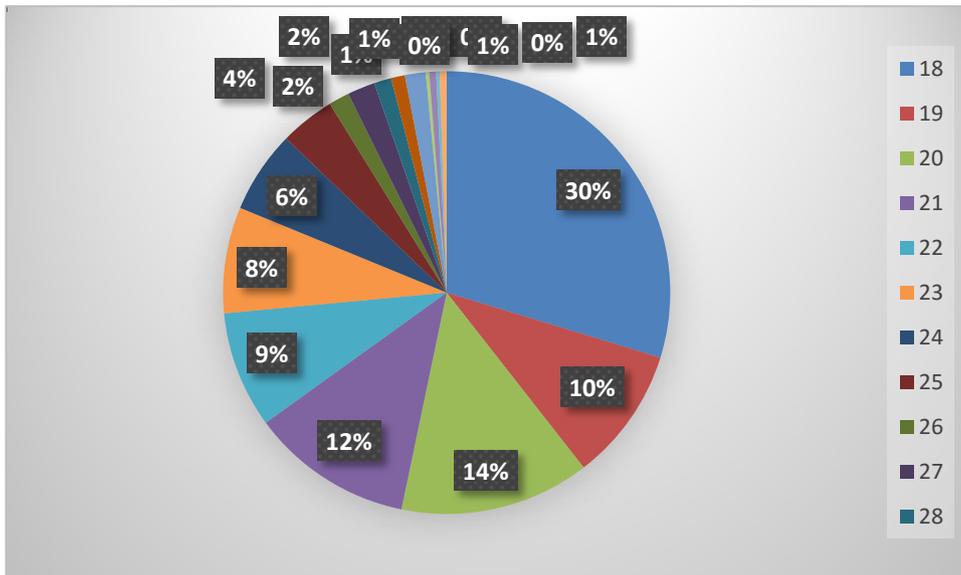
Diagram 3. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

Diagram 3.2 menunjukkan ada sebanyak 20 (5%) responden dari 400 total responden telah mengikuti akun Instagram sejak tahun 2010, lalu sebanyak 28 responden (7%) mengikuti akun Instagram sejak tahun 2011, lalu sebanyak 41 responden (10%) mengikuti akun Instagram sejak tahun 2012, 86 responden (22%) pada tahun 2013, 85 responden (21%) pada tahun 2014, 77 responden (19%) pada tahun 2015, sedangkan pada tahun 2016 hanya ada 46 responden (12%), dan sisanya pada jenjang tahun 2017 sebanyak 17 responden (4%).

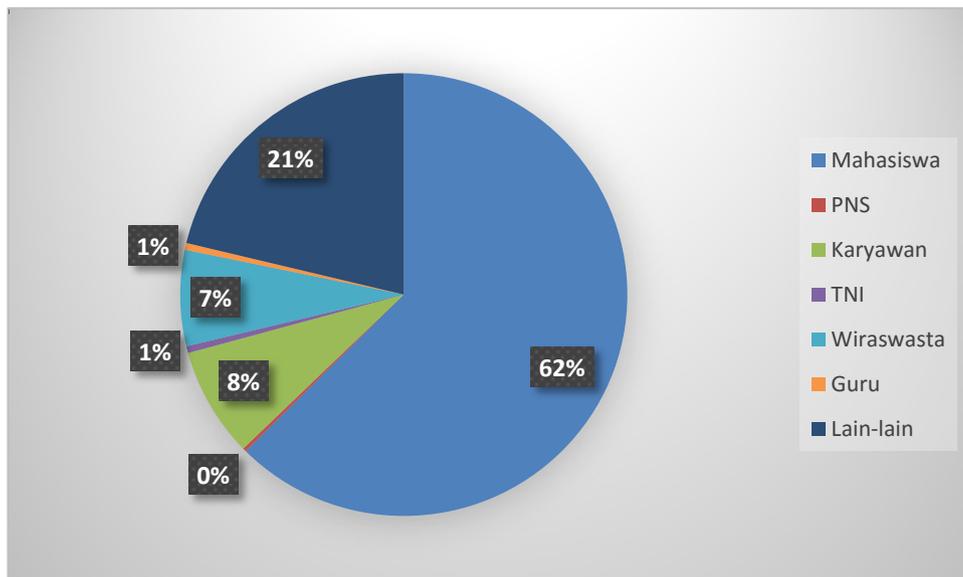
Diagram 3. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Data Primer 2018

Diagram 3.3 menunjukkan ada sebanyak 119 (30%) responden dari 400 total responden berusia 18 tahun, lalu sebanyak 39 responden (10%) berusia 19 tahun, lalu sebanyak 55 responden (14%) berusia 20 tahun, 47 responden (12%) berusia 21 tahun, 34 responden (9%) berusia 22 tahun, 31 responden (8%) berusia 23 tahun, 24 responden (6%) berusia 24 tahun, 16 responden (4%) berusia 25 tahun, 6 responden (2%) berusia 26 tahun, 8 responden (2%) berusia 27 tahun, 5 responden (1%) berusia 28 tahun, 4 responden (1%) berusia 29 tahun, 6 responden (2%) berusia 30 tahun, sedangkan berusia 32 tahun dan 34 tahun berjumlah 1 responden tiap tahunnya, dan berusia 33 dan 35 berjumlah 2 responden tiap tahunnya.

Diagram 3. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber: Data Primer 2018

Diagram 3.4 menunjukkan ada sebanyak 250 (63%) responden dari 400 total responden berprofesi sebagai mahasiswa, lalu sebanyak 1 responden berprofesi sebagai PNS, lalu sebanyak 32 responden (8%) berprofesi sebagai karyawan, 2 responden (1%) berprofesi sebagai TNI, 28 responden (7%) berprofesi sebagai wiraswasta, 2 responden (1%) berprofesi sebagai guru, dan 85 responden (21%) berprofesi lain-lain. Dalam penelitian ini profesi lain-lain mencakup buruh, dokter hewan, fotografer, editor, belum bekerja, dan youtuber.

B. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DATA

Pada penelitian ini terdapat 13 butir pernyataan yang akan diajukan kepada responden nantinya dalam bentuk kuisioner. Menurut Notoatmodjo dalam bukunya Metodologi Penelitian Kesehatan (2010) mengatakan uji validitas dilakukan kepada responden dengan jumlah total paling sedikit

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

Rumus *Pearson Product Moment*:

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

Keterangan:

r_{yx} = koefisien korelasi suatu butir / item

n = jumlah subyek

x = skor suatu butir / item

y = skor total

Tabel 3. 1 Daftar Pernyataan dan Hasil Uji Validitas

Variabel	Instrumen	Korelasi	Sign	Ket
Motif Informasi	MI 1	0,860 ^{**}	0,000	Valid
	MI 2	0,361 [*]	0,05	Valid
	MI 3	0,843 ^{**}	0,000	Valid
	MI 4	0,427 [*]	0,018	Valid
Motif Identitas Diri	MID 1	0,780 ^{**}	0,000	Valid
	MID 2	0,467 ^{**}	0,009	Valid
	MID 3	0,537 ^{**}	0,002	Valid
	MID 4	0,449 [*]	0,013	Valid
Motif Interaksi Sosial	MIS 1	0,834 ^{**}	0,000	Valid
	MIS 2	0,468 ^{**}	0,009	Valid
	MIS 3	0,589 ^{**}	0,001	Valid
Motif	MH 1	0,947 ^{**}	0,000	Valid

Hiburan	MH 2	0,775**	0,000	Valid
---------	------	---------	-------	-------

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Tabel 3. 2 Uji Reliabilitas

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

* Reliabel jika nilai cronbach alpha nya > 0,60

Hasil analisis uji reliabilitas pada tabel di atas, menunjukkan bahwa untuk variabel Motif Informasi nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,6 yaitu 0,765, variabel Motif Identitas Diri nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,812, variabel Motif Interaksi Sosial nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,814, dan variabel Motif

Hiburan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,873. Keempat variabel tersebut dinyatakan reliabel karena nilai *Croanbach Alpha's* rata-rata mempunyai nilai lebih besar dari 0,6.

C. ANALISIS DATA

Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas pada kuisoner hingga menghasilkan 13 pernyataan yang valid dan reliabel untuk diajukan kepada responden yang berjumlah total 400 responden dengan pembagian indikator 4 butir untuk motif informasi, 4 butir untuk motif identitas diri, 3 butir untuk motif interaksi sosial dan 2 butir untuk motif hiburan. Kuisoner dibagikan secara online dengan menggunakan fitur *google form* dimana responden akan diberikan tautan yang akan langsung mengacu pada *form* kuisoner. Selain menggunakan *online*, kuisoner juga dibagikan secara langsung kepada responden atau dalam bentuk lembaran pernyataan sebanyak 3 lembar. Sementara itu teknik yang digunakan untuk mengolah data menggunakan rumus statistik deskriptif mean, median dan modus dilengkapi dengan SPSS 20 untuk OS windows.

1. Gambaran Motif Informasi

Motif pertama yang akan diolah untuk diketahui seberapa besar pengaruhnya kepada responden adalah motif informasi. Terdapat 4 pernyataan yakni pernyataan nomor 1 sampai 4 dengan penilaian sangat setuju (ss), setuju (s), kurang setuju (ks), tidak setuju (ts), dan sangat tidak setuju (sts). Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diketahuilah:

Mean	= 4,184149
Modus (Mo)	= 4
Median (Me)	= 4
Standar Deviasi (S)	= 0,724341

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

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

nilai interval	frekuensi	nilai tengah	f.t	batas kelas	-x	x	f.x	x ²	f.x ²
0	0	0	0	0		-5	0	25	0
1	8	1	8	0,5		-4	-32	16	128
2	35	2	70	1,5		-3	-105	9	315
3	168	3	504	2,5		-2	-336	4	672
4	927	4	3708	3,5	3,5	-1	-927	1	927
5	578	5	2890	4,5		0	0	0	0
6	0	6	0	5,5		1	0	1	0
7	0	7	0	6,5		2	0	4	0
8	0	8	0	7,5		3	0	9	0
9	0	9	0	8,5		4	0	16	0
10	0	10	0	9,5		5	0	25	0
total	1716	55	7180	50		0	-1400	110	2042

Sumber: Data Primer 2018

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diketahuilah nilai rata-rata (mean), nilai tengah (median), nilai yang sering muncul (modus) dan simpangan baku (standar deviasi) untuk motif informasi. Nilai rata-rata (mean) pada data tersebut adalah sebesar 4,184149 kemudian nilai tengah (median) untuk data motif informasi adalah sebesar 4. Nilai yang sering muncul (modus) pada data tersebut adalah sebesar 4 dan simpangan baku (standar deviasi) untuk data ini adalah sebesar 0,724341. Langkah selanjutnya adalah memasukkan data tersebut ke dalam pengelompokan

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

$X < Y - SD$: Kriteria Rendah

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

$X > Y + SD$: Kriteria Tinggi

Keterangan:

X : Skor Keseluruhan Motif

Y : Skor Rata – Rata (Mean)

SD : Standar Deviasi (Simpangan Baku)

Hasil distribusi kecenderungan variabel informasi dapat dilihat di tabel 3.4, berikut ini:

