

PENGARUH AKUN INSTAGRAM INDAH NADA PUSPITA TERHADAP MINAT *FOLLOWERS* UNTUK BERHIJAB

Nabila Nadia Putri¹, Gayes Mahestu^{2*}

^{1,2}Bina Nusantara University, Indonesia

email: nabilanadiaputri@yahoo.com¹; gayesmahestu@binus.ac.id^{2*}

*Correspondent author: gayesmahestu@binus.ac.id

Abstrak

Tujuan Penelitian untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh Instagram Indah Nada Puspita terhadap minat berhijab pengikutnya. Metodologi penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis eksplanatif asosiatif. Teori *Uses and Gratifications* dan Konsep Minat digunakan sebagai landasan teori. Analisis data statistik menggunakan analisa korelasi, koefisien determinasi dan regresi linear sederhana. Hasil yang didapat adalah pengaruh yang dihasilkan oleh akun Instagram Indah Nada Puspita terhadap *followers*nya dalam berhijab sebesar 23%. Sedangkan hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung sebesar 29.329 dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa akun Instagram Indah Nada Puspita memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat *followers* dalam berhijab.

Keywords: *Hijab; Instagram; Minat; Uses and Gratifications*

Abstract

The aims of this research is to understand whether there were any influence from Indah Nada Puspita's instagram towards her instagram follower's interest to wear hijab. This research using quantitative method with type of research that is associative explanatory research. The Theory of Use and Gratification and Concept of Interest are used as the theoretical basis. This research using correlation analysis, coefficient of determination and simple linear regression for statistical data analysis. The result of this research is the impact of Indah Nada Puspita's Instagram toward her instagram follower's motivation to wear hijab is 23%. While the results of statistical calculations show the value of F arithmetic of 29,329 and the significance of $0.000 < 0.05$. This proves that Instagram Indah Pada Puspita account has a significant influence on interest of followers in hijab.

Keywords: *Hijaber; Instagram; Interest; Uses and Gratifications*

Pendahuluan

Pertumbuhan pengguna media sosial juga terus bertambah. Seperti yang disebutkan dalam survey yang dilakukan oleh *U.S Census Bureau*, pertumbuhan

pengguna media sosial meningkat sebanyak 21% dalam setahun terakhir atau sekitar 482 juta orang. Pertumbuhan ini berbarengan dengan bertambahnya pengguna internet sebanyak 10% atau

sekitar 354 juta orang pertahun. Hal ini menunjukkan meningkatnya pengguna internet yang mengakibatkan popularitas media sosial terus meningkat dari tahun ketahun. Karena, saat ini masyarakat pengguna internet sangat sulit dipisahkan dengan media sosial. Hal itu terjadi berkat manfaat dan fungsi media sosial yang telah membuat kehidupan manusia lebih mudah, efektif dan efisien.

Hasil survei JakPat menyebutkan bahwa media sosial favorit di kalangan anak muda adalah Instagram, dari Instagram ini pula lahirlah beberapa pekerjaan seperti *influencer* atau orang-orang yang memiliki kekuatan untuk memengaruhi. Secara Indonesia 90% masyarakat Indonesia muslim menjadi menarik ketika melihat *influencer* dari sisi *fashion influencer* khusus ‘hijaber’. *Influencer* yang dipilih dalam penelitian ini adalah Indah Nada Puspita, biasa dipanggil Nada merupakan salah satu dari 7 Hijaber terpopuler di Indonesia menurut id.techinasia.com. Dapat dilihat dari *followers*nya di Instagram saat ini mencapai 461K (diakses pada 2 Februari 2017). Berdasarkan uraian sebelumnya maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah untuk melihat “Apakah akun Instagram Indah Nada Puspita memengaruhi minat *followers* untuk berhijab?”

