



INTENSITAS PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT FOTOGRAFI GENERASI Z INDONESIA

Oleh

Tasem Sumarni¹⁾, Siti Nursanti²⁾, Oky Oxygentri³⁾

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Singaperbangsa Karawang,
Jl. HS Ronggo Waluyo, Desa Puseurjaya, Kec. Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang,
41361, indonesia

Email : ¹tasemsumarni27@gmail.com, ²sitinursanti@staff.unsika.ac.id,
³mickey.oxygentry@fisip.unsika.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari intensitas penggunaan instagram terhadap minat fotografi generasi Z. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan subjek penelitian adalah generasi Z yang ada di Indonesia dan aktif menggunakan media sosial instagram. Hasil dari penelitian tersebut adalah : Adanya hubungan antara Intensitas penggunaan media sosial instagram dengan minat fotografi, yaitu dengan jumlah sebesar 0,790 atau 79%. Sedangkan R Square (konfisien determinasi) menghasilkan jumlah 0,624 atau sebesar 62.4% dengan kata lain Intensitas Media Sosial Instagram sebagai variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Minat Fotografi.

Kata Kunci : Media sosial instagram, minat fotografi, generasi Z

PENDAHULUAN

Dilansir dari KOMPAS.com pada Rabu, 24 februari 2021 penulis Conney Stephanie dan editor Oik Yusuf, Indonesia masuk kedalam bagian 10 besar Negara yang aktif menggunakan media sosial dengan pengguna mencapai 170 juta jiwa dan menghabiskan waktu 26 menit sampai 3 jam untuk berselancar di media sosial setiap harinya. Setiap individu pada dasarnya akan memilih media untuk mendapatkan kepuasan dalam penggunaannya. Teknologi yang terus berkembang berdampingan mengikuti perubahan zaman menuntut individu harus menjadi lebih aktif dalam menggunakan media sosial dan mencari media mana yang sesuai dengan kebutuhannya.

Katz dan Blumer mencetuskan teori Uses and Gratification menggaris bawahi khalayak atau pengguna aktif, dan terencana memilih media dalam memenuhi kepuasan dan kebutuhannya [1]. Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial untuk mengambil foto dan video yang pertumbuhannya banyak

diminati dan terus berkembang. Aplikasi ini dilengkapi berbagai fitur salah satunya adalah penerapan filter yang dapat membuat foto dan video menjadi lebih menarik ketika diunggah [2].

Aplikasi ini diluncurkan pada 6 Oktober 2010, memiliki 400 juta pengguna aktif dari dunia. 89% intagrammers indonesia mengakses aplikasi ini kurang lebih seminggu sekali, hal tersebut menjadikan indonesia termasuk salah satu pengguna instagram terbanyak [3]. Sebagian individu menjadikan media sosial adalah dunia kedua dimana mereka bisa mengekspresikan diri sendiri dan membuat citra diri sesuai dengan keinginannya.

Mengasah kemampuan untuk belajar teknik foto dan bahkan untuk memamerkan hasil karya fotografi tidak lagi harus membuat pameran fotografi dan mencetaknya. Kini hasil karya sebuah foto bisa dipamerkan kepada semua orang hanya dengan menggunakan sebuah media sosial. hal tersebut memungkinkan pengguna akun instagram untuk mengembangkan dan meningkatkan



minat dan bakat yang dimiliki agar menciptakan hasil karya foto sebagus mungkin.

Beberapa penelitian sejenis telah dilakukan antara lain penelitian dari Fakhris Arbi dan Sulih Indra Dewi (2017) [4], berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Kamera Indonesia Malang”. Oleh sebab itu peneliti ingin melakukan penelitian tentang “Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Fotografi Generasi Z Indonesia”, menggunakan metode pendekatan kuantitatif, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari intensitas penggunaan media. Apakah dengan generasi Z yang mahir dalam teknologi bisa memanfaatkan kemajuan teknologi sebaik mungkin untuk mengasah kemampuannya ?