Tabel 3. 4 Kategori kecenderungan data variabel informasi

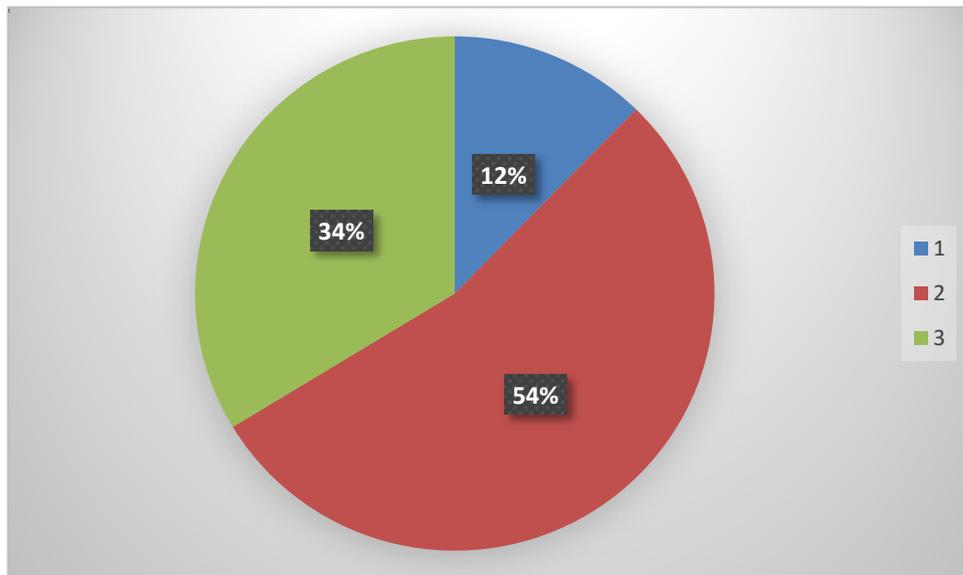
Skor Motif Informasi	Kriteria	Jumlah Nilai	Persentase (%)
$X < 3,45$	Rendah	927	12,29%
$3,45 \leq X \leq 4,908$	Sedang	578	54,02%
$X > 4,908$	Tinggi	927	33,68%

Sumber: Data Primer 2018

Pada tabel 3.4 digambarkan bahwa sebanyak 49 responden (12,29%) mendapatkan kriteria rendah pada motif ini. Pada kriteria tinggi terdapat sebanyak 135 responden (33,68%) yang benar-benar mendapat pengaruh dari motif informasi dalam motif mereka dan sebanyak 216 responden (54,02%) berada pada kriteria sedang dimana artinya motif informasi termasuk ke dalam salah satu motif bagi mereka dalam mengikuti akun instagram @RODADUASAMPETUA.

Selanjutnya data pada tabel 3.4 tersebut digambarkan dalam bentuk diagram lingkaran dan poligon sebagai berikut,

Diagram 3. 5 Hasil Pengolahan Data Tingkat Motif Informasi responden dalam mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

2. Gambaran Motif Identitas Diri

Motif kedua yang akan diolah untuk diketahui seberapa besar pengaruhnya kepada responden adalah motif identitas diri. Terdapat 4 pernyataan yakni pernyataan nomor 5 sampai 8 dengan penilaian sangat setuju (ss), setuju (s), kurang setuju (ks), tidak setuju (ts), dan sangat tidak setuju (sts). Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diketahuilah:

Mean	= 3.99
Modus (Mo)	= 4
Median (Me)	= 4
Standar Deviasi (S)	=0.791

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

Tabel 3. 5 Distribusi Frekuensi Gambaran Motif Identitas Diri responden dalam mengikuti akun instagram

nilai interval	frekuensi	nilai tengah	f.t	batas kelas	-x	x	f.x	x ²	f.x ²
0	0	0	0	0		-5	0	25	0
1	23	1	23	0,5		-4	-92	16	368
2	45	2	90	1,5		-3	-135	9	405
3	270	3	810	2,5		-2	-540	4	1080
4	961	4	3844	3,5	3,5	-1	-961	1	961
5	417	5	2085	4,5		0	0	0	0
6	0	6	0	5,5		1	0	1	0
7	0	7	0	6,5		2	0	4	0
8	0	8	0	7,5		3	0	9	0
9	0	9	0	8,5		4	0	16	0
10	0	10	0	9,5		5	0	25	0
total	1716	55	6852	50		0	-1728	110	2814

Sumber: Data Primer 2018

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diketahuilah nilai rata-rata (mean), nilai tengah (median), nilai yang sering muncul (modus) dan simpangan baku (standar deviasi) untuk motif informasi. Nilai rata-rata (mean) pada data tersebut adalah sebesar 3.99 kemudian nilai tengah (median) untuk data motif identitas diri adalah sebesar 4. Nilai yang sering muncul (modus) pada data tersebut adalah sebesar 4 dan simpangan baku (standar deviasi) untuk data ini adalah sebesar 0.791. Langkah selanjutnya adalah memasukkan data tersebut ke dalam pengelompokan kriteria

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

$X < Y - SD$: Kriteria Rendah

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

$X > Y + SD$: Kriteria Tinggi

Keterangan:

X : Skor Keseluruhan Motif

Y : Skor Rata – Rata (Mean)

SD : Standar Deviasi (Simpangan Baku)

Hasil distribusi kecenderungan variabel identitas diri dapat dilihat di tabel 3.6, berikut ini:

Tabel 3. 6 Kategori kecenderungan data variabel identitas diri

Skore Motif Identitas Diri	Kriteria	Jumlah Nilai	Persentase (%)
$X < 3,20$	Rendah	338	19,69%
$3,20 \leq X \leq 4,78$	Sedang	961	56%
$X > 4,78$	Tinggi	417	24,31%

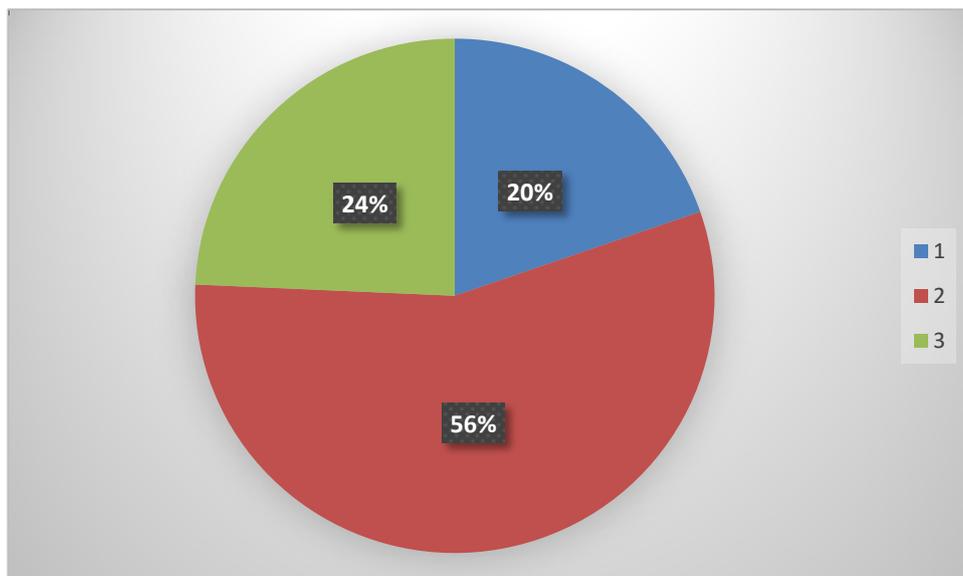
Sumber: Data Primer 2018

Pada tabel 3.6 digambarkan bahwa sebanyak 79 responden (19,69%) mendapatkan kriteria rendah pada motif ini. Pada kriteria tinggi terdapat sebanyak 97 responden (24,31%) yang benar-benar mendapat pengaruh dari motif identitas diri dalam motif mereka dan sebanyak 224 responden (56%) berada pada kriteria sedang dimana artinya motif

identitas diri termasuk ke dalam salah satu motif responden dalam mengikuti akun instagram @Rodaduasampetua.

Selanjutnya data pada tabel 3.5 tersebut digambarkan dalam bentuk diagram lingkaran dan poligon sebagai berikut,

Diagram 3. 6 Hasil Pengolahan Data Tingkat Motif Identitas Diri responden dalam mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

3. Gambaran Motif Interaksi Sosial

Motif ketiga yang akan diolah untuk diketahui seberapa besar pengaruhnya kepada responden adalah motif interaksi sosial. Terdapat 3 pernyataan yakni pernyataan nomor 9 sampai 11 dengan penilaian sangat setuju (ss), setuju (s), kurang setuju (ks), tidak setuju (ts), dan sangat tidak setuju (sts). Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diketahuilah:

Mean	= 4.39
Modus (Mo)	= 4
Median (Me)	= 4
Standar Deviasi (S)	= 0.61

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

Tabel 3. 7 Distribusi Frekuensi Gambaran Motif Interaksi Sosial responden dalam mengikuti akun instagram

nilai interval	frekuensi	nilai tengah	f.t	batas kelas	-x	x	f.x	x ²	f.x ²
0	0	0	0	0		-5	0	25	0
1	2	1	2	0,5		-4	-8	16	32
2	5	2	10	1,5		-3	-15	9	45
3	35	3	105	2,5		-2	-70	4	140
4	429	4	1716	3,5	3,5	-1	-429	1	429
5	387	5	1935	4,5		0	0	0	0
6	0	6	0	5,5		1	0	1	0
7	0	7	0	6,5		2	0	4	0
8	0	8	0	7,5		3	0	9	0
9	0	9	0	8,5		4	0	16	0

10	0	10	0	9,5		5	0	25	0
total	858	55	3768	50		0	-522	110	646

Sumber: Data Primer 2018

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diketahuilah nilai rata-rata (mean), nilai tengah (median), nilai yang sering muncul (modus) dan simpangan baku (standar deviasi) untuk motif informasi. Nilai rata-rata (mean) pada data tersebut adalah sebesar 4.39 kemudian nilai tengah (median) untuk data motif interaksi sosial adalah sebesar 4. Nilai yang sering muncul (modus) pada data tersebut adalah sebesar 4 dan simpangan baku (standar deviasi) untuk data ini adalah sebesar 0.61. Langkah selanjutnya adalah memasukkan data tersebut ke dalam pengelompokan kriteria responden dengan aturan yang sama dengan motif sebelumnya yang nantinya akan dituangkan dalam bentuk tabel dan diagram lingkaran.

