

Hubungan Informasi Akun Instagram @Zlotaofficial dengan Sikap Kepedulian Followers Terhadap Skincare

Wildi Cahya Gumilar, Dadan Mulyana
Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
wildicahyaa@gmail.com

Abstract— Account @ zlotaofficial give you more help pertaining to skincare, both in tips, information skincare products, testimonials and so on. The information in the form of content of photos, caption to the style @ zlotaofficial. Research objectives know the relationship between aspects a valence account information instagram @ zlotaofficial with cognition, affective, and conative followers to skincare. And to know the relationship between aspects weight information with cognition, affective , and konative followers to skin care. The purpose of research knowledge of the relationship between the aspect of a valence of account information instagram @zlotaofficial with cognition, affection, and konation followers against skin care. And to know the relationship between the aspect of the weight of information with cognition, affection, and konation followers against skin care. Correlational methods aimed at researching how far a relationship at one factor relating to variations on other factors. The population uses followers instagram @zlotaofficial who give a “like” on posting @zlotaofficial since December 2020. Population in research are always 2.331 followers taken from the number of likers in december 2020. The sample collection slovin used formula, where sample respondents as many as 64 persons by using random sample. The chief of the spread of data, interview, observation and study literature. Drawing conclusions: Relations between valeransi information by significant cognitive, such as trust respondents of skin care, to provide knowledge about skin care of followers instagram @ zlotaofficial. Welfare between valeransi information by the affective, are absence of the sense of like jar to care kulit, the jar complacency to care kulit that is in a instagram zlotaofficial. The relation of welfare between valeransi information by conative, such as the existence of kecenderungan to follow skincare , a tendency the sharing of experience on skincare in others. Significant relationship between cognitive information by weight, including absence of confidence respondents of skincare, to provide knowledge to followers of information @ zlotaofficial skincare. The relation of welfare between the weighting of information by affective of them absence of the sense of like followers against skincare, absence of the sense of satisfied followers to information skincare @ zlotaofficial account. The relationship between weight konatif significant information, including the kecenderungan follow skincare, and the sharing of experience skincare on others.

Keywords— *Information, Instagram, Followers Attitude*

Abstrak— Akun @zlotaofficial memberikan banyak informasi yang berkaitan dengan skincare, baik dalam tips,

informasi produk skincare, testimonial dan sebagainya. Informasinya dalam bentuk konten berupa foto, caption dengan gaya @zlotaofficial. Tujuan penelitian mengetahui hubungan antara aspek valensi informasi akun instagram @zlotaofficial dengan kognisi, afeksi, dan konasi followers terhadap skin care. serta untuk mengetahui hubungan antara aspek bobot informasi dengan kognisi, afeksi, dan konasi followers terhadap skin care. Metode korelasional bertujuan meneliti sejauhmana hubungan pada satu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain. Populasi yang di gunakan followers instagram @zlotaofficial yang memberikan tanda “like” pada postingan @zlotaofficial selama bulan Desember 2020. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 2.331 followers diambil dari jumlah likers pada bulan Desember 2020. Pengambilan sampel digunakan rumus slovin, dimana sampel responden sebanyak 64 orang dengan menggunakan random sampel. Pengambilan data berupa penyebaran angket, wawancara, observasi dan studi kepustakaan. Simpulan: Adanya hubungan kuat (signifikan) antara valeransi informasi dengan kognitif, diantaranya kepercayaan responden terhadap skin care, memberikan pengetahuan followers tentang skin care dari instagram @zlotaofficial. Hubungan signifikan antara valeransi informasi dengan afektif, diantaranya adanya rasa suka followers terhadap skin care, adanya rasa puas followers terhadap skin care yang ada di instagram @zlotaofficial. Hubungan signifikan antara valeransi informasi dengan konatif, diantaranya adanya kecenderungan untuk mengikuti skincare, kecenderungan berbagi pengalaman mengenai skincare pada orang lain. Hubungan signifikan antara bobot informasi dengan kognitif, diantaranya adanya kepercayaan responden terhadap skincare, memberikan pengetahuan followers terhadap skincare dari informasi @zlotaofficial. Hubungan signifikan antara bobot informasi dengan afektif diantaranya adanya rasa suka followers terhadap skincare, adanya rasa puas followers pada informasi skincare akun @zlotaofficial. Hubungan signifikan antara bobot informasi dengan konatif, diantaranya adanya kecenderungan mengikuti skincare, dan kecenderungan berbagi pengalaman skincare pada orang lain.

