

**MOTIF FOLLOWERS DALAM MENGAKSES AKUN INSTAGRAM
@LAMBE_TURAH**

NASKAH PUBLIKASI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Prodi Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh

Nelfi Juni Yetri

20140530095

PRODI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Naskah Publikasi dengan Judul:

**MOTIF FOLLOWERS DALAM MENGAKSES AKUN INSTAGRAM
@LAMBE_TURAH**




Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc

ABSTRAK

Penggunaan media menjadi salah satu fenomena yang mendominasi peradaban manusia pada saat ini. Media sosial menjadi media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat modern. Perkembangan media sosial yang dapat menarik penggunaannya untuk ikut berpartisipasi dengan memberikan umpan balik secara langsung dan dapat membagikan informasi dalam waktu yang cepat serta tidak terbatas, menjadi daya tarik untuk menggunakan dan mengakases akun-akun yang ada pada suatu media sosial. Salah satu media sosial yang sedang berkembang pada saat ini adalah *instagram*. Kemunculan *instagram* memicu munculnya berbagai macam akun menarik untuk diikuti salah satunya adalah akun gosip. Penelitian ini berfokus pada motif seseorang dalam mengakases akun gosip di *instagram* yaitu akun @lambe_turah dengan objek penelitian adalah para pengikut dari akun tersebut.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode deskriptif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 402 responden yang diperoleh dari hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin. Teknik analisa data menggunakan statistika deskriptif. Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat keempat motif yang mempengaruhi *followers* dalam mengakses akun *instagram* @lambe_turah yaitu motif informasi, motif identitas diri, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan. Berdasarkan hasil persilangan dengan karakteristik responden motif integrasi dan interaksi sosial adalah motif yang paling mempengaruhi *followers*. Pada hasil persilangan berdasarkan jenis kelamin, sebesar 69,4% responden perempuan dipengaruhi oleh motif integrasi dan interaksi sosial. Berdasarkan hasil persilangan dengan rentang usia, responden pada rentang usia 21-24 tahun yang dipengaruhi oleh motif integrasi dan interaksi sosial sebesar 56,5%, sedangkan untuk hasil persilangan dengan jenis pekerjaan, maka pelajar/mahasiswa yang dipengaruhi oleh motif ini adalah sebesar 60,2%.

Kata Kunci: Motif, *instagram*, @lambe_turah

ABSTRACT

The use of social media has become a phenomenon that dominates current human civilization. Social media is the media which is used the most by modern society. The development of social media can draw its users to participate by giving feedback directly and can share unlimited numbers of information quickly. Those are the main appeals so that people are interested to use and access certain accounts on social media. One of the media which gains massive popularity is Instagram. It triggers the emergence of various interesting accounts to follow; one of them is an account for gossips. This research aims to find out the followers' motives in accessing @lambe_turah a gossips account whose followers are the object of this research.

This is a quantitative research with descriptive method. The sample of this research was 402 respondents obtained using Slovin formula. The technique of data analysis used was descriptive statistics. The research result shows that there are four motives which influence the followers in accessing @lambe_turah's Instagram account, they are information motive, self-identity motive, integration and social interaction motive, and entertainment motive. Based on the crossing with respondents characteristics, the most prominent motive is integration and social interaction motive. Based on the crossing with gender, 69.4% of female respondents are affected by integration and social interaction motive. Based on the crossing with age, respondents between the age of 21 and 24 which are affected by integration and social interaction motive is 56.5%. Meanwhile, the crossing with types of occupation indicates that students affected by the same motive is at the percentage of 60.2%.

Keywords: motive, Instagram, @lambe_turah

1. LATAR BELAKANG

Kemunculan *instagram* memicu munculnya berbagai macam akun yang menarik untuk diikuti, seperti banyaknya akun-akun *online shop*, akun hiburan yang memuat konten-konten *meme* bahkan parodi video-video pendek. Dengan perkembangan yang semakin meningkat, akun-akun yang menawarkan informasi lainnya seperti akun gosip juga mulai terlihat di *instagram*. Salah satu akun yang menarik untuk dilihat adalah akun @lambe_turah. Akun @lambeh_turah merupakan sebuah akun gosip yang memberikan informasi-informasi terkait kehidupan selebriti atau lainnya. Gosip-gosip tersebut ditampilkan dalam bentuk gambar maupun video. Pada saat ini akun @lambeh_turah telah memiliki *followers* (pengikut) sebanyak 4,7 juta pengikut. Akun ini menjadi akun gosip pertama yang paling banyak diikuti oleh pengguna *instagram* di Indonesia.