LANDASAN TEORI

Teori Uses and Gratification (Teori kepuasan dan kegunaan)

Menurut teori ini penonton, pendengar ataupun pembaca memiliki kekuasaan untuk berperan aktif dalam memilih media yang akan dikonsumsi [5] termasuk media sosial untuk mendapatkan kepuasan. Berdasarkan penelitian Jay Blumber dan Michael Gurevitch (1974), kepuasan khalayak itu diperoleh dari tiga sumber, yaitu terpapar media (media exposure), isi media (media content), dan konteks sosial (social context). Fokus dari penelitian uses and gratification adalah menemukan motif dari perubahan setiap individu yang dipengaruhi lingkungan psikologis dalam hubungan dengan kegunaan media.

Teori Uses and Gratification memiliki lima asumsi dasar menurut Michael Gurevitch, Jay G. Blumber dan Elihu Katz diantaranya : (1) Tujuan individu merupakan alasan penggunaan media oleh khalayak. (2) Khalayak menggunakan media tersebut untuk memuaskan kebutuhan. (3) Untuk memenuhi kepuasan kebutuhan khalayak media bersaing dengan berbagai sumber. (4) Pengaruh dari

media berbeda-beda karena khalayak tidak identik. (5) Khalayak menilai konten isi media itu sendiri.

Intensitas Media sosial Instagram

Intensitas merupakan kegiatan yang dilakukan oleh individu secara berulang-ulang dan melibatkan perasaan. Ada empat aspek yang diungkapkan oleh Normasari (2004) dalam [6] mengenai intensitas penggunaan media sosial, yaitu : frekuensi, durasi materi, waktu pelaksanaan atau hal pokok yang dilakukan di instagram.

Mengakses instagram dengan intensitas yang tinggi dapat menimbulkan dampak positif salah satunya adalah mengasah kemampuan, minat dan bakat. Jika individu berselancar di media sosial dengan frekuensi waktu yang digunakan adalah lebih empat kali, dan durasi 3 jam lebih setiap harinya. Hal tersebut termasuk kedalam kategori dari penggunaan media sosial dengan intensitas yang tinggi seperti yang dikatakan Juditha 2011 dalam [7]



Gambar 1. frekuensi Mengakses Media Di Indonesia

Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>

Salah satu alasan mengapa instagram menjadi aplikasi yang populer dan banyak digunakan oleh semua kalangan khususnya anak muda, karena instagram merupakan aplikasi untuk membagikan foto dan video, dimana pengguna dapat secara langsung mengunggah foto hasil karyanya sendiri melalui smartphone. Baik itu digunakan sebagai media informasi, media promosi atau pun sebagai eksistensi diri sendiri di dunia maya [8].



Aplikasi ini mempunyai kelebihan yaitu, pertama dalam pengunggahannya cepat, kedua pengguna dengan leluasa dapat mengedit foto maupun video dengan berbagai fitur yang disediakan sesuai keinginannya, dan ketiga foto-foto tersebut dapat dibagikan ke berbagai media sosial lainnya. Pada tahun 2020 jumlah pengguna instagram di Indonesia mencapai 63 juta pengguna dan banyak digunakan oleh usia 18 sampai dengan 24 tahun [9].



Gambar 1. Pengguna Instagram Di indonesia

Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
Minat Fotografi

Minat berperan penting bagi manusia sebagai makhluk hidup, minat merupakan suatu dorongan atau motivasi yang berdampak besar pada sikap dan perilaku manusia. Objek minat bisa berupa aktivitas, orang atau situasi yang menimbulkan kesenangan atau kepuasan karena kecenderungan untuk bertindak atau memberi perhatian . Minat juga mempunyai pengertian lain yaitu : 1) kemauan atau usaha untuk belajar dan mencari suatu hal, 2) adalah stimulus individu itu sendiri untuk mencapai tujuannya [10].

