PENGARUH MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP MINAT FOTOGRAFI PADA KOMUNITAS FOTOGRAFI PEKANBARU

RANGGA ADITYA
E-mail: radithyadhika@gmail.com
Pembimbing *:* Rumyeni, S. Sos, M.Sc

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293
Telp/Fax 0761-63277

ABSTRACT

Rapid technological developments in this time had impact on the occurrence of an efficient communication revolution. The development of communication technology makes the rise of new trends on the internet. Social networking media at this moment was very easier for users which using smartphones that can access internet services, such as Facebook, Twitter, Instagram, and othersResearchers was interested to studying the effects of Instagram social media on the interest of photograph on Komunitas Fotografi Pekanbaru because there were found to an influence on the mass media to users. The purpose of this study was to know the Instagram influence with interest of photograph on each member of the Komunitas Fotografi Pekanbaru.

The study method that was used in this study is a explanation quantitative method. Data collection techniques in this study using a questionnaire. The number of samples for this study was 51 respondents and using sensus techniques. To determine the influence of these two variables, the researchers will use a simple linear regression analysis. And for the process of calibration questionnaire test, was performed by using the program Statistics Product And Service Solutions (SPSS) version of Windows 16.

Based on these results with indicators of variables Instagram such as hastag, geotag, follow, share, like, comment, mention and variable of interest in photograph such as concern or interest, activity image capture, and documenting act. It will be obtained by the regression coefficient in this study is Y = 1,012+ 0,807 X *wich is significance level was 0.01 smaller than* $\alpha = 0.05$*. Therefore,* H_a *was accepted and* H_o *was rejected, it means that there is the influence of social media Instagram variable to variable of interest in photograph with a contribution of 63.6% strong category. The percentage was explained that it have strong influence between Instagram social media and growing of interest in photograph at Komunitas Fotografi Pekanbaru.*

Keyword: Social Media, Instagram, Interest of Photograph

Pendahuluan

Penemuan dan perkembangan teknologi ini berkembang dengan sangat cepat yang dalam hal ini adalah internet. Penemuan dan perkembangan teknologi ini berkembang dengan sangat cepat yang dalam hal ini adalah internet. Internet yang selama ini dipuja dan digeluti banyak kalangan sebagai alat untuk mencari informasi dan juga untuk membantu kesuksesan mahasiswa yang gemar berbisnis, bersosialisasi ala dunia maya, bertukar data dan informasi yang ternyata juga dapat menimbulkan dampak bagi pengguna baik itu dampak positif maupun negatif. Penggunaan internet sebagai ruang sosial dan budaya di aras virtual mengandalkan terbentuknya korelasi tentang fenomena konsumsi dan gaya hidup virtual, terlebih sejak munculnya komunitas maya.

Teknologi telah mengubah bentuk masyarakat menjadi global, yang merupakan sebuah dunia yang begitu cepat dan begitu besar mempengaruhi peradaban umat manusia, sehingga dunia juga dijuluki sebagai *the big village*, yaitu sebuah desa besar dimana masyarakatnya saling kenal dan saling menyapa satu sama lainnya. Masyarakat global itu juga dimaksud sebagai sebuah kehidupan yang memungkinkan komunitas manusia menghasilkan budaya-budaya bersama, menghasilkan produksi industri bersama, menciptakan pasar bersama, melakukan pertahanan militer bersama, menciptakan mata uang bersama, dan bahkan menciptakan peperangan dalam skala global di semua lini. Secara nyata kehidupan masyarakat manusia dapat disaksikan sebagaimana apa adanya. Sedangkan kehidupan masyarakat maya adalah sebuah kehidupan masyarakat manusia yang tidak dapat secara langsung di indera melalui penginderaan manusia, namun dapat dirasakan dan disaksikan sebagai sebuah realita social.

Media jejaring sosial pada saat ini sangat mempermudah penggunanya dengan adanya *smartphone* yang dapat mengakses layanan-layanan di internet. Jika ditinjau lebih spesifik lagi, saat ini terdapat jenis-jenis jejaring sosial berbentuk sebuah aplikasi yang menggolongkan fitur-fitur yang dikhususkan, misalnya jejaring sosial mengirimkan pesan langsung atau lebih sering dikenal dengan sebutan *chat*, jejaring sosial yang memiliki fitur audio visual, jejaring sosial mengirimkan pesan langsung dan rekam suara, bahkan saat ini ada juga jejaring sosial yang menyajikan fitur layanan pengunggahan gambar atau foto yang ditujukan kepada pengguna-pengguna jejaring sosial yang juga memiliki aplikasi tersebut salah satunya adalah *Instagram*. *Instagram* mampu memberikan fitur yang menarik sehingga pengguna layanan internet dapat mempelajari dan berbagi dalam hal fotografi.