Selain mempunyai jumlah pengikut yang banyak, akun @lambeh_turah juga mempunyai keunggulan tersendiri dalam memberikan gosip. Kecepatan dalam menyampaikan informasi menjadi poin unggulan bagi akun ini, hampir setiap detiknya informasi bisa langsung tersampaikan. Hal ini tentunya menjadi pembeda dengan acara-acara gosip di media konvensional lainnya yang memiliki jam tayang dan waktu terbit tersendiri untuk dapat tersampaikan ke khalayak. Selain itu, akun ini menggunakan sistem sejenis *citizen journalism*. Konsep ini menjadikan masyarakat yang secara tidak sengaja melihat dan bertemu selebriti, bisa memberikan informasi berbentuk foto atau video kepada admin. Kemudian informasi tersebut akan diunggah ke laman *instagram* akun @lambeh_turah. Hal ini menjadikan informasi yang didapat oleh akun @lambeh_turah dapat dikatakan eksklusif dikarenakan sulit untuk disaingi oleh media konvensional lainnya (Diakses dari: <https://kumparan.com/syifa-nuri/lambe-turah-dan-kaitannya-dengan-katarsis-1491096465064?ref=body> Pada: Senin, 12 Februari 2018).

Terlepas dari keunikan setiap unggahan yang ada di akun @lambeh_turah, terdapat hal menarik lainnya untuk dilihat. Hal tersebut

adalah motif yang mendasari mengapa *followers* mengakses akun @lambe_turah. Berdasarkan hasil wawancara singkat kepada 20 orang narasumber yang memiliki rentan usia 19-30 tahun dengan latar belakang profesi yang berbeda-beda menunjukkan ada beberapa motif yang mendasari mengapa *followers* tersebut mengakses akun *instagram* @lambe_turah. berdasarkan hasil wawancara diketahui sebanyak 9 dari 20 narasumber mengatakan jika mereka mengakses akun *instagram* @lambe_turah untuk mencari berita gosip-gosip terbaru dari selebriti, sedangkan narasumber lainnya mengatakan alasan mereka mengakses akun tersebut adalah untuk mencari hiburan, mencari informasi tentang kejadian yang sedang viral, mencari hiburan, mengikuti tren dan untuk mengecek pemberitaan yang ada di media sosial *line today*.

2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka pada penelitian ini yang akan dikaji adalah motif-motif apa sajakah yang mendorong *followers* dalam mengakses akun *instagram* @lambeh_turah?

3. KERANGKA TEORI

a. *New Media*

Menurut Martin Lister dan rekan (2003) *new media* dapat berarti sebuah rangkaian perubahan yang luas pada produksi media, distribusi media dan penggunaan media. Karakteristik dari *new media* itu sendiri meliputi *digitalisasi*, *interaktif*, *hypertext*, *dispersal* (pemecahan), *virtuality* (nyata), *networked* (berjaringan) dan *cyberspace* (Utomo, 2013:150).

b. Teori Motif Penggunaan Media Baru

Motif menurut Gerungan (1983) adalah suatu pengertian yang melingkupi semua pergerakan, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu (Ardianto dkk, 2009:93). Sehingga dapat disimpulkan bahwa motif penggunaan media baru adalah alasan-alasan atau dorongan-dorongan

seseorang dalam memanfaatkan atau menggunakan suatu media seperti media sosial dan media lainnya.

Alan Rubi (1981) menemukan bahwa alasan atau motivasi orang menggunakan media dapat dikelompokkan ke dalam sejumlah kategori, yaitu untuk menghabiskan waktu, sebagai teman (*companionship*), memenuhi ketertarikan (*excitement*), pelarian, kesenangan, interaksi sosial, relaksasi, memperoleh informasi, dan untuk mempelajari konten media tertentu (Morissan, 2010: 270). Menurut McQuail dan rekan (1972) menyatakan bahwa terdapat empat alasan seseorang menggunakan media yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan ((McQuail, 1991:72).

4. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau penghubungan dengan variabel yang lainnya (Siregar, 2013: 7). Populasi pada penelitian ini adalah individu yang mengikuti akun *Instagram* @lambeh_turah atau yang biasa disebut dengan *followers*. Terhitung pada Maret 2018 akun @lambe_turah memiliki jumlah *followers* sebanyak 4.7 juta atau lebih tepatnya 4.786.875 pengikut. Sampel pada penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik yakni *accidental sampling*. Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan teknik Slovin sehingga diperoleh minimal sampel sebanyak 400 responden. Pada penelitian ini responden yang terlibat sebanyak 402 responden.

