

PENGARUH MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) TERHADAP LIFESTYLE DAN PRESTASI AKDEMIK

Lisnawita¹⁾, Lucky Lhaura Van FC²⁾, Musfawati³⁾

^{1, 2, 3)}Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Lancang Kuning

³⁾Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Lancang Kuning

e-mail: lisnawita@unilak.ac.id¹⁾, Lucky@unilak.ac.id²⁾, Musfawati@gmail.com³⁾

ABSTRAK

Zaman sekarang sangat mudah mendapatkan informasi, karena setiap orang sudah bisa terhubung dengan internet. Terutama media sosial, Jika informasi yang diterima bagus, maka pengguna akan mendapatkan kualitas informasi yang bagus, akan tetapi jika informasi yang diterima hoax, maka akan berdampak buruk bagi si pengguna media sosial. Setiap orang punya platform sosial media lebih dari satu, seperti youtube, facebook, whatsapp, instagram, dll. Platform ini yang sering mereka gunakan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Tujuan dari penelitian ini adalah Menganalisa Pengaruh Media sosial (Instagram)(Y) terhadap Lifestyle (X1) dan Prestasi mahasiswa(X2) sehingga dapat memberikan informasi mengenai pentingnya dampak penggunaan media sosial bagi mahasiswa dalam merubah pola pikir dan wawasan. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variable X1 dan X2 secara simultan terhadap variable Y adalah sebesar 40,5%

Kata Kunci: Instagram, Prestasi akademik, Lifestyle.

ABSTRACT

It's effortless to get information these days because everyone can connect to the internet. Mainly social media, If the information received is right, and then the user will get the correct quality information; however, if a hoax can be the news, it will be corrupt for the social media user. Everyone has more than one social media platform, such as YouTube, Facebook, WhatsApp, Instagram, etc. The purpose of this study is to Analyze the Effect of Social Media (Instagram) (Y) on Lifestyle (X1) and Student Achievement (X2) so that it can provide information about the impact of using social media for students in changing mindset and understanding. The results showed that the effect of variables X1 and X2 simultaneously on the Y variable was 40.5%