$X < Y - SD$: Kriteria Rendah

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

$X > Y + SD$: Kriteria Tinggi

Keterangan:

X : Skor Keseluruhan Motif

Y : Skor Rata – Rata (Mean)

SD : Standar Deviasi (Simpangan Baku)

Hasil distribusi kecenderungan variabel identitas diri dapat dilihat di tabel 3.8, berikut ini:

Tabel 3. 8 Kategori kecenderungan data variabel interaksi sosial

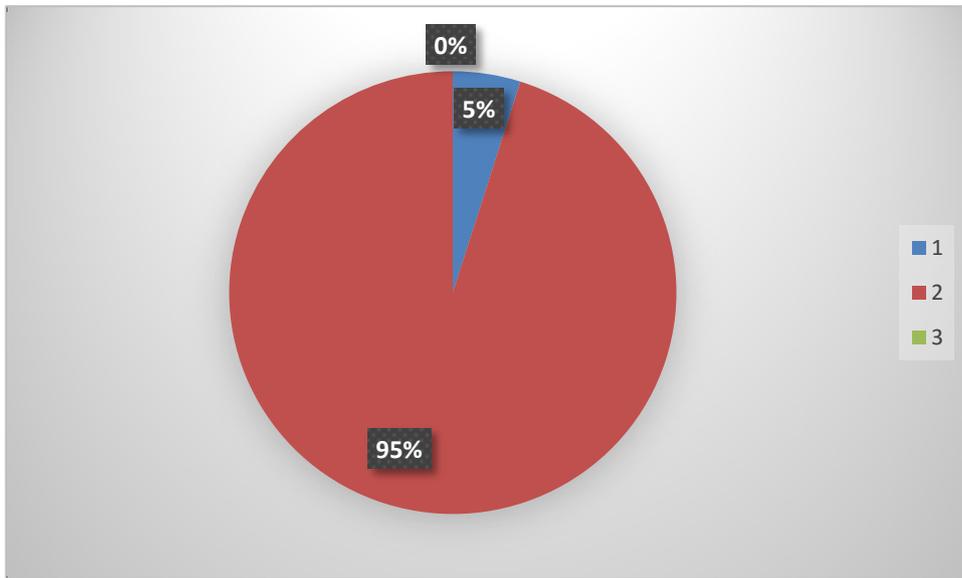
Skore Motif Integritas dan Interaksi Sosial	Kriteria	Jumlah Nilai	Persentase (%)
$X < 3,77$	Rendah	42	48.95%
$3,77 \leq X \leq 5,01$	Sedang	816	95.05%
$X > 5,01$	Tinggi	0	0

Sumber: Data Primer 2018

Pada tabel 3.8 digambarkan bahwa sebanyak 20 responden (48,95%) mendapatkan kriteria rendah pada motif ini. Pada kriteria tinggi tidak terdapat responden pada motif interaksi sosial dalam motif mereka dan sebanyak 380 responden (95%) berada pada kriteria sedang dimana artinya motif interaksi sosial termasuk ke dalam salah satu motif mereka dalam mengikuti akun instagram @Rodaduasampetua.

Selanjutnya data pada tabel 3.8 tersebut digambarkan dalam bentuk diagram lingkaran dan poligon sebagai berikut,

Diagram 3. 7 Hasil Pengolahan Data Tingkat Motif Interaksi Sosial responden dalam mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

4. Gambaran Motif Hiburan

Motif keempat yang akan diolah untuk diketahui seberapa besar pengaruhnya kepada responden adalah motif hiburan. Terdapat 2 pernyataan yakni pernyataan nomor 12 sampai 13 dengan penilaian sangat setuju (ss), setuju (s), kurang setuju (ks), tidak setuju (ts), dan sangat tidak setuju (sts). Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diketahuilah:

Mean	= 4.11
Modus (Mo)	= 4
Median (Me)	= 4
Standar Deviasi (S)	=0.73

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

Tabel 3. 9 Distribusi Frekuensi Gambaran Motif responden dalam mengikuti akun instagram

nilai interval	frekuensi	nilai tengah	f.t	batas kelas	-x	x	f.x	x ²	f.x ²
----------------	-----------	--------------	-----	-------------	----	---	-----	----------------	------------------

0	0	0	0	0		-5	0	25	0
1	8	1	8	0,5		-4	-32	16	128
2	24	2	48	1,5		-3	-72	9	216
3	164	3	492	2,5		-2	-328	4	656
4	702	4	2808	3,5	3,5	-1	-702	1	702
5	389	5	1945	4,5		0	0	0	0
6	0	6	0	5,5		1	0	1	0
7	0	7	0	6,5		2	0	4	0
8	0	8	0	7,5		3	0	9	0
9	0	9	0	8,5		4	0	16	0
10	0	10	0	9,5		5	0	25	0
total	1287	55	5301	50		0	-1134	110	1702

Sumber: Data Primer 2018

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diketahuilah nilai rata-rata (mean), nilai tengah (median), nilai yang sering muncul (modus) dan simpangan baku (standar deviasi) untuk motif informasi. Nilai rata-rata (mean) pada data tersebut adalah sebesar 4.11 kemudian nilai tengah (median) untuk data motif hiburan adalah sebesar 4. Nilai yang sering muncul (modus) pada data tersebut adalah sebesar 4 dan simpangan baku (standar deviasi) untuk data ini adalah sebesar 0.73. Langkah selanjutnya adalah memasukkan data tersebut ke dalam pengelompokan kriteria responden dengan aturan yang sama dengan motif sebelumnya yang nantinya akan dituangkan dalam bentuk tabel dan diagram lingkaran.

$X < Y - SD$: Kriteria Rendah

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

$X > Y + SD$: Kriteria Tinggi

Keterangan:

X : Skor Keseluruhan Motif

Y : Skor Rata – Rata (Mean)

SD : Standar Deviasi (Simpangan Baku)

Hasil distribusi kecenderungan variabel identitas diri dapat dilihat di tabel 3.10, berikut ini:

Tabel 3. 10 Kategori kecenderungan data variabel hiburan

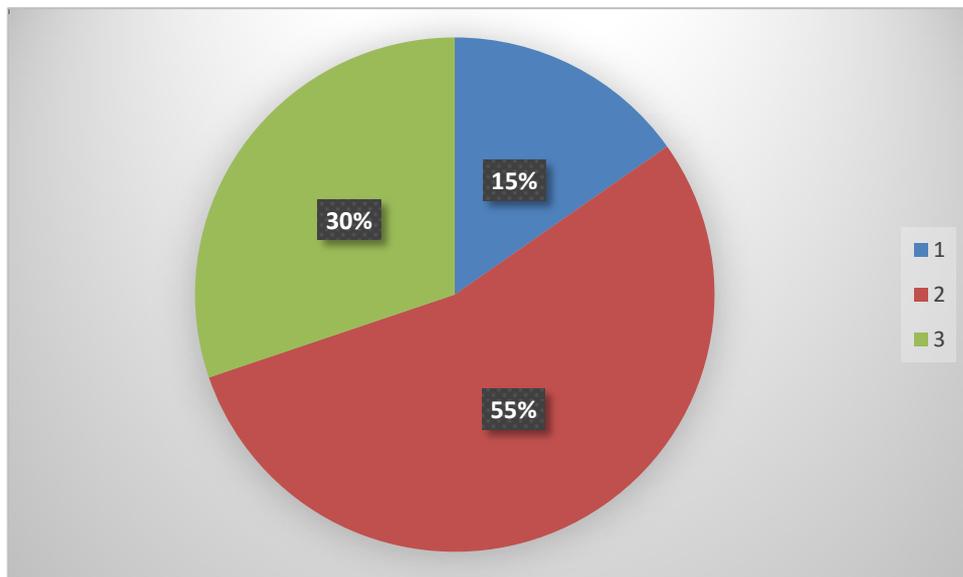
Skore Motif Hiburan	Kriteria	Jumlah Nilai	Persentase (%)
$X < 3,37$	Rendah	196	15,22%
$3,37 \leq X \leq 4,85$	Sedang	702	54,54%
$X > 4,85$	Tinggi	389	30,22%

Sumber: Data Primer 2018

Pada tabel 3.10 digambarkan bahwa sebanyak 61 responden (15,22%) mendapatkan kriteria rendah pada motif ini. Pada kriteria tinggi terdapat sebanyak 121 responden (30,22%) yang benar-benar mendapat pengaruh dari motif hiburan dalam motif mereka dan sebanyak dalam motif mereka dan sebanyak 218 responden (54,54%) berada pada kriteria sedang dimana artinya motif hiburan termasuk ke dalam salah satu motif mereka dalam mengikuti akun instagram @RODADUASAMPETUA.

Selanjutnya data pada tabel 3.10 tersebut digambarkan dalam bentuk diagram lingkaran sebagai berikut,

Diagram 3. 8 Hasil Pengolahan Data Tingkat Motif Hiburan responden dalam mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

5. Motif *Follower* berdasarkan Jenis Kelamin

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

Pada saat penelitian dilakukan karakteristik responden dibedakan lagi menjadi empat karakteristik sehingga tidak hanya karakteristik utama

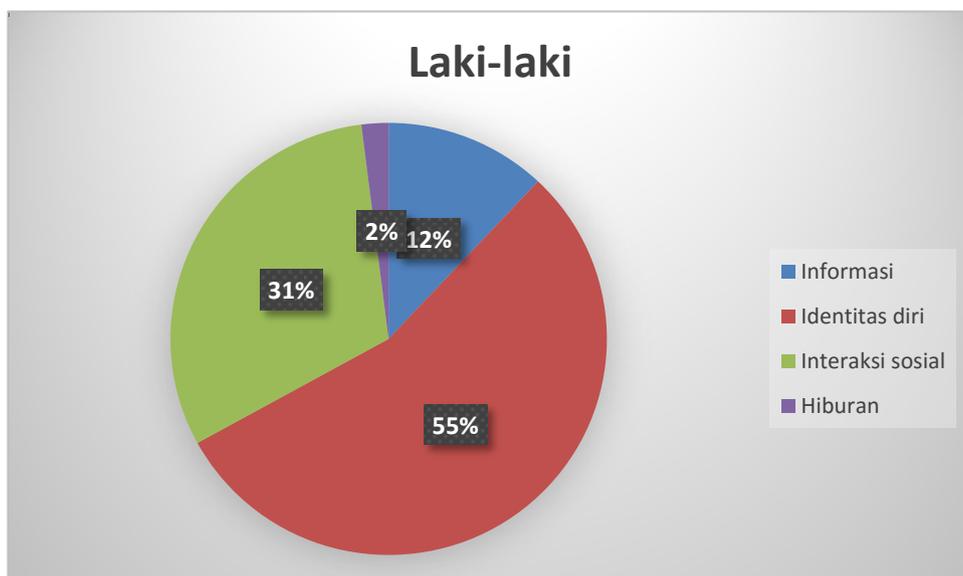
yakni mereka yang menggunakan instagram dan mengikuti akun instagram @Rodaduasampetua. Keempat karakteristik tersebut adalah pengelompokan berdasarkan jenis kelamin, serta lama waktu mereka mengikuti akun instagram @Rodaduasampetua, umur, dan profesi tiap responden. Berdasarkan hasil pengolahan data untuk kelompok jenis kelamin ditemukan bahwa sebanyak 10 responden (3%) dari total 400 responden berjenis kelamin perempuan sementara jenis kelamin laki-laki hanya sebanyak 390 responden (97%).

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat dijelaskan kecendrungan tiap responden berdasarkan jenis kelamin. Responden dengan jenis kelamin laki-laki dalam mengikuti akun instagram @Rodaduasampetua memiliki motif tertinggi yaitu motif identitas diri (55%). Hal ini menyatakan bahwa setiap responden yang mengikuti akun instagram tersebut dipengaruhi oleh motif identitas diri, yang artinya dengan mengikuti akun instagram tersebut dapat menggambarkan nilai-nilai pribadi setiap pengikutnya. Perilaku tersebut dikarenakan sebagian responden laki-laki yang mengikuti akun ini memiliki ketertarikan lebih terhadap motor klasik, sehingga dengan mengikuti akun tersebut memudahkan para responden laki-laki untuk menunjukkan kecintaan/ketertarikan mereka terhadap motor klasik di media sosial.