Berdasarkan gejala yang ditemukan media massa memiliki pengaruh terhadap penggunanya. Sesuai dengan pemaparan latar belakang di atas, maka penulis membahas lebih lanjut masalah ini dalam bentuk skripsi yang berjudul Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Minat Fotografi pada Komunitas Fotografi Pekanbaru.

TINJAUAN PUSTAKA

Media Sosial

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir

dari teknologi-teknologi perkembangan *web* baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online,* sehingga dapat menyebar luaskan konten mereka sendiri. Media jejaring sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya (Zarella, 2010: 51).

Instagram

Nama *Instagram* berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram", dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan *Instagram* yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah *Instagram* berasal dari instan-telegram.

Fitur-fitur dalam media sosial *Instagram* ini adalah indikator yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pendampat Bambang (2012:53) dalam bukunya *Instagram Handbook* menyatakan indikator dari media sosial *Instagram* yaitu *Hastag, Geotag, follow, share, like, komentar dan mention.*

Minat Fotografi

Secara umum minat fotografi dapat diartikan sebagai kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan menikmati suatu aktivitas dan melakukan pengambilan gambar untuk mendokumentasikannya. Indikator yang digunakan pada penelitian ini (Mulyadi, 2014:13) yaitu :

a) Perhatian atau ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas.
b) Aktifitas pengambilan gambar.
c) Mendokumentasikan.

Teori Cyber Community

Teori komunikasi dunia maya atau yang di kenal dengan teori *cyber community* yakni teori komunikasi dunia maya yang mana teknologi informasi seperti jejaring sosial berperan dalam pembentukan kelompok dalam dunia maya yang merupakan teori paling akhir dalam pengembangan ilmu komunikasi atau sosiologi komunikasi.

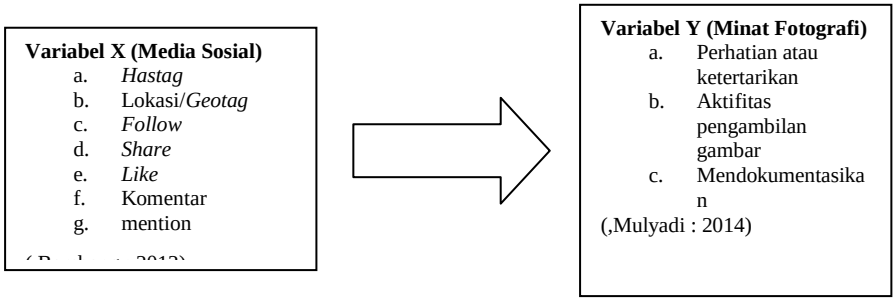
Cyber community terbentuk dari sebuah kumpulan anggota dalam jaringan *internet* yang terjalin atas motif tertentu seperti hobi, cara pandang, kebutuhan, kesamaan latar belakang (pendidikan, budaya, agama, profesi, atau sebagainya) pembentukan komunitas maya itupun, terjadi pada pembentukan komunitas nyata. Dimana masyarakat nyata membentuk organisasi dilatarbelakangi hal-hal yang memiliki kesamaan.

Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran bertujuan untuk menerangkan dan meramalkan fenomena yang bertujuan untuk

memberikan gambaran tentang teori/model yang digunakan sebagai landasan penelitian yang akan dilakukan. Model yang digunakan dalam penerepan penelitian ini, terlihat seperti gambar dibawah ini:

Gambar Kerangka Pikir Peneliti



METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah riset kuantitatif. Jenis penyajian data dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu nilai pembahasan yang dapat dinyatakan dalam angka (Sony, 2004:267).

Sementara itu jenis atau tipe riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Eksplanasi.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Berdasarkan judul yang telah dipaparkan diatas, Penelitian ini dilakukan pada Komunitas Fotografi Pekanbaru.