Data utama pada penelitian ini diperoleh menggunakan angket atau kuesioner. Kuesioner yang akan digunakan ialah kuesioner tertutup dengan penerapan skala Guttman. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan rumus *Point Biserial* yang dilakukan pada 31 reponden, sedangkan untuk uji reliabilitas menggunakan rumus *Kuder Richardson*

(K-R 20). Teknik analisa data yang digunakan ialah analisa deskriptif. Termasuk dalam statistika deskriptif menurut Sugiyono (2018: 148) antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, presentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase.

5. HASIL

Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas pada kuesioner yang akan digunakan maka terdapat 12 butir pertanyaan yang valid dan reliabel untuk diajukan kepada responden yaitu *followers* dari akun @lambe_turah sebanyak 402 responden. Variabel yang terdiri dari motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan masing-masing memiliki 3 butir pertanyaan dengan pilihan jawaban “Ya” dan “Tidak”. Untuk mengetahui jenis motif yang terdapat pada *followers* dalam mengakses akun *instagram* @lambe_turah maka peneliti melakukan pengelompokan dengan menggunakan batas nilai median yang telah dicari sebelumnya. Pengelompokan tersebut dibagi kedalam dua kelompok yaitu ada motif dan tidak ada motif yang mempengaruhi *followers* dalam mengakses akun *instagram* @lambe_turah dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika jumlah jawaban tiap jenis motif $<$ median = Tidak ada motif.
- b. Jika jumlah jawaban tiap jenis motif \geq median = Ada motif.

Perolehan hasil pengelompokan tersebut kemudian akan dilakukan persilangan dengan karakteristik responden yang dimunculkan dalam penelitian ini. Hal ini dilakukan untuk memperoleh hasil yang lebih informatif dengan memperhatikan hasil dari keempat motif yang ada manakah motif yang mempengaruhi *followers* dalam mengakses akun *instagram* @lambe_turah jika dilihat dari karakteristik berdasarkan jenis kelamin, usia dan pekerjaannya.

Pada penelitian ini diketahui sebanyak 84,58 dari total 402 responden adalah perempuan, sedangkan untuk responden laki-laki hanya

berjumlah 15,42%. Berdasarkan usia responden diperoleh hasil sebanyak 69,40% berada pada rentang usia 21-24 tahun, lalu sebanyak 22,14% berada pada rentang usia 17-20 tahun, serta sebanyak 6,47% dengan rentang usia lebih dari 25 tahun dan untuk responden dengan rentang usia kurang dari 16 tahun hanya terdapat sebanyak 1,99% dari keseluruhan *followers* yang menjadi responden. Berdasarkan latar belakang jenis pekerjaan responden, maka pada penelitian ini di dominasi dari kalangan pelajar yaitu sebanyak 76,11%. Selain itu, sebanyak 9,20% merupakan karyawan swasta, 4,22% merupakan wiraswasta, 3,98% bekerja dibidang tenaga kesehatan, 2,98% merupakan PNS/TNI/POLRI. Sedangkan untuk responden yang bekerja sebagai dosen/tenaga pengajar dan ibu rumah tangga masing-masing sebanyak 0,99% dan untuk responden yang memilih pilihan lainnya yang bekerja di luar pilihan bidang pekerjaan yang telah disediakan sebanyak 1,49%.

Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan yang mempengaruhi *followers* dalam mengakses akun *instagram* @lambe_turah. Hal ini dibuktikan dengan tingginya jumlah persentase responden yang berada pada kategori ada motif yaitu sebanyak 70,4%, sedangkan untuk responden yang berada pada kategori tidak ada motif hanya 29,6%. Perolehan hasil yang mencapai angka sebesar 70,4% dari kategori ada motif ini dapat diartikan bahwa ketika salah satu *followers* mengakses akun *instagram* @lambe_turah ia paling banyak dipengaruhi oleh dua atau tiga dari kategori motif yang ada.

Berdasarkan olah data pengelompokan kecenderungan motif yang dilakukan pada motif informasi diperoleh hasil persentase terbanyak kedua jika dilihat secara keseluruhan yaitu sebesar 70,9% berada pada kategori ada motif dan sebesar 29,1% responden yang tidak ada motif informasi ketika mengakses akun *instagram* @lambe_turah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa motif informasi cukup banyak dimiliki atau

mempengaruhi *followers* dalam mengakses akun *instagram* @lambe_turah. Keberagaman informasi yang diberikan oleh akun *instagram* @lambe_turah cukup menarik perhatian bagi para *followers* untuk terus mengikuti informasi atau pemberitaan dari akun tersebut.