Keywords: Instagram, Academic Achievement, Lifestyle

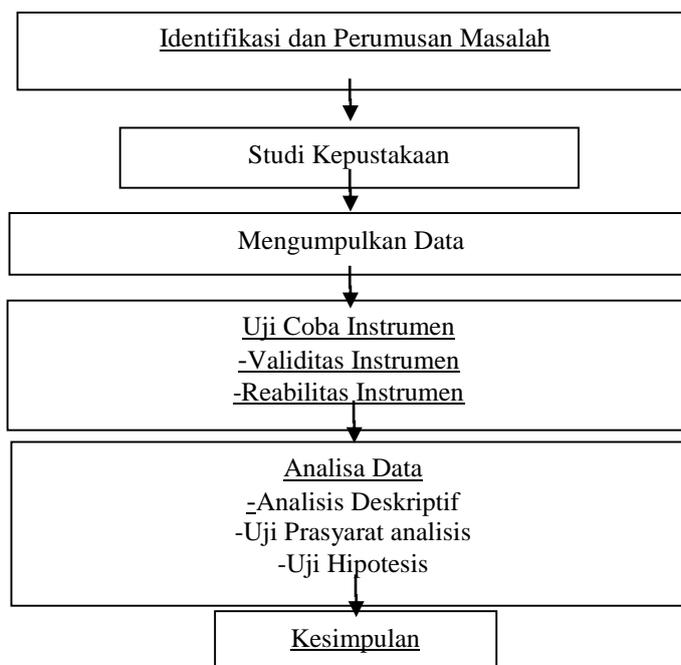
I. PENDAHULUAN

Perbincangan pada zaman sekarang terutama oleh kaum milenial saat ini, tidak lepas dari media sosial, banyak informasi yang bisa didapatkan dengan cepat melalui media sosial. Bahkan banyak dari pengguna media sosial yang menerima informasi tanpa di filter terlebih dahulu. Kalau informasi yang diterima bagus, maka pengguna akan mendapatkan kualitas informasi yang bagus, akan tetapi jika informasi yang diterima hoax, maka akan berdampak buruk bagi si pengguna media sosial. Setiap orang punya platform sosial media lebih dari satu, seperti youtube, facebook, whatsapp, instagram, dll. Platform ini yang sering mereka gunakan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Berdasarkan survey pada tahun 2017[1] yang dilakukan oleh asosiasi penyelenggara jasa internet indonesia(apjii). Penetrasi pengguna internet berdasarkan usia 13-18 tahun adalah 75,50 %, usia 19-34 tahun adalah 74,23%, usia 35-54 tahun adalah 44,06 %, usia >54 tahun adalah 15,72 %. Dari data terlihat pengguna tertinggi dari kaum milenial. Penetrasi pengguna internet berdasarkan tingkat pendidikan akhir yaitu: tidak sekolah sebesar 5,45%, sd/mi sebesar 25,10 %, smp/mts sebesar 48,53%, sma/ma sebesar 70,54 %, si/diploma sebesar 79,23 %, s2/s3 sebesar 88,24%. Berdasarkan pendidikan maka pengguna yang tertinggi adalah mahasiswa s1,s2, dan s3. Sedangkan dalam pemanfaatan internet dalam bidang gaya hidup (*lifestyle*). Internet digunakan untuk membaca berita olahraga sebesar 50,48 %, bermain game sebesar 54,13%, baca berita sebesar 57,13%, berita entertainment/hobi sebesar 58,01 %, download / nonton film sebesar 70, 23%, donwload musik sebesar 71,10 %, dan pengguna tertinggi adalah media sosial sebesar 87,13 %. Pada Fakultas ilmu komputer tersedia *wifi* yang selalu bisa digunakan oleh mahasiswa, setiap mahasiswa mempunyai minimal satu *smartphone* yang dapat digunakan untuk mengakses media sosial secara bebas. Terlihat dari *lifestyle* mereka yang mengikuti *trend* yang ada di media sosial terutama instagram, Ini juga dapat berdampak kepada prestasi akademik.

Penelitian [2] Menunjukkan bahwa pengguna perempuan shopaholic yang ada disamarinda dan yang aktif menggunakan intagram, membuat mereka lebih konsumtif dalam hal berbelanja online sebagai wujud identitas diri demi menjaga penampilannya. [3] Niat dalam menggunakan aplikasi intagram tidak berpengaruh dari dampak norma yang ada, tapi lebih kepada rasa percaya diri, dan puas terhadap sikap pengguna itu sendiri. Dan juga tidak semua variabel memberikan pengaruh terhadap sikap dan niat dari pengguna aplikasi intagram, [4] Kepercayaan berpengaruh negatif signifikan terhadap sikap, tetapi dari kepercayaan terhadap niat penggunaan memberikan pengaruh yang positif signifikan.. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan memegang peranan penting agar dapat mengubah niat untuk menggunakan aplikasi media sosial dikarenakan banyaknya kriminalitas yang terjadi melalui internet. [5] Meningkatkan pengenalan merek dalam instagram yang digunakan oleh Er-corner butik intens berbagi foto produk, pelanggan dari testimonial positif dan diskon promo dan menawarkan banyak kuis dengan hadiah. Tactics diselenggarakan oleh butik Er-corner dalam merek recall untuk memberikan informasi tentang fashion dan memberikan kuis setiap bulan dan setiap bulan dua kali dan intens memposting gambar produk-produk butik Er-corner. Sementara yang paling utama adalah bahwa butik Er-corner meningkat untuk pengikut berusia dua tahun, pengikut instagram lebih dari 3500 (tanpa mengikuti pelanggan terlebih dahulu, artinya murni pengikut) dan memiliki lebih dari 500 kesaksian positif selama bertahun-tahun. 2014-2015. [6] [7] Penelitian ini menunjukkan hasil korelasi yang kuat terhadap aplikasi media sosial intagram ini, Dari hasil survei meyakini bahwa nilai IPK mahasiswa yang menggunakan media sosial adalah berada antara IPK 3,21 dan IPK 3,27. [8] Dari hasil perhitungan hasil regresi linear sederhana diperoleh nilai koefisien pada penelitian ini adalah $Y = 0,998 + 0,341 X$. bilangan konstanta (a) sebesar 0,998 dan koefisien variabel Instagram sebagai media online shopping fashion sebesar 0,341. [8].) [10] [11] Hasil analisis deskriptif dari variabel perilaku konsumtif siswa berada pada kriteria tinggi dengan rata-rata skor 40,17. Hal tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA N 1 Semarang angkatan 2016/2017 tinggi. Dampak instagram dari segi komunikasi, memberikan informasi atau penggunaannya menemukan orang-orang baru sehingga komunikasinya terjalin dengan baik. Pada Penelitian ini menganalisa pengaruh instagram untuk memberikan informasi seberapa besar pengaruhnya terhadap lifestyle dan prestasi akademik. Meskipun banyak yang meneliti tentang isntagram, tapi belum pernah ditemukan pada jurnal online yang berkaitan dengan penelitian ini.