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

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

Diagram 3. 9 Hasil Pengolahan Data Kecenderungan Responden Laki-laki dalam mengikuti akun instagram

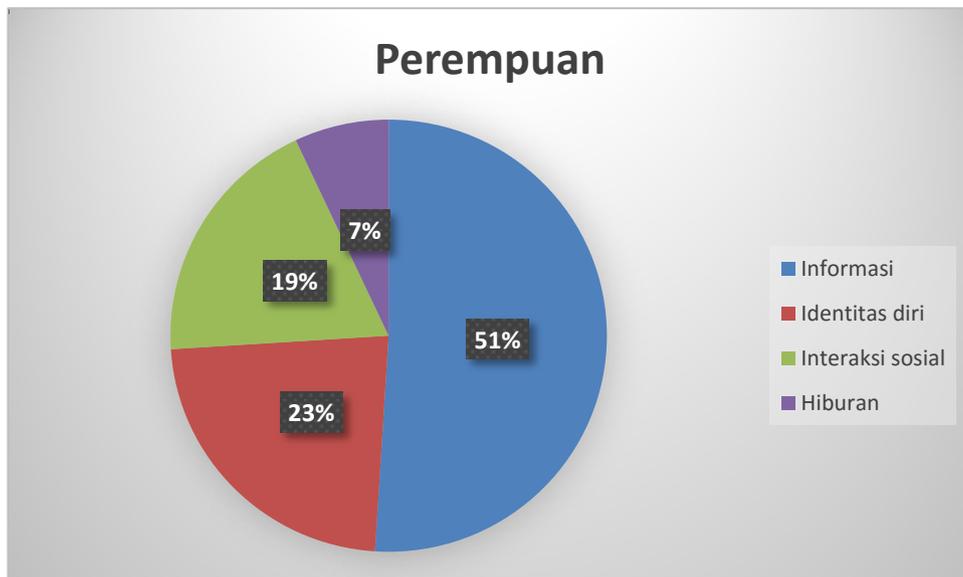


Sumber: Data Primer 2018

Berbeda dengan responden laki-laki, motif responden perempuan dalam mengikuti akun Instagram @Rodaduasampetua dipengaruhi oleh motif tertinggi yaitu motif informasi (51%). Hal ini menunjukkan bahwa responden perempuan mengikuti akun tersebut hanya untuk memperoleh informasi mengenai motor klasik. Informasi tersebut dibutuhkan oleh responden perempuan yang menyukai motor-motor klasik.

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

Diagram 3. 10 Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Perempuan dalam mengikuti akun Instagram



Sumber: Data Primer 2018

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

6. Motif *Followers* berdasarkan Waktu mengikuti akun Instagram

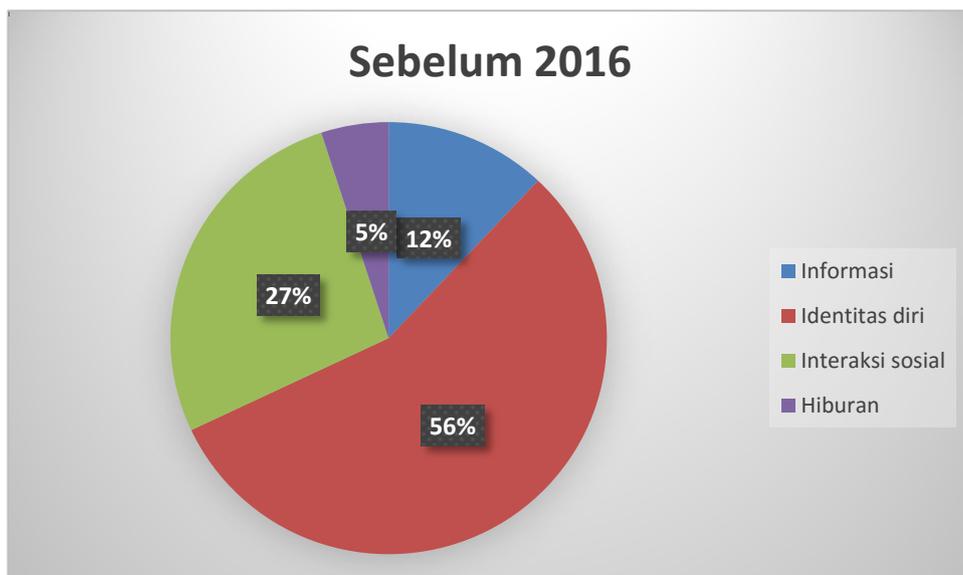
Kemudian pada kelompok waktu mengikuti akun instagram @Rodaduasampetua sebagian responden atau sebanyak 20 responden (5%) menjawab jika mereka mengikuti akun instagram sejak tahun 2010, lalu sebanyak 28 responden (7%) menjawab jika mereka mulai mengikuti akun instagram sejak tahun 2011, sementara itu sebanyak 41 responden (10%) mengaku mereka mulai mengikuti akun instagram sejak tahun 2012, lalu sebanyak 86 responden (22%) mulai mengikuti akun instagram pada tahun 2013 diikuti dengan 85 responden (21%) pada tahun 2014, dan

sebanyak 77 responden (19%) mulai mengikuti akun instagram pada tahun 2015 dan sisanya mengaku mulai mengikuti akun instagram pada rentang tahun 2016 sebanyak 46 responden (12%) dan 17 responden (4%) pada 2017.

Berdasarkan waktu mengikuti akun instagram @Rodaduasampetua kemudian responden dikelompokkan menjadi dua, yaitu berdasarkan mengikuti akun instagram @Rodaduasampetua sebelum tahun 2016 dan sesudah tahun 2016. Adapun hasil pengolahan data menyimpulkan bahwa keseluruhan responden yang mengikuti akun instagram sebelum tahun 2016 (56%) dan sesudah tahun 2106 (52%) memiliki motif tertinggi yang sama yaitu motif identitas diri. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden berdasarkan waktu mengikuti akun instagram @Rodaduasampetua menjadikan akun tersebut sebagai gambaran nilai-nilai pribadi, model perilaku mereka dalam menggunakan media sosial saat ini.

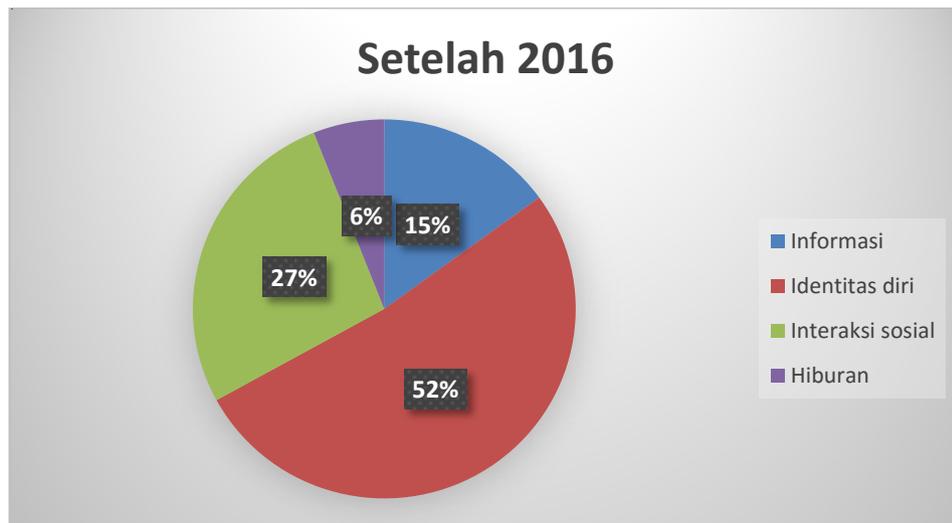
Motif ini erat kaitannya dengan penguatan nilai atau menambah keyakinan, pemahaman dan eksplorasi tentang diri sendiri. Pada motif ini pengguna media akan berusaha untuk mengeksplorasi potensi, kemampuan, bakat, citra diri, kepercayaan diri dan nilai-nilai positif yang dimilikinya dan nantinya akan menjadi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

Diagram 3. 11 Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Waktu dalam mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

Diagram 3. 12 Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Waktu dalam mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

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

7. Motif *Followers* berdasarkan Usia

Pada karakteristik usia menunjukkan ada sebanyak 119 (30%) responden dari 400 total responden berusia 18 tahun, lalu sebanyak 39 responden (10%) berusia 19 tahun, lalu sebanyak 55 responden (14%) berusia 20 tahun, 47 responden (12%) berusia 21 tahun, 34 responden (9%) berusia 22 tahun, 31 responden (8%) berusia 23 tahun, 24 responden (6%) berusia 24 tahun, 16 responden (4%) berusia 25 tahun, 6 responden (2%) berusia 26 tahun, 8 responden (2%) berusia 27 tahun, 5 responden

(1%) berusia 28 tahun, 4 responden (1%) berusia 29 tahun, 6 responden (2%) berusia 30 tahun, sedangkan berusia 32 tahun dan 34 tahun berjumlah 1 responden tiap tahunnya, dan berusia 33 dan 35 berjumlah 2 responden tiap tahunnya.

Berdasarkan karakteristik usia pengikut akun instagram @Rodaduasampetua kemudian responden dikelompokkan menjadi tiga, yaitu usia 18-23 tahun, 24-29 tahun, dan 30-35 tahun. Adapun hasil pengolahan data menyimpulkan bahwa responden yang mengikuti akun instagram pada usia 18-23 tahun memiliki motif tertinggi yaitu motif identitas diri (56%), usia 24-29 tahun memiliki motif tertinggi informasi (55%), dan usia 30-35 tahun memiliki motif tertinggi hiburan (69%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang berusia 18-23 tahun masih memiliki rasa emosional yang tinggi dan ingin diakui, sehingga motif mereka dalam mengikuti akun instagram tersebut adalah untuk menggambarkan identitas diri mereka.

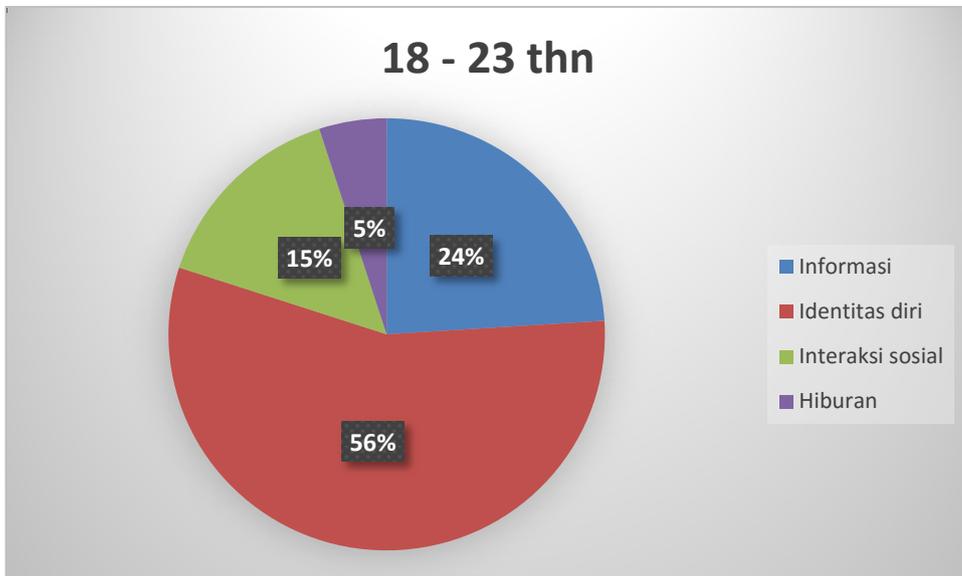
Adapun responden pada usia 24-29 tahun sudah dikategorikan sebagai responden yang sudah dewasa dan mereka merupakan responden yang selalu memikirkan setiap keputusan yang mereka pilih, sehingga motif mereka dalam mengikuti akun instagram tersebut adalah sebagai informasi. Mereka mendapatkan semua informasi mengenai motor klasik dari akun instagram @Rodaduasampetua. Dan responden pada usia 30-35 tahun yang merupakan responden sudah masuk kategori responden yang berumur/tua, mereka dalam mengikuti akun instagram @Rodaduasampetua hanya sebagai hiburan. Hal ini dikarenakan banyak

hal yang harus mereka utamakan dalam melakukan segala hal, sehingga mengikuti akun instagram tersebut hanya sebatas hiburan bagi mereka.