Fotografi bisa di artikan sebagai media untuk berekspresi dan berkomunikasi oleh manusia lewat sebuah karya foto melalui media tertentu dan menawarkan persepsi, interpretasi dan eksekusi yang tak terbatas sesuai kemampuan fotografer itu sendiri [11]. Dalam fotografi fotografer bebas mengabadikan semua objek entah itu benda mati atau makhluk hidup yang ada dilingkungan sekitarnya [12].

Generasi Z Indonesia

Generasi adalah kumpulan individu yang mempunyai kesamaan dan mengalami peristiwa sejarah dalam priode yang sama, rentang usia siklus hidup mereka hampir sama dengan rentang waktu 20 tahun [13]. Generasi Z dalah generasi ke empat yang lahir pada tahun 1998 sampai dengan sekarang, sedangkan tiga generasi sebelumnya adalah Baby Boom yang muncul pada tahun 1946 sampai dengan 1964, kemudian terbentuk generasi X sekitar tahun 1965 sampai dengan 1976, dan disusul Generasi Y yang muncul pada tahun 1977 sampai dengan 1997 menurut Tapscott dalam buku Grown Up Digital [13].

Ciri-ciri generasi Z [14] sebagai berikut ; (1) Mahir menggunakan teknologi,mengakses informasi yang dibutuhkan dengan cepat dan mudah. (2) Lebih menyukai berinteraksi dan melakukan komunikasi menggunakan smarthphone dan media sosial. (3) Menghargai perbedaan budaya dan peduli terhadap lingkungan. (4) Segala sesuatu di lakukan dengan serba cepat tanpa berbelit-belit karena mereka tererbiasa dengan aktivitas multitasking. (5) Egois, individualis, serba instan, tidak sabaran dan kurang melakukan komunikasi secara verbal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Kuesioner akan dibagikan kepada seluruh anggota generasi Z Indonesia yang mejadi sampel penelitian dan aktif menggunakan instagram. Kuesioner akan dibuat menggunakan bantuan googleform dan akan disebar luaskan melalui online di media sosial.

Dari sekian banyak anggota generasi Z Indonesia yang aktif dalam menggunakan instagram tidak diketahui jumlahnya, maka peneliti menghitung sampel penelitian menggunakan rumus lameshow [15]:

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

keterangan :

n = Jumlah sampel
Z = 1,96 yaitu nilai z pada kepercayaan 95%
 d^2 = alpha (0,10) atau kesalahan sampel = 10%

P = maksimum pertimbangan = 0,5
Dan diketahui dari data sebagai berikut :

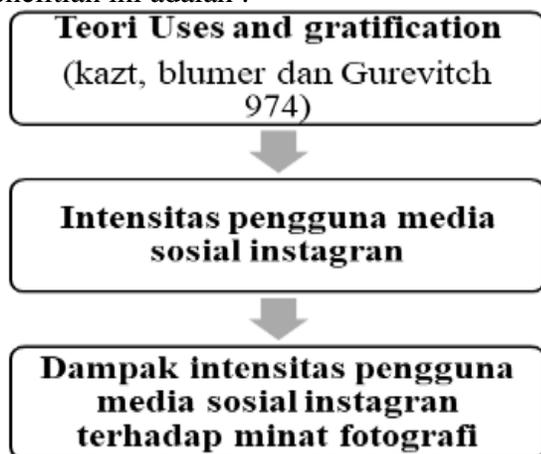
$$n = \frac{Z^2 - \alpha/2 P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 - 0,5 (1 - 0,5)}{0,01^2}$$

$$n = \frac{3,816 .0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Dari hasil perhitungan sample diatas menunjukkan sebanyak 100 orang yang akan dijadikan responden. Aplikasi program SPSS digunakan dalam penelitian untuk memudahkan peneliti dalam menguraikan data penelitian. Jawaban responden menggunakan skala likert yang terbagi kedalam lima kategori dan setiap kategori mempunyai nilai angka. Variabel di ukur menggunakan analisis regresi sederhana untuk mendeskripsikan sebab akibat variabel X dan Y. Kerangka berfikir dari penelitian ini adalah :