II. METODE PENELITIAN

A. Tahapan Penelitian



Gambar 1: Tahapan Penelitian

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Pengumpulan data penelitian berikut pengolahan dan penyajiannya dilakukan Pada Fakultas ilmu Komputer Universitas Lancang Kuning. Adapun waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan Januari 2019 sampai dengan selesai.

C. Jenis dan Sumber Data

Penulis menggunakan sejumlah data untuk keperluan penelitian ini, yaitu:

- Data primer, yaitu data yang dihimpun langsung dari sumber pertama, yang dalam hal ini adalah para mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer
- Data sekunder yang diperoleh dari data olahan berupa jurnal, buku dan dokumentasi dari instansi.

D. Teknik Pengumpulan Data

Data-data penelitian penulis kumpulkan melalui beberapa cara yaitu:

- Kuesioner, yaitu sebuah daftar tertulis yang berisi sejumlah pernyataan untuk mendapatkan tanggapan responden.
- Dokumentasi, dimana sejumlah data-data pendukung yang penulis butuhkan diperoleh dari jurnal penelitian terdahulu, buku dan bentuk laporan tertulis lainnya.

E. Populasi Dan Sampel

Subjek dalam penelitian ini adalah adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer angkatan tahun 2013-2018 yang berjumlah 1305 mahasiswa.

Penetapan sampel dilakukan mengacu kepada teori dari Hair (dalam Kiswati, 2010) yang menetapkan standar penetapan jumlah sampel pada 10 non probability sampling adalah 5 hingga 10 dikali jumlah indikator. Adapun jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah 2. Penulis mengalikan jumlah indikator $23 \times 5 = 115$. Sehingga jumlah responden pada penelitian ini adalah sebanyak 115 Pengguna Instagram.

F. Variabel Penelitian

Terdapat dua jenis variabel dalam penelitian ini yaitu variabel dependen yang terdiri dari Lifestyle(X_1) dan Prestasi Akademik(X_2) serta variabel independen yaitu Penggunaan Instagram (Y).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

1. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Subjek penelitian berjumlah 115 Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer. Berdasarkan hal tersebut akan dilihat penyebaran subjek penelitian berdasarkan jenis kelamin, usia, Angkatan. Data-data ini diperoleh melalui identitas diri dari subjek penelitian yang terdapat dalam skala penelitian. Berikut uraian dari penyebaran subjek penelitian :

2. Jenis Kelamin Subjek Penelitian

Berdasarkan jenis kelamin, penyebaran subjek penelitian dilihat pada tabel 1:

Tabel 1
Penyebaran Subjek Penelitian berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (N)	Persentase (%)
Pria	67	58,3%
Wanita	48	41,7%
Total	115	100%

berdasarkan tabel 3.1 ditunjukkan bahwa subjek penelitian terbanyak adalah subjek yang berjenis kelamin pria dengan jumlah 67 orang (58,3.%) sedangkan yang berjenis kelamin wanita lebih sedikit jumlahnya yaitu 48 orang (41.7 %).