Dalam Penelitian ini penulis membagi jadwal penelitian ke beberapa tahapan penelitian yaitu:

1. Tahap Persiapan dan pelaksanaan, yaitu proses pengumpulan data dimulai dari September 2014 sampai Oktober 2014.
2. Tahap penelitian, yaitu tahap pelaksanaan kegiatan riset lapangan yang dimulai dari Oktober 2014 sampai Februari 2015.
3. Tahap laporan, yaitu penyusunan dan penyuntingan naskah hasil penelitian yang di rencanakan pada Maret 2015.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (dalam Ridwan, 2004:57). Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu Pengguna akun *Instagram* yang berjumlah 51 orang pengguna aktif *Instagram* (Periode Februari 2015)

Dalam penilitian ini, teknik yang digunakan adalah sensus , yaitu penarikan sample dengan menarik keseluruhan subjek-subjek didalam populasi. Oleh karena itu hak setiap subjek sama, maka terlepas dari

perasaan ingin mengistimewakan satu atau beberapa subjek untuk dijadikan sample yang jumlah 51 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan terhadap 51 responden yaitu pengguna aktif Instagram. Berikut hasil penelitian yang dilakukan melalui penyebaran angket atau kuesioner.

A. Rekapitulasi dan Deskripsi Identitas Responden

Berdasarkan jenis kelamin, responden terbanyak adalah laki-laki dengan jumlah 42 responden atau 82,35%. Dari segi usia, responden terbanyak pada usia antara 25-29 tahun sebanyak 25 responden atau 49,02%. Selanjutnya berdasarkan kurun waktu memiliki akun instagram yaitu terbanyak pada waktu lebih dari 12 bulan sebanyak 46 responden atau 90,20%. Kemudian berdasarkan durasi mengakses Instagram terbanyak lebih dari 20 menit sebanyak 27 responden atau 52,94%. Dan berdasarkan frekuensi mengakses Instagram terbanyak lebih dari 20 kali sebanyak 50 responden atau 98,04% serta berdasarkan tempat mengakses *instagram* terbanyak yaitu mengakses di rumah/kos, sebanyak 45 responden atau 88,24%.

B. Rekapitulasi Tanggapan Responden

Tabel 1 merupakan hasil rekapitulasi tanggapan responden atas pernyataan yang diajukan kepada responden melalui pengisian kuesioner.

Tabel 1
Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden

No	Item Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Total Skor
	Indikator : *Instagram*						
1	Saya menggunakan *hastag* (#) untuk mengkategorikan foto dalam kumpulan foto yang sama.	7 **(13,7%)**	13 **(25,5%)**	11 **(21,6%)**	10 **(19,6%)**	10 **(19,6%)**	51 **(100%)**
2	Saya memanfaatkan hastag (#) untuk menyebarluaskan foto saya agar dapat dilihat oleh follower/following ataupun yang bukan follower/following.	27 **(52,9%)**	22 **(43,1%)**	- **-**	2 **(3,9%)**	- **-**	51 **(100%)**
3	Fitur hastag (#) memudahkan saya untuk menemukan foto-foto yang tersebar di *Instagram* dengan label	2 **(3,9%)**	24 **(47,1%)**	11 **(21,6%)**	12 **(23,5%)**	2 **(3,9%)**	51 **(100%)**

	tertent						
4	Saya menggunakan geotag /lokasi agar pengguna *Instagram* lain mengetahui dimana foto tersebut diambil atau diunggah.	22 **(43,1%)**	21 **(41,2%)**	5 **(9,8%)**	2 **(3,9%)**	1 **(2,0%)**	51 **(100%)**
5	Saya memanfaakan geotag /lokasi untuk berbagi informasi kepada sesama fotografer mengenai lokasi hunting.	16 **(31,4%)**	30 **(58,8%)**	4 **(7,8%)**	1 **(2,0%)**	- **-**	51 **(100%)**
6	Saya mengikuti *(follower)* banyak akun *Instagram* fotografer agar mendapatkan informasi dan ide-ide mengenai dunia fotografi.	19 **(37,3%)**	29 **(56,9%)**	3 **(5,9%)**	- **-**	- **-**	51 **(100%)**
7	Dengan banyaknya follower yang saya miliki, itu berarti kualitas foto-foto yang saya posting menarik.	7 **(13,7%)**	13 **(25,5%)**	11 **(21,6%)**	10 **(19,6%)**	10 **(19,6%)**	51 **(100%)**
8	Saya menggunakan fitur share untuk memposting ke akun media sosial saya seperti *facebook*, *twitter* dan lain-lain.	22 **(43,1%)**	22 **(43,1%)**	5 **(9,8%)**	2 **(3,9%)**	- **-**	51 **(100%)**
9	Saya memanfaatkan fitur share dengan tujuan agar postingan foto dapat dilihat oleh pengguna media sosial lainnya guna menambah wawasan.	24 **(47,1%)**	22 **(43,1%)**	3 **(5,9%)**	2 **(3,9%)**	- **-**	51 **(100%)**
10	Saya menggunakan fitur share agar pengguna media sosial lainnya dapat tertarik dan berminat pada fotografi.	22 **(43,1%)**	28 **(54,9%)**	1 **(2,0%)**	- **-**	- **-**	51 **(100%)**
11	Saya memberikan *like* (menyukai) apabila foto	21	29	1	-	-	51