Gambar 2. kerangka Berpikir

Berdasarkan kuesioner yang telah dibagikan kepada 100 responden yang menjadi sampel, data yang didapatkan dianalisis untuk menentukan hasil dari penelitian, dengan menguji regresi analisis linear sederhana menggunakan aplikasi SPSS. Variabel Intensitas Media Sosial Instagram sebagai variabel independen dan variabel Minat Fotografi sebagai dependen, diuraikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 1. Analisis Regresi Sederhana (Model Summary)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.790 ^a	0.624	0.620	.84206
a. Predictors: (Constant), Intensitas_Media_Sosial_Instagram				
b. Dependent Variable: Minta_Fotografi				
Sumber : Olahan data penulis				

Berdasarkan table 1 nilai korelasi atau hubungan (R) Intensitas Media Sosial Instagram dengan Minat Belajar termasuk kedalam hubungan yang cukup erat, yaitu dengan jumlah sebesar 0,790 atau 79%. Dari table diatas menghasilkan R Square (konfisien determinasi) dengan jumlah 0,624 atau sebesar 62.4% dimana Intensitas Media Sosial instagram sebagai varibel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Minat Fotografi.

HASIL DAN PEMBAHASAN
Gambaran Umum Profil Mangupura

**Tabel 2. Analisis Regresi Koefisien**

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized		Standardized		
		B	Std. Error	Beta	T	
1	(Constant)	4.884	0.722		6.767	.000
	Intensitas_Media_Sosial_Instagram	0.668	0.052	0.790	12.759	.000

a. Dependent Variable: Minat_Fotografi

Sumber : Olahan data penulis

Berdasarkan table analisis regresi koefisien menghasilkan jumlah persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 4.884 + 0,668$$

Data tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut ini :

Konstanta berjumlah 4,884, nilai konsisten dari variabel Minat Fotografi adalah 4,884. Nilai koefisien regresi X 0,668, yaitu menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Intensitas Media Sosial Instagram maka nilai minat fotografi bertambah sebesar 0,668. Nilai koefisien data tersebut dikatakan positif, artinya arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.

Maka dapat ditarik kesimpulan dari uji Regresi Linear Sederhana yaitu, Total nilai signifikan dari tabel koefisien berjumlah $0,000 < 0,05$ dapat diinterpretasikan bahwa variabel Intensitas Media Sosial Instagram berpengaruh pada variabel Minat Fotografi. Total t dari nilai t hitung $2,759 > t_{tabel} 1,984$ dapat dikatakan bahwa variabel X yaitu Intensitas Media Sosial Instagram mempunyai pengaruh terhadap variabel Y Minat Fotografi.

t_{tabel}:

$$t_{tabel} = (\alpha/2 ; v)$$

$$= (\alpha/2 ; n-2)$$

$$= (0,05/2 ; 100-2) = (0,025 ; 98) = 1,984$$

Data penelitian tersebut di dapatkan dari hasil membagikan kuesioner secara daring

melalui media sosial dengan bantuan gooleform dengan kurun waktu 4 minggu. Dari hasil penelitian, responden mengatakan dengan adanya media sosial instagram banyak sekali informasi untuk menambah wawasan dan mengasah kemampuan.

Hampir 24 jam generasi Z menggunakan teknologi sebagai hiburan, pencarian informasi, interaksi dan sebagainya. Banyak juga yang menghabiskan waktunya untuk berselancar di media sosial, dengan intensitas penggunaan yang sering ± 26 menit sampai dengan 3 jam. Responden merasa termotivasi dan ingin mengasah kemampuan dalam fotografi, hal tersebut dipengaruhi pertama content media atau informasi yang dibagikan lebih menarik dan jelas, kedua merasa puas dengan fitur dan kelebihan media sosial instagram, dan ketiga adanya dorongan respon dari pengguna lain terhadap postingan yang dibagikan melalui like dan comment.