Begitu juga dengan usia pengguna jejaring sosial, pada penelitian ini responden yang mengikuti akun instagram @Rodaduasampetua lebih banyak diikuti oleh remaja berusia 18 tahun dan usia di bawah 30 tahun an. Hal ini menunjukkan bahwa pengikuti akun in스타그램 @Rodaduasampetua lebih banyak diikuti oleh remaja yang berusia di bawah usia 30 tahun an. Hal ini menunjukkan bahwa remaja pada saat ini lebih banyak berkomunikasi dengan orang lain dan teman-temannya melalui jejaring sosial.

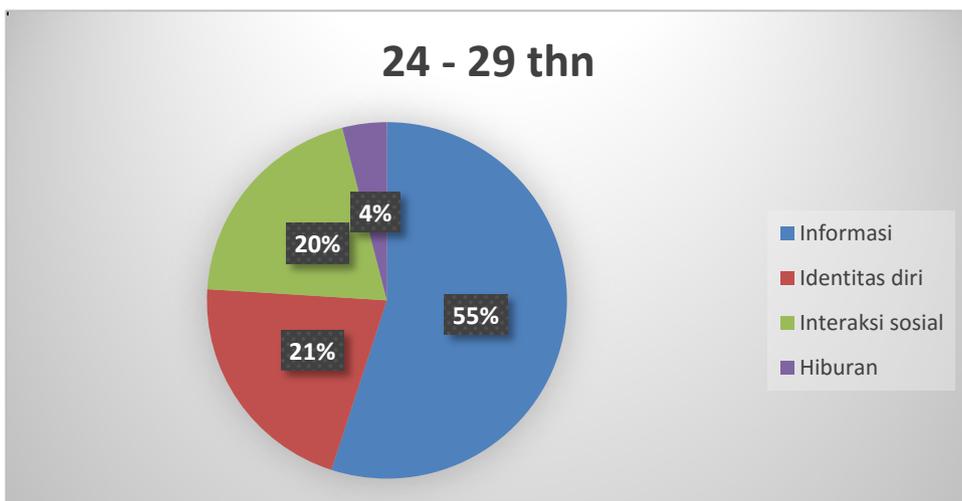
Grant dalam Mazman dan Uzluel (2011) mengungkapkan bahwa jejaring sosial sebagian besar digunakan oleh remaja dan dewasa awal sebagai penghubung kepribadian mereka dengan orang lain dan untuk menghubungkan mereka dengan teman-teman, menunjukkan kepada dunia siapa mereka dan siapa orang terdekat mereka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

Diagram 3. 13 Hasil Pengolahan Data Kecenderungan Responden Berdasarkan Usia dalam mengikuti akun instagram



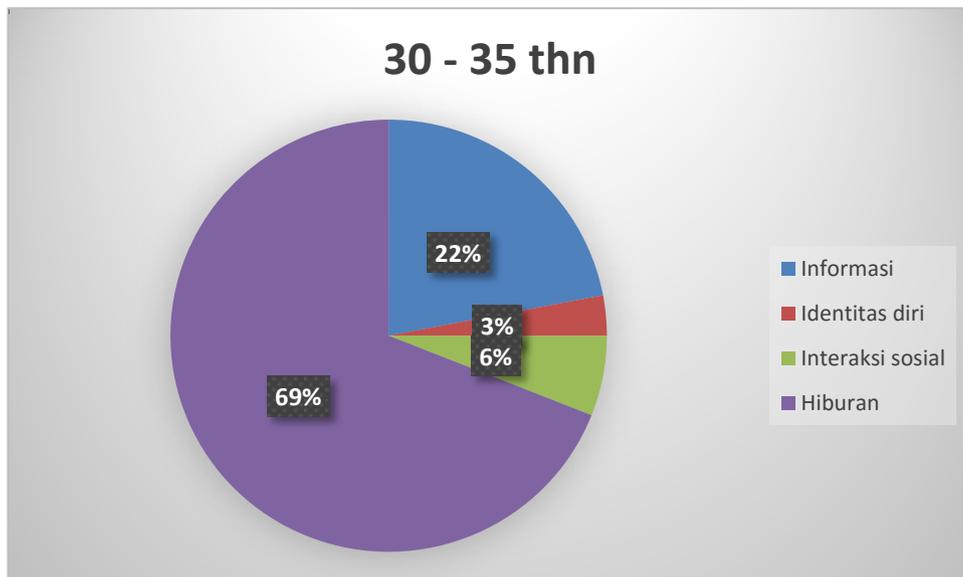
Sumber: Data Primer 2018

Diagram 3. 14 Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Usia dalam mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

Diagram 3. 15 Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Usia dalam mengikuti akun instagram

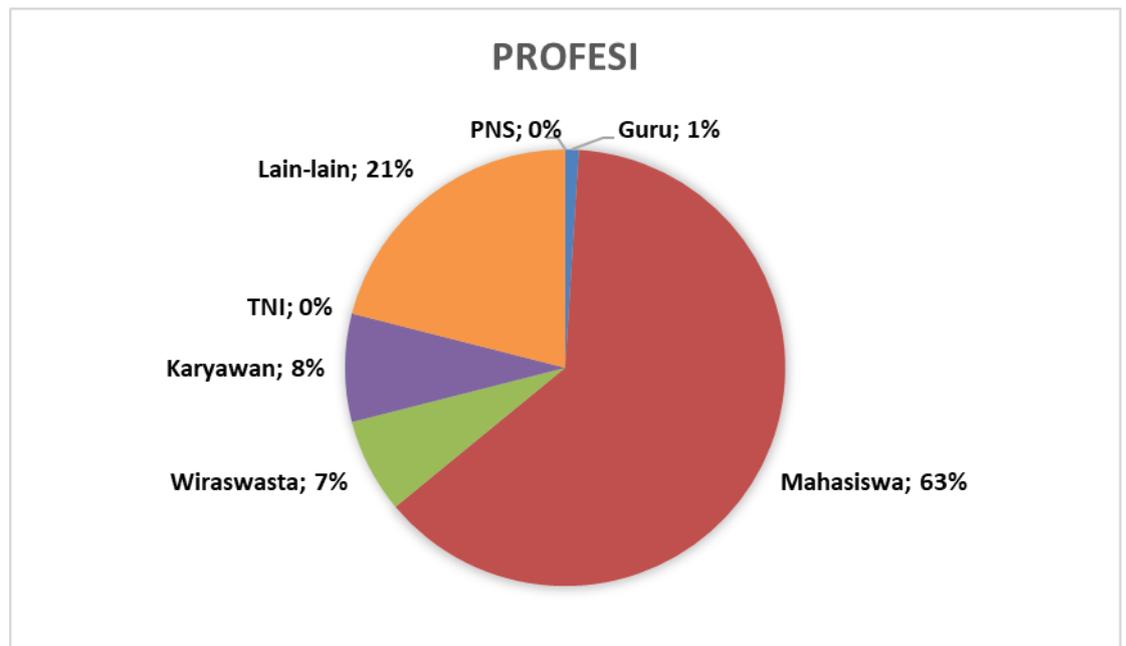


Sumber: Data Primer 2018

8. Motif *Followers* berdasarkan Profesi

Selanjutnya pada karakter profesi menunjukkan ada sebanyak 250 (63%) responden dari 400 total responden berprofesi sebagai mahasiswa, lalu sebanyak 1 responden berprofesi sebagai PNS, lalu sebanyak 32 responden (8%) berprofesi sebagai karyawan, 2 responden (1%) berprofesi sebagai TNI, 28 responden (7%) berprofesi sebagai wiraswasta, 2 responden (1%) berprofesi sebagai guru, dan 85 responden (21%) berprofesi lain-lain. Dalam penelitian ini profesi lain-lain mencakup buruh, dokter hewan, fotografer, editor, belum bekerja, dan youtuber.

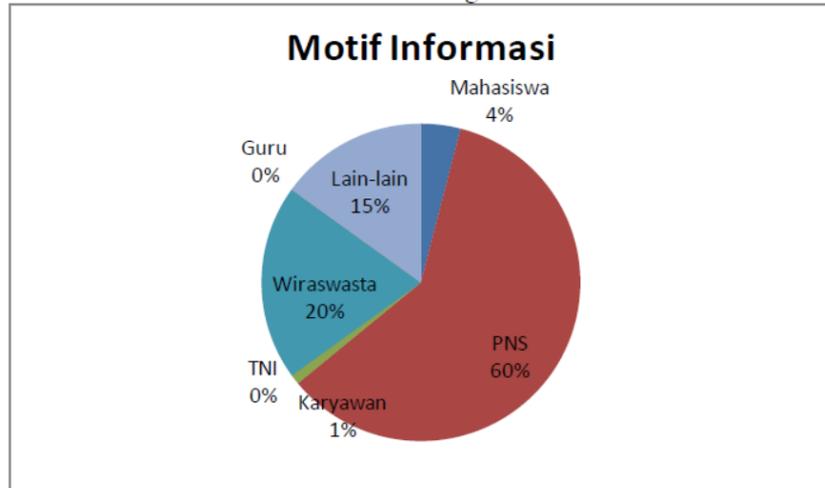
Diagram 3. 16 Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Profesi dalam mengikuti akun Instagram



Sumber: Data Primer 2018

Berdasarkan karakteristik profesi pengikut akun instagram @Rodaduasampetua kemudian responden dikelompokkan menjadi empat motif, yaitu motif informasi, motif identitas diri, motif interaksi sosial, dan motif hiburan. Adapun karakteristik profesi yang memiliki motif informasi tertinggi adalah responden yang berprofesi sebagai PNS (61%) dan wiraswasta (39%). Selanjutnya karakteristik profesi dengan motif identitas diri tertinggi adalah responden yang berprofesi sebagai karyawan (58%). Dan karakteristik profesi dengan motif interaksi sosial tertinggi adalah responden yang berprofesi sebagai mahasiswa (51%) dan lain-lain (49%). Dan karakteristik profesi dengan motif hiburan tertinggi adalah responden yang berprofesi sebagai TNI (50%) dan guru (50%).

