

Pengaruh Konten Akun Instagram @swaragembira Terhadap Minat Berkain Followers

¹Faizal Khosi Abdullah, ²Dewi Sri Andika Rusmana, ³Teguh Priyo Sadono

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

faizalkhosi@gmail.com

Abstract

The 1950s are estimated to be the year when the cloth culture fades for the Indonesian people. Until 2017, there was an organization that wanted to evolve and revolutionize Indonesian cultural arts so that young people could be interested. The organization is Swara Gembira. In order to realize this goal, Swara Gembira has shared a message to wear cloth as a dress attribute. The message was conveyed through their several social media content that they created, one of which was on Instagram social media. Departing from this background, this research discusses the influence of the content of the Instagram account @swaraharga on the interest of followers in cloth. This research is a descriptive quantitative type that presents data in the form of numbers and describes it through analysis with statistical testing. Quantitative research is a method that is used to examine specific populations or samples whose data is collected using research instruments. The data is quantitative/statistical, with the aim of testing the established hypothesis. The results of this research conclude that the content of the Instagram account @swaraharga has a moderate influence on the interest in the clothes of followers. In another test, the content of the Instagram account @swaraharga simultaneously affected the interest of the followers by 16.7%. The lack of references regarding interest in cloth makes the researcher suggest that other researchers can carefully dig deeper into information about interest in cloth, and can conduct research on factors that can influence interest in cloth.

Keywords : content, Instagram, interest, cloth, Swara Gembira

Abstrak

Tahun 1950-an diperkirakan menjadi tahun meredupnya budaya berkain bagi masyarakat Indonesia. Hingga di tahun 2017, terdapat sebuah organisasi yang ingin mengevolusi dan merevolusi kesenian budaya Indonesia sehingga dapat diminati oleh anak-anak muda. Organisasi tersebut adalah Swara Gembira. Demi mewujudkan tujuan tersebut, Swara Gembira telah membagikan pesan untuk mengenakan kain sebagai atribut berpakaian. Pesan itu disampaikan melalui sejumlah konten media sosial yang mereka buat, salah satunya pada media sosial Instagram. Berangkat dari latar belakang tersebut penelitian ini membahas bagaimana pengaruh konten akun Instagram @swaragembira terhadap minat berkain *followers*-nya. Penelitian ini berjenis kuantitatif deskriptif yang menyajikan data berupa angka-angka dan menjabarkannya melalui analisis dengan pengujian statistik. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu yang datanya dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian. Data tersebut bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa konten akun Instagram @swaragembira memiliki pengaruh dengan tingkatan sedang terhadap minat berkain *followers*-nya. Pada pengujian lain, secara simultan konten akun Instagram @swaragembira mempengaruhi minat berkain *followers*-nya sebesar 16,7%. Minimnya referensi mengenai minat berkain membuat peneliti menyarankan agar peneliti lain dapat dengan cermat menggali informasi mengenai minat

berkain lebih dalam lagi, serta dapat melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat berkain.

Kata kunci : konten, Instagram, minat, berkain, Swara Gembira.

Pendahuluan

Indonesia memiliki budaya yang sangat bermacam-macam, salah satunya adalah budaya busana adat yang ada di setiap daerah di Indonesia. Dari berbagai baju adat di Indonesia tak sedikit dari atributnya yang menggunakan kain sebagai bagian dari rancangan baju adat tersebut. Berbicara mengenai kain maka tak lepas dari sejarahnya yang diperkirakan sudah dikenakan oleh masyarakat Indonesia sejak abad ke-14. Hal itu ditandai dengan masyarakat Jawa yang lebih sering menggunakan atribut busana kemben, tenun ikat, dan kain panjang (Khalika, 2019). Lalu pada masa penjajahan Belanda di Indonesia, eksistensi penggunaan kain masih dipakai oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Hingga pada tahun 1950an sejak kemunculan perancang busana senior Peter Sie ke dunia *fashion* di Indonesia, gaya berpakaian yang sebelumnya identik dengan penggunaan kain perlahan mulai beralih ke pakaian modern yang banyak dipengaruhi oleh tren *fashion* dunia (Satyawati, 2017).