Kata Kunci— *Informasi, Instagram, Sikap Followers*

I. PENDAHULUAN

Salah satu pelaku usaha yang menggunakan instagram sebagai media bisnisnya yang berfokus pada online shop dalam kegiatan bisnisnya di instagram adalah @zlotaofficial. Berbicara mengenai @zlotaofficial, sebagai

salah satu nama akun instagram yang setiap kontennya mempresentasikan tentang bisnis brand lokal yang menjual produk kecantikan dengan tingkat produk kesehatan kulit aman untuk digunakan oleh siapa saja.

Sebagai akun instagram yang memang fokus bergerak di bidang Skincare, akun @zlotaofficial diharapkan selalu up to date dalam tips-tips skincare-nya Informasi yang diberikan diharapkan sesuai dengan kebutuhan dari followersnya sendiri. Skincare memang tidak hanya berbicara mengenai tips-tips saja, banyak informasi yang dapat disebarluaskan di dalamnya. Akun @zlotaofficial memang selalu memberikan banyak sekali informasi yang berkaitan dengan skincare, baik dalam tips-tips, informasi produk skincare sendiri hingga testimonial dan sebagainya.

Adanya akun @zlotaofficial ini memang membuat perkembangan informasi mengenai skincare sangat mudah didapatkan. Melihat dari persoalan yang ada, peneliti tertarik untuk mengukur seberapa besar pengaruh informasi pada akun instagram @zlotaofficial dalam hal ini yakni berbentuk foto dan caption terhadap sikap followers terhadap kepedulian skincare sehingga problem yang sudah diulas, penulis akan menginvensi perumusan masalahnya sbb:

1. Sejauhmana hubungan antara aspek valensi informasi akun instagram @zlotaofficial dengan kognisi followers terhadap skin care?
2. Sejauhmana hubungan antara aspek valensi informasi akun instagram @zlotaofficial dengan afeksi followers terhadap skin care ?
3. Sejauhmana hubungan antara hubungan aspek valensi informasi akun instagram @zlotaofficial dengan konasi followers terhadap skin care?
4. Sejauhmana hubungan antara aspek bobot informasi akun instagram @zlotaofficial dengan kognisi followers terhadap skin care?
5. Sejauhmana hubungan antara aspek bobot informasi akun instagram @zlotaofficial dengan afeksi followers terhadap skin care?
6. Sejauhmana hubungan antara aspek bobot informasi akun instagram @zlotaofficial dengan konasi followers terhadap skin care?

II. METODOLOGI

Desember merupakan bulan di akhir tahun, dimana @zlotaofficial memiliki *likers* yang cukup banyak. Untuk lebih memperkecil populasi sampel ini menggunakan rumus slovin Jadi sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 63,96 dibulatkan menjadi 64 responden dengan presisi 10% pada tingkat kepercayaan sebanyak 90%. Pada penelitian ini, proses yang dikerjakan oleh peneliti yaitu dengan melakukan random terhadap 64 responden dari *followers* instagram @zlotaofficial.

A. Teknik Pengumpulan Data

Data yang akan diteliti terbagi dua: data primer sebagai data pokok yang didapat dari hasil jawaban angket yang

diberikan pada responden, serta data sekunder yang bersifat pelengkap penelitian yang di dapat dari wawancara dengan pihak pengelola @zlotaofficial dan beberapa followers akun, observasi, studi kepustakaan.