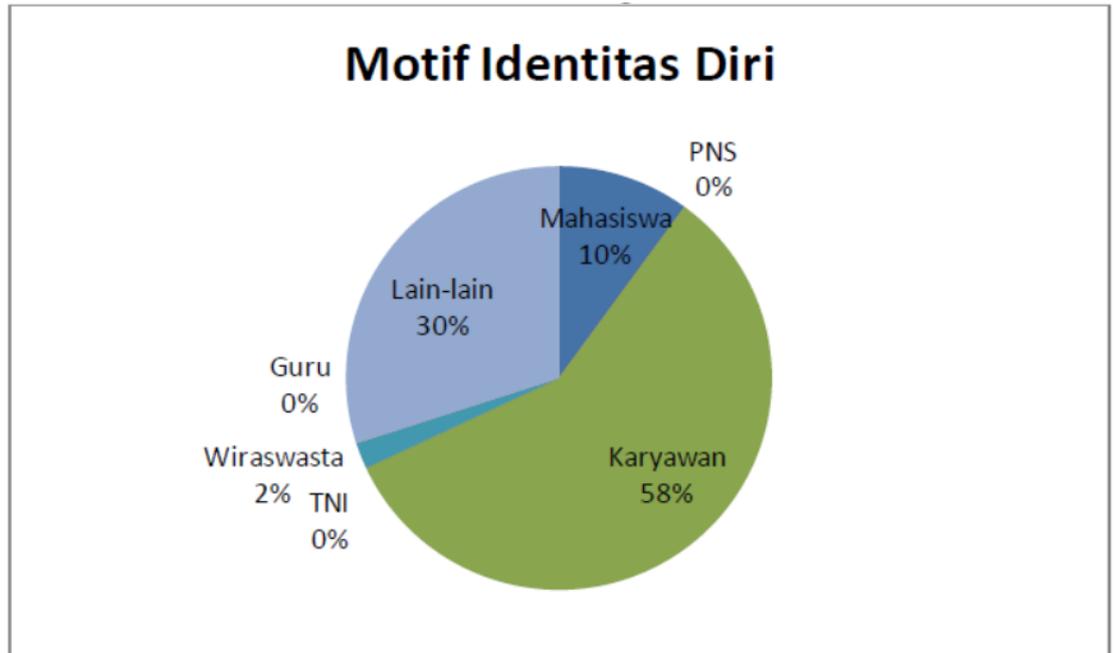
Diagram 3. 17 Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Profesi dengan motif informasi dalam mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

Dari diagram di atas diketahui bahwa dilihat berdasarkan profesi yang mengikuti akun @rodaduasampetua dari berbagai profesi responden yang muncul hanya ada empat profesi yang menunjukkan adanya motif informasi. Dimana dari profesi PNS merupakan profesi terbesar yang memiliki motif informasi yaitu sebesar 60%, selanjutnya wiraswasta sebesar 20%, Karyawan 1% dan mahasiswa sebesar 4%.

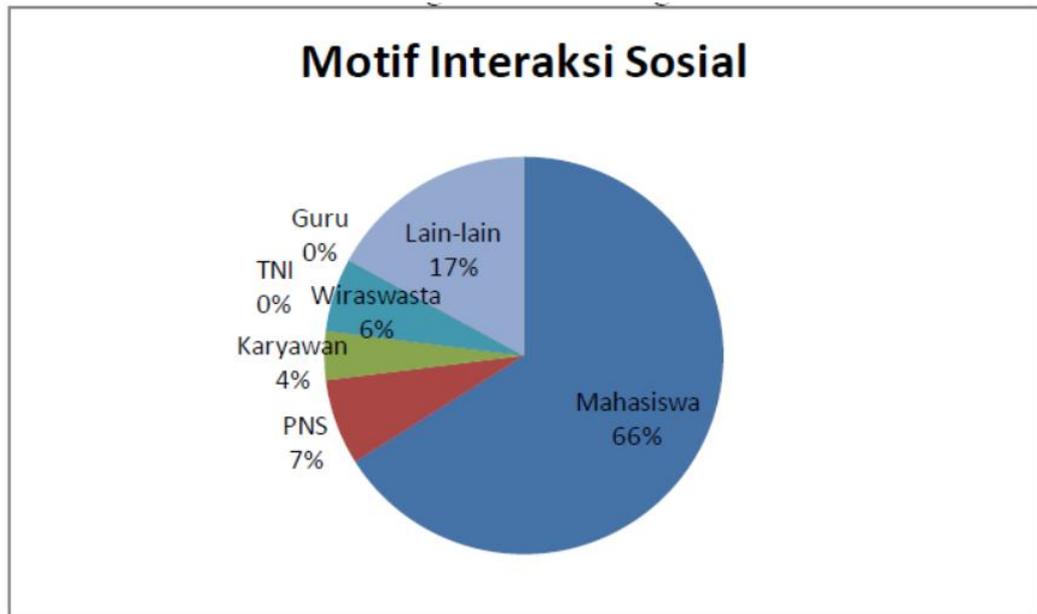
Diagram 3. 18 Hasil Pengolahan Data Kecenderungan Responden Berdasarkan Profesi dengan motif identitas diri dalam mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

Dari diagram motif identitas diri diatas dapat dilihat berdasarkan profesi yang mengikuti akun @rodaduasampetua dari berbagai profesi responden yang muncul hanya ada empat profesi yang menunjukkan adanya motif identitas diri. Dimana dari profesi karyawan merupakan profesi terbesar yang memiliki motif informasi yaitu sebesar 58%, selanjutnya Mahasiswa sebesar 10%,Wiraswasta 2% dan lain-lain sebesar 30%.

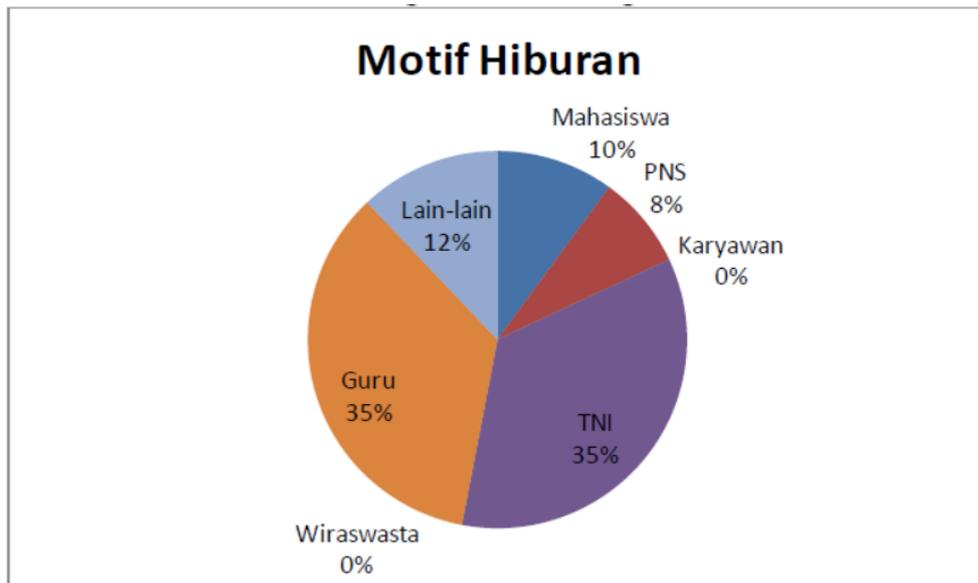
Diagram 3. 19 Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Profesi dengan motif interaksi sosial dalam mengikuti akun Instagram



Sumber: Data Primer 2018

Dari diagram motif interaksi sosial di atas dapat dilihat berdasarkan profesi yang mengikuti akun @rodaduasampetua dari berbagai profesi responden yang muncul hanya ada lima profesi yang menunjukkan adanya motif identitas diri. Dimana dari profesi mahasiswa merupakan profesi terbesar yang memiliki identitas diri yaitu sebesar 66%, selanjutnya PNS sebesar 7%, Wiraswasta 6% , Karyawan 4% dan lain-lain sebesar 17%.

Diagram 3. 20 Hasil Pengolahan Data Kecendrungan Responden Berdasarkan Profesi dengan motif interaksi sosial dalam mengikuti akun instagram



Sumber: Data Primer 2018

Terakhir adalah motif hiburan, dimana dari diagram motif hiburan di atas dapat dilihat berdasarkan profesi yang mengikuti akun @rodaduasampetua dari berbagai profesi responden yang muncul hanya ada lima profesi yang menunjukkan adanya motif hiburan. Dimana dari profesi guru dan TNI memiliki persentase yang sama dalam hal motif hiburan yaitu 35%, selanjutnya mahasiswa 10%, selanjutnya PNS sebesar 8%, dan lain-lain sebesar 12%.

D. PEMBAHASAN

1. Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan dengan memberikan kuisioner yang memiliki 13 butir pernyataan dengan opsi jawaban menggunakan skala likert dimulai dari sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju, setuju dan tidak setuju lalu dibagikan kepada total responden sebanyak 400 orang dengan karakteristik responden merupakan pengikut atau follower dari akun instagram @rodaduasampetua. Data yang telah diterima kemudian diolah menggunakan SPSS versi 25.0 untuk mengetahui nilai tengah, nilai rata-rata, nilai yang paling sering muncul dan simpangan baku pada setiap motifnya untuk kemudian mengelompokkan responden berdasarkan tiga kriteria yakni kriteria rendah, kriteria sedang dan kriteria tinggi sehingga dapat diketahui seberapa besar pengaruh motif tersebut kepada responden.

Pada saat penelitian dilakukan karakteristik responden dibedakan lagi menjadi empat karakteristik sehingga tidak hanya karakteristik utama yakni mereka yang menggunakan *instagram* dan memahami motor klasik. Ketiga karakteristik tersebut adalah pengelompokan berdasarkan jenis kelamin, batas waktu mengikuti akun instagram @rodaduasampetua, berdasarkan usia dan pekerjaan. Berdasarkan hasil pengolahan data untuk kelompok jenis kelamin ditemukan bahwa sebanyak 390 responden (97%) dari total 400 responden berjenis kelamin laki-laki sementara jenis kelamin perempuan hanya sebanyak 10 responden (3%) saja. Sementara itu pada kelompok batas waktu mengikuti akun instagram @rodaduasampetua terdapat sebanyak 20 responden (5%) telah

mengikuti akun instagram @rodaduasampetua sejak tahun 2010, lalu sebanyak 28 responden (7%) mengikuti akun instagram sejak tahun 2011, lalu sebanyak 41 responden (10%) mengikuti akun instagram sejak tahun 2012, 86 responden (22%) pada tahun 2013, 85 responden (21%) pada tahun 2014, 77 responden (19%) pada tahun 2015, sedangkan pada tahun 2016 hanya ada 46 responden (12%), dan sisanya pada jenjang tahun 2017 sebanyak 17 responden (4%).

Kemudian pada rentang usia sebagian besar responden atau sebanyak 119 (30%) responden dari 400 total responden berusia 18 tahun, lalu sebanyak 39 responden (10%) berusia 19 tahun, lalu sebanyak 55 responden (14%) berusia 20 tahun, 47 responden (12%) berusia 21 tahun, 34 responden (9%) berusia 22 tahun, 31 responden (8%) berusia 23 tahun, 24 responden (6%) berusia 24 tahun, 16 responden (4%) berusia 25 tahun, 6 responden (2%) berusia 26 tahun, 8 responden (2%) berusia 27 tahun, 5 responden (1%) berusia 28 tahun, 4 responden (1%) berusia 29 tahun, 6 responden (2%) berusia 30 tahun, sedangkan berusia 32 tahun dan 34 tahun berjumlah 1 responden tiap, dan berusia 33 dan 35 berjumlah 2 responden.

Selanjutnya dilihat dari profesi sebagian besar responden berprofesi menunjukkan ada sebanyak 250 (63%) responden dari 400 total responden berprofesi sebagai mahasiswa, lalu sebanyak 1 responden berprofesi sebagai PNS, lalu sebanyak 32 responden (8%) berprofesi sebagaikaryawan, 2 responden (1%) berprofesi sebagai TNI, 28 responden (7%) berprofesi sebagai wiraswasta, 2 responden (1%) berprofesi sebagai guru, dan 85 responden (21%) berprofesi lain-lain.

Dalam penelitian ini profesi lain-lain mencakup buruh, dokter hewan, fotografer, editor, belum bekerja, dan youtuber.