Edukasi mengenai berkain dirasa perlu untuk terus meningkatkan minat menggunakan kain sebagai atribut berbusana sebagai bentuk pelestarian budaya Indonesia. Menurut Slameto, minat sangat besar pengaruhnya terhadap belajar, karena jika bahan pelajaran yang dipelajari tidak sesuai dengan minat siswa, maka siswa tidak akan belajar dengan sebaik-baiknya (Slameto, 2015). Semangat dalam menciptakan minat itu yang terus dibawa oleh kelompok masyarakat yang menyebut dirinya sebagai Swara Gembira. Swara Gembira merupakan sebuah organisasi yang didirikan oleh Oi di tahun 2017 bersama dengan rekannya Rifan Rahman yang merasa resah akan budaya Indonesia yang semakin lama kian tergerus dengan budaya populer mancanegara. Swara Gembira hadir dengan tujuan untuk mengevolusi dan merevolusi kesenian budaya Indonesia sehingga dapat diminati oleh anak-anak muda (Putra, 2021). Dalam upaya untuk mewujudkan tujuan tersebut, salah satu kampanye yang mereka sampaikan untuk melestarikan kebudayaan Indonesia adalah dengan mengajak masyarakat Indonesia untuk mengenakan kain khas Indonesia sebagai atribut busana yang bisa digunakan di berbagai aktifitas. Dalam upayanya untuk meningkatkan minat berkain pada masyarakat Indonesia, Swara Gembira telah membagikan sejumlah konten-konten seputar berkain pada media sosial mereka, yang salah satunya adalah Instagram.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016) konten diartikan sebagai informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Konten Instagram yang dimaksud yaitu foto dan video, yang mana kedua hal tersebut menjadi visual yang pertama terlihat sebelum *caption* yang berisi teks. Berdasarkan definisi konten diatas, dapat dipahami bahwa konten Instagram adalah informasi elektronik yang ada pada Instagram dengan format informasi berbentuk foto, video, dan tulisan/*caption* (Putri, 2020). Kemudian minat berkain dapat diartikan sebagai perhatian seseorang yang timbul karena rasa keingintahuan dan perasaan tertarik, sehingga dapat memicu kecenderungan seseorang untuk menggunakan kain.

Penelitian ini menggunakan pendekatan teori *uses and effect* yang mana teori ini menjelaskan suatu hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa yang kemudian menghasilkan efek bagi pengguna media tersebut. Teori ini

menekankan bagaimana penggunaan media dapat menghasilkan banyak efek terhadap suatu individu. Jika isi media akan menghasilkan efek tertentu, maka penggunaan media akan menghasilkan konsekuensi tertentu pula, dan jika keduanya terjadi secara simultan antara isi media dan penggunaan media maka akan menghasilkan sesuatu yang disebut *consequence*. *Consequence* sendiri merupakan hasil yang diperoleh akibat penggunaan media serta isi dari media itu sendiri (Daryanto, 2014).

Berangkat dari latar belakang tersebut, teretuslah sebuah rumusan masalah “apakah konten Instagram @swaragembira berpengaruh terhadap minat berkain *followers*-nya?”. Berkaca pada konteks media massa, hal ini menjadi menarik dimana terdapat suatu upaya pesan yang ingin disampaikan oleh akun Instagram @swaragembira pada konten-konten berkain yang mereka sajikan pada Instagram mereka. Pada sudut pandang Swara Gembira, tentu diharapkan bahwa konten-konten tersebut dapat mempengaruhi minat masyarakat Indonesia atau *followers* Instagram mereka untuk menggunakan kain, seperti dari tujuan organisasi Swara Gembira.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan tradisi positivisme. Kuantitatif sendiri adalah sebuah metode penelitian yang menyajikan data berupa angka-angka yang kemudian diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, dengan permasalahan yang diteliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan (Sugiono, 2016). Tradisi positivisme menurut Sugiono, dalam penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme memandang sebuah fenomena itu dapat diklasifikasikan, relatif, tetap, konkrit, teramati, terukur dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Metode kuantitatif penelitian ini bersifat deskriptif yang menyajikan data berupa angka-angka dan menjabarkannya melalui analisis dengan pengujian statistik. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu yang datanya dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian. Data tersebut bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016).

Populasi pada penelitian ini merujuk pada jumlah *followers* akun Instagram @swaragembira yang pertanggal 19 Maret 2022 memiliki jumlah *followers* sebanyak 34.942. Untuk memperoleh jumlah sampel yang ideal, peneliti menggunakan rumus slovin dengan *margin error* sebesar 10%. Hasil perhitungan tersebut menghasilkan jumlah sampel/responden sebanyak 100. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan pada penelitian ini berupa kuesioner atau angket daring dengan bantuan Google Form. Peneliti secara acak akan memberikan kuesioner kepada *followers* Instagram @swaragembira. Kuesioner tersebut diberikan melalui fitur *direct message* yang ada pada Instagram. Kemudian, *followers* yang terlebih dahulu mengisi kuesioner tersebut dianggap sebagai responden penelitian ini dan apabila jumlah responden yang mengisi sudah berjumlah 100, maka penyebaran kuesioner tersebut akan dihentikan. Kemudian, untuk mengukur variabel penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert. Skala likert dapat digunakan untuk mengukur pendapat, persepsi maupun sikap individu atau kelompok tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016). Penelitian kuesioner yang menggunakan skala *likert* memiliki pilihan jawaban yang bergradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