Metode Penelitian

Metodologi dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang mana menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Perisert lebih mementingkan

aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi (Kriyantono, 2014). Jenis penelitian yang digunakan adalah ekplanatif. Jenis penelitian ini menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih variable yang akan diteliti. Periset membutuhkan definisi konsep, kerangka konseptual, dan kerangka teori (Kriyantono, 2014). Kuantitatif eksplanatif korelasional bertujuan untuk mengidentifikasi prediktif dengan teknik korelasi atau teknik statistik yang lebih canggih (Emzir, 2010).

Pendekatan ini cocok dengan penelitian yang sedang dilakukan karena ingin mencari tau terkait *followers* Indah Nada Puspita yang berjumlah ± 467.000 *followers*.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah media sosial Instagram dari Indah Nada Puspita. Karena Indah Nada Puspita dianggap memiliki pengaruh dalam hal berbusana dan gaya hijabnya, sehingga dianggap memiliki kaitan terhadap minat berhijab para pengikutnya. Sedangkan Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. (Sugiyono, 2013). Yang dijadikan variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat untuk berhijab dari *followers* Indah Nada Puspita.

Populasi yang didapatkan dengan rumus *Slovin* kriteria memiliki akun Instagram, *followers* Indah Nada Puspita dan Wanita ini dari 467,000 didapatkan jumlah 99,9 yang jika dibulatkan menjadi 100. Maka jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah minimal 100 responden.

Kerangka Teori dan Konseptual

Teori *uses and Gratifications*

Teori *uses and gratifications* dan konsep minat dijadikan landasan utama dalam pembuaatan kuisisioner. Teori ini diperkenalkan oleh Elihu Katz, Jay G.Blumler dan Michael Gurevitch. Menurut mereka *uses and gratifications* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan, dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain.

Inti teori *uses & gratification* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang aktif (Kriyantono, 2014).

Ada tiga fungsi penting dalam teori *uses and gratifications* yang mempengaruhi bagaimana atau alasan audiens dalam memilih atau menggunakan media (Vivian, 2015), yaitu

1. Fungsi Mengawasi

Dalam masyarakat modern, pengawasan dan kewaspadaan disediakan oleh media massa, yang dapat mengawasi dan memantau lingkungan global dan lokal untuk mendapatkan informasi yang membantu orang menentukan kepuasan untuk mendapatkan hidup yang lebih baik.

2. Fungsi Sosialisasi

Mencari informasi adalah sifat alami setiap manusia yang membantu mereka bisa di terima orang lain di masyarakat. Fungsi sosialisasi ini adalah proses yang tidak akan berhenti dan selalu berhubungan dengan media. Pada dasarnya, untuk bersosialisasi dengan orang lain, kita pastinya membutuhkan informasi tentang apa yang akan kita sosialisasikan dengan orang lain.

3. Fungsi Diversi

Fungsi diversi atau pengalihan berfungsi untuk pengalihan diri seseorang dari kemajuan sehari-hari melalui media massa, missal dengan menonton acara televisi, sinetron, berita, acara olah raga.

Konsep Minat

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu diluar diri (Slameto, 2010). Proses timbulnya minat menurut Charles dikutip dari buku Widodo dalah pada awalnya sebelum terlibat di dalam suatu aktivitas, siswa mempunyai perhatian terhadap sesuatu, menimbulkan keinginan untuk terlibat di dalam aktivitas. Minat kemudian mulai memberikan daya tarik yang ada pengalaman yang menyenangkan dengan hal-hal tersebut. (Supriyono & Ahmadi, 2004).

Terdapat tiga faktor yang dapat menimbulkan minat, yaitu :

1. Dorongan dari dalam individu

: Keinginan makan akan mengembangkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan. Dorongan ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu,

melakukan penelitian, dan sebagainya.

2. Motif sosial

: Sebagai pembangkit minat untuk aktifitas tertentu, misalnya minat untuk belajar atau menuntut ilmu pengetahuan yang timbul karena ingin mendapatkan penghargaan dari masyarakat, karena yang memiliki ilmu pengetahuan umumnya mendapatkan kedudukan yang lebih tinggi dan terpondasi dalam masyarakat.