B. Teknik Analisa Data

Teknik analisa data terbagi kepada tiga tahapan yang bertujuan untuk menentukan cara memaparkan penelitian yang di dapat dari pengujian angket, di olah dan disusun secara sistematis. Adapun teknik analisa data berupa:

1. Teknik Analisis Statistik Deskriptif
Menganalisis teknik ini yaitu mendeskriptifkan hasil jawab dan pilihan responden.
2. Teknik Analisis Statistik Inferensial. Teknik statistik inferensial bertujuan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2011: 12). adapun untuk pengujian hipotesis penulis menggunakan korelasi *Rank Spearman* "data penelitian berskala ordinal".
3. Pengujian Hipotesis
Mengukur signifikasinya dilakukan dengan mendistribusikan rumus *student t rs* = Koefisien korelasi *rank Spearman*.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara informasi akun Instagram @zlotaofficial (X) dengan sikap followers terhadap skin care (Y), maka dilakukan analisis korelasi Rank Spearman dengan hipotesis sebagai berikut:

Dengan perhitungan yang sama seperti sebelumnya, diperoleh koefisien korelasi Rank Spearman yaitu besarnya nilai korelasi (R) yaitu 0,867. Nilai Koefisien Determinasinya adalah hasil dari penguadratan R (R Square) yakni sebesar 0,735 yang mengandung pengertian bahwa kontribusi pengaruh informasi akun Instagram @zlotaofficial (X) yang diantaranya: valeransi informasi (X1), bobot informasi (X2), dengan sikap kepedulian followers terhadap skin care (Y) diantaranya: aspek "kognitif" (Y1), "afeksi" (Y2) dan "konasi" (Y3) sebesar 73,5%, sedangkan sisanya sebesar 26,5% merupakan kontribusi variabel lain. Artinya adanya hubungan yang signifikan (kuat) diantara variabel (X) yang berupa informasi akun instagram @zlotaofficial (X).

Analisa pembahasan menunjukkan bahwa adanya hubungan yang kuat (signifikan) antara informasi akun instagram @zlotaofficial (X) dengan sikap kepedulian followers terhadap skin care (Y) hal tersebut disebabkan valeransi informasi dan bobot informasi dari akun instagram @zlotaofficial sangat mempengaruhi tingkat kognitif, afektif, dan konatif dari mayoritas responden.

Kuatnya hubungan yang terkadung dalam informasi akun instagram @zlotaofficial karena isi konten seperti gambar atau foto tips, gambar atau foto informasi produk, gambar atau foto ingredient, gambar atau foto testimony, self care, serta potingan foto ajakan kuis dapat mempengaruhi dengan kuat tingkat kepercayaan,

pengetahuan, rasa suka, rasa puasa, sehingga dengan hal itu berdampak pada kesadaran responden ingin terus mengikuti, serta berbagi pengalaman dengan teman-temannya mengenai produk kecantikan, perawatan kesehatan kulit dan tips skin care yang terdapat pada akun instagram @zlotaofficial.

Keberhasilan informasi akun instagram @zlotaofficial dalam merubah sikap kepedulian followers terhadap skin care tidak terlepas dari penggunaan komunikasi yang digunakan oleh pemilik akun tersebut. Komunikasi informasi yang dibentuk melalui konten secara tidak sadar dapat memengaruhi responden yang menjadi followers @zlotaofficial memengaruhi sikap lebih peduli pada produk, dan tips skin care yang di postingnya. Menurut Brandlun menjelaskan bahwa “komunikasi bertindak sebagai penahan dan memperkuat ego, memproses umpan balik yang efektif, yang bisa dirasakan dan disesuaikan dengan kebutuhan” (dalam Vardiansyah, 2008: 26).

Artinya komunikasi pesan informasi yang disampaikan melalui pesan konten gambar, foto, video dan lain sebagainya di instagram sebagai bentuk adanya proses saling keterhubungan antara komunikator (pemilik akun @zlotaofficial) dengan komunikannya (followers).