	yang diposting pengguna *Instagram* lain menarik perhatian saya.	**(41,1%)**	**(56,9%)**	**(2,0%)**	-	-	**(100%)**
12	Jika foto yang saya posting banyak mendapatkan *like* maka foto yang saya posting tersebut menarik atau memiliki kualitas baik.	16 **(31,4%)**	30 **(58,8%)**	4 **(7,8%)**	1 **(2,0%)**	- **-**	51 **(100%)**
13	Saya memberikan komentar dari postingan foto yang ada guna terjalin komunikasi antar sesama pengguna *Instagram*	10 **(19,6%)**	33 **(64,7%)**	8 **(15,7%)**	- **-**	- **-**	51 **(100%)**
14	Biasanya komentar pada postingan foto berupa pertanyaan, pujian, saran, kritikan dan masukan.	8 **(15,7%)**	36 **(70,6%)**	6 **(11,8%)**	1 **(2,0%)**	- **-**	51 **(100%)**
15	Melalui komentar kita bisa tau seberapa menarik foto yang kita posting agar supaya bisa meningkatkan kualitas foto	22 **(43,1%)**	28 **(54,9%)**	1 **(2,0%)**	- -	- -	51 **(100%)**
16	Saya menggunakan *arroba /mantion* karena foto yang diposting ada kaitannya dengan pengguna lain yang diberikan tanda.	9 **(17,6%)**	38 **(74,5%)**	3 **(5,9%)**	1 **(2,0%)**	- **-**	51 **(100%)**
17	Saya menggunakan *arroba /mantion* untuk berkomunikasi dengan pengguna yang disinggung.	20 **(39,2%)**	28 **(54,9%)**	1 **(2,0%)**	2 **(3,9%)**	- **-**	51 **(100%)**
	Indikator : Minat Fotografi						
18	Saya tertarik mem-*posting* foto di *Instagram* dengan memberikan label # (*hastag*) dan @ (arroba/ menyinggung) kepada	22 **(43,1%)**	22 **(43,1%)**	5 **(9,8%)**	2 **(3,9%)**	- **-**	51 **(100%)**

	sesama akun *Instagram* fotografer agar foto yang di posting dapat dilihat dan foto tersebut dapat diberi masukan, pujian, saran dan *like* oleh akun *Instagram* fotografer lain.						
19	Saya tertarik melakukan pengambilan gambar dilokasi yang berbeda dan menunjukkan *lokasi/ geotag* agar dapat menambah informasi seputar lokasi hunting yang menarik bagi penggiat fotografi .	24 **(47,1%)**	22 **(43,1%)**	3 **(5,9%)**	2 **(3,9%)**	- **-**	51 **(100%)**
20	Saya melakukan aktifitas pengambilan gambar dan memberikan label # (hastag) untuk mengkategorikan foto yang saya posting sesuai dengan gaya fotografi saya	22 **(43,1%)**	28 **(54,9%)**	1 **(2,0%)**	- **-**	- **-**	51 **(100%)**
21	Saya melakukan aktifitas pengambilan gambar setelah melihat postingan yang menarik dari akun *Instagram* fotografer yang saya *follow*.	22 **(43,1%)**	29 **(56,9%)**	1 **(2,0%)**	- **-**	- **-**	51 **(100%)**
22	Saya mendokumentasikan foto-foto yang saya miliki dengan cara mengunggahnya di *Instagram* dengan memberikan label # (*Hastag*) untuk mengkategorikan foto yang saya posting agar foto tersebut dapat tersimpan dan dilihat oleh pengguna *Instagram* lain	16 **(31,7%)**	30 **(58,8%)**	4 **(7,8%)**	1 **(2,0%)**	- **-**	51 **(100%)**
23	Saya melakukan aktifitas pengambilan setelah	10	33	8	-	-	51