Berdasarkan persilangan dengan karakteristik responden, diketahui bahwa pada jenis kelamin laki-laki responden yang dipengaruhi oleh motif informasi hanya sebesar 10,4% sedangkan perempuan sebanyak 60,4%, sedangkan sisanya tidak memiliki motif informasi yang mempengaruhi responden baik laki-laki maupun perempuan dalam mengakses akun *instagram* @lambe_turah. Jika dilihat dari hasil persilangan dengan usia pada motif informasi didominasi oleh responden pada rentang usia 21-24 tahun yaitu sebesar 49,3%. Untuk hasil persilangan dengan jenis pekerjaannya maka responden dengan jenis pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa mendominasi dengan hasil sebesar 54,5% responden yang dipengaruhi oleh motif informasi.

Pada motif identitas pribadi untuk responden yang berada pada kategori ada motif memperoleh hasil sebanyak 63,9%, sedang responden yang berada pada kategori tidak ada motif sebesar 36,1%. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa motif ini turut mempengaruhi *followers* dalam mengakses akun *instagram* @lambe_turah meskipun memiliki persentase hasil yang paling rendah secara keseluruhan. Hal ini dikarenakan sebagai besar dari *followers* tidak dapat menemukan sesuatu yang dapat memenuhi kepentingan bagi dirinya.

Berdasarkan hasil persilangan dengan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, maka diketahui bahwa sebanyak 10,9% responden laki-laki dipengaruhi oleh motif identitas pribadi dan untuk responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 53%, sedangkan sisanya tidak memiliki motif identitas pribadi ketika mengakses akun *instagram* @lambe_turah. Berdasarkan usia pada motif ini didominasi pada rentang

usia 21-24 tahun yaitu sebesar 44% responden yang dipengaruhi oleh motif identitas pribadi ketika mengakses akun *instagram* @lambe_turah. Untuk hasil persilangan dengan jenis pekerjaannya maka responden dengan jenis pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa mendominasi dengan hasil sebesar 47,5% responden yang dipengaruhi oleh motif identitas pribadi. Pada penelitian ini responden dengan rentang usia 21-24 tahun sebagai besar adalah pelajar/mahasiswa.

Perolehan data motif integrasi dan interaksi sosial menunjukkan bahwa motif ini merupakan motif yang memiliki jumlah persentase tertinggi pada kategori ada motif yaitu sebesar 79,6%, sedangkan responden yang tidak ada motif sebesar 20,4%. Motif integrasi dan interaksi sosial erat kaitannya dengan fungsi penting dari komunikasi yang ada. Rudolph F Verdeber mengemukakan bahwa komunikasi sebagai fungsi sosial memiliki tujuan untuk kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan (Mulayana, 2014:5).

Berdasarkan hasil persilangan dengan karakteristik responden, diketahui bahwa pada jenis kelamin laki-laki responden yang dipengaruhi oleh motif integrasi dan interaksi sosial sebanyak 10,2% sedangkan perempuan sebanyak 69,4%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada motif ini bagi responden yang berjenis kelamin perempuan menjadi motif yang paling mempengaruhi mereka ketika mengakses akun *instagram* @lambe_turah dibandingkan motif lainnya. Jika dilihat dari hasil persilangan dengan usia didominasi pada rentang usia 21-24 tahun yaitu sebesar 56,5% responden yang dipengaruhi oleh motif integrasi dan interaksi sosial ketika mengakses akun *instagram* @lambe_turah. Untuk hasil persilangan dengan jenis pekerjaannya maka responden dengan jenis pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa mendominasi dengan hasil sebesar 60,2% responden yang dipengaruhi oleh motif integrasi dan interaksi sosial. Berdasarkan hasil persilangan berdasarkan jenis usia dan pekerjaan

motif informasi kembali menjadi motif yang paling banyak mempengaruhi responden dalam penelitian ini.

Motif terakhir dan tertinggi selanjutnya adalah motif hiburan. Berdasarkan hasil olah data motif ini memiliki jumlah persentase responden yang berada pada kategori ada motif sebesar 69,2%, sedangkan responden yang tidak ada motif sebesar 30,8%. Menurut Richard Dyers (1993), hiburan merupakan respon emosi jiwa dan perkembangan implikasi emosi diri, merupakan suatu tanda keinginan manusia yang meronta-ronta ingin ditanggapi dengan memenuhinya. Prinsip yang menonjol dalam hiburan adalah kesenangan yang tertanam dan menjelma dalam kehidupan manusia (Gustam, 2015:224). Kesenangan dalam penelitian ini ditunjukkan oleh responden atas keinginan untuk melepaskan diri dari rasa penat terhadap rutinitas sehari-hari, mengisi waktu luang dan bersantai.