3. Faktor emosional

: Faktor emosional bersumber dari individu yang bersangkutan (internal).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam penelitian ini, kuesioner disebarkan kepada 101 responden dengan menggunakan aplikasi *Google docs*. Didapatkan hasil responden <17 tahun 2%; 18-28 tahun 94,1%; 29-39 tahun 3%; >40 tahun 1%. Uji ini disebarkan kepada followers Indah Nada Puspita yang merupakan seorang *influencer fashion* hijab. Pada Uji Validitas, peneliti ingin menguji valid atau tidaknya pernyataan yang digunakan dalam penyebaran kuesioner tersebut.

Uji Validitas Variabel X

Hasil validitas dalam variabel X (Pengaruh akun Instagram Indah Nada Puspita) adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X

Item Pernyataan	r hitung (Pearson Correlation)	r table (signifikan 0,05. N=100)	Keterangan
1.	0,702	0,196	Valid
2.	0,652	0,196	Valid
3.	0,647	0,196	Valid
4.	0,694	0,196	Valid

Item Pernyataan	r hitung (Pearson Correlation)	r table (signifikan 0,05. N=101)	Keterangan
1.	0,548	0,196	Valid
2.	0,795	0,196	Valid
3.	0,750	0,196	Valid
4.	0,663	0,196	Valid
5.	0,772	0,196	Valid

Sumber : Hasil olah data penelitian 2017

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, dilihat dari kolom keterangan tidak ditemukan ketidakvalid-an dalam Variabel X (Pengaruh Akun Instagram Indah Nada Puspita). Karena berdasarkan pada rumus $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan $r_{tabel} = 0,196$, maka semua item kuesioner pada Variabel X (Pengaruh Akun Instagram Indah Nada Puspita) dapat dikatakan Valid atau sudah dapat mengukur apa yang telah diukur karena memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari 0,196.

Hasil uji validitas pada Variabel Y (Minat Para Pengikut Akun Instagram Indah Nada untuk Berhijab) dijabarkan dalam tabel berikut. Hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item Pernyataan	r hitung (Pearson Correlation)	r table (signifikan 0,05. N=101)	Keterangan
1.	0,548	0,196	Valid
2.	0,795	0,196	Valid
3.	0,750	0,196	Valid
4.	0,663	0,196	Valid
5.	0,772	0,196	Valid

Sumber : Hasil olah data penelitian 2017

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, tidak ditemukan ketidakvalid-an dalam Variabel Y (Minat Para Pengikut Akun Instagram Indah Nada untuk Berhijab). Karena berdasarkan pada rumus $r_{tabel} > r_{hitung}$, dengan $r_{tabel} = 0,196$, maka semua item kuesioner pada Variabel Y

(Minat Para Pengikut Akun Instagram Indah Nada untuk Berhijab) dapat dikatakan Valid atau sudah dapat mengukur apa yang telah diukur.

Uji Reliabilitas Variabel X

Hasil uji reliabilitas dalam variabel X (Pengaruh akun Instagram Indah Nada Puspita) adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	4

Sumber : Hasil olah data penelitian 2017

Seperti pada table diatas, setelah melakukan pengujian reliabilitas, hasil dari uji reliabilitas Variabel X (Pengaruh akun Instagram Indah Nada Puspita) dengan teknik cronbach's alpha adalah 0,713. Kuesioner dapat dikatakan *reliable* dengan *cronbach's alpha* apabila jumlah data > 0,6. Maka dapat dikatakan bahwa kuesioner ini Reliabel, atau dengan kata lain jika data kuesioner tersebut dilakukan pengukuran ulang, maka data tersebut dapat dipercaya.