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut dapat dilihat jika laki-laki lebih banyak mendominasi penelitian ini daripada responden perempuan. Dominasi responden yang terdapat pada penelitian ini senada dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2009) yang melakukan penelitian terhadap persepsi masyarakat terhadap sepeda motor matic yang mengemukakan bahwa dominasi laki-laki tersebut dikarenakan pengendara sepeda motor sebagian besar adalah laki-laki. Sedangkan dari usia dapat diketahui hampir dari sepertiga responden merupakan remaja dan dewasa awal hal ini senada dengan yang dijelaskan oleh Grant dalam Mazman dan Uzluel (2011) mengungkapkan bahwa jejaring sosial sebagian besar digunakan oleh remaja dan dewasa awal sebagai penghubung kepribadian mereka dengan orang lain dan untuk menghubungkan mereka dengan teman-teman, menunjukkan kepada dunia siapa mereka dan siapa orang terdekat mereka serta siapa saja yang memiliki pemikiran yang sama dengan mereka. hal ini juga menjadi jawaban atas sebagian besar responden yang masih berstatus sebagai mahasiswa sebagai para pengikut dari akun @rodaduasampetua.

Pada hasil keseluruhan motif para pengguna *instagram* yang mengikuti akun @rodaduasampetua diperoleh bahwa dari 400 responden sebanyak 380 responden (95%) berada pada kriteria menunjukkan bahwa *instagram* sebagai media interaksi sesama pengguna yang memiliki kesukaan terhadap motor klasik. Selibhnya motif identitas diri, informasi dan hiburan dapat dikatakan bukan

merupakan motif utama dalam mengikuti akun @rodaduasampetua, seperti yang dijelaskan Little Jhon bahwa media merupakan alat yang dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak (Littlejohn dan Foss, 2009).

Hasil temuan ini menunjukkan bahwa ada motif bagi pengguna instagram dalam mengikuti sebuah akun pada instagram, hal ini dikarenakan para pengguna instagram merupakan khalayak aktif yang dalam menggunakan *instagram* meskipun mereka tidak dipengaruhi oleh keempat motif secara keseluruhan namun setidaknya ada sebanyak tiga motif bagi mereka dalam menggunakan *instagram*. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui jika ada motif follower akun @rodaduasampetua dalam menggunakan *instagram* namun masih dalam kategori sedang. Hal ini bisa disebabkan karena follower akun @rodaduasampetua sebagai pengguna *instagram* adalah juga merupakan seorang khalayak aktif media berpendapat jika *instagram* belum mampu memenuhi kebutuhan mereka akan suatu hal. Pada teori *uses and gratification* diungkapkan bahwa suatu khalayak dikatakan aktif jika mereka menggunakan suatu media karena mempunyai tujuan tertentu lalu media tersebut harus bisa memenuhi kebutuhan mereka. Kebutuhan informasi bagi masing – masing individu tidaklah sama. Latar belakang, kebutuhan, pengalaman dan pendidikan menentukan informasi apa yang diperlukan atau menarik perhatian seseorang (Rakhmat 2008:59).

Adapun kebutuhan manusia dikategorikan berupa kebutuhan kognitif, afektif, integrasi personal, integrasi sosial dan pelarian. Sedangkan berkaitan dengan penggunaan media, berbagai jenis

kebutuhan tersebut oleh Katz dan kawan – kawan didefinisikan sebagai berikut :

- a. Kebutuhan Kognitif (*cognitive needs*) adalah kebutuhan yang bertalian dengan penambahan informasi, pengetahuan dan pemahaman atas lingkungan khalayak. Kebutuhan ini pada hakikatnya berdasarkan dorongan untuk memahami dan menguasai lingkungan, di samping itu juga untuk memuaskan dorongan keingintahuan (*curiosity*) dan dorongan menjelajah (*exploratory*),
- b. Kebutuhan Afektif (*affective needs*) yaitu kebutuhan yang bertalian dengan keinginan menambah pengalaman estetika, kesenangan, dan emosional,
- c. Kebutuhan Integrasi Personal (*personal integrative needs*) merupakan kebutuhan yang bertalian dengan keinginan menambah kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individu. Kebutuhan tersebut berasal dari dorongan akan harga diri (*self esteem*) individu,
- d. Kebutuhan Integratif Sosial (*social integrative needs*) adalah kebutuhan yang berkaitan dengan penambahan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia. Kebutuhan ini berdasarkan akan dorongan afiliasi individu.
- e. Kebutuhan Pelarian (*escapist needs*) yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan pelarian diri, mengurangi ketegangan dan dorongan untuk memperoleh hiburan (Rakhmat, 2008:87)

2. Motif Informasi

Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak alasan-alasan diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu (Gerungan, 2002:140). Motif informasi adalah motif yang mendasari seseorang untuk mencari informasi mengenai hal-hal yang belum ia ketahui atau untuk membantu mereka dalam melakukan hal-hal tertentu. Pada motif ini juga seseorang akan menggali informasi dan pengetahuan tidak hanya tentang berita saja namun bisa juga mencari informasi untuk mencapai sesuatu atau meningkatkan pemahaman mereka.

Dalam instagram, informasi yang akan diperoleh oleh penggunanya tidak hanya berupa berita semata melainkan kabar dari seseorang yang dapat dilihat dari *timeline* mereka, tren *fashion* terbaru, info kuliner atau tren yang sedang mendunia. Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk bagi pemilik instagram itu sendiri (Mahendra, 2014 dalam Kurniawan, 2015).

Pada motif informasi terdapat 4 pernyataan mulai dari pernyataan nomor 1 sampai 4 dengan opsi jawaban sangat setuju (ss), setuju (s), kurang setuju (ks), tidak setuju (ts), dan sangat tidak setuju (sts) yang dibagikan kepada 400 responden. Berdasarkan data yang diperoleh sebanyak 49 responden (12%) berada pada kriteria rendah untuk motif informasi mereka dalam mengikuti instagram tersebut. Sementara itu sebanyak 216 responden (54%) berada pada kriteria sedang dimana motif informasi cukup memberikan pengaruh bagi mereka dalam mengikuti akun instagram tersebut. Lalu pada kriteria

tinggi terdapat 135 responden (34%) yang benar-benar menggunakan instagram sebagai salah satu sarana mereka dalam mencari dan mendapatkan informasi tentang siapapun atau kejadian apapun.

Melalui hasil pengolahan data tersebut dapat diketahui jika terdapat motif informasi responden dalam mengikuti akun instagram @RODADUASAMPETUA namun masih pada kategori sedang. Informasi merupakan salah satu bagian penting dalam sebuah media sosial. Seorang pengguna akan membutuhkan informasi tertentu terkait suatu hal yang membuatnya tertarik untuk berinteraksi dengan hal tersebut. Seseorang mencari informasi melalui sebuah media untuk memenuhi rasa keingintahuannya dengan mencari apa yang ia butuhkan (McQuail, 2011:71).

Hal ini dikarenakan sebagian responden tidak hanya mendapatkan informasi mengenai motor klasik dari akun instagram @RODADUASAMPETUA akan tetapi dimungkinkan sebagian responden juga mendapatkan informasi mengenai motor klasik dari media sosial yang lainnya. Dikarenakan pada zaman modern saat ini setiap orang tidak hanya memiliki satu media sosial saja, akan tetapi pada umumnya setiap orang memiliki lebih dari dua media sosial untuk mencari informasi di dunia maya. Tingkat kesadaran pengguna media sosial sudah meningkat dalam mencari media apa yang dapat digunakan sebagai sumber untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam mendapatkan informasi yang aktual dan terpercaya.

Motif *followers* berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan memiliki kecenderungan yang tinggi pada motif informasi dalam mengikuti akun instagram

@RODADUASAMPETUA. Hal ini dikarenakan responden berjenis kelamin perempuan merasa puas dengan informasi mengenai motor klasik yang diberikan oleh akun instagram @RODADUASAMPETUA, sehingga mereka tidak perlu mencari informasi mengenai motor klasik pada media sosial yang lainnya. Hal ini mengindikasikan para khalayak aktif bukan hanya dalam memilih media saja akan tetapi lebih pada informasi mana yang dapat memenuhi kebutuhannya. Penggunaan suatu media akan berlangsung secara terus menerus apabila media mampu memenuhi kebutuhan individu (Littlejohn dan Foss, 2009:137).

Dan motif *followers* berdasarkan usia menunjukkan bahwa responden yang berusia antara 24-29 tahun juga memiliki kecenderungan yang tinggi pada motif informasi dalam mengikuti akun instagram @RODADUASAMPETUA. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengikut akun instagram @RODADUASAMPETUA adalah khalayak muda yang aktif di media sosial dan mereka adalah orang yang selalu mengandalkan media sosial sebagai pusat informasi pada saat ini, dikarenakan kecenderungan mereka yang selalu berada di depan layar komputer dan hp sepanjang harinya.

Adapun motif *followers* berdasarkan profesi menunjukkan bahwa responden yang memiliki kecenderungan yang tinggi pada motif informasi dalam mengikuti akun instagram @RODADUASAMPETUA adalah responden dengan profesi Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan wiraswasta. Hal ini memiliki kemungkinan bahwa responden yang memiliki profesi sebagai PNS dan wiraswasta yang memiliki ketertarikan dengan motor klasik sudah merasa puas

dengan informasi yang disajikan oleh akun instagram @RODADUASAMPETUA dikarenakan mereka tidak memiliki waktu untuk ataupun ketertarikan untuk mencari informasi tentang motor klasik melalui akun media sosial lainnya.

Perkembangan sosial media instagram membuat pengguna bukan hanya terlibat aktif dalam berkomunikasi dengan anggota pengguna lain, tapi juga secara aktif mencari dan berbagi informasi. Khalayak sangat selektif dalam mencari dan berbagi informasi, yang disesuaikan dengan kebutuhan serta orientasi nilai dan ideologinya. Kuatnya motif dalam mencari dan berbagi informasi yang disesuaikan dengan kebutuhan, nilai, dan orientasi ideologisnya itu membuatnya sering kali tidak kritis atas sumber-sumber informasi rujukan. Ini membuat para partisipan mudah dimanipulasi oleh sumber-sumber informasi yang terus berupaya mendapatkan pengaruh dalam media jejaring sosial (Puji Rianto, 2016)

3. Motif Identitas Diri

Motif selanjutnya adalah motif identitas diri. Motif ini erat kaitannya dengan penguatan nilai atau menambah keyakinan, pemahaman dan eksplorasi tentang diri sendiri. Pada motif ini pengguna media akan berusaha untuk mengeksplorasi potensi, kemampuan, bakat, citra diri, kepercayaan diri dan nilai-nilai positif yang dimilikinya dan nantinya akan menjadi acuan dalam berperilaku.

Pada motif identitas diri terdapat empat pernyataan yang terdapat pada pernyataan nomor 5 hingga 8 dengan opsi jawaban sangat setuju (ss), setuju (s), kurang setuju (ks), tidak setuju (ts), dan sangat tidak setuju (sts). Berdasarkan data hasil penelitian ditemukan bahwa sebanyak 79 responden (20%) berada pada kategori kriteria rendah untuk motif identitas diri. Itu artinya motif ini tidak terlalu besar bagi para followers dalam mengikuti akun instagram tersebut. Lalu sebanyak 224 responden (56%) berada pada tingkatan kategori sedang dimana motif identitas diri cukup memberikan pengaruh kepada mereka untuk mengikuti akun instagram tersebut. Kemudian pada kriteria tinggi terdapat 97 responden (24%) yang menempati kriteria tersebut. Itu artinya motif identitas diri memang benar-benar memberikan pengaruh yang kuat kepada mereka sehingga memilih mengikuti akun instagram @rodaduasampetua.