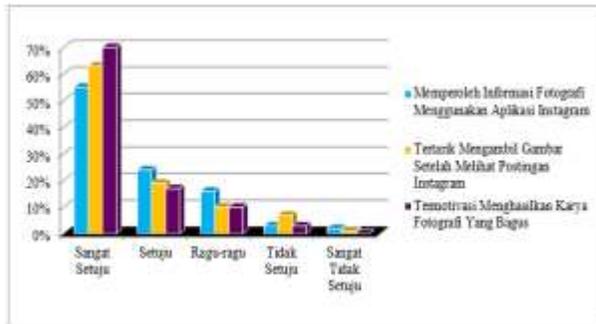
Namun tidak sedikit juga dari mereka yang masih merasa tidak percaya diri untuk membagikan hasil karyanya di instagram. Responden juga mengatakan bahwa penggunaan media sosial instagram yang mereka lakukan tidak ada perintah atau paksaan dari siapapun, mereka memilih untuk menggunakan aplikasi ini karena merasa nyaman dan menyukainya.

Berdasarkan penelitian Jay Blumber dan Michael Gurevitch (1974), kepuasan khalayak itu di peroleh dari tiga sumber, yaitu (West & Turner, 2010). : terpaaan media (media exposure), isi media (media content), dan konteks sosial (social context). Generasi Z yang mahir menggunakan teknologi tentunya sudah tidak asing dengan keberadaan media. Maka dari itu pemilihan media sebagai pemenuhan kebutuhan dan kepuasan dipengaruhi oleh media itu sendiri, baik dari stimulus yang dirasakan pengguna, isi atau informasi yang ada pada media ataupun kontek sosial yang terhubung didalam media tersebut.

Sedangkan kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan khalayak, terdiri dari: Interaksi Sosial (Social Interaction) berinteraksi dengan



orang yang memiliki kesukaan atau hobi yang sama, Mencari Informasi (Information Seeking), Hiburan (Entertainment), Relaksasi (Relaxation) Kenyamanan dan dapat berkomunikasi dengan menggunakan media tersebut [16]. Adapun dibawah ini adalah perhitungan nilai statistik dari aspek-aspek diatas yang berdampak positif, yaitu :



Gambar 3. Grafik Perbandingan Dampak Positif Intensitas Penggunaan Instagram Pada Generasi Z Indonesia

Sumber : Olahan data penulis

Berdasarkan data yang diperoleh pada Gambar 4 Menunjukkan 55% sangat setuju bahwa dengan menggunakan instagram pengguna memperoleh informasi fotografi. Kemudian perolehan hasil dari ketertarikan mengambil gambar setelah melihat postingan di instagram sebanyak 63% sangat setuju. Dan 70% sangat setuju termotivasi untuk menghasilkan karya yang bagus setelah melihat postingan di instagram.

Dampak positif tersebut tentunya di pengaruhi intensitas penggunaan media sosial dan dimanfaatkan sebaik mungkin oleh pengguna (generasi Z) untuk mengasah kemampuan mereka, sehingga media sosial bisa dijadikan wadah untuk menampung minat dan bakat yang mereka miliki. Mencari informasi mengenai kesukaan mereka lewat media sosial bukan hal yang sulit, semua itu cukup mudah untuk dilakukan.

Untuk itu minat fotografi generasi Z Indonesia di latar belakang oleh intensitas penggunaan media sosial instagram. Dengan adanya media sosial instagram generasi Z