Uji Reliabilitas Variabel Y

Uji reliabilitas pada Variabel Y (Minat *Followers* untuk berhijab) menggunakan metode *cronbach's alpha* . Hasil dari uji tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y
Reliability Statistics

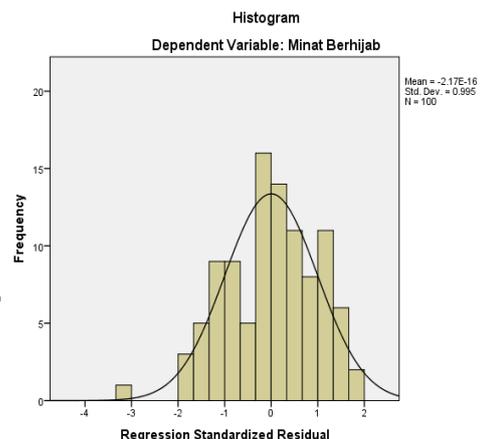
Cronbach's Alpha	N of Items
.784	5

Sumber : Hasil olah data penelitian 2017

Seperti pada table diatas, setelah melakukan pengujian reliabilitas, hasil dari uji reliabilitas Variabel Y (Minat *followers* untuk Berhijab) dengan teknik *cronbach's alpha* adalah 0,784. Asumsi kuesioner dapat dikatakan *reliable* dengan *cronbach's alpha* apabila jumlah data > 0,6. Maka dapat dikatakan bahwa kuesioner ini Reliabel, atau dengan kata lain jika data kuesioner tersebut dilakukan pengukuran ulang, maka data tersebut dapat dipercaya.

Uji Normalitas

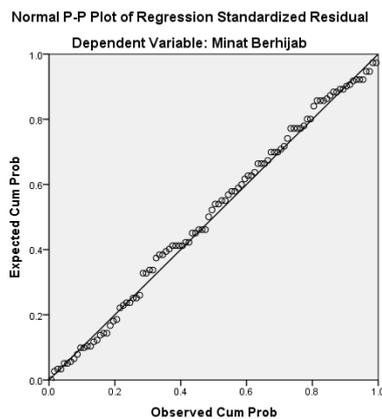
Penelitian menggunakan uji normalitas metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Untuk mengetahui distribusi atau penyebaran data yang diperoleh normal atau tidak akan digunakan analisa grafik histogram dengan syarat berbentuk lonceng dan juga grafik *P-plot* atau biasa disebut *normality plot*, dengan kriteria data yang berdistribusi normal akan berada tidak jauh sebarannya dari garis lurus kiri bawah ke kanan atas. (Sarwono, 2012). Uji *Significance 2 tailed* menunjukkan hasil sebesar 0,200. Hasil tersebut menyatakan bahwa data Variabel X (Pengaruh Akun Instagram Indah Nada Puspita) dan Variabel Y (Minat *followers* untuk Berhijab) adalah normal dengan signifikansi = 0,200. Disesuaikan dengan pernyataan “jika Probabilitas signifikansi yang diperoleh > α , $\alpha = 0,05$ maka variabel berasal dari data yang berdistribusi normal”.



	Minat Berhijab	100	100
N	Akun Instagram Indah Nada	100	100

Sumber : Hasil olah data penelitian 2017

Grafik 1. Hasil Uji Normalitas (Histogram)



Grafik 2. Hasil Uji Normalitas (P-Plot)

Grafik gambar 1 menggambarkan hasil uji normalitas yang berbentuk kurva lonceng sehingga menunjukkan data berdistribusi normal. Grafik gambar 2 *normal probability plot* menggambarkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga menunjukkan data berdistribusi normal.