Jika dilihat dari hasil persilangan dengan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, maka diketahui bahwa sebanyak 10,2% responden laki-laki dipengaruhi oleh motif hiburan, sedangkan untuk responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 59%, yang dipengaruhi oleh motif hiburan ketika mengakses akun *instagram* @lambe_turah. Jika dilihat dari hasil persilangan dengan usia didominasi pada rentang usia 21-24 tahun yaitu sebesar 46,5% responden yang dipengaruhi oleh motif hiburan ketika mengakses akun *instagram* @lambe_turah. Untuk hasil persilangan dengan jenis pekerjaannya maka responden dengan jenis pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa mendominasi dengan hasil sebesar 52,2% responden yang dipengaruhi oleh motif hiburan.

6. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan analisa statistika deskriptif dan pengelompokan dengan menggunakan batas nilai median maka dapat disimpulkan bahwa terdapat motif yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan

motif hiburan yang mempengaruhi *followers* dalam mengakses akun *instagram* @lambe_turah. Hal ini ditunjukkan dengan sebanyak 283 responden (70,4%) berada pada kategori ada motif, sedangkan sebanyak 119 responden (29,6%) berada pada kategori tidak ada motif.

Motif yang paling mempengaruhi *followers* dalam mengakses akun *instagram* @lambe_turah adalah motif integrasi dan interaksi sosial dengan persentase sebesar 79,6% dari jumlah keseluruhan responden. Jika dilihat dari hasil persilangan dengan karakteristik responden motif integrasi dan interaksi sosial tetap menjadi motif yang paling mempengaruhi *followers* dalam mengakses akun *instagram* @lambe_turah. Pada hasil persilangan berdasarkan jenis kelamin, sebesar 69,4% responden perempuan dipengaruhi oleh motif integrasi dan interaksi sosial. Berdasarkan hasil persilangan dengan rentang usia, motif ini kembali menjadi motif yang paling mempengaruhi responden pada rentang usia 21-24 tahun yaitu sebesar 56,5%, sedangkan untuk hasil persilangan dengan jenis pekerjaan, maka pelajar/mahasiswa yang dipengaruhi oleh motif ini adalah sebesar 60,2%.

Salah satu faktor yang menjadi alasan mengapa motif integrasi dan interaksi sosial ini paling mempengaruhi *followers* dalam mengakses akun *instagram* @lambe_turah adalah dikarenakan manusia pada saat ini begitu bergantung dengan kecepatan memperoleh informasi agar dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar. Pada motif integrasi dan interaksi ini, informasi yang diperoleh oleh *followers* terkadang menjadi sebuah bahan percakapan antara dirinya dengan teman atau orang lain disekitarnya baik ketika bertemu atau hanya sekedar saling berinteraksi melalui fitur *direct message* yang ada. Ketika seseorang dapat membaaur dengan tema percakapan yang sedang terjadi maka dapat meningkatkan hubungan antar teman semakin meningkat.

Unggahan yang ada pada laman akun *instagram* @lambe_turah begitu beragam dengan *caption* (keterangan foto) yang berbeda-beda. Hal ini tentunya dapat menimbulkan berbagai macam komentar dan

ketertarikan yang berbeda-beda. Sehingga hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi *followers* untuk menjalin pertemanan di dunia maya sebagai bentuk interaksi lebih lanjut yang munculkan oleh *followers*.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

Ardianto, Elvinaro., Lukiati Komala & Siti Karlinah, 2009. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

McQuail, Denis, 1991. *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Erlangga.

Morissan, 2010. *Psikologi Komunikasi*, Bogor: Ghalia Indonesia.

Mulyana, Deddy, 2014. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Siregar, Syofian, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana.

Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Penerbit Alfabeta.

Jurnal

Gustam, Rizky Ramanda, 2015. *Karakteristik Media Sosial dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan* dalam eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 3, Nomor 2.

Internet

Nuri, Syifa.(2017). *Lambe Turah dan Kaitannya dengan Katarsis* dalam <https://kumparan.com/syifa-nuri/lambe-turah-dan-kaitannya-dengan-katarsis-1491096465064?ref=body> Diakses pada: Senin, 12 Februari 2018.