memudahkan mereka untuk mendapatkan kritik dan saran sesama pengguna dengan minat dan bakat yang sama. Media sosial juga bisa menampung karya yang mereka miliki untuk bisa dipamerkan dengan mudah dan bisa dilihat oleh semua orang, tidak lagi harus menyulitkan diri membuat pameran seni.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan data hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan intensitas penggunaan instagram mempunyai pengaruh positif terhadap minat fotografi generasi Z Indonesia. Dampak positifnya adalah pengguna merasa termotivasi untuk mengasah kemampuannya yaitu fotografi untuk menghasilkan karya yang bagus. Munculnya minat tersebut karena penggunaan dan pemilihan media yang tepat dilakukan oleh generasi Z Indonesia. Berhubungan dengan teori *uses and gratification*, pengguna dalam pemenuhan kepuasan memiliki kekuasaan untuk berperan aktif dalam memilih media yang akan dikonsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. N. Rohmah, "Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification)," *Al-I'lam J. Komun. dan Penyiaran Islam*, vol. 4, no. 1, pp. 1–16, 2020.
- [2] N. A. Sari, B. Bukhari, U. Usman, and P. K. Hamzah, "Hubungan Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Instagram di Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2014-2017," *AL MUNIR J. Komun. dan Penyiaran Islam*, vol. 10, no. 2, pp. 74–78, 2019, doi: 10.15548/amj-kpi.v2i2.492.
- [3] E. Fitriana, A. Ramdhan, M. Desain, F. Seni, and I. T. Bandung, "Pengaruh Visualisasi Foto OOTD (Outfit of The Day) Selebgram Sebagai Strategi



- Promosi Produk Fashion Terhadap Persepsi Wanita,” no. Gambar 1, pp. 6–11, 2017.
- [4] F. Arbi and S. I. Dewi, “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Kamera Indonesia Malang,” *JISIP J. Ilmu Sos. Dan Ilmu Polit.*, vol. 6, no. 2, pp. 69–74, 2019, [Online]. Available: <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/view/1474/1055>.
- [5] N. Ni, “Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification),” vol. 4, no. 1, pp. 1–16, 2020, [Online]. Available: <file:///C:/Users/ACER/Downloads/2957-9362-1-PB.pdf>.
- [6] M. I. Taqwa, *INTENSITAS PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM STORIES DENGAN KESEHATAN MENAL*. malang, 2018.
- [7] R. Khrishananto and M. A. Adriansyah, “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z,” vol. 9, no. 2, pp. 323–336, 2021, doi: 10.30872/psikoborneo.
- [8] M. Ikbal and M. A. Ghofur, “Efektivitas Unggahan Foto di Akun Instagram @indtravelers.co terhadap Minat Berlibur Komunitas Backpacker Malang,” vol. 8, no. 1, pp. 52–64, 2019, [Online]. Available: <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/download/1532/1128>.
- [9] A. S. Selfia Ratna Kasih, Asep M. Ramdan, “MINAT BELI KAUM MILENIAL PENGGUNA INSTAGRAM,” vol. 3, no. 1, pp. 52–61, 2020.
- [10] M. P. Dr. Yayat Suharyat, “Hubungan antara sikap, minat dan perilaku manusia,” vol. 1 (3), pp. 1–19, 2009.
- [11] P. A. Lestari, “PELATIHAN TEKNIK FOTOGRAFI MENGGUNAKAN SMART PHONE,” vol. 1, no. 2, pp. 1–7, 2020.
- [12] A. P. Gunawan, “GENRE FOTOGRAFI YANG DIMINATI OLEH FOTOGRAFER DI INDONESIA,” vol. 5, no. 9, pp. 1234–1245, 2014.
- [13] N. Zazin and M. Zaim, “MEDIA PEMBELAJARAN AGAMA ISLAM BERBASIS MEDIA SOSIAL PADA GENERASI-Z,” 2020.
- [14] H. Wijoyo, Y. Cahyono, I. Indrawan, A. L. Handoko, and R. Santamoko, *Generasi z & revolusi industri 4.0*, no. July. purwokerto: pena persada, 2020.
- [15] C. Sinjaya and T. Santoso, “PENGARUH PRODUCT ATTRIBUTES DAN SALES PROMOTION TERHADAP ONLINE IMPULSE BUYING DALAM PRODUK CHATIME PADA GENERASI Z PADA GENERASI Z,” vol. 9, no. 1, p. 10, 2021.
- [16] E. I. Innova, “Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia,” *J. e-Komunikasi*, vol. 4, no. 1, pp. 1–11, 2016, [Online]. Available: <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/4851/4460>.



HALAMAN INI SEGAJA
 DIKOSONGKAN