Analisis Korelasi

Tabel 5. Hasil Analisis Korelasi

Correlations		
	Minat Berhijab	Akun Instagram Indah Nada
Pearson Correlation	Minat Berhijab	.480
	Akun Instagram Indah Nada	.480
Sig. (1-tailed)	Minat Berhijab	.000
	Akun Instagram Indah Nada	.000

Setelah dilakukan uji analisis korelasi dengan SPSS versi 24 didapatkan hasil seperti tabel diatas. Berdasarkan hasil analisis di atas, analisis korelasi sederhana (r) didapat dari hasil korelasi antara Pengaruh Akun Instagram Indah Nada Puspita terhadap Minat *followers* untuk Berhijab. (r) yaitu sebesar 0,480 yang berarti berkorelasi sedang. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang netral antara Akun Instagram Indah Nada Puspita dengan Minat *followers* untuk Berhijab karena berada di rentang korelasi 0,40-0,599.

Adapun arah hubungannya adalah positif karena nilai r positif, berarti semakin tinggi Pengaruh Akun Instagram Indah Nada Puspita maka semakin tinggi minat *followers* untuk berhijab. Selain itu, dari tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikansi antara Pengaruh Akun Instagram Indah Nada Puspita terhadap minat *followers* untuk Berhijab, memiliki nilai 0,00 yang berarti terdapat korelasi yang signifikan karena bernilai dibawah nilai signifikansi 0,05.

Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.480 ^a	.230	.222	3.099

a. Predictors: (Constant), Akun Instagram Indah Nada
b. Dependent Variable: Minat Berhijab

Sumber : Hasil olah data penelitian 2017

Setelah dilakukan uji analisis korelasi dengan SPSS versi 24 didapatkan hasil seperti tabel diatas Dari tabel di atas, diperoleh koefisien determinasi (r²) sebesar 0,230 yang dapat diartikan bahwa pengaruh Variabel Bebas Pengaruh Akun Instagram Indah Nada Puspita terhadap Variabel Terikat Minat *followers* dalam Berhijab adalah sebesar 23% sedangkan sisanya sebesar 77% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dteliti dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Sederhana

Dalam penelitian ini, variabel bebas X yaitu Pengaruh Akun Instagram Indah Nada Puspita, sedangkan variabel terikat Y yaitu Minat *followers* untuk Berhijab. Melalui alat bantu SPSS 24, uji regresi sederhana digunakan untuk memprediksikan hubungan/pengaruh variabel independen (Pengaruh Akun Instagram Indah Nada Puspita) terhadap variabel dependen (Minat *followers* untuk Berhijab). Setelah hasil regresi muncul, selanjutnya akan dihitung dengan rumus persamaan regresi. Adapun hasil regresi akan dijabarkan dan dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.726	2.843		4.125	.000

	Akun Instagram Indah Nada	.694	.128	.480	5.416	.000
--	---------------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Minat Berhijab

Sumber : Hasil olah data penelitian 2017

Berdasarkan gambar diatas, diketahui nilai constant-nya adalah 11,726 dan nilai kemahiran berprosesnya adalah 0,694. Dari keterangan tersebut, dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 11,726 + 0,694. X$$

Sehingga dari persamaan tersebut dapat diterjemahkan :

1. Nilai konstanta sebesar 11,726 menyatakan, jika akun Instagram Indah Nada Puspita tidak memberikan kontribusi, maka nilai minat *followers*nya untuk berhijab adalah sebesar 11,726. Artinya, meskipun tidak ada kontribusi dari konten yang relevan di akun Instagram Indah Nada Puspita, minat untuk berhijab para pengikut Indah Nada di Instagram nilainya adalah positif, yaitu 11,726 .
2. Koefisien regresi X sebesar 0,694 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai pada akun Instagram Indah Nada Puspita, maka nilai minat *followers* untuk berhijab, kecenderungannya meningkat sebesar 0,694. Meningkat karena nilai kontanta awal berupa positif (+), maka setiap ditambahkan, hasilnya akan meningkat.