3. Usia Subjek Penelitian

Berdasarkan usia, penyebaran subjek penelitian dapat dilihat pada table 2:

Tabel 2
Penyebaran Subjek Penelitian berdasarkan Usia

Usia	Jumlah (N)	Persentase (%)
> 18 - ≤ 19 tahun	12	10.4%
> 20 - ≤ 21 tahun	71	61,7%
> 22 - ≤ 23 tahun	32	27,9%
Total	115	100%

Berdasarkan table 4.2 ditunjukkan bahwa subjek penelitian terbanyak adalah subjek berusia dibawah 20-21 tahun yaitu 71 orang (61,7%). Sementara itu, subjek penelitian yang paling sedikit jumlahnya adalah subjek berusia diatas 18-19 tahun yaitu 12 orang (10,4%).

B. Statistik Deskriptif

1. Penggunaan Instagram

Data tentang Penggunaan Instagram berdasarkan tanggapan responden yang diperoleh dari angket sebanyak 8 butir pernyataan dengan jumlah responden 115 mahasiswa. Dari hasil analisis data diperoleh skor minimum 8; skor maksimum 40, rata-rata 19,05 median 19, Modus 20, dan standar deviasi sebesar 6,41. Pengkategorian Penggunaan Instagram secara rinci dapat

dilihat melalui tabel berikut ini

Tabel 3
Kategori Penggunaan Instagram

Skor	F	Kategori
> 38	2	Sangat Tinggi
< 28 ≤ 38	6	Tinggi
< 18 ≤ 28	63	Sedang
< 8 ≤ 18	40	Rendah
≤ 8	4	Sangat rendah
Total	115	

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui juga bahwa Pengguna Instagram pada kategori sangat tinggi sebanyak 2 mahasiswa, kategori tinggi sebanyak 6 mahasiswa, kategori sedang sebanyak 63 mahasiswa, kategori rendah sebanyak 40 mahasiswa dan kategori sangat rendah sebanyak 4 mahasiswa.

1. Lifestyle

Data tentang Variabel Lifestyle berdasarkan tanggapan responden yang diperoleh dari angket sebanyak 7 butir pernyataan dengan jumlah responden 115 mahasiswa. Dari hasil analisis data diperoleh skor minimum 7; skor maksimum 35, rata-rata 19,08 median 19, modus 17 dan standar deviasi sebesar 6,2. Pengkategorian Lifestyle secara rinci dapat dilihat melalui tabel berikut ini

Tabel 4
Kategori Lifestyle

Skor	F	Kategori
> 31	8	Sangat Tinggi
< 23 ≤ 31	21	Tinggi
< 15 ≤ 23	72	Sedang
< 7 ≤ 15	6	Rendah
≤ 7	8	Sangat rendah
Total	115	

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui juga bahwa Lifestyle pada kategori sangat tinggi sebanyak 8 mahasiswa, kategori tinggi sebanyak 21 mahasiswa, kategori sedang sebanyak 72 mahasiswa, kategori rendah sebanyak 6 mahasiswa dan kategori sangat rendah sebanyak 8 mahasiswa.

2. Prestasi Akademik

Data tentang Prestasi akademik berdasarkan tanggapan responden yang diperoleh dari angket sebanyak 8 butir pernyataan dengan jumlah responden 115 mahasiswa. Dari hasil analisis data diperoleh skor minimum 8; skor maksimum 40, rata-rata 19,05 median 19, modus 20 dan standar deviasi sebesar 6,41. Pengkategorian Prestasi Akademik secara rinci dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 5
Kategori Prestasi Akademik

Skor	F	Kategori
> 38	2	Sangat Tinggi
< 28 ≤ 38	8	Tinggi
< 18 ≤ 28	61	Sedang
< 8 ≤ 18	40	Rendah
≤ 8	4	Sangat rendah
Total	115	

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui juga bahwa prestasi akademik pada kategori sangat tinggi sebanyak 2 mahasiswa, kategori tinggi sebanyak 8 mahasiswa, kategori sedang sebanyak 61 mahasiswa, kategori rendah sebanyak 40 mahasiswa dan kategori sangat rendah sebanyak 4 mahasiswa.

C. Hasil Uji Prasyarat

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov > 0,05, maka asumsi normalitas terpenuhi. (Sulhan, 2010 dkk). Menurut Azwar (2010) menyatakan bahwa parameter-parameter aitem yang diperoleh dari skor yang terdistribusi secara normal akan lebih representatif dan menggambarkan estimasi yang cermat terhadap sifat-sifat aitem yang dianalisis.