Setelah kuesioner tersebut terkumpul kemudian peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memperoleh hasil pengumpulan data yang baik. Pada uji validitas, peneliti

menggunakan rumus korelasi *product moment pearson*. Rumus ini mengkorelasikan masing-masing skor soal dengan skor total yang diperoleh dari jawaban responden atas kuesioner. Sebuah soal dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel, dan dinyatakan tidak valid apabila r hitung lebih kecil dari r tabel (Ghozali, 2016). Lalu pada uji reliabilitas, peneliti menggunakan rumus *cronbach alpha*. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat korelasi antara suatu item dengan total item. Semakin tinggi koefisien korelasi, maka semakin baik konsistensi internal pengukuran tersebut (Suryadi et al., 2019). Untuk menganalisa data yang diperoleh, peneliti menggunakan teknik regresi linier sederhana. Dikatakan sederhana karena pengujian dilakukan dengan satu variabel Y/dependen. Teknik regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh satu variabel X terhadap variabel Y. Seluruh pengujian yang dilakukan pada penelitian ini diolah dengan bantuan *software* SPSS 26.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten akun Instagram @swaragembira terhadap minat berkain *followersnya*. Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dapat dikatakan valid, hal tersebut dikarenakan nilai r -hitung yang dimiliki setiap item pernyataan memiliki nilai yang lebih besar dari nilai r -tabel (0,195). Kemudian uji reliabilitas menunjukkan nilai *cronbach alpha* yang dimiliki variabel konten Instagram sebesar 0,890 dan variabel minat berkain sebesar 0,869. Dengan begitu begitu, kuesioner dapat dikatakan reliabel, hal tersebut dikarenakan nilai *cronbach alpha* yang dimiliki setiap variabel lebih besar dari nilai 0,60. Setelah kuesioner dikatakan valid dan reliabel, kemudian hasil kuesioner dianalisis dengan serangkaian pengujian. Hasil pengujian regresi linier sederhana menghasilkan nilai koefisien regresi pada variabel konten Instagram sebesar 0,347, hal tersebut menandakan setiap kali @swaragembira mengunggah 1 konten tentang berkain, maka akan meningkatkan minat berkain *followersnya* sebesar 34,7%. Kemudian hasil pengujian korelasi menunjukkan nilai korelasi pearson yang didapatkan sebesar 0,402. Berdasarkan nilai interval koefisien, hasil tersebut menunjukkan bahwa konten akun Instagram @swaragembira memiliki pengaruh dengan tingkatan sedang terhadap minat berkain *followersnya*. Tingkatan sedang sendiri memiliki arti bahwa konten Instagram @swaragembira dinilai tidak cukup kuat namun tidak terlalu lemah untuk mempengaruhi minat *followersnya* terhadap berkain. Lalu pada pengujian koefisien determinasi ditemukan hasil pada variabel konten Instagram yang memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 0,167. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara simultan konten akun Instagram @swaragembira memiliki pengaruh sebesar 16,7% terhadap minat berkain *follower-snya*. Sedangkan 83,3% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diuji dalam penelitian ini. Selanjutnya pada pengujian parsial ditemukanlah nilai signifikansi pada konten Instagram sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari probabilitas 0,05 sehingga nilai tersebut dapat dikatakan positif. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima, itu berarti konten akun Instagram @swaragembira memiliki pengaruh terhadap minat berkain *followersnya*.

Selanjutnya, berdasarkan hasil kuesioner ditemukan kesimpulan yang mengacu pada hasil mayoritas responden yang mengisi tiap item pernyataan. Setiap pernyataan mewakili indikator-indikator yang terdapat pada dimensi di setiap variabel penelitian ini. Pada variabel konten Instagram terdapat tiga dimensi yang terdiri dari foto, video dan *caption*. Pada dimensi foto, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa foto yang ada pada Instagram @swaragembira memiliki kesinambungan dengan *captionnya*, memenuhi kebutuhan

informasi, dan memiliki pesan singkat yang dapat segera diterima oleh banyak orang. Kemudian pada dimensi video, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa konten video yang ada pada Instagram @swaragembira menampilkan gambar dan suara yang jelas, menyajikan fakta, kemudian bersifat edukatif, informatif, instruksional, dan berguna untuk menyampaikan informasi. Lalu pada dimensi *caption*, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa *caption* yang ada pada Instagram @swaragembira berguna untuk menjelaskan dan memberikan informasi kepada khalayak serta mudah dimengerti karena disampaikan menggunakan kalimat yang sederhana.

