

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat kehidupan manusia tidak dapat terpisahkan dari teknologi. Kemajuan teknologi selalu diiringi dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi yang diciptakan akan memberikan dampak positif bagi kehidupan manusia dan kemudahan dalam beraktivitas sehari-hari (Ngafifi, 2014:34). Dalam kehidupannya, manusia selalu melibatkan teknologi terutama dalam berkomunikasi dengan manusia lainnya.

Seiring dengan berkembangnya teknologi, media masa pun berkembang sangat pesat. Media sudah menjadi bagian tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia yang mana berfungsi untuk memberikan informasi, sarana untuk saling berkomunikasi, sarana untuk mengekspresikan diri, serta sebagai sarana hiburan. Manusia yang pada dasarnya merupakan makhluk sosial dalam berinteraksi serta mendapatkan informasi, tidak dapat lepas dari pentingnya peranan media. Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi (Sadirman, 2005).

Berkembangnya teknologi dan media saat ini banyak memunculkan media yang dapat diakses secara online, salah satunya adalah media sosial. Media sosial sangat membantu manusia dalam berbagai aspek kehidupan mulai dari hiburan, pendidikan, kesehatan, mengekspresikan diri, dan lain-lain (Manampiring, 2015, hal. 2). Dengan media sosial, manusia juga dapat saling berinteraksi dan

berkomunikasi tanpa batas ruang dan waktu. Contoh dari media sosial diantaranya adalah facebook, twitter, youtube, myspace, path, instagram, snapchat dan lain-lain.

Salah satu dari media sosial yang saat ini sangat diminati masyarakat adalah instagram (Monanda, 2017, hal. 1). Bahkan saat ini jumlah pengguna aktifnya mencapai 800 juta.

**Tabel 1.1. Data Penggunaan Media Sosial di Dunia (Oktober 2017)**

No	Media Sosial	Jumlah Pengguna Aktif
1	Facebook	2.010.000.000
2	Youtube	1.500.000.000
3	Instagram	800.000.000
4	Twitter	328.000.000
5	Reddit	250.000.000
6	Vine	200.000.000
7	Pinterest	175.000.000
8	Ask.fm	160.000.000
9	Tumblr	115.000.000
10	Flickr	112.000.000
11	Google+	111.000.000
12	LinkedIn	106.000.000
13	VK	95.000.000
14	ClassMates	57.000.000
15	Meetup	32.300.000

*Sumber: <https://kawaiiitechnews.com/15-media-sosial-paling-populer-situs-dan-aplikasi-oktober-2017/>*

Instagram sebagai media sosial yang berbasis visual tersebut menempati urutan ketiga pengguna terbanyak di dunia. Sedangkan di Indonesia, instagram merupakan media sosial yang sangat populer. Banyak sekali penggunanya yang memanfaatkan instagram sebagai sarana untuk mengekspresikan diri melalui foto atau video, sarana komunikasi, sarana untuk memperoleh informasi dan acuan gaya hidup. Pengguna instagram di Indonesia didominasi oleh kalangan usia 20-25 dan 16-19 tahun. Apalagi gaya hidup saat ini secara tidak langsung mengajarkan para

penggunanya untuk aktif dan tetap eksis di media sosial (Anggita, [https://www.kompasiana.com/anggit28/media-sosial-paling-banyak-digunakan-2016\\_586f082cd07a61750511493c](https://www.kompasiana.com/anggit28/media-sosial-paling-banyak-digunakan-2016_586f082cd07a61750511493c), diakses pada 13 April 2018).

Banyaknya pengguna aktif instagram di Indonesia terbukti dari sebuah laporan yang menunjukkan Indonesia telah menjadi pasar terbesar bagi instagram di Asia Pasifik. Per kuartal pertama 2017, Indonesia membuat lebih dari 6% dari keseluruhan pengguna aktif bulanan instagram, dengan tidak kurang dari 45 juta orang log in. Selain itu, jumlah konten-konten yang dibuat oleh pengguna instagram di Indonesia sangat besar. Pengguna bahkan bisa memposting dua kali lebih banyak dibandingkan pengguna global. Fenomena Tersebut disebabkan kebiasaan sosial bangsa (Purwaningrum, <http://travel.tribunnews.com/2017/10/30/mengapa-orang-indonesia-begitu-terobsesi-dengan-Instagram-begini-perjelasannya>, diakses pada 08 Mei 2018).

Instagram berhasil mendapatkan 25.000 pengguna pada hari pertama. Setelah tujuh tahun, pengguna instagram bertambah hingga 800 juta orang (Fagiansyah, <http://id.gamehubs.com/article.php?id=sudah-7-tahun,-simak-perjalanan-instagram-dari-awal-sampai-sekarang>, diakses pada 08 April 2018).

Berikut evolusi Instagram dari tahun 2010 hingga 2017:

1. 6 Oktober 2010: Hari pertama instagram diluncurkan Di dunia Langsung mendapatkan jumlah pengguna hingga 25.000 orang
2. 8 Desember 2011: Instagram berhasil meraih penghargaan sebagai Iphone App of The Year. Instagram juga berhasil mendapatkan 14

juta pengguna dan jumlah foto yang di unggah mencapai dikisaran 400 juta foto

3. 10 Februari 2012: pihak perancang melakukan improvisasi pada tampilan *User Interface*, membetulkan beberapa bug dan penambahan efek filter
4. 3 April 2012: Instagram mulai dapat di unduh di *Handphone* ber-sistem android
5. 9 April 2012: Instagram bergabung dengan Facebook sehingga pengguna dapat masuk menggunakan akun Facebook.
6. 20 Juni 2013: Instagram menambahkan fitur pengunggahan video dan beberapa filter
7. 23 Maret 2015: Instagram menambahkan fitur *layout* yang memungkinkan penggunanya untuk mengkombinasikan foto-foto ke dalam satu gambar keseluruhan
8. 18 Oktober 2016: Fitur story instagram dirilis. Pengguna dapat mengunggah cerita menarik dan video dalam waktu terbatas dan akan ditampilkan dengan rentang waktu yang singkat.
9. 24 Januari 2017: Fitur live-stories yang disematkan pada instagram Stories, diluncurkan pada bulan Januari 2017 secara global. Fitur ini memungkinkan para pengguna instagram untuk menayangkan secara langsung sebuah kejadian atau pun hanya kehidupan sehari-hari secara langsung.

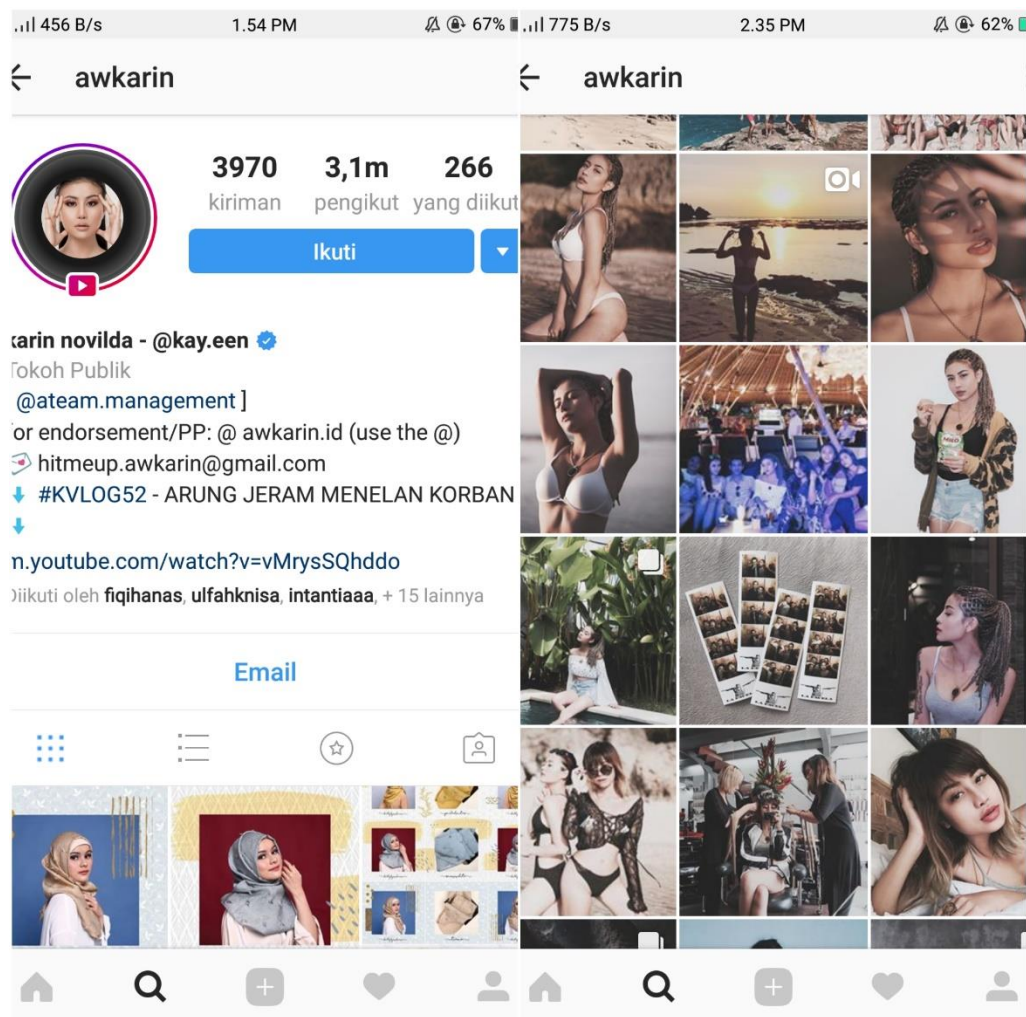
Instagram merupakan sebuah aplikasi media sosial untuk berbagi foto dan video kepada sesama pengguna instagram. Foto atau video yang telah diposting akan terlihat pada feed pengguna lain yang menjadi *followers* kita. Setelah itu, mereka dapat memberikan respon terhadap foto atau video berupa *like* maupun *comment*. Menurut Alfindra dan Yahya (2017, hal. 3), sistem pertemanan dalam instagram menggunakan istilah *followers* (pengguna lain yang mengikuti kita) dan *following* (pengguna lain yang kita ikuti).

Semakin banyaknya orang yang menggunakan instagram memunculkan fenomena selebriti instagram yang lebih dikenal dengan sebutan selebgram. Untuk menjadi seorang selebgram tentu saja harus bisa membuat konten yang lebih menarik dan berbeda dari yang lain, entah itu karena karya ataupun tindakan kontroversial. Salah satu selebgram yang sedang populer adalah Awkarin. Pada tahun 2016, *netizen* di media sosial ramai membicarakan sosok Awkarin. Gadis kelahiran 1997 ini mempunyai nama asli Karin Novilda.

Awkarin merupakan seorang selebgram dengan postingan yang menarik perhatian dan mempunyai *followers* yang sangat banyak hingga mencapai 3 juta *followers*. Akun instagram Awkarin dianggap viral dan telah diikuti oleh jutaan remaja Indonesia yang dapat mempengaruhi aktivitas, minat, opini, dan gaya hidup (Monanda, 2017, hal. 1). Akun instagram Awkarin berisi kumpulan gaya hidup berupa foto-foto dan video yang menampilkan bagaimana *fashion*, *style* dan kehidupan sehari-hari dari Karin Novilda. Hampir dalam semua foto, Awkarin sering tampil dengan mengenakan pakaian yang terbuka, yang banyak

memperlihatkan bentuk tubuhnya, ditambah lagi Awkarin juga sering berpose dengan gaya *hot*.

Gaya hidup Awkarin juga terkesan menyimpang, mulai dari suka mabuk-mabukan, merokok, dugem, berkata-kata kasar, serta gaya pacaran yang terlalu vulgar. Namun di mata *followers*-nya foto-foto yang Awkarin posting selalu terlihat keren, terbukti dari banyaknya *like* di setiap foto dalam akun instagram tersebut. Berikut adalah akun instagram Awkarin dan beberapa contoh foto yang dia unggah ke instagram.



**Gambar 1.1. Akun Instagram Awkarin**

*Sumber: akun instagram @awkarin*

Sejak tahun 2016, banyak pengguna instagram yang membicarakan Awkarin. Namun hal yang membuatnya terkenal bukan prestasi, melainkan tindakan-tindakan kontroversial yang sering dia lakukan, seperti: mengunggah foto mesra bersama kekasihnya, mengunggah foto dengan pakaian terbuka, merokok, mabuk, dan dugem. Dia juga sering mengeluarkan kata kata tidak pantas (Sadikin, <http://www.tribunnews.com/seleb/2016/07/24/fakta-fakta-sosok-karin-novilda-alias-awkarin-yang-ramai-dibicarakan-netizen>, diakses pada 13 April 2018). Bahkan KPAI telah memberikan surat peringatan kepada orang tua dan Awkarin sendiri untuk menghentikan unggahan yang dinilai tidak layak oleh KPAI (Hidayat, [http://www.bbc.com/indonesia/majalah2016/09/160927\\_trensosial\\_awkarin\\_seks\\_ualitas](http://www.bbc.com/indonesia/majalah2016/09/160927_trensosial_awkarin_seks_ualitas), diakses pada 13 April 2018).

Selain Awkarin, ada juga akun instagram yang mengunggah jenis postingan berupa foto atau video yang sejenis dengan Awkarin yaitu akun yang bernama Anya Geraldine. Namun jumlah pengikut tidak sebanyak Awkarin. Sementara itu, Anya Geraldine pun juga dipanggil KPAI karena telah mengunggah video mesra di Youtube (Fitrahudin, <https://m.detik.com/news/berita/d-3312139/dipanggil-kpai-any-geraldine-minta-maaf-soal-video-mesranya>, diakses pada 13 April 2018).

**Tabel 1.2. Data Pengikut dan Tanggal Teguran KPAI**

No.	Akun Instagram	Jumlah Pengikut	Teguran KPAI
1.	@Awkarin	± 3 Juta pengikut	29 September 2016
2.	@Anyageraldine	± 893 Ribu pengikut	3 Oktober 2016

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti juga melakukan wawancara survey kecil tentang alasan para mahasiswa dari universitas-universitas Islam di Yogyakarta mengikuti akun instagram Awkarin.

**Tabel 1.3. Hasil Wawancara Survey Awal Motif Mengikuti Akun Instagram Awkarin**

No	Nama	Universitas	Motif
1.	Evi	UMY	Penasaran karena kasus kontroversi dengan gaga, menyukai gaya berpakaian
2.	Lestari	UMY	Pintar memanfaatkan media sosial sebagai lahan bisnis
3.	Monica	UMY	Konten instagramnya menarik dan terkonsep baik
4.	Bella	UIN	Pintar dalam mengatur konten
5.	Mita	UIN	Cantik, kontennya mengikuti isu-isu sekarang, gayanya yang keren
6.	Cinta	UAD	Cerdas dalam berbisnis
7.	Niar	UAD	Gayanya yang keren dan kekinian
8.	Ghofur	UAD	Karena ketenarannya, tindakan kontroversi yang dilakukan Awkarin
9.	Nandha	UII	Banyak yang membicarakan soal Awkarin, gayanya yang terlihat menarik
10.	Fauziah	UII	Penasaran dengan kasus kontroversialnya

*Sumber: Arsip Penulis, 2018*



Pada tabel tersebut menunjukkan beragam motif dari beberapa *followers* akun instagram Awkarin. Mulai dari gaya berpakaian yang kekinian serta konten instagram yang disajikan sangat menarik hingga dijadikan referensi dalam mengembangkan bisnis melalui media sosial. Di lain sisi juga ada yang mengikuti Awkarin dengan motif Awkarin terkenal karena tindakan kontroversialnya.

Berdasarkan paparan dan hasil wawancara awal yang telah diuraikan di atas, peneliti ingin mengetahui motif yang membuat mahasiswa universitas-universitas Islam di Yogyakarta tertarik untuk mengikuti akun instagram Awkarin, sedangkan gaya berpakaian dan perilaku Awkarin banyak bertentangan dengan syariat Islam.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini mempunyai rumusan masalah: “Apa motif mahasiswa universitas Islam di Yogyakarta dalam mengikuti akun instagram Awkarin?”

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif mahasiswa universitas Islam di Yogyakarta dalam mengikuti akun instagram Awkarin

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi referensi pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada motif penggunaan media sosial.

## 2. **Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi serta dapat menjadi indikasi bagi mahasiswa dan pengguna instagram tentang motif apa saja yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan media sosial.

## **E. Kerangka Teori**

Pada bagian kerangka teori ini, peneliti menguraikan teori-teori yang mendukung penelitian ini. Adapun kata kunci yang menjadi poin-poin penting dalam kerangka teori ini adalah media baru, media sosial, serta pengertian motif dan jenis motif.

### **1. Media Baru**

Peneliti akan menjabarkan kerangka teori mengenai media baru dalam beberapa poin, yaitu: pengertian media baru, karakteristik media baru, dan pengelompokan media baru.

#### **a. Pengertian Media Baru**

McQuail (2011) dalam Lubis (2015, hal. 5) menjelaskan bahwa *New media* atau media baru merupakan istilah yang digunakan untuk semua media komunikasi yang berlatar belakang teknologi komunikasi dan informasi. Istilah media baru telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi

komunikasi terpaan yang semakin berkembang dan beragam. Menurut Croteau (1997), media baru merupakan akibat inovasi teknologi dalam bidang media, meliputi televisi kabel, *satelites*, teknologi *optic fiber*, dan komputer (Kurnia, 2005, hal. 292). Ron Rice mendefinisikan media baru adalah media teknologi komunikasi yang melibatkan komputer di dalamnya (baik mainframe, PC maupun Notebook) yang memfasilitasi penggunaanya untuk berinteraksi antar sesama pengguna ataupun dengan informasi yang diinginkan (Setiawan. 2013: 361).

#### **b. Karakteristik Media Baru**

Lievrouw dan Livingstone (2006) menyebutkan beberapa karakteristik media baru dari media lama, yaitu:

- 1) *Recombinant*. Media baru merupakan hasil ‘kombinasi’ secara kontinyu antara teknologi yang sudah ada dengan inovasi baru, dalam sebuah jaringan teknis dan institusional yang saling terhubung satu sama lain. Tidak seperti media lama yang pada akhir abad ke-20 telah terdiferensiasi dengan stabil ke dalam beberapa saluran atau bentuk (karena kelangkaan spektrum serta pendirian standar teknis dan formal), bentuk dan macam media baru terus bercabang, berekombinan, serta berkembang.
- 2) *Networked*. Komunikasi dalam media lama bersifat hierarkhis, satu arah (*one-way*), dan tersentralisasi (*one to many*), sementara dalam media baru komunikasi bersifat terdesentralisasi dan dua arah (*two-*

way). Pengguna media baru saling terhubung dan dapat menjadi pengirim maupun penerima pesan, atau keduanya sekaligus.

- 3) *Ubiquitous*. Media baru mempengaruhi setiap orang dalam masyarakat dimana media tersebut digunakan, meskipun tidak setiap orang dalam masyarakat itu menggunakannya. Sementara teknologi media lama biasanya digunakan bersama, teknologi media baru didesain sebagai alat/aksesori personal yang menyediakan akses ke berbagai konten yang bersifat perseorangan atau layanan komunikasi, dimanapun pengguna, layanan, ataupun sumber daya berada.
- 4) *Interactive*. Media baru mengakomodasi penggunaannya dalam aspek selektivitas dan jangkauan, dimana pengguna media baru dapat memilih sumber informasi mereka dan berinteraksi dengan pengguna lainnya. Memang pengguna media lama juga dapat menerima dan mempertahankan informasi secara selektif, namun media baru juga memberi penggunaannya sarana untuk membentuk, mencari, serta berbagi konten secara selektif, dan untuk berinteraksi dengan individu dan grup lainnya, dalam skala lebih besar secara lebih praktis dibanding dengan media lama yang masih bersifat tradisional.

### **c. Pengelompokkan Media Baru**

McQuail (2000:127) dalam Kurnia (2005, hal. 292-293) mengelompokkan media baru dalam beberapa kategori, yaitu:

#### **1) Media komunikasi interpersonal**

Pesan dalam jenis teknologi ini bersifat privat dan mudah hilang. Karakteristik lainnya adalah hubungan yang terbangun dan dikuatkan oleh teknologi ini lebih utama dibandingkan dengan informasi yang disampaikan. Contoh: telepon, *handphone*, *e-mail*.

## 2) **Media bermain interaktif**

Interaktivitas dan kemungkinan pada dominasi dari kepuasan dalam proses yang diciptakan oleh teknologi ini lebih utama dibandingkan penggunaannya. Semakin interaktif proses komunikasi, semakin menarik pula permainannya. Contoh: permainan berbasis komputer, *video game*, permainan dalam internet, perangkat realitas virtual.

## 3) **Media pencarian informasi**

Teknologi ini meliputi kategori yang luas dan dapat diakses dengan mudah. Interaktivitas dalam pencarian informasi juga merupakan aspek yang diperkuat oleh teknologi ini. Informasi memiliki keterkaitan satu sama lain dan setiap pengguna dapat membagikan dan memperbaiki informasi yang telah tersedia. Contoh: internet, *world wide web* (WWW), *portal/search engine*, teleteks siaran (*broadcast teletext*), pelayanan data melalui radio (*radio data services*).

## 4) **Media partisipasi kolektif**

Kategori ini meliputi fungsi lain dari internet, yaitu tidak hanya berbagi dan mempertukarkan informasi, melainkan juga ide, pengalaman, dan pengembangan hubungan personal aktif yang dimediasi oleh komputer. Tujuan dari penggunaan teknologi ini mulai dari tujuan yang

instrumental sampai emosional. Contoh: penggunaan internet untuk berbagi dan pertukaran informasi, pendapat, dan pengalaman.

McQuail (2000) dalam Kurnia (2005) juga menegaskan bahwa media baru mempunyai arti penting dalam masyarakat karena media baru membawa konsep masyarakat informasi yang tergantung pada jaringan komunikasi elektronik dimana mereka akan menggunakan sebagian besar sumber informasi tersebut untuk mereka gunakan dalam melakukan komunikasi.

Sementara itu, Pavlik (1998:2-4) dalam Kurnia (2005) mengelompokkan media baru menjadi 4 kategori berdasarkan fungsinya, yaitu:

- 1) Produksi, merujuk pada pengumpulan dan pemrosesan informasi yang meliputi komputer, fotografi elektronik, scanner optikal, remotes yang tidak hanya mengumpulkan dan memproses informasi namun juga menyelesaikan masalah dengan lebih cepat dan efisien.
- 2) Distribusi, merujuk pada pengiriman atau pemindahan informasi elektronik.
- 3) Display, merujuk beragam teknologi untuk menampilkan informasi kepada pengguna.
- 4) Storage, merujuk pada media yang menggunakan penyimpanan informasi dalam format elektronik.

## **2. Media Sosial**

Peneliti akan menjabarkan kerangka teori mengenai media sosial dalam beberapa poin, yaitu: Pengertian media sosial, dan karakteristik media sosial.

### **a. Pengertian Media Sosial**

Shirky (2008) dalam Nasrullah (2017) mendefinisikan media sosial sebagai alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi, bekerja sama diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi. Van Dijk (2013) mendeskripsikan media sosial sebagai platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi (Nasrullah, 2017, hal. 11). Sementara itu, Nasrullah (2017) menyatakan bahwa media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna memrepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

### **b. Karakteristik Media Sosial**

Nasrullah (2017) dalam bukunya yang berjudul *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* menyebutkan beberapa karakteristik media sosial, yaitu:

#### **1) Jaringan (*Network*) antar pengguna**

Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan (internet). Karakter media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunanya. Meskipun dalam dunia nyata pengguna tidak saling mengenal, namun media sosial memberikan media bagi penggunanya untuk saling terhubung secara mekanisme teknologi.

#### **2) Informasi (*Information*)**

Dalam media sosial, informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi menjadikan informasi itu sebagai komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring (*network society*).

### **3) Arsip (*Archive*)**

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi apapun yang di unggah ke dalam media sosial informasi tersebut tidak akan hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan maupun tahun.

### **4) Interaksi (*Interactivity*)**

Karakter dasar dari media adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak hanya sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut. Gane dan Beer (2008) dalam Nasrullah (2017) menyatakan bahwa interaksi merupakan proses yang terjadi di antara pengguna dan perangkat teknologi.

### **5) Simulasi Sosial**

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam



tatanan masyarakat yang *real*. Interaksi dalam media sosial menggambarkan mirip dengan realitas, akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi dan terkadang berbeda sama sekali. Misalnya, identitas dalam media sosial dapat berubah-ubah, bahkan bisa menjadi pengguna yang sangat berbeda dengan realitasnya.

#### **6) Konten oleh Pengguna (*User Generated Content*)**

Istilah *User Generated Content* menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. Konten sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten di ruang mereka sendiri, tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain.

#### **7) Penyebaran (*Share/Sharing*)**

Penyebaran merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya. Penyebaran terjadi dalam dua jenis. Pertama, melalui konten, tidak hanya diproduksi oleh pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain. Kedua melalui perangkat, penyebaran melalui perangkat bisa dilihat bagaimana teknologi menyediakan fasilitas untuk memperluas jangkauan konten.

### **3. Pengertian Motif dan Jenis Motif**

Motif berasal dari bahasa latin *movere* yang artinya bergerak atau *to move*. Motif diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri organisme yang mendorong untuk berbuat atau *driving force*. Gerungan (2002) dalam Suciati (2015, hal. 163) menyatakan bahwa motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak alasan-alasan diri manusia yang menyebabkan dia berbuat sesuatu. Uno (2007) menyatakan bahwa motivasi dapat diartikan sebagai dorongan internal dan eksternal dalam diri seseorang yang diindikasikan dengan adanya hasrat dan minat untuk melakukan kegiatan, dorongan dan kebutuhan untuk melakukan kegiatan, harapan dan cita-cita, penghargaan dan penghormatan atas diri, lingkungan yang baik serta kegiatan yang menarik (Khairiah, 2016:21). Sehingga motivasi dapat diartikan sebagai alasan yang mendorong seseorang dalam melakukan sesuatu (Suciati, 2015).

Suciati (2015, hal. 162) juga mengungkapkan bahwa sebuah motivasi terdiri dari dua jenis yaitu:

#### **1. Motivasi Intrinsik**

Motivasi yang berasal dari dalam individu, seperti kebutuhan organistik (otonomi, kompetensi, keterhubungan). Rasa ingin tahu, tantangan dan usaha juga merupakan contoh dari bentuk motivasi ini. Motivasi intrinsik akan menghasilkan perilaku yang kompeten dan penguasaan (Ketertarikan, kepercayaan, minat yang tinggi).

#### **2. Motivasi Ekstrinsik**

Motivasi yang berasal dari luar diri manusia seperti faktor eksternal usaha belajar keras dari seorang mahasiswa untuk mendapatkan nilai yang baik, hadiah orang tua, atau pujian dari teman. Motivasi ekstrinsik akan berdampak pada peningkatan kinerja, persistensi, harga diri, dan kreativitas.

## **F. Penelitian Terdahulu**

1. Khairiah (2016) dengan judul *Motif menggunakan instagram pada mahasiswa UMY*. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui motif-motif Mahasiswa UMY dalam menggunakan instagram. mengetahui motif apa saja yang paling mempengaruhi Mahasiswa UMY dalam menggunakan instagram, dan mengetahui motif apa saja yang kurang mempengaruhi Mahasiswa UMY dalam menggunakan instagram. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif non-eksperimental yang bersifat deskriptif. Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada bulan Agustus sampai Oktober 2016. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa UMY yang aktif menggunakan instagram. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat motif yang mempengaruhi mahasiswa UMY dalam menggunakan instagram, namun masih dalam kategori sedang, yaitu sebanyak 282 responden (70%), Motif yang paling mempengaruhi mahasiswa UMY dalam menggunakan media sosial instagram adalah motif hiburan dengan persentase 81% dari jumlah total responden sementara itu motif yang kurang mempengaruhi mahasiswa UMY

dalam menggunakan instagram adalah motif informasi dengan perolehan persentase sebesar 57% dari jumlah total responden.

2. Tanasa (2015) dengan judul *Studi Kualitatif Motif & Kepuasan Penggunaan Foto Selfie Dalam Akun instagram*. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui apa saja motif seseorang melakukan foto selfie di *instagram*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan pada pemilik akun *instagram* yang terkoneksi dengan peneliti pada bulan April-Juni 2014. Peneliti mengelompokkan siapa saja yang melakukan foto *selfie* pada akun *instagram* yang terkoneksi dengan peneliti dari 273 akun di temukan 268 foto *selfie*, lalu peneliti mengelompokkan lagi foto *selfie* tersebut ke dalam kriteria motif identitas pribadi dan motif hubungan personal. Melalui *purposive sampling*, peneliti mengambil tujuh sampel remaja, baik dari pengguna akun *instagram* yang aktif melakukan foto *selfie* dan juga merupakan *following* dari peneliti dalam akun *instagram* tersebut. Dari penelitian mengenai motif dan kepuasan penggunaan foto selfie dalam akun *instagram*, maka motif-motif yang ada pada foto *selfie* adalah: pemahaman foto *selfie*, level teks motif foto *selfie*, alasan meng-*upload* foto *selfie*, dan kepuasan penggunaan media sosial *instagram*.
3. Alfindra dan Yahya (2017) dengan judul *Motivasi Mahasiswa Bergabung Dalam Media Sosial instagram (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Unsyiah yang Menggunakan instagram)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi

mahasiswa bergabung dalam media sosial instagram. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori *Uses and Gratification* sebagai teori utama dan teori Motivasi Abraham H. Maslow sebagai teori pendukung. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah wawancara semi terstruktur, dan studi dokumentasi. Teknik pemilihan informan yang digunakan ialah teknik purposif. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2017 terhadap 6 informan dengan kriteria mahasiswa Ilmu Komunikasi yang terdaftar dan menggunakan instagram kurang lebih 1 tahun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberapa motif yang memotivasi mahasiswa bergabung dalam media sosial instagram, motif-motif tersebut adalah motif informasi, motif aktualisasi diri, motif hiburan dan bisnis.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif mahasiswa universitas Islam di Yogyakarta dalam mengikuti akun instagram Awkarin. Berdasarkan tujuan tersebut, untuk mengumpulkan data berupa informasi dari persepsi dan pengalaman para informan, maka penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Pernyataan ini didukung oleh Hancock, Ockleford, dan Windridge (2009) yang menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif fokus pada pengalaman dari para partisipan atau informan. Metode

penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan, pengumpulan data yang spesifik dari para partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema khusus ke tema umum, serta menafsirkan data (Creswell, 2013).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Nazir (2011:54) menyatakan bahwa metode penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif ini adalah untuk meneliti suatu objek dengan tujuan membuat deskriptif atau gambaran secara sistematis, serta faktual dan akurat mengenai fakta-fakta atau fenomena yang diselidiki. Penelitian ini memaparkan suatu masalah atau peristiwa dan untuk memperoleh informasi secara rinci mengenai suatu keadaan yang ada.

## **2. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2018 sampai dengan bulan Februari 2019 di kota Yogyakarta.

## **3. Teknik Pengambilan Informan**

Dalam memilih informan, peneliti menggunakan teknik *accidental sampling*. Sugiyono (2006) mengatakan bahwa teknik *accidental sampling*

merupakan pengambilan sampel berdasarkan siapa saja yang peneliti temui secara aksidental dimana sampel tersebut memenuhi karakteristik, sehingga dipandang cocok sebagai sumber data. Dengan menggunakan teknik ini, peneliti dapat dengan mudah menemui partisipan. Teknik ini juga dirancang untuk melihat fenomena di masyarakat secara mudah.

#### **4. Informan Penelitian**

Informan dari penelitian ini adalah para Mahasiswa UII, UMY, UAD, serta UIN Yogyakarta yang menggunakan instagram serta mengikuti akun instagram Awkarin. Dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Mahasiswa beragama Islam dengan latar belakang studinya di Universitas Islam yang ada di Yogyakarta, hal ini dikarenakan gaya berpakaian Awkarin tidak sesuai dengan syariat islam
- b. Mahasiswa yang menggunakan instagram serta mengikuti akun Awkarin dalam rangka hanya sekedar untuk hiburan maupun yang mengidolakan Awkarin.
- c. Mahasiswa yang telah menjadi *followers* Awkarin sejak tahun 2016, karena di tahun tersebut Awkarin memulai ketenarannya.

#### **5. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik dalam pengumpulan data dari penelitian ini memakai metode wawancara (*interview*) dan dokumentasi.

- a. Wawancara merupakan suatu proses tanya-jawab lisan dimana dua orang orang atau lebih berhadapan secara fisik yang satu dapat melihat muka orang yang lain dan mendengarkan dengan telinga. Kegunaannya yaitu mengumpulkan data primer yang langsung dari responden yang berhubungan dengan permasalahan penelitian. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2007:186). Peneliti memilih wawancara sebagai teknik pengumpulan data karena melalui wawancara, peneliti dapat memperoleh informasi yang lebih detail mengenai topik dari penelitian ini.
- b. Teknik pengumpulan data secara dokumentasi merupakan teknik yang digunakan untuk mencari informasi yang relevan mengenai suatu masalah yang bersangkutan. Creswell (2013, hal. 269) menyebutkan beberapa kelebihan teknik dokumentasi, yaitu:
  - 1) Memungkinkan peneliti memperoleh bahasa dan kata-kata tekstual dari partisipan
  - 2) Sumber informasi dapat diakses kapan saja
  - 3) Menyajikan data yang berbobot
  - 4) Menghemat waktu peneliti dalam mentranskrip.



## 6. Instrumen Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan dua instrumen penelitian, yaitu *interview guide* dan *voice recorder*. *Interview guide* merupakan pedoman atau panduan bagi peneliti dalam melakukan wawancara. *Interview guide* dapat membantu peneliti dalam melakukan wawancara agar mendapatkan informasi yang lebih detail mengenai topik penelitian. Dalam melakukan wawancara, peneliti menggunakan *voice recorder* untuk merekam percakapan selama proses wawancara, sehingga akan mempermudah peneliti dalam mentranskrip data yang telah diperoleh.

## 7. Teknik Analisis Data

Setelah pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi, peneliti kemudian melakukan analisis data. Rossman dan Rallis (1998) dalam Creswell (2013, hal. 274) menyatakan bahwa analisis data merupakan proses berkelanjutan yang membutuhkan refleksi terus menerus terhadap data, mengajukan pertanyaan-pertanyaan analitis dan menulis catatan singkat sepanjang penelitian. Analisis data kualitatif melibatkan proses pengumpulan data, interpretasi, dan pelaporan hasil. Menurut Sugiyono (2012, hal. 246-252), ada beberapa aktivitas dalam analisis data, yaitu :

### a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang telah diperoleh dari lapangan jumlahnya sangat banyak, kompleks, dan rumit. Maka perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok,

menfokuskan pada hal-hal yang penting dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas (Sugiyono, 2012: 247).

**b. Data *Display* (penyajian data)**

Setelah peneliti mereduksi data, langkah selanjutnya yang dilakukan peneliti adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif (Sugiyono, 2012: 249).

**c. *Conclusion Drawing/verification***

Langkah ke tiga yang dilakukan peneliti dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas, sehingga setelah diteliti menjadi jelas. Temuan juga dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori (Sugiyono, 2012: 253).

Pada proses penarikan kesimpulan ini, peneliti mulai mencari makna dari kata-kata yang terkumpul. Selanjutnya peneliti mulai mencari arti dan penjelasannya, kemudian menyusun pola-pola hubungan tertentu kedalam suatu satuan informasi yang mudah dipahami dan ditafsirkan. Data-data

yang telah terkumpul disusun ke dalam satuan-satuan, kemudian dikategorikan sesuai dengan masalah-masalahnya. Data tersebut dihubungkan dan dibandingkan satu dengan yang lain sehingga mudah disimpulkan sebagai jawaban dari setiap permasalahan yang ada.

### **8. Uji Validitas Data**

Peneliti menggunakan teknik triangulasi dalam menguji validitas data. Creswell (2013, hal. 286) mengatakan bahwa mentriangulasi sumber sumber data yang berbeda dengan memeriksa bukti-bukti yang berasal dari sumber sumber tersebut dan menggunakannya untuk membangun justifikasi tema-tema secara koheren. Tema-tema yang dibangun berdasarkan sejumlah sumber data atau perspektif dari partisipan akan menambah validitas data.

Pendapat tersebut mengandung makna bahwa dengan menggunakan metode triangulasi data akan mempertinggi validitas dan memberikan kedalaman hasil penelitian sebagai pelengkap apabila data yang diperoleh dari sumber pertama masih terdapat kekurangan. Agar data yang diperoleh semakin dapat dipercaya, maka data yang dibutuhkan tidak hanya dari satu sumber saja, tetapi berdasarkan pada sumber-sumber lainnya yang terkait dengan subyek penelitian. Di sisi lain triangulasi data adalah cara memperoleh data dengan jalan membandingkan data hasil wawancara dan hasil pengamatan yang diperoleh dari penelitian.