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan terhadap tiga variabel yaitu variabel Pengguna Instagram (Y), variable Lifestyle (X1) dan Prestasi Akademik (X2). Untuk menentukan tingkat normalitas data, digunakan uji *Kolmogorov Smirnov* yaitu uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Jika signifikansi di bawah 0,05 berarti data yang akan diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut tidak normal. Sebaliknya jika signifikansi di atas 0,05 maka berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara data yang akan diuji dengan data normal baku, artinya data yang diuji berdistribusi normal. Berdasarkan uji normalitas dengan bantuan program *SPSS 18,0 for windows* dapat dilihat bahwa signifikansi 0,995 (*Asymp Sig*). Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data variabel terdistribusi Normal.

Tabel. 6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.25648126
Most Extreme Differences	Absolute	.039
	Positive	.039
	Negative	-.033
Kolmogorov-Smirnov Z		.419
Asymp. Sig. (2-tailed)		.995

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Dalam penelitian ini uji linearitas akan melihat apakah tiga variabel penelitian yaitu variabel Pengguna Instagram, Lifestyle dan Prestasi Akademik berkorelasi untuk memenuhi asumsi garis linear. Hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel 5.7 berikut :

Tabel 7
Hasil Uji Linearitas

Variabel	Linearity	Kesimpulan
Penggunaan Instagram* Lifestyle	0.572	Hubungan Linear
Penggunaan Instagram * Prestasi Akademik	0.723	Hubungan Linear

Berdasarkan tabel 7 diperoleh nilai linearity 0.572 untuk variabel Lifestyle dan 0,0723 untuk variabel Pres-

tasi Akademik. Hal ini menunjukkan bahwa nilai linearity > 0.05 sehingga telah memenuhi asumsi linearitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Multikolinearitas dalam model regresi dapat dideteksi apabila nilai toleransi < 0.1 atau nilai Variance Inflation Factor (VIF) ≥ 10 . Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 8 berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Lifestyle(X1)	.772	1.295
	Pres-tasi_Akademik(X2)	.772	1.295

a. Dependent Variable: Instagram(Y)

Berdasarkan tabel 8 diketahui bahwa nilai toleransi Lifestyle dan Prestasi Akademik adalah 0.772 yang berarti besar dari 0.1. Sementara itu, nilai VIF dari Lifestyle dan Prestasi Akademik adalah 1,295 yang kecil daripada 10. Hal ini berarti bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

D. Pengujian Hipotesis

Analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah menggunakan regresi ganda. Berikut rangkuman hasil pengujian hipotesis.

a. Analisis Regresi Berganda

Tabel 9
Pengujian Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	15.246		
	Lifestyle(X1)	.310	.074	.350	4.218	.000
	Pres-tasi_Akademik(X2)	.335	.071	.390	4.695	.000

a. Dependent Variable: Instagram(Y)

1. Koefisien Constant (Konstanta) sebesar 15.246 dengan standar error yaitu 1.468
2. Variabel Lifestyle memiliki koefisien sebesar 0,310 dengan standar error 0,74
3. Variabel Prestasi Akademik memiliki koefisien 0,335 dengan standar error 0,71

b. Pengujian Simultan

Pengujian simultan (uji F) ditujukan untuk mengukur besar pengaruh Lifestyle Prestasi Akademik secara simultan (bersamaan) terhadap perubahan pada variabel Penggunaan Instagram. Berdasarkan hasil pengujian Anova dapat ditunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 10
Hasil Pengujian Simultan

Variabel Penelitian	f_{hitung}	f_{tabel}	Sig. t
Lifestyle Prestasi Akademik	38,042	3,07	0,000

Berdasarkan output diatas, maka diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X1, X2 Secara Simultan Terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,005$ dan nilai $F_{hitung} 38,042 > F_{tabel} 3,07$, Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 dan X2 terhadap Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1403.077	2	701.538	38.042	.000 ^a
	Residual	2065.410	112	18.441		
	Total	3468.487	114			

a. Predictors: (Constant), Prestasi_Akademik(X2), Lifestyle(X1)

b. Dependent Variable: Instagram(Y)

c. Pengujian Parsial

Pengujian parsial (uji t) dimaksudkan untuk mengukur pengaruh Lifestyle dan Prestasi Akademik secara terpisah terhadap penggunaan Instagram. Hasil Pengujian menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 11
Hasil Pengujian Parsial