melihat postingan yang menarik dari akun *Instagram* fotografer yang saya *follow*.	**(19,6%)**	**(64,7%)**	**(15,7%)**	-	-	**(100%)**

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2015

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang deskripstif yang menunjukkan bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan bahwa sebagian besar tanggapan sangat setuju yang tinggi dari responden terhadap indikatorindikator dari variabel penelitian.

C. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas yang menggunakan SPSS *Windows* versi 16 pada tabel dengan nama *item-total* statistik. Melihat validitas masing-masing butir pernyataan, *cronbach alpha* (dalam Azwar, 2004:158) mengatakan bahwa koefisien yang berkisar antara 0,30 sampai 0,50 telah dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap efisiensi lembaga penelitian. Oleh karena itu, masing-masing butir pernyataan dikatakan valid apabila nilai dari *corrected item-total correlation* minimal sebesar 0,30. Ada pun hasil uji validitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	r hitung	r table	Keterangan
Media Sosial *Instagram*	1	0.604	0,30	Valid
	2	0.389	0,30	Valid
	3	0.381	0,30	Valid
	4	0.509	0,30	Valid
	5	0.445	0,30	Valid
	6	0.495	0,30	Valid
	7	0.604	0,30	Valid
	8	0.426	0,30	Valid
	9	0.485	0,30	Valid
	10	0.568	0,30	Valid
	11	0.436	0,30	Valid
	12	0.445	0,30	Valid
	13	0.411	0,30	Valid
	14	0.377	0,30	Valid
	15	0.568	0,30	Valid
	16	0.438	0,30	Valid
	17	0.387	0,30	Valid
Minat Fotografi	1	0.424	0,30	Valid
	2	0.567	0,30	Valid
	3	0.613	0,30	Valid
	4	0.445	0,30	Valid
	5	0.364	0,30	Valid

	6	0.490	0,30	Valid

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2015

Dari pengujian validitas dengan pengujian SPSS menyatakan bahwa semua butir pertanyaan dapat digunakan karena koefisien lebih besar dari 0,30 sehingga dapat dikatakan memenuhi syarat validitas dan untuk item yang memiliki koefisien di atas 0,30 berarti memberikan hasil yang memuaskan (Azwar, 2004:87) yang artinya item pertanyaan tersebut layak untuk dijadikan sebagai pertanyaan dalam penelitian ini.

1. Uji Reliabel

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan koefisien responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Variabel tersebut akan dikatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha*-Nya memiliki nilai lebih besar dari 0,6 (Azwar, 2004:158). Adapun hasil uji reliabilitas pada penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

2.1.1. Variabel	**Jumlah Item**	**Cronbach's Alpha**	**Keterangan**
Variabel X (*Instagram*)	17	**0.844**	**Reliabel**
Variabel Y (Minat Fotografi)	6	**0.735**	**Reliabel**

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2015

Dari tabel 3 menunjukkan angka pada kolom *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk pertanyaan merupakan dimensi seluruh variabel adalah reliabel artinya item-item pertanyaan tersebut apabila ditanyakan kemudian hari kepada orang yang berbeda akan memiliki jawaban yang sama. Hasil analisis selengkapnya dapat dilihat pada lampiran.