Uji Hipotesis

Uji-t - Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah Variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Variabel terikat. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini, digunakan uji-t, dengan asumsi:

$t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Berikut merupakan hipotesis dalam penelitian ini :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara variabel Akun Instagram Indah Nada Puspita (X) terhadap variabel Minat Berhijab (Y)

H_a : Terdapat pengaruh antara variabel Akun Instagram Indah Nada Puspita (X) terhadap variabel Minat Berhijab (Y)

Tabel 8. Hasil Uji-t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	11.726	2.843		4.125	.000
	Akun Instagram Indah Nada	.694	.128	.480	5.416	.000

a. Dependent Variable: Minat Berhijab

Sumber : Hasil olah data penelitian 2017

Dari tabel diatas dapat diketahui hasil uji t adalah 4,125. Nilai t_{tabel} adalah 1,984, dilihat dari derajat kebebasan melalui rumus $df = n - 2$ (jumlah variabel penelitian) $100 - 2 = 98$ dengan taraf sig.

0,05. Maka nilai uji $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang artinya H_0 ditolak atau H_a diterima. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa ada pengaruh antara Variabel X (Akun Instagram Indah Nada Puspita) terhadap Variabel Y (Minat Berhijab Pengikutnya).

Uji F

Tabel 9. Hasil Uji Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	281.683	1	281.683	29.329	.000 ^b
	Residual	941.227	9	9.604		
	Total	1222.910	9			

a. Dependent Variable: Minat Berhijab
b. Predictors: (Constant), Akun Instagram Indah Nada

Sumber : Hasil olah data penelitian 2017

Uji F digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Jika dikaitkan dengan hipotesis yang diajukan, yaitu:

- a. H_0 : tidak ada pengaruh dari akun Instagram Indah Nada Puspita terhadap minat *followers* dalam berhijab.
- b. H_a : Ada pengaruh dari akun Instagram Indah Nada Puspita terhadap minat *followers* dalam berhijab.
- c. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung sebesar 29.329 dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa akun Instagram Indah Nada Puspita memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat *followers* dalam berhijab.

Simpulan

Berdasarkan uraian dan penjelasan hasil penelitian yang diperoleh peneliti dengan pengujian menggunakan alat bantu *software* SPSS 24, maka disimpulkan bahwa akun Instagram Indah Nada Puspita memiliki hubungan terhadap *followers*nya di Instagram dalam mendorong minat untuk berhijab. Hal ini dapat dibuktikan melalui uji koefisien determinasi yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh sebesar 23%. Sedangkan, sisa 77% dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian. Dilihat dari hasil analisis korelasi *Pearson's*, hasilnya adalah sebesar 0,480. Jika dilihat dari tabel skala interval koefisien, maka 0,480 berada direntang 0,40 - 0,599 atau dapat dikatakan sedang. Maka pengaruh yang diberikan oleh variabel X (Akun Instagram Indah Nada Puspita) terhadap variabel Y (Minat *followers* untuk berhijab) adalah sedang.

Diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh sosial media terhadap minat *followers* untuk berhijab dengan pendekatan kuantitatif dan dapat diperdalam dengan kualitatif dengan ruang lingkup yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- Ardianto, E. (2016). *Metodologi Penelitian untuk Public Relation, Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Sembiosa Rekatama Media.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Media Kita.
- Emzir. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Rajawali Pers.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariandja, M. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hutagalung, I. (2015). *Teori-teori Komunikasi Dalam Pengaruh Psikologi*. Jakarta: Indeks.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Linenschke, J. (2011). (E-Book) *Getting The Most from Instagram*.
- Mayfield, A. (2008). (E-Book) *What is Social Media?* London: iCrossing.
- McQuail, D. (2011). *Mass Communication Theory*. Jakarta: Salemba Humanika.
- RI, T. P. (2014). (E-Book) *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI.
- Sarwono, J. (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan prosedur SPSS)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyono, W., & Ahmadi, A. (2004). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Vivian, J. (2015). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana.
- Wollipop Lifestyle. (2015). Retrieved from Wollipop: <https://wollipop.detik.com/read/2015/03/23/142955/2866924/1634/indah-nada-puspita-blogger-hijab->

sukses-yang-kini-coba-jadi-
penyanyi