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas dapat diketahui jika motif identitas diri termasuk salah satu motif dalam mengikuti akun instagram @Rodaduasampetua namun masih pada taraf kategori sedang padahal pada penelitian ini motif identitas diri ini berkaitan

dengan bagaimana responden mengikuti akun instagram @Rodaduasampetua sebagai sarana mereka untuk meningkatkan rasa percaya diri yang mereka miliki, menemukan model perilaku sebagai acuan dalam bertindak, meningkatkan pemahaman diri mereka terhadap diri sendiri serta menggunakan instagram sebagai tempat mereka untuk menyalurkan potensi dan bakat yang mereka miliki.

Pada buku Teori Komunikasi yang ditulis oleh Little John beserta teman-temannya mengungkapkan yang dimaksud dengan identitas diri ialah sebuah penghubung utama antara individu yang satu dengan individu lainnya dan komunikasi sebagai sarana agar hubungan tersebut dapat terjadi. Motif ini juga mendorong seseorang untuk menggunakan media untuk memperkuat serta menonjolkan sesuatu atau situasi yang penting dalam hidupnya (Little John, 2009: 40).

Motif *followers* berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki memiliki kecenderungan yang tinggi pada motif identitas diri dalam mengikuti akun instagram @Rodaduasampetua. Hal ini dikarenakan responden berjenis kelamin laki-laki lebih menyukai motor klasik, karena mereka menganggap sikap menyukai motor klasik tersebut merupakan bagian dari eksplorasi potensi, kemampuan, bakat, citra diri, kepercayaan diri dan nilai-nilai positif yang dimilikinya dan nantinya akan menjadi acuan dalam berperilaku.

Dan motif *followers* berdasarkan usia menunjukkan bahwa responden yang berusia antara 18-23 tahun juga memiliki kecenderungan yang tinggi pada motif identitas diri dalam mengikuti akun instagram @Rodaduasampetua. Hasil ini menunjukkan bahwa

sebagian besar pengikut akun instagram @rodaduasampetua adalah khalayak muda yang aktif di media sosial dan mereka adalah orang yang menjadikan media sosial sebagai penambah keyakinan, pemahaman dan eksplorasi tentang diri sendiri. Menurut peneliti hal ini dikarenakan kecenderungan anak yang berusia di bawah 20 tahun adalah anak yang menginjak usia dewasa dan usia di bawah 20 tahun merupakan usia anak yang masih dalam pencarian identitas diri dan pengakuan dari orang lain.

Adapun motif *followers* berdasarkan profesi menunjukkan bahwa responden yang memiliki kecenderungan yang tinggi pada motif identitas diri dalam mengikuti akun instagram @rodaduasampetua adalah responden dengan profesi sebagai karyawan. Dan menurut peneliti, hal ini juga dikarenakan seorang karyawan memiliki sifat kecenderungan untuk selalu diakui oleh orang lain. Sehingga dalam penelitian ini responden dengan profesi karyawan memiliki kecenderungan tertinggi pada motif identitas diri. Begitu juga dengan motif *followers* berdasarkan waktu mengikuti akun instagram @rodaduasampetua menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan antara sebelum dan sesudah tahun 2016 bahwa semua responden memiliki kecenderungan tertinggi pada motif identitas diri. Hal ini menunjukkan bahwa, berdasarkan waktu mengikuti akun instagram ini, seluruh motif responden didasari oleh motif identitas diri.

Motif identitas personal/pribadi, adalah motif yang mendorong seseorang menggunakan media untuk memperkuat dan menonjolkan sesuatu atau situasi yang penting dalam hidupnya sendiri. Tingginya motif identitas diri yang terdapat pada bagian ini juga disimpulkan

dalam penelitian Utomo (2013) dalam hasil penelitiannya ditemukan bahwa terhadap motif pengguna jejaring sosial Google+ di Indonesia dimana motif tertinggi adalah untuk memperbaharui status, dimana mereka mampu menyatakan eksistensi dirinya serta mendapatkan informasi melalui stream dalam Google+.

4. Motif Interaksi Sosial

Motif selanjutnya adalah motif interaksi sosial. Motif yang erat kaitannya dengan hubungan antar individu dengan individu lainnya ini ternyata cukup memberikan pengaruh pada responden dalam mengikuti akun instagram @Rodaduasampetua. Pada penelitian ini, motif interaksi sosial memiliki jumlah pernyataan sebanyak tiga butir pernyataan dengan opsi jawaban sangat setuju (ss), setuju (s), kurang setuju (ks), tidak setuju (ts), dan sangat tidak setuju (sts). Pernyataan tersebut berada pada nomor 9 sampai 11 pada lembar kuisioner.

Berdasarkan hasil pengolahan data ditemukan bahwa sebanyak 20 responden (5%) berada pada kriteria rendah yang artinya mereka tidak terlalu terpengaruh oleh motif interaksi sosial ini pada saat mereka mengikuti akun instagram @rodaduasampetua. Lalu sebanyak 380 responden (95%) berada pada kriteria sedang. Hal ini menunjukkan bahwa mereka yang berada pada kriteria ini cukup dipengaruhi oleh motif tersebut ketika mereka memutuskan untuk mengikuti akun instagram @rodaduasampetua.

Melalui hasil pengolahan data di atas dapat diketahui jika motif interaksi sosial merupakan salah satu motif responden dalam mengikuti akun instagram @rodaduasampetua meskipun dalam kategori sedang. Berdasarkan hasil pengolahan data di atas

menunjukkan bahwa motif *followers* berdasarkan profesi menunjukkan bahwa responden yang memiliki kecenderungan yang tinggi pada motif interaksi sosial dalam mengikuti akun instagram @rodaduasampetua adalah responden dengan profesi sebagai mahasiswa dan lain-lain (buruh, dokter hewan, fotografer, editor, belum bekerja, dan youtuber).

Media baru dalam hal ini dapat memberi kontribusi yang besar bagi demokrasi. Kontribusi tersebut berupa terbentuknya ruang publik yang universal, bisa diakses oleh siapa saja. Sehingga masyarakat tidak mengalami hambatan untuk menyuarakan aspirasinya. Di sisi lain, media baru mengubah komunikasi politik yang selama ini cenderung top-down, menjadi bottom up dan decentralized. (Salvatore Simarmata, 2014)

Mahasiswa merupakan sekumpulan manusia yang memiliki usia produktif sehingga menjadikan mereka selalu berkomunikasi dan berinteraksi sesama mahasiswa, orang lain ataupun berinteraksi dengan sesama komunitas. mendorong seseorang menggunakan suatu media demi kelangsungan hubungannya dengan orang lain. Mereka akan berusaha memuaskan diri mereka dengan memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, mengidentifikasikan diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki, menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial, dan dapat menghubungkan keluarga atau sanak saudara, teman dan masyarakat (McQuail, 2011:73).

Adapun sikap mahasiswa dalam mengikuti akun instagram @rodaduasampetua adalah sebagai sarana mereka dalam berkomunikasi dan berinteraksi sesama pencinta motor klasik. Sehingga mereka memiliki pengetahuan dan referensi mengenai motor klasik dengan cepat dan mudah melalui media sosial yaitu akun instagram @rodaduasampetua. Hal ini sesuai dengan temuan Balckburn dan Read (2005) yang menyebutkan bahwa instagram sebagai sosial media yang lahir dari perkembangan internet memberikan banyak keuntungan secara sosial dan psikologis. Internet dapat menyediakan informasi dan kesempatan untuk berinteraksi secara sosial bagi orang-orang yang memiliki hambatan jarak dan sesuai dengan temuan Malik dan Rafiq (2015) yang menyatakan bahwa dampak positif dari adanya internet adalah memperluas jaringan pertemanan, sebagai media penyebaran informasi, sarana untuk mengembangkan keterampilan, dan kesempatan untuk berinteraksi dengan kelompok-kelompok yang terisolasi secara sosial seperti orang yang menderita kecemasan sosial.

5. Motif Hiburan

Motif terakhir pada penelitian ini adalah motif hiburan. Sesuai dengan namanya motif ini mengarah pada kegiatan yang membuat seseorang untuk melakukan kegiatan yang mampu melepaskan diri mereka dari kepenatan, masalah atau sekedar menghilangkan rasa bosan. Mereka menginginkan dapat melepaskan diri dari permasalahan jika mereka bermain atau menggunakan media tersebut, bersantai, mengisi waktu atau sebagai salah satu cara membangkitkan emosi mereka. Motif ini berkaitan dengan motif pengalihan yaitu motif di

mana seseorang menggunakan media untuk melarikan diri dari rutinitas atau masalah sehari-hari yang mereka hadapi (McQuail, 2007:74).

Motif ini mempunyai jumlah pernyataan yakni sebanyak dua pernyataan yang terletak pada pernyataan nomor 12 sampai 13 dengan opsi jawaban sangat setuju (ss), setuju (s), kurang setuju (ks), tidak setuju (ts), dan sangat tidak setuju (sts). Pada hasil pengolahan data pada motif hiburan ditemukan bahwa sebanyak 61 responden (15%) berada pada kriteria rendah atau bagi mereka motif hiburan tidak terlalu besar bagi mereka dalam menggunakan instagram. Sementara itu sebanyak 218 responden (55%) berada pada kriteria sedang yang berarti motif hiburan cukup mendorong para *followers* dalam menggunakan instagram. Lalu sebanyak 121 responden (30%) menempati kriteria tinggi dimana motif hiburan ini benar-benar menjadi alasan mereka dalam menggunakan instagram.

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas dapat diketahui jika motif hiburan merupakan salah satu motif responden dalam mengikuti akun instagram @rodaduasampetua namun lagi-lagi masih pada kategori sedang. Berdasarkan hasil pengolahan data di atas menunjukkan bahwa motif *followers* berdasarkan usia menunjukkan bahwa responden yang memiliki kecenderungan yang tinggi pada motif hiburan dalam mengikuti akun instagram @Rodaduasampetua adalah responden dengan rentang usia 30-35 tahun. Menurut peneliti, hal ini terjadi karena responden dengan rentang usia 30-35 tahun yang mengikuti akun instagram tersebut hanya sebagai hiburan atau selingan

dari pekerjaan mereka. Dikarenakan mereka tidak memiliki waktu untuk merealisasikan minat mereka terhadap motor klasik. Mereka sudah merasa puas dengan hanya mengikuti dan melihat postingan yang ada pada akun instagram @rodaduasampetua.

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

Sesuai dengan teori *uses and gratifications* yang menjelaskan bahwa seseorang bebas memilih media apa yang digunakan untuk memenuhi keinginan hatinya, termasuk dalam hal hiburan atau media yang digunakan untuk bersenang-senang, maka dijelaskan bahwa penggunaan media menurut pendapat Snow (dalam Tubbs 2000: 212) adalah untuk menciptakan dan memelihara perilaku rutin dan juga untuk membantu memelihara ritme dan suasana hati. Sejauh orang menjadwalkan penggunaan media sehari-hari, interaksi dengan media membutuhkan ritme dan tempo tersendiri. Misalnya mengakses facebook untuk mencurahkan suasana hati baik saat merasa senang, sedih, ataupun marah di status sehingga perasaan emosi itu bisa disalurkan.