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk menguji apakah kedua variabel berpengaruh yaitu antara *Instagram* terhadap Minat Fotografi pada Komunitas Fotografi Pekanbaru (KFP), maka pengujian hipotesisnya akan dilakukan dengan menggunakan analisis statistik menggunakan rumus regresi linear sederhana, dengan rumusnya sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = subjek variabel Minat Fotografi
X = subjek variabel *Instagram*
a = konstanta (harga Y bila X = 0)
b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel bebas (X) yang didasarkan pada hubungan variabel terikat (Y)
n = jumlah sampel

Tabel 4
Rekapitulasi Perhitungan Statistik

No	Variabel	Koefisien Regresi	T Hitung	T Tabel	Signifikansi	Keterangan
1.	**Konstanta (a)**	1.012	**9.247**	**2.402**	0,01	**Signifikan**
2.	***Instagram***	0.807				

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2015

Berdasarkan tabel 4 terlihat hasil regresi linear sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah Y = 1,012+ 0,807 X. Bilangan konstanta (a) sebesar 1,012 dan koefisien variabel *Instagram* sebesar 0,807. Sementara itu t hitung 9.274 lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel sebesar 2,402, dengan tingkat signifikansi 0,01 lebih kecil dari α = 0,05. Berdasarkan perhitungan statistik yang diperoleh, maka hipotesis untuk penelitian ini yaitu Ha terdapat pengaruh antara *Instagram* terhadap minat fotografi Komunitas Fotografi Pekanbaru.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi (R^2) akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi pada variabel lain (Sentosa dan Ashari, 2005:125). Untuk menganalisanya dengan menggunakan output SPSS dapat dilihat pada tabel "Model *Summary*"

Tabel 5
Model *Summary*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797[a]	.636	.628	.26263

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2015

Tabel "Model *Summary*" tersebut memperlihatkan bahwa nilai R = 0,797 dan koefisien determinasi (R_{square}) adalah sebesar 0,636 hasil dari pengkuadratan koefisien korelasi 0,797x 0,797. Angka tersebut menunjukkan pengertian bahwa sumbangan pengaruh variabel *Instagram* terhadap minat fotografi adalah sebesar 63,6% dengan kategori kuat. Sementara sisanya sebesar 36,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kaitan Hasil Penelitian dengan Teori

Teori komunikasi dunia maya atau yang di kenal dengan teori *cyber community* merupakan teori paling akhir dalam pengembangan ilmu komunikasi atau sosiologi komunikasi. Kajian tentang perkembangan teknologi telematika menjadi sangat darurat terutama yang berhubungan dengan perkembangan media baru. Media baru banyak menekankan bagaimana konstruksi sosial media memberi kontribusi terhadap manusia secara keseluruhan. Persoalan *cyber* seperti perumpamaan ruang waktu bahwa manusia memiliki kehidupan baru di luar dunia nyata (Bungin, 2006:165). Teori komunikasi *cyber*, mengatakan bahwa kelompok dunia maya memiliki faktor yang membuat seseorang untuk menggunakan media sosial.

Fakta lain yang disebutkan oleh teori ini yaitu di dunia maya, kebanyakan individu mencari kelompok. Itu artinya pengguna dunia maya lebih nyaman bergabung kepada kelompok yang didasari oleh minat yang mereka miliki. Pada konteks penelitian ini, sama artinya dengan anggota Komunitas Fotografi Pekanbaru memilih menggunakan media sosial *Instagram* dikarenakan media sosial *Instagram* merupakan media sosial untuk berbagi hasil foto dan dipublikasikan kepada pecinta fotografi dengan tujuan untuk berbagi pengetahuan, informasi kepada sesama fotografer yang menggunakan *Instagram*. Hasilnya, teori komunikasi *cyber* juga mendukung bahwa media sosial *Instagram* memiliki pengaruh terhadap minat fotografi.

Teori ini juga menerangkan tentang motif seseorang untuk menggunakan atau bergabung ke media sosial. Misalnya motif seperti ketertarikan, cara pandang, hobi dan minat. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa motif seseorang untuk mendapatkan pengalaman dan informasi dipengaruhi dari sebuah postingan yang dipublikasikan. Sehingga pengguna tertarik untuk bergabung dan menggunakan media berbagi foto ini.

Konteks ini berhubungan dengan foto yang diposting oleh pengguna *Instagram,* semakin menarik foto, semakin besar ketertarikan *pengguna Instagram* lain untuk mengasah bakat fotografi atau menambah kualitas fotografinya. Artinya *syberspace* mampu menciptakan budaya instan yang adiktif dalam kehidupan manusia. Semakin interaktif sebuah media, sejatinya memungkinkan adanya motivasi dan respon secara berkesinambungan dari para penggunanya.