Pada variabel minat berkain terdapat empat dimensi yang terdiri dari perhatian, keingintahuan, perasaan, dan kecenderungan untuk bertindak. Pada dimensi perhatian, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa mereka memperhatikan akun serta konten berkain yang ada pada Instagram @swaragembira. Selanjutnya pada dimensi keingintahuan, mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa pengetahuan dan informasi mereka tentang berkain menjadi bertambah akibat konten Instagram @swaragembira. Kemudian pada dimensi perasaan, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa mereka tertarik dan menyukai konten Instagram @swaragembira. Lalu, pada dimensi kecenderungan bertindak, mayoritas kuesioner menyatakan setuju bahwa mereka memiliki kecenderungan untuk mencoba berkain karena konten Instagram @swaragembira.

Berdasarkan hasil hipotesis, telah ditarik kesimpulan bahwa konten Instagram @swaragembira memiliki pengaruh terhadap minat berkain *followers*-nya. Dengan begitu hal tersebut sejalan dengan penjelasan teori *uses and effect* yang menyebutkan bahwa hubungan komunikasi massa yang disampaikan oleh media massa (dalam hal ini akun Instagram @swaragembira) dapat menghasilkan efek (minat berkain) kepada para pengikut (*followers*) medianya. Penggunaan media pada penelitian ini dapat dilihat melalui pernyataan pada indikator perhatian variabel minat berkain, hasilnya lebih dari 55% responden menjawab setuju dan 20% menjawab sangat setuju bahwa mereka sering mengunjungi profil akun Instagram @swaragembira. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa isi media (dalam hal ini adalah konten berkain akun Instagram @swaragembira) telah menghasilkan efek minat berkain kepada para pengguna medianya (*followers*), sehingga terbukti *consequence* seperti yang dijelaskan oleh teori *uses and effect*, bahwasanya teori ini menekankan bagaimana penggunaan media dapat menghasilkan banyak efek terhadap suatu individu. Jika isi media akan menghasilkan efek (*effect*) tertentu, maka penggunaan media akan menghasilkan konsekuensi (*consequence*) tertentu pula, dan jika keduanya terjadi secara simultan antara isi media dan penggunaan media maka akan menghasilkan sesuatu yang disebut *consequence*.

Penutup

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, menurut hasil uji korelasi di temukanlah hasil yang menyatakan konten akun Instagram @swaragembira memiliki pengaruh dengan tingkatan sedang terhadap minat berkain *followers*-nya. Sedangkan menurut hasil uji koefisien determinasi, konten akun Instagram @swaragembira memiliki pengaruh sebesar 16,7% terhadap minat berkain *followers*-nya. Hal tersebut membuat hipotesis H_1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh konten akun Instagram @swaragembira terhadap minat berkain *followers*-nya. Dari hasil penelitian pengaruh konten akun Instagram @swaragembira terhadap minat berkain *followers*, peneliti memiliki sejumlah saran yang dapat diterapkan oleh peneliti lain, saran tersebut adalah:

1. Kurangnya referensi mengenai minat berkain membuat peneliti menyarankan ke peneliti lain agar dapat dengan cermat menggali informasi lebih dalam lagi mengenai minat berkain, serta melakukan penelitian untuk meneliti faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat berkain.
2. Kurangnya pendalaman pada faktor-faktor penggunaan media membuat peneliti menyarankan ke peneliti lain untuk menjadikan penggunaan media sebagai variabel atau instrumen penelitian apabila ingin melakukan penelitian dengan pendekatan teori *uses and effect*.
3. Mengingat Swara Gembira memiliki beberapa platform media sosial lain selain Instagram, peneliti menyarankan untuk meneliti platform media sosial tersebut yang ada hubungannya dengan minat berkain.

Daftar Pustaka

- Daryanto. (2014). *Teori Komunikasi*. Gunung Samudra.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Khalika, N. (2019, September 4). *Sejarah Kebaya, Pakaian Perempuan Sejak Abad ke-16*. Idntimes.Com.
- Putra, D. (2021). *Melihat Seni Budaya dari Kaca Mata Pemuda*. Media Keuangan Kemenkeu.
- Putri, A. (2020). *Pengaruh Konten Akun Instagram @JKTINFO Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas Followers*.
- Satyawati. (2017, July 6). *Wow, Ternyata Begini Trend Fashion Indonesia dari Masa ke Masa*. Beautynesia.Id.
- Slameto. (2015). *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. PT Rineka Cipta.
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (23rd ed.). Alfabeta.
- Suryadi, E., Darmawan, D., & Mulyadi, A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi Dengan Pendekatan Kuantitatif* (P. Latifah, Ed.). PT Remaja Rosdakarya.