IV. KESIMPULAN

Dari hasil analisis dan olah data yang dilakukan serta pembahasan yang telah diuraikan simpulannya sebagai berikut: Hubungan kuat (signifikan) antara valeransi informasi dengan “kognitif” diantaranya adanya kepercayaan responden terhadap skin care, serta memberikan pengetahuan followers terhadap skin care dari informasi akun instagram @zlotaofficial. Hubungan kuat (signifikan) antara valeransi informasi dengan “afektif” diantaranya adanya adanya rasa suka atau tidak suka followers terhadap skin care, adanya rasa puas atau tidak puas followers terhadap skin care dari informasi akun instagram @zlotaofficial. Hubungan kuat (signifikan) antara valeransi informasi dengan “konasi” diantaranya adanya kecenderungan untuk mengikuti skin care, dan kecenderungan untuk berbagi pengalaman mengenai skin care pada orang lain sangat tinggi. Hubungan kuat (signifikan) antara bobot informasi dengan “kognitif” diantaranya adanya kepercayaan responden terhadap skin care, serta memberikan pengetahuan followers terhadap skin care dari informasi akun instagram @zlotaofficial. Hubungan kuat (signifikan) antara bobot informasi dengan “afeksi” diantaranya adanya rasa suka atau tidak suka followers terhadap skin care, adanya rasa puas atau tidak puas followers terhadap skin care dari informasi akun instagram @zlotaofficial. Hubungan kuat (signifikan) antara bobot informasi dengan “konasi” diantaranya adanya kecenderungan untuk mengikuti skin care, dan kecenderungan untuk berbagi pengalaman mengenai skin care pada orang lain sangat tinggi.

Valeransi informasi telah merubah kognitif followers yang dimana mereka menjadi percaya pada setiap kontens yang di posting atau di upload di @zlotaofficial. Para

followers percaya dan mendapatkan pencerahan dan bahkan mengerti akan karakteristik dari akun @zlotaofficial yang isi informasinya membahas mengenai promosi produk, tips skin care, tesnimoni produk kecantikan dan kesehatan kulit. Sehingga dengan hal itu, yang dapat membuat followers tahu terhadap akun @zlotaofficial tersebut.

Hubungan kuat antara valeransi informasi terhadap afeksi karena setiap konten produk dan tips skin care perawatan kulit dan kesehatan kulit yang diposting di akun @zlotaofficial telah memberikan dampak pada followers yang mulai menyukai konten dari foto, video produk. Sehingga dengan hal itu followers sering melihat informasi seputar skincare berkat menjadi followes @zlotaofficial sehingga menyukai self care, tips skincare seperti tips dalam perawatan wajah dan kesehatan kulit dan produk skincare yang diposting. Setelah menjadi follower @zlotaofficial menjadi sering mencari informasi seputar self care, tips skincare seperti tips dalam perawatan wajah dan kesehatan kulit dan produk skincare di akun skincare yang lainnya.

Sementara pengaruh valeransi informasi terhadap konasi terletak pada setelah menjadi followers@zlotaofficial tingkat keinginan untuk mengikuti dan memberikan like pada postingan dan caption tentang self care, tips skincare seperti tips dalam perawatan wajah dan kesehatan kulit semakin tinggi dan up to date, setelah menjadi followes @zlotaofficial tingkat keinginan membeli produk skincare untuk self care semakin tinggi dan ingin membeli produk yang dipostingnya, setelah menjadi followes @zlotaofficial tingkat keinginan menjadi pelanggan tetap produk skincare untuk self care semakin tinggi dan tertarik untuk membeli produk yang baru di posting, setelah menjadi followes @zlotaofficial kecenderungan untuk berbagi pengalaman mengenai skin care seperti tips self care, tips skincare seperti perawatan wajah dan kesehatan kulit pada orang lain.

Adanya hubungan yang kuat (signifikan) dari bobot informasi tersebut dapat merubah kognitif yang berupa followers percaya bahwa postingan foto @zlotaofficial tentang produk self care, