

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @nazlaalifa TERHADAP GAYA HIDUP

Citra Ramadhani¹, Sigit Pramono Hadi²

¹*Program Studi Ilmu STIKOM Interstudi
Jl. Wijaya 11 No. 62 Jakarta 12160
citrabona@gmail.com*

²*Program Studi Ilmu STIKOM Interstudi
Jl. Wijaya 11 No. 62 Jakarta 12160
Sigitvt35@gmail.com*

Abstrak. Kemajuan teknologi telah menciptakan bentuk baru dalam berinteraksi dan bersosialisasi, salah satunya adalah inovasi teknologi komunikasi berupa media sosial. Salah satu media sosial yang sangat diminati dikalangan generasi remaja adalah Instagram. Dalam media sosial, terdapat pengguna yang memiliki pengaruh besar dalam kategori yang spesifik, mereka disebut sebagai *influencer* atau *selebgram* (*Selebriti Instagram*) salah satunya Nazla Alifa Senia dengan akun Instagram @nazlaalifa, Nazla pembuat konten fesyen, kecantikan, dan gaya hidup yang berbasis di Jakarta, dengan pesatnya perkembangan media sosial, telah memberikan dampak terhadap gaya hidup. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh akun instagram @nazlaalifa terhadap gaya hidup dan seberapa kuat pengaruhnya. Peneliti menggunakan Lemeshow untuk memperoleh sampelnya, teknik pengambilan sampel *Non Probability Sampling*, sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner melalui googleform. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengaruh media sosial Instagram Akun@nazlaalifa terhadap gaya hidup dengan tingkat pengaruh sedang.

Kata Kunci: Media sosial, Instagram, akun Instagram @nazlaalifa, Gaya Hidup, *Followers*

Abstract. *Technological advances have created new forms of interaction and socialization, one of which is communication technology innovation in the form of social media. One of the most popular social media among the millennial generation is Instagram. In social media, there are users who have great influence in specific categories, they are referred to as influencers or celebgrams (Instagram Celebrities), one of which is Nazla Alifa Senia with the Instagram account @nazlaalifa, Nazla a fashion, beauty and lifestyle content creator based in Jakarta, with the rapid development of social media, has had an impact on lifestyle. The purpose of this study is to determine whether there is influence of the @nazlaalifa Instagram account on lifestyle and how strong the influence is. The researcher used Lemeshow to obtain the sample, the non-probability sampling technique, while the data collection technique used questionnaires via Googleform. The results of the study showed that there was a positive and significant influence between the influence of social media Instagram Account@nazlaalifa on lifestyle with a moderate level of influence.*

Keywords: *Social media, Instagram, @nazlaalifa Instagram account, Lifestyle, Followers*

1. Pendahuluan

Latar Belakang

Bentuk perkembangan dari teknologi internet salah satunya media sosial. Berdasarkan perkembangan tersebut, menciptakan kegiatan-kegiatan baru yang menyenangkan, contohnya adalah tiap individu kini memiliki *smartphone* canggih yang mempunyai kemampuan untuk mengambil gambar setiap waktu dalam bentuk apapun serta dapat mengunggahnya ke media sosial. Beragam jenis media sosial, salah satunya adalah Instagram. Individu yang menggunakan Instagram dapat mempunyai profil sendiri yang dimana dalam profil nya berisi beragam video dan foto yang sudah diunggah, dan memiliki fitur “like”, “comment”, dan “share”. (Prihatiningsih, 2017).

Penyebaran informasi ataupun sebuah berita tidak hanya kita dengarkan melalui siaran radio ataupun kita lihat di stasiun televisi saja. Di era digital seperti saat ini penggunaan media sosial menjadi sebuah kebutuhan untuk semua orang, penyiaran menjadi lebih mudah menggunakan media sosial, informasi melalui media sosial menjadi sebuah tantangan dan juga kemudahan (Kustiawan et all, 2022)

Kehadiran media sosial ternyata membawa dampak perubahan pada penyiaran, dari konvensional menjadi modern dan serba digital, dan penyiaran media menjadi lebih efektif, karena cepat dan mudahnya berita diakses melalui media sosial. Biaya operasional juga tidak sebesar biaya pada media penyiaran radio serta televisi. Dengan adanya media sosial,

komunikasi menjadi lebih mudah dan cepat serta lebih transparan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, khususnya remaja saat ini (Sunarwan, 2015).

Remaja mewajibkan gadget atau *smartphone* untuk dimiliki. Hal tersebut dikarenakan mereka membutuhkan teknologi yang instan dalam melakukan beragam aktivitas, contohnya adalah penggunaan media. Media yang seringkali digunakan oleh generasi *millennial* adalah sosial media. Diketahui, jumlah peminat media sosial mencapai 93%, hal ini berdasarkan sumber yang didapati dari (wearesocial.com, 2019).

Salah satu media sosial yang sangat diminati adalah *instagram*, sebagai media komunikasi yang digandrungi oleh banyak kalangan muda khususnya remaja, saat ini *Instagram* memiliki peringkat tertinggi keempat sebagai salah satu aplikasi yang banyak di unduh di Indonesia (Badri & Yesicha, 2019). Dalam media sosial, terdapat pengguna yang memiliki pengaruh besar dalam kategori yang spesifik, mereka disebut sebagai *influencer* atau *selebgram* (*Selebriti Instagram*).

Kalangan remaja, menyukai banyak kategori yang dibahas oleh para *influencer*. Beberapa kategori yang diminati adalah *fashion* dan *styling* dalam berpakaian. Salah satu *influencer* yang memiliki kedua kategori tersebut adalah *Influencer* Nazla Alifa Senia. Nazla yang memiliki nama akun *Instagram@nazlaalifa*.

Nazla Alifa Senia adalah pembuat konten fesyen, kecantikan, dan gaya hidup yang berbasis di Jakarta, Indonesia. Dengan 359 ribu *followers* di Instagram per tanggal 19 September 2022, memenuhi platform media sosialnya dengan konten yang berkaitan dengan produk *fesyen*, kecantikan, *traveling*, dan bahkan makanan pada bulan Agustus konten *travelling* lebih banyak *likes* daripada konten *feeds* yang dipromosikan pada platform nonton film online seperti Disney Hotstar, Nazla Alifa seringkali mengunggah foto saat ia menggunakan pakaian dengan ciri khasnya sendiri hingga cara ia mencampurkan kedua gaya tersebut hingga menjadi sebuah gaya baru. (Ahmad & Nurhidaya, 2020).

Bukan datang dari dunia entertainment, Nazla merupakan wanita yang sangat populer di sosial media. Wajah yang menawan dan punya postur tubuh yang jadi idaman semua cewek. Nazla sendiri juga sangat menyukai fotografi dan fashion. Traveling juga menjadi konten yang paling utama. Sebagai selebgram, Nazla Alifa memang punya gaya yang “nazla banget”. Berbeda dari selebgram lainnya, di Instagram pribadinya Nazla sering banget membagikan foto “*outfit of the day*” dengan gaya *sporty* yang *boyish*. Tapi, selain gaya *sporty*, Nazla ternyata sering juga tampil dengan gaya *casual chic* yang membuatnya makin menarik dan banyak yang meniru selera fashion-nya. Seorang influencer patut diapresiasi karena orang bisa melihat

kegiatan positif lalu bisa terinspirasi (Hidayatty, 2018).

Setiap remaja melewati masa pencarian identitas diri serta bermacam gaya hidup yang ada disekitar lingkungan dan masyarakat. Salah satunya adalah cara remaja dalam mengakses jaringan internet media sosial, termasuk Instagram. Instagram sebagai situs pertemanan dapat pula berdampak negatif apabila tidak disikapi secara bijak. Sifat manusia mempunyai kecenderungan untuk selalu mengembangkan penemuan baru terutama dalam hal mencari informasi-informasi dalam teknologi.

Remaja saat ini cenderung menghabiskan waktunya untuk bermain media sosial salah satunya Instagram, melihat-lihat fashion terkini, tempat nongkrong favorit terkini, dan lain sebagainya. Remaja tersebut cenderung berkulat di dunianya, sehingga tidak menyadari dampak negatif yang ditimbulkan bagi pergaulan dan kehidupan sosialnya. Seperti yang kita ketahui perkembangan teknologi pasti menimbulkan dampak negatif, terlebih Instagram yang banyak digemari remaja pada era ini (Bambang, 2012:5).

Rumusan Masalah

Peran media sosial Instagram saat ini sangat berpengaruh terhadap gaya hidup khalayak. Mengacu pada uraian latar belakang penelitian, rumusan masalah: 1. Apakah media sosial Instagram akun @nazlaalifa berpengaruh terhadap gaya hidup?

2. Seberapa kuat pengaruh akun instagram @nazlaalifa terhadap gaya hidup?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian sesuai dengan identifikasi masalah, yaitu 1. Untuk mengetahui pengaruh akun instagram @nazlaalifa terhadap gaya hidup. 2. Untuk mengetahui seberapa kuat akun instagram @nazlaalifa terhadap gaya hidup.

Manfaat Penelitian

Manfaat Akademis

Secara akademis untuk mengembangkan kajian dan referensi studi ilmu komunikasi dengan tema yang saman mengenai efek media sosial, khusus influencer Instagram, sehingga dapat menghasilkan pengetahuan yang berkembang.

Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan bahwa siswa dapat memperoleh keinginan untuk mendapatkan pendapatan di usia muda, karya-karya kreatif, dan juga edukasi. Hal hal tersebut sangat bermanfaat untuk perkembangan pribadi siswa.

Tinjauan Pustaka

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Monica Utari tahun 2020 dengan judul Pengaruh Media Sosial Instagram Akun Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. Karena pada jurnal tersebut memiliki topik yang sama pada penelitian ini yaitu dari sisi pengguna media sosial

Instagram terhadap tokoh yang di anut (Utari, 2020).

Komunikasi massa dikenal sebagai media massa yang terbagi dua yaitu cetak atau elektronik. Dalam Komunikasi Massa Salah satu teori efek dalam komunikasi massa yaitu teori Agenda Setting. Jika dilihat dari berbagai macam pendapat terhadap efek komunikasi massa, dengan adanya hal tersebut sehingga menjadikan media massa dapat menciptakan perhatian terhadap issue tertentu serta tidak meliha ke sisi yang lain, sehingga terciptanya pengaruh terhadap pendapat umum. (Nurul, 2020)

Seperti yang kita ketahui, komunikasi yaitu suatu langkah yang sangat diperlukan untuk menuturkan informasi yang dapat diterima oleh masyarakat atau perseorangan, dengan hal tersebut komunikasi massa menjadi opsi paling utama untuk menuturkan informasi kepada khalayak karena komunikasi public dianggap menjadi pilihan yang tepat untuk terjalannya suatu proses interaksi sosial. Jika disimpulkan komunikasi publik merupakan kebutuhan pokok untuk menyampaikan informasi ataupun pendapat kepada masyarakat. Didalam komunikasi public terdapat suatu proses untuk memberikan informasi. Pada proses komunikasi publiknya pentingnya suatu sarana, sarana tersebut dapat disalurkan melalui media massa, cetak, elektronik dan online. (Syaipudin, 2020)

Media massa memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk memperoleh informasi secara massal. Media massa cetak, elektronik, atau

online yang terdaftar pada tahun 2016 di Dewan Pers sebanyak 1645 media, terdiri dari media yang telah terverifikasi administrasi, faktual sebanyak 76 media, terverifikasi administrasi sejumlah 289 media, serta ada Sebagian yang belum terverifikasi sejumlah 1280 median (<http://www.dewanpers.or.id>).

Komunikasi massa memiliki cara tersendiri untuk menyampaikan pesan, yaitu melalui surat kabar, majalah, radio dan televisi. (Santosa, 2017)

Di dunia era digital, media sosial Instagram menjadi pilihan yang paling sering di akses. Instagram menduduki urutan ke-5 dengan nominasi platform media sosial yang penggunaanya sangat tinggi. Hal tersebut menurut data yang diperoleh dari Digital Transformation World pada tahun 2019.

Jika dilihat dari penggunaan media sosial di Indonesia, menduduki urutan ke-3 karena penggunaanya sangat aktif dan seringkali digunakan sebagai media pemasaran dengan jumlah akses sebanyak 62 juta kali di setiap bulan.

Jejaring sosial mempunyai sistem kerja yang dapat diakses melalui media sosial tertentu dengan cara membuat profil, saling berbagi berbagai satu dengan yang lainnya, berinteraksi, serta saling berkomunikasi dari satu pengguna ke pengguna yang lainnya pada situs yang sama.

Telah diteliti oleh penelitian lain jika kategori media sosial konsumen adalah kontributor yang aktif dalam hal membuat isi komentar

(posting) dan penelitian ini hanya melihat isi komentar dari pihak lain.

Dalam masyarakat terciptanya rasa ingin tahu untuk menjadi pengguna Instagram berdasarkan pada fitur yang telah ditawarkan, antara lain yaitu terhadap peningkatan mengenai adanya kecepatan arus dalam informasi sebagai dasar untuk menghadirkan sebuah interaksi. Sehingga hasil yang didapatkan dari manfaat adanya fitur insight, mengarah pada karakteristik terhadap penggunaan fitur insight sebagai pembasahan pada penerapannya. (Rudyanto, 2018)

Broadcast

Komunikasi penyiaran merupakan materi produksi, proses produksi, penyiapan bahan siar, pemancaran sampai penerimaan siaran di suatu tempat. Pada undang-undang No. 32 tahun 2002 memuat penyiaran adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau yang berbentuk grafis, karakter, baik bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran (Rachman, 2016).

Penyiaran merupakan sebuah proses dimana mempublikasikan sebuah informasi atau sebuah pesan dari seseorang atau sebuah produser kepada khalayak ramai yaitu masyarakat. Media sosial merupakan media yang digunakan untuk penyebaran sebuah informasi, penunjang pekerjaan, pendidikan, dan juga sebagai alat untuk berkomunikasi. Selain hal tersebut media sosial saat ini menjadi alternative media penyiaran (Kustiawan et all, 2022)

Media Sosial

Media sosial, “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”. Media Instagram merupakan salah satu media yang sangat berperan dalam kehidupan generasi muda sampai saat ini (Kaplan & Haenlein, 2010).

Lingkup remaja di dalam media sosial membuat kebiasaan yang berbeda, yaitu membuat profil media sosial agar terlihat sempurna. Mulai dari menggunggah kegiatan pribadi yang seru dan menyenangkan, keluh kisah yang dialami hingga foto bersama teman atau keluarga. Seringkali para remaja haus akan pujian dan eksistensi di dunia digital, mereka ingin dikenal dengan gelar gaul dan keren. Sebaliknya, remaja yang pasif di media sosial justru diberikan gelar sebagai remaja yang kurang bergaul dan ketinggalan jaman. Padahal dalam proses menemukan jati diri terutama mengacu pada perkembangannya di lingkungan pendidikan, remaja harus menyaring banyak hal disekitarnya. Hal ini membuat muncul banyak kekhawatiran, karena terdesak nya ingin dikenal sebagai gaul dan keren, remaja lupa bahwa banyak resiko yang muncul jika terlalu berlebihan menggunakan media sosial, mulai dari kejahatan internet berbentuk pemalsuan jati diri, komentar yang menyakitkan serta ancaman yang

muncul dari akun anonim. (Putri, Nurwati, & S, 2016)

Munculnya media sosial sebagai salah satu teknologi baru berbasis *website* membuat banyak perkembangan di lingkungan sosial masyarakat. Media sosial sendiri adalah media online baru yang membantu individu berinteraksi dengan mudah. Media sosial menciptakan dialog interaktif yang sebelumnya adalah komunikasi. Melalui media baru ini, tiap individu mampu menciptakan, mengunggah dan mempublikasikan kontennya menjadi sebuah artikel, berita, foto ataupun video. (McQuail & Denis, 2005)

Media sosial merupakan sebuah media yang termasuk dalam kategori media baru. Media baru tersebut menggunakan internet, mulai dari berita, iklan dan penyiaran, aktifitas diskusi, ataupun pertukaran informasi yang mampu memicu pembentukan komunitas spesifik baru.

Media sosial ini dibentuk supaya memudahkan pengguna dalam berinteraksi atau komunikasi dua arah (Nasrullah, 2015 dalam Saleh dan Pitriani, 2018). Penelitian ini mempunyai indikator indikator sebagai berikut

Partisipasi yaitu suatu tindakan ajakan melalui media sosial untuk melibatkan siapa saja agar dapat berpartisipasi. Keterbukaan seperti ini dapat memberikan sebuah masukan atau kontribusi dan umpan balik secara terbuka, serta dapat membagikan informasi berbentuk gambar / video. Percakapan turut dapat berupa berbicara melalui telfon, memberi

komentar, mengirim dan membalas chat. Komunitas adalah sebuah fasilitas media berfungsi sebagai tempat interaksi dalam jejaring sosial di ruang maya. Selain itu juga dengan menggunakan fitur share yang dapat terhubung dengan media sosial.

Instagram merupakan aplikasi untuk berbagi foto dan memberi filter digital yang memotong foto penggunaannya sesuai keinginan seperti hasil kamera, dapat dikonsumsi pribadi maupun disebar luaskan kepada orang lain. (Atmoko, 2012 dalam Utari, 2017).

Gaya Hidup

Kotler dan Keller memberikan pemahaman mengenai gaya hidup, yaitu sebuah pola hidup individu yang dapat diekspresikan menjadi sebuah aktivitas, keinginan dan opini. Gaya hidup ini memperlihatkan keseluruhan diri seseorang ketika berinteraksi dan beraksi di dunia (Kotler & Keller, 2009).

Gaya hidup seseorang berbeda didefinisikan dari kegiatan rutin yang dilakukan, pikiran terhadap lingkungan sekitar, orang lain maupun pada diri sendiri, cara menyelesaikan masalah, keperdulannya terhadap suatu keadaan dan situasi. Gaya hidup yang ada pada tiap individu mempengaruhi sifat konsumtif serta barang-barang yang nantinya akan mereka beli, hal ini menjadi kesempatan untuk para pemasar agar mampu meningkatkan tingkat efisiensi dan efektifitas cara pemasaran mereka. Mulai dari segmentasi gaya hidup tiap individu, bisa terlihat cara promosi mana yang

bisa dilakukan dari suatu produk. (Kotler & Philip, 2002)

Pola tindakan seseorang atau kelompok dapat dijadikan sebuah acuan dalam gaya hidup dan menciptakan identitas diri atau kelompok. Hal ini membentuk dan mencerminkan sebuah citra yang dapat dilihat dari penampilan seseorang dan memiliki sifat yang dapat dilihat dan dapat dirasakan oleh panca indera. Sebuah citra sebagai akibat dari gaya hidup seseorang dapat mencerminkan nilai dan status sosial (Cleopatra, 2015)

Gaya hidup dapat dilihat dengan menggunakan pengukuran psikografis berisikan beberapa pertanyaan yang dibuat untuk menilai gaya hidup pasar sasaran, karakteristik kepribadian dan karakteristik semografi. Gaya hidup merupakan salah satu cara untuk mengelompokkan konsumen secara psikografis. Menurut (Suryani, 2008 dalam Palupi, 2017) menyatakan bahwa segmentasi gaya hidup mengukur aktivitas-aktivitas manusia dalam:

Aktivitas merupakan cara untuk mereka menghabiskan waktunya. Minat adalah suatu yang dianggap penting disekitarnya. Opini dapat dikatakan sebagai pandangan terhadap diri sendiri maupun terhadap orang lain. Karakter-karakter dasar seperti daur kehidupan, penghasilan, pendidikan dan tempat tinggal.

Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya hidup

Media Sosial (X)

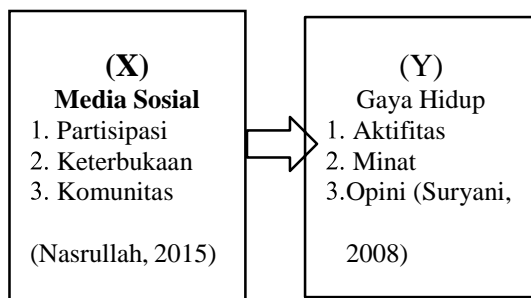
Dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah platform digital yang menyediakan fasilitas interaksi sosial, media online menggunakan teknologi berbasis web dan juga mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Nurudin, 2012).

Gaya Hidup (Y)

Pengertian gaya hidup adalah bagaimana pola dan cara hidup seseorang, menggunakan uangnya, serta bagaimana mengalokasikan waktunya (Prasetijo & Ihalauw, 2005).

Kerangka Pemikiran

Pengaruh Media Sosial terhadap Gaya Hidup (X terhadap Y)



Gambar 1. Model Hipotesis

Hipotesis

Penelitian ini mengandung hipotesis sebagai berikut :

Ho : Media sosial Instagram akun @nazlaalifa tidak berpengaruh terhadap gaya hidup

Ha : Media sosial Instagram akun@nazlaalifa berpengaruh terhadap gaya hidup

Metodologi Penelitian

Pendekatan Penelitian

Pedekatan penelitian ini kuantitatif, yaitu sebuah proses dilakukan menggunakan data angka sebagai alat menganalisis apa yang ingin diketahui (Kasiram, 2008).

Penelitian dengan pendekatan kuantitatif mengarah kepada eksplanatif, menelaah objek penelitian eksplanatif (explanatory research) yang bertujuan menguji adanya hubungan variabel yang akan dijadikan hipotesis. Penelitian ini mengandung hipotesis kemudian akan di uji agar mendapatkan kebenaran. Pada hipotesis tersebut menggambarkan hubungan dan penengaruh antara dua variabel atau lebih varibel dengan tujuan untuk mengetahui sesuatu variabel tersebut bersosialisasi dengan varibel yang lainnya.

Penelitian eksplanatif menjelaskan mengenai generalisasi populasi atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh dari satu variabel dengan variabel yang lainnya. Maka, dengan format yang dimiliki oleh eksplanatif peneliti menggunakan sampel dan hipotesis penelitian. (Muyaldi, 2011)

Metode Penelitian

Menurut (Suriasumantri, 2006), Mengatakan bahwa metode merupakan suatu cara sebuah ilmu mendapatkan dan menyusun pengetahuan berdasarkan pada pemikiran yang logis yang harus disertai dengan argumentasi konsisten pada pengetahuan

sebelumnya Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dikarenakan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial Instagram akun @nazlaalifa terhadap gaya hidup *followersnya*.

Penggunaan penelitian asosiatif ini adalah ingin mengetahui hubungan setiap variabel. Penelitian asosiatif ini dapat membangun sebuah teori yang bertujuan untuk menjelaskan, meramalkan dan juga menontrol sebuah gejala (Sugiyono, 2015).

Sumber Data

Data-data akan diperoleh melalui subjek, penelitian ini membedakan antara data yang didapat secara langsung dari masyarakat dan bahan pustaka. Sumber data ini sering disebut dengan data primer dan sekunder. Sumber data primer yaitu data yang langsung memberikan data kepada pengumpul berupa opini orang secara individu atau kelompok, dapat berupa hasil observasi terhadap sebuah benda, kejadian dan hasil pengujian, diperoleh dengan menggunakan metode survei dan metode observasi.

Penelitian ini menggunakan data primer berupa penyebaran kuesioner kepada subyek penelitian yaitu *followers* Instagram @nazlaalifa.

Sumber data sekunder, data diperoleh secara tidak langsung memberikan data melalui perantara atau dokumen kepada pengumpul data. Data sekunder pada penelitian dilakukan sebagai penguat data primer yaitu data yang didapatkan dari literatur yang relevan, misalnya dapat

dari artikel, jurnal maupun situs yang ada di internet.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dimana memiliki karakteristik yang ditentukan dalam penelitian yang selanjutnya dipelajari dan ditarik sebuah kesimpulan.

Ditinjau dari jumlah populasinya, populasi terbagi menjadi dua yaitu populasi yang mempunyai anggota terbatas (*finite population*) dan populasi yang mempunyai anggota tidak terbatas (*infinite population*). *Finite population* memiliki sumber data yang jelas batas-batasnya secara kuantitatif, mempunyai elemen atau anggota yang dapat dihitung atau dapat diketahui berapa jumlahnya. Sedangkan *Infinite population* mempunyai sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya secara kuantitatif, mempunyai anggota yang tidak dapat diketahui berapa banyak anggotanya (Jaya, 2019).

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah *follower* Instagram akun @nazlaalifa, yang jumlahnya tidak diketahui dan berubah-ubah dapat dikatakan dalam kategori tidak terbatas (*infinite population*).

Kriteria responden dalam penelitian ini;

1. Merupakan *follower* aktif Instagram akun @nazlaalifa
2. Mengikuti Instagram akun @nazlaalifa lebih kurang satu tahun

3. Umur berkisar 20-25 Tahun

Penetapan jumlah sampel ditetapkan berdasarkan perhitungan rumus Lemeshow dengan persentase 10%, sehingga diperoleh 100responden sebagai sampel penelitian. Adapun rumus Lemeshow adalah sebagai berikut:

$$Z^2 P(1 - P)$$

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,1) atau sampling error = 10 %

Melalui rumus di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang/followers.

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel, karakteristik yang hampir sama dan dianggap sudah dapat mewakili sebagian dari populasi. Jenis penelitian ini menggunakan *Non Probability Sampling* (penarikan sampel dengan cara tidak acak). Jenis sampel ini tidak memberikan peluang yang sama untuk semua populasi yang akan dijadikan sampel (Sugiyono, 2015).

Menggunakan Teknik *Accidental Sampling* dengan berdasarkan kebetulan artinya peneliti memilih siapa saja yang secara kebetulan bertemu dan sesuai untuk dijadikan sumber data. (Sugiyono, 2009). Kuesioner dibagikan kepada

follower Instagram akun @nazlaalifa melalui googleform. Dan metode alat pengukuran pada kuesioner ini menggunakan skala *Likert* yaitu untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek sikap. Skala interval adalah jawaban pertanyaan dengan skor dari 1-5, dimana 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, 5 = sangat setuju.

Uji Validitas

Validitas instrumen dapat dibuktikan dengan beberapa bukti yaitu validitas konten, isi, konstruk, dan kriteria. (Yusup, 2018)

Uji Reliabilitas

Dalam menemukan instrumen reliabel, instrumen yang diuji dengan mengukur objek yang sama harus menghasilkan data yang sama dalam setiap kali pengujiannya. Hasil penelitian adalah valid dan reliabel dalam proses pengumpulan data. Namun, pengujian reabilitas wajib dilakukan walaupun instrumen yang valid umumnya reliabel, hal ini dikarenakan instrumen reliabel belum tentu valid. (Sugiyono, 2009:121-122).

Biasanya, pengukuran dilaksanakan sebelum dan sesudah percobaan. Jika muncul perbedaan, akan disebut pengaruh variabel eksperimen dalam percobaan yang terjadi. Maka dari itu diperlukan alat pengukuran yang reliabel, sebagai hasil dari variabel eksperimen tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa alat pengukuran harus reliabel agar konsisten.

Untuk mengetahui ada perubahan antara skor sebelum dan setelah percobaan, dibutuhkan alat instrumen yang reliabel. Jika ingin menganggap perubahan terjadi atas pengaruh variabel, maka variabel eksperimen dan perubahan yang terdapat sebab - akibat harus terbukti ada perubahan yang mendukung anggapan tersebut. (Nasution, 2007 : 77 - 78).

Semakin besar kesalahan pengukuran akan menjadikan alat pengukur tidak reliabel, begitupun sebaliknya, semakin kecil kesalahan maka akan semakin menjadikan reliabel alat pengukur. Dalam penelitian kuisioner, uji reliabel instrumen yang digunakan adalah Teknik Alpha Crobbach. Alat ukur yang disebut baik adalah sejumlah $>0,1$ menurut standar nilai aplha (α), jadi jika ingin melihat alat ukur yang reliabel perlu nilai yang besar dari nilai aplha ($>0,1$), hal tersebut disebut Berthaud yang dikutip dari Alan Bryman dalam bukunya yang berjudul "Social Research Methods" (2008:151)

Pada analisis bivariat terdapat regresi di penelitian ini mempunyai kegunaan yaitu untuk memprediksi atau meramal variabel Y apabila variabel X telah diketahui. Untuk menganalisis regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional atau hubungan sebab akibat (kausal) variabel Instagram terhadap variabel gaya hidup. disebabkan adanya perbedaan didasari dari analisis regresi dan korelasi. Dapat dikatakan korelasi keduanya memiliki hubungan yang

erat dan kuat. Disetiap analisis reglesi telah otomatis terdapat analisis kolerasi nya, serta bisa sebaliknya analisis korelasi belum tentu teruji regresi atau diteruskan dengan analisis regresi. (Riduwan, 2018)

Operasionalisasi Konsep

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala Pengukuran
Media Sosial (X) (Nasrullah, 2015)	Partisipasi	Suatu tindakan ajakan melalui media sosial untuk melibatkan siapa saja agar dapat berpartisipasi	Saya selalu menanggapi konten akun Instagram @nazlaalifa	Skala Likert: Sangat Tidak Setuju (STS) = 1 Tidak Setuju (TS) = 2 Ragu-Ragu (RR) = 3 Setuju (S) = 4 Sangat Setuju (SS) = 5
			Saya ikut serta jika akun Instagram @nazlaalifa melakukan live	
			Saya selalu memberikan like di setiap konten akun Instagram @nazlaalifa	
	Keterbukaan	Seperti ini dapat memberikan sebuah masukan atau kontribusi dan umpan balik secara terbuka, serta dapat membagikan informasi berbentuk gambar / video	Saya membagikan informasi berupa gambar yang ada di akun Instagram @nazlaalifa kepada teman	
			Saya membagikan informasi berupa video yang ada di akun Instagram @nazlaalifa kepada teman	
			Saya memberikan masukan di kolom komentar akun Instagram @nazlaalifa terkait konten yang di bagikannya	
	Komunitas	Sebuah fasilitas media berfungsi sebagai tempat interaksi dalam jejaring sosial di ruang maya. Selain itu juga dengan menggunakan fitur share yang dapat terhubung dengan media sosial	Saya merasa terhubung dengan followers lain di akun Instagram @nazlaalifa	
			Saya bertukar informasi dengan followers lain di kolom komentar akun Instagram @nazlaalifa	
	Gaya Hidup (Y) (Suryani, 2008)	Aktivitas	merupakan cara untuk mereka menghabiskan waktunya	Saya sering mengakses akun Instagram @nazlaalifa pada media sosial
Saya mengikuti semua konten akun sosial media Instagram @nazlaalifa				
Saya mengakses Instagram @nazlaalifa pada media sosial 2-3 kali dalam seminggu				
Minat		Suatu yang dianggap penting disekitarnya	Saya tertarik pada konten produk kecantikan ketika mengakses akun media	

		<p>sosial Instagram @nazlaalifa</p> <p>Saya tertarik mengakses akun Instagram @nazlaalifa yang menawarkan konten <i>traveling</i></p> <p>Saya tetap membeli produk yang ditawarkan akun sosial media Instagram @nazlaalifa walaupun tidak mendapat hadiah</p> <p>Saya berlibur ke tempat wisata yang di kontenkan oleh akun Instagram @nazlaalifa</p>
Opini	Dapat dikatakan sebagai pandangan terhadap diri sendiri maupun terhadap orang lain. Karakter-karakter dasar seperti daur kehidupan, penghasilan, pendidikan dan tempat tinggal	<p>Saya tidak membeli produk yang ditawarkan walaupun endorsmannya adalah Nazla Alifa Senia</p> <p>Saya menjadi tidak percaya diri ketika saya menggunakan produk yang bukan digunakan oleh Nazla Alifa Senia</p> <p>Saya tidak mementingkan harga dalam memilih produk yang ditawarkan di akun sosial media Instagram @nazlaalifa</p> <p>Tingkat rasa percaya diri saya tumbuh saat menggunakan produk dari akun sosial media Instagram @nazlaalifa</p> <p>Saya tidak tertarik untuk datang ke suatu tempat yang ditawarkan oleh akun sosial media Instagram @nazlaalifa</p>

Hasil dan Pembahasan

Peneliti menggunakan dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel X (Media sosial) dan Variabel Y (Gaya hidup), responden dalam penelitian merupakan *folloers* instagram akun @nazlaalifa yang berjumlah 100 orang menggunakan rumus Lemeshow dengan persentase 10%, penelitian ini melakukan uji validitas, reliabilitas dan Mean, analisis menggunakan uji hipotesis dan regresi linier sederhana dengan perhitungan menggunakan SPSS.

Tabel 4.1 Uji Validitas Instrumen

Item	Std deviatio ns	Item	Std deviatio ns	r tabel
X1	.614	Y1	.671	0,195
X2	.724	Y2	.672	
X3	.640	Y3	.559	
X4	.559	Y4	.458	
X5	.668	Y5	.649	
X6	.798	Y6	.549	
X7	.435	Y7	.442	
X8	.389	Y8	.522	
		Y9	.664	
		Y10	.630	
		Y11	.751	
		Y12	.667	

Sumber: Hasil olah SPSS 2023

Untuk menguji instrumen penelitian dilakukan uji validitas, untuk mengetahui sah atau tidaknya sebuah kuesioner dengan membandingkan nilai r hitung dan r table, r hitung \geq dari r artinya instrument penelitian dinyatakan valid. Pada table 4.1 hasil

olah spss menunjukkan bahwa nilai r tabel adalah 0,195. Hasil perhitungan validitas pada tabel 4.1, dapat dilihat bahwa r hitung $>$ r tabel artinya 20 instrumen pernyataan dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari r tabel.

Tabel 4.2 Uji Reliabilitas penelitian

Variabel	α	N
Media Sosial (X)	0,781	8
Gaya Hidup (Y)	0,794	12

Sumber: Hasil olah SPSS 2023

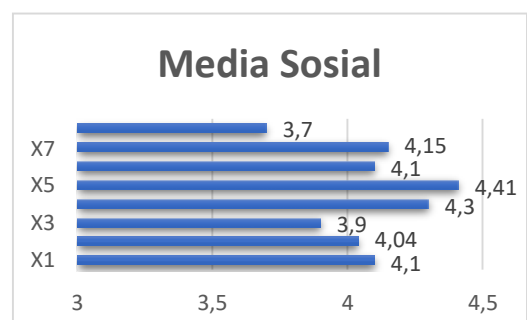
Peneliti melakukan uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi kuesioner, Uji reliabilitas

merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana instrument yang di uji adalah

item yang dinyatakan valid.

Kemudian dilakukan uji Reliabilitas, menggunakan statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ($>$ 0,60). Hasil uji relibilitas pada tabel 4.2 menunjukkan nilai varibel x sebesar 0,781 dan variabel y 0,794 artinya semua varibel dinyatakan reliabel dan layak untuk dilakukan uji asumsi.

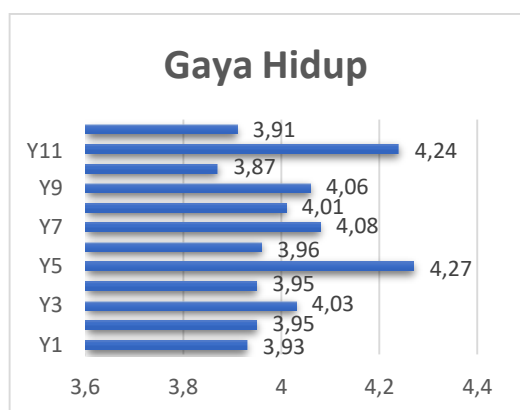
Grafik Kontinum Nilai Rata-Rata (Mean) Variabel Media Sosial



Pada Grafik diatas, nilai rata-rata (mean) terendah pada variabel “Media Sosial” (X) memiliki skor 3,7 terdapat pada pernyataan X8 yaitu “Saya bertukar informasi dengan followers lain di kolom komentar akun Instagram @nazlaalifa.” Artinya *follower* akun Instagram @nazlaalifa dalam berbagi informasi dan berinteraksi tidak hanya melalui kolom komentar saja, tetapi

menggunakan fitur lainnya yang menghubungkan mereka.

Grafik Kontinum Nilai Rata-Rata (Mean) Variabel Gaya Hidup



Pada Grafik diatas, nilai rata-rata (mean) terendah pada variabel “Gaya Hidup” (Y) memiliki skor 3,87 terdapat pada pernyataan Y10 yaitu “Saya tidak mementingkan harga dalam memilih produk yang ditawarkan di akun sosial media Instagram @nazlaalifa”. Artinya *follower* akun Instagram @nazlaalifa sangat memperhatikan soal harga suatu produk pada saat mereka tertarik untuk membeli produk tersebut.

Uji Hipotesis

Tabel 4.3

Model	Coefficients ^a			
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	18.664	4.325		4.315 .000
Xtotal	.915	.133	.669	6.863 .000

a. Dependent Variable: Ytotal

Sumber: Hasil olah SPSS 2023

Hipotesis merupakan sebuah pendapat yang mengenai satu atau lebih populasi. Maka hipotesis harus diuji untuk membuktikan kebenarannya. Sutopo & Slamet 2017 (Mufarrikhoh, 2020).

Uji Hipotesis digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Pengaruh Media Sosial terhadap Gaya Hidup) dapat dilihat melalui Sig. yang tertera pada tabel di 4.3.

Langkah pertama uji hipotesis

adalah menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif sebagai berikut:

Ho : Media sosial Instagram akun @nazlaalifa tidak berpengaruh terhadap gaya hidup.

Ha : Media sosial Instagram akun @nazlaalifa berpengaruh terhadap gaya hidup.

Kriteria pengujian

Hipotesis (Ha dan H0) model statistik:

Jika Sig < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Jika $Sig > 0,05$, maka H_a ditolak dan H_o diterima.

Adapun rumus dalam mencari t tabel adalah:

$$\text{Nilai } a/2 = 0,05/2 = 0,025$$

$$\text{Derajat kebebasan (df)} = n-2 = 100-2 = 98$$

Nilai 0,025 ; 98 kemudian dalam t tabel di dapat nilai sebesar 1.987.

Dari tabel di atas, dapat terlihat bahwa nilai $T_{hitung} = 6,863$. Dan sementara itu, dari tabel nilai statistik T dengan signifikansi: 0,05 dan nilai $T_{tabel} (98) = 1,987$. Dengan demikian maka keputusannya adalah $6,863 > 1,987$ atau $T_{hitung} > T_{tabel}$. Oleh karena nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka dapat diartikan H_o ditolak dan H_a diterima. Artinya Media sosial Instagram akun@nazlaalifa berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup.

Analisis Regresi

Regresi sederhana digunakan untuk mencari besarnya pengaruh atau hubungan fungsional kedua variabel tersebut. Berikut merupakan rumus persamaan regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 18.664 + 0,915X$$

Ket; Y (Gaya hidup) dan X (Media sosial), maka dapat di analisis sebagai berikut:

a: Konstanta. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 18.664. Angka ini adalah nilai konstan ($X=0$), yang memiliki arti bahwa jika tidak ada Media Sosial (X) maka nilai konsistensi Gaya Hidup (Y) akan tetap bernilai 18.664.

b: Koefisien regresi atau dalam penelitian ini yang bernilai sebesar 0,915. Artinya bahwa setiap penambahan 1% tingkat Media Sosial (X), maka Gaya Hidup (Y) akan naik sebesar 0,915. Oleh karena itu, persamaan regresinya adalah $Y = 18.664 + 0,915(X)$.

Uji Determinasi (R^2)

Tabel 4.4

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.669 ^a	.448	.439	3.304

a. Predictors: (Constant), Xtotal

Sumber; Hasil Olah SPSS 2023

Dari tabel 4.4 Koefisien determinasi (R^2) ditujukan untuk mengukur seberapa jauh kebiasaan variabel (X) dalam menjelaskan variasi variabel (Y). Nilai koefisiendeterminasi adalah nol sampai satu.

Hasil tabel 4.4 diperoleh nilai R square atau koefisien determinasi sebesar 0,448 atau sama dengan 44,8%, sumbangan pengaruh variabel X (Media sosial) terhadap variabel Y (Gaya hidup) adalah sebesar 44,8% yang artinya variabel X berpengaruh sedang terhadap variabel Y dan sisanya sebanyak 55,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Pembahasan

Kehadiran media baru seperti internet, yang pada akhirnya berfungsi sebagai media sosial semakin memudahkan semua orang dalam berkomunikasi. Melalui media sosial

Instagram, pola komunikasi tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu, serta mempercepat arus komunikasi dengan umpan balik dari semua orang dan juga menjadi media interaksi baru yang membuat ruang-ruang bagi untuk saling berbagi, bercerita dan menyalurkan ide-idenya.

Dari hasil data penelitian diatas terdapat satu dimensi pada variabel X yang signifikan atau berpengaruh terhadap gaya hidup yaitu dimensi keterbukaan, dimana nilai tertinggi terlatak pada indikator membagikan informasi berupa video yang ada di akun Instagram @nazlaalifa kepada teman, mayoritas responden antusias dalam topik ini, responden yaitu *folloers* instagram akun @nazlaalifa saling memberikan masukan atau kontribusi dan umpan balik secara terbuka serta dapat membagikan informasi baik berupa gambar maupun video konten Nazla Alifa kepada orang lain. Sedangkan dimensi dengan kontribusi terendah adalah komunitas, sebuah fasilitas media berfungsi sebagai tempat interaksi dalam jejaring sosial di ruang maya. Selain itu juga dengan menggunakan fitur share yang dapat terhubung dengan media sosial, mayoritas *followers* akun Instagram @nazlaalifa selain bertukar informasi melalui kolom komentar, mereka menggunakan fasilitas lain yang lebih dominan untuk berbagi informasi.

Pada variabel Y, dimensi dengan nilai paling tinggi terletak pada minat dengan indikator Y5 yaitu tertarik mengakses akun Instagram @nazlaalifa yang menawarkan konten traveling, dan nilai paling rendah terdapat pada

indikator Y10 yaitu “Saya tidak mementingkan harga dalam memilih produk yang ditawarkan di akun sosial media Instagram @nazlaalifa.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan diatas menunjukkan bahwa variabel Media sosial dan Gaya hidup dinyatakan valid dan reliabel. Hasil penelitian dan pembahasan, kesimpulannya adalah benar terbukti jika Media sosial Instagram akun@nazlaalifa berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup, hasil uji koefisien determinasi dan signifikansi menunjukkan variabel Media sosial berpengaruh sedang terhadap Gaya hidup.

Berdasarkan uraian pembahasan dan data yang sudah dijelaskan di atas, maka saran yang diberikan kepada Nazla Alifa dengan instagram akun@nazlaalifa yang menyediakan konten sebaiknya lebih memaksimalkan kembali akan kehadiran komunitas sebagai salah satu tempat untuk berinteraksi dan berbagi ide melalui kolom komentar salah satunya dengan cara memberikan hadiah atau *giveaway* untuk *followers* dengan komentar paling banyak atau ide terbaik agar opini yang terjalin terhadap akun@nazlaalifa semakin baik.

Nazla Alifa dengan instagram akun@nazlaalifa dalam memberikan informasi produk yang ditawarkan sebaiknya memperhatikan daya beli dari setiap *follower-nya* melalui komentar sehingga harga produk bisa disesuaikan.

Penelitian selanjutnya pada bidang ilmu komunikasi, disarankan

agar menggali lebih dalam mengenai faktor Media sosial khususnya instagram yang dapat mempengaruhi Gaya Hidup.

Daftar Pustaka

- Ahmad, A., & Nurhidaya. (2020). Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial. *Avant Garde*, 134-148 .
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Cleopatra, M. (2015). Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Belajar Terhadap Prestasi Belajar Matematika. *Jurnal Formatif*.
- Hidayatty, U. L. (2018, Desember 14). *idntimes*. Retrieved from <https://www.idntimes.com/life/women/ulfa-luthfia-hidayatty/10-gaya-ootd-nazla-alifa-selebgram-stylish-teman-dekat-aqsa-aswar-1/full>
- Juwita, E. P., Budimansyah, D., & Nurbayani, S. (2015). Peran Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Siswa SMA Negeri 5 Bandung. *Journal Societas*.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*.
- Kasiram. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Malang: UIN-Malang Pers.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, & Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran; Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhallindo.
- McQuail, & Denis. (2005). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Erlangga.
- Mulyana, D., & Rakhmat, J. (2001). *Komunikasi Antar Budaya: Panduan Berkomunikasi dengan orang-orang berbeda budaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muyaldi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Komunikasi dan media*.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. (2012). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nurul, F. (2020). *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat*. Malang: Intrans Publishing Group.
- Prasetyo, R., & Ihalauw, J. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Journal Communication*, 51-65.
- Putri, W. S., Nurwati, R. N., & S, M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*.
- Riduwan. (2018). *Metode Dan Teknik Penyusunan Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Rudyanto. (2018). Pengaruh Pemasaran Jejaring Media Sosial dan Keterkaitan Konsumen Terhadap Niat Beli Konsumen. *Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 177-200.
- Santosa, B. A. (2017). Peran Media Massa Dalam Mencegah Konflik. *Ilmu Komunikasi*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif RNB*. Bandung: Alfabeta.

- Suriasumantri, J. S. (2006). *Ilmu Dalam Perspektif Moral, Sosial dan Politik*. Jakarta: Gramedia.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syaipudin, L. (2020). Peran Komunikasi Massa Tengah Pandemi Covid-19. *Journal of communication*.
- Utari, M. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *Jurnal Unri*, 21(1), 1–9
- Williams, B. K., & Sawyer, S. C. (2007). *Using Information Technology : A practical Introduction to Computers & Communications ; Complete Version*. Boston: Mcgraw Hill Irwin.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah*, 17-23.