Kesimpulan

Hasil analisis yang ditemukan pada penelitian pengaruh *Instagram* terhadap minat fotografi pada Komunitas Fotografi Pekanbaru dan merupakan hasil dari pengolahan data regresi linear sederhana, menggunakan program SPSS 16 *for windows*, menunjukkan hasil sebagai berikut :

a. Berdasarkan hasil dan pengolahan data regresi linear sederhana menggunakan versi *SPSS* versi 16 menunjukkan hasil bahwa variabel media social *Instagram* yang terdiri dari indikator *Hastag, Geotag, Follow, Share, Like,* dan Komentar memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel Minat Fotografi yang terdiri atas indikator Perhatian atau ketertarikan, Aktifitas Pengambilan Gambar dan Mendokumentasikan. Hal ini ditunjukkan dengan hipotesis yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh yang kuat antara media sosial *Instagram* terhadap minat fotografi pada Komunitas Fotografi Pekanbaru dan artinya bahwa H_a diterima H_o ditolak.

b. Sumbangan pengaruh variabel media social *Instagram* terhadap minat fotografi Komunitas Fotografi Pekanbaru adalah sebesar 63,6% dengan kategori kuat. Sementara sisanya sebesar 36,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

c. Teori *cyber community* mengatakan bahwa kelompok dunia maya memiliki faktor yang membuat seseorang untuk menggunakan media social dan di dunia maya, kebanyakan individu mencari kelompok. artinya pengguna dunia maya, lebih nyaman bergabung kepada kelompok yang didasari oleh minat yang mereka miliki. Pada penelitian ini, sama artinya dengan seberapa menarik sebuah media sosial untuk diikuti, yang sesuai dengan minat penggunanya. Hasilnya, teori *cyber community* juga mendukung bahwa media sosial *Instagram* memiliki pengaruh dalam minat seseorang, termasuk untuk meningkatkan kualitas fotografi.

Daftar Pustaka

Ardianto, Elfinaro dan Lukiati Komula Erdinaya. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media

Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook.* Jakarta: Media Kita

Azhari, Akyas. 2004. *Psikologi Umum & Perkembangan*. Jakarta: Mizan Publika

Beilhartz, Teter. 2005. *Teori-Teori Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana

Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi.* Jakarta : Kencana

Dharmawan, Iwan. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia

Effendy, Onong Ochjana. 2005. *Ilmu KomunikasiTeori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Heri, Purwanto. 1998. *Pengantar Perilaku Manusia*. Jakarta : EGC.

Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana

Mulyadi, Erwin. 2014. *Kamus Fotografi*. Jakarta: Elex Media Koputindo

Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: RemajaRosdakarya.

Narkubo, Cholid, dkk. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara

Nawawi, Hadari. 2001. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta:Gajah Madaa University Press

Nurudin, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Ritzer, George. 2003. *Teori Sosial Postmodern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana

Ruslan, Rosady. 2004. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Soekanto, Soerjono. 1999. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers

Sugiyono. 2006. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Wiryohandoyo, Sudarno. 2002. *Perubahan Sosial dalam Masyarakat Modern*. Yogyakarta: Tiara Wacana

Sumber Internet

http://mindsetbisnisonline.com/dampak-positif-dan-negatif-internet/ di akses pada 29 Juni 2014, 23.00 wib

http://blog.globalwebindex.net/*Instagram*-tops-lips-of-growtl di akses 25 Juni 2013, 20.35wib

http://evi_hernawati.blogspot.com/2014/04/*Instagram*-dalam-5-efek-media-massa.html, di akses 11 juli 2014, 01.21 wib

http://bandung.detik.com di akses pada 17 Agustus 2014, 14.00

http://www.fredcavazza.net/2010/12/14/sosial-media-landscape-2011/ diakses pada 20 Agustus 2014, 16.20 wib

http://communicateur.wordpress.com/2012/10/31/*cyber-community*-vs-real-*community*-komunitas-*facebook*-vs-komunitas-nyata/ di akses pada 10 September 2014, 00.45

Sumber Jurnal

Didi Wahyudi.2013.*Pengaruh Media Sosial Twitter terhadap Minat followers untuk mendengarkan Radio Bharabas 97,5 FM Pekanbaru.* Pekanbaru : Universitas Riau

Raisha Dwi Mayangsari. 2014.Pengaruh Media Sosial *Twitter* terhadap Minat Baca Berita *OnlineFollower* @detikcom di Pekanbaru. Pekanbaru : Universitas Riau.