

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Pengaruh Perhatian kepada Konten Instagram @Rachelvennya terhadap Perilaku Konsumtif Followers

Eka Nur Malasari

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=74656&lokasi=lokal>

Abstrak

Rachel Vennya adalah selebritas Instagram dan influencer yang memiliki pengikut sebanyak 4,8 juta orang. Dalam konten Instagramnya ia sering memposting kehidupan pribadinya, baik bersama keluarga maupun teman-temannya, dan sering memperkenalkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu produk. Ia berharap pengikutnya membeli produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perhatian kepada konten Instagram @Rachelvennya terhadap perilaku konsumtif followers.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dan social learning theory (Albert Bandura, 1986) dan Modelling (Bandura & Walters, 1997). Karena adanya pembelajaran yang didapat setelah memperhatikan konten instagram @Rachelvennya. Terjadi perubahan perilaku followers setelah memperhatikan konten Instagram @Rachelvennya yaitu adanya perilaku konsumtif.

Pendekatan penelitian adalah kuantitatif dan jenis penelitian eksplanatif. Tujuan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel. Metode penelitian adalah survei. Populasi dalam penelitian ini adalah followers @Rachelvennya sebanyak 4,8 juta dengan sampel sebanyak 100 responden dihitung dengan rumus Taro Yamane dan didapat dengan menggunakan teknik nonprobabilitas accidental sampling. Teknik pengumpulan data dengan survei dan studi pustaka. Teknik analisis data dengan uji regresi linear sederhana dan uji korelasi Pearson's Product Moment.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya persamaan regresi linear sederhana $Y = 19,177 + 0,169X$. kontribusi pengaruh X terhadap Y sebesar 33,2%. Koefisien korelasi yang didapat dari uji korelasi Pearson's Product Moment sebesar 0,576. Nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$) korelasi signifikan. Responden membeli produk yang ditawarkan @Rachelvennya walaupun tidak memerlukan dengan skor 431, tidak untuk menjaga penampilan diri dan gengsi dengan skor 404 dan karena ingin membeli semata (faktor emosional) dengan skor 418.