Variabel Penelitian	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig. t
Lifestyle	4,21	1,98	0,00
Prestasi Akademik	4,69	1,98	0,00

Dari tabel dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} 4,21 > t_{tabel} 1,98$ dan nilai sig. $t_{0,000} < 0,05$. Dan $t_{hitung} 4,69 > t_{tabel} 1,98$ dan nilai sig. $t_{0,00} < 0,05$

E. Koefisien Determinasi

Tabel 12
Model Summary

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.636 ^a	.405	.394	4.29432

a. Predictors: (Constant), Prestasi_Akademik(X2), Lifestyle(X1)

Berdasarkan output diatas nilai R Square sebesar 0,405, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variable X1 dan X2 secara simultan terhadap variable Y adalah sebesar 40,5%

IV. KESIMPULAN

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Penggunaan instagram berpengaruh Positif dan signifikan terhadap *Lifestyle*. Dimana koefisien garis yang positif dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Maknanya Semakin Tinggi Penggunaan *instagram* maka semakin termotivasi mahasiswa dalam mengikuti *lifestyle*, Penggunaan instagram berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Prestasi Akademik. Dimana koefisien garis yang positif dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Maknanya Semakin Tinggi Penggunaan *instagram* maka semakin termotivasi mahasiswa dalam meningkatkan Prestasi Akademik, Penggunaan *Instagram* Berpengaruh terhadap *lifestyle* dan Prestasi Akademik. nilai R yang positif dan signifikansi $< 0,05$. Secara simultan kedua variable bebas memiliki pengaruh positif dan signifikan yaitu sebesar 40,5%,

V. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kominfo, "https://web.kominfo.go.id [Online] Available: [https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/Laporan%20Survei%20APJII_2017_v1.3 .pdf](https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/Laporan%20Survei%20APJII_2017_v1.3.pdf)
- [2] E. M. Fitria, "DAMPAK ONLINE SHOP DI INSTAGRAM DALAM SHOPAHOLIC DI SAMARINDA," vol. 1, no. 3, pp. 117–128, 2015.
- [3] E. D. Pratiwi, "FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MENGGUNAKAN INSTAGRAM DENGAN THE THEORY OF REASONED ACTION MENGGUNAKAN AMOS 21," *J. Tek. Komput. AMIK BSI*, no. 1, pp. 68–77, 2016.
- [4] R. K. Ekawati, "Peran Mediasi Sikap atas Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan," *J. Sist. Teknol. Inf. Komun.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–10, 2017.
- [5] V. P. Fauzi, "PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI SOCIAL MEDIA MARKETING ER-CORNER BOUTIQUE DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS DI KOTA PEKANBARU," *JOM FISIP*, vol. 3, no. 1, pp. 1–15, 2016.
- [6] D. R. Indika, "MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN," vol. 1, pp. 25–32, 2017.
- [7] A. M. Mellyna Eka Yan Fitri, "EVALUASI PRESTASI BELAJAR MAHASISWA TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL," *J. Ekon. Bisnis dharma andalas*, vol. 19, no. 1, pp. 55–68, 2017.
- [8] O. S. Miranda and Evawani, "PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA ONLINE SHOPPING FASHION TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS RIAU," *JOM FISIP*, vol. 4, no. 1, pp. 1–15, 2017.
- [9] L. Amaliya, K. Setiaji, S. Pd, and M. Pd, "PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, TEMAN SEBAYA DAN STATUS SOSIAL EKONOMI ORANGTUA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA," *Econ. Educ. Anal. J.*, vol. 6, no. 3, pp. 835–842, 2017.
- [10] S. Putri, B. Primadani, and S. Putri, "Pengaruh Media Sosial Instagram @ Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic," vol. 9, no. 1, pp. 53–64, 2017.
- [11] M. S. I. Lubis, "DAMPAK KOMUNIKASI DAN PERUBAHAN SOSIAL BAGI PENGGUNA INSTAGRAM," *J. War. Ed.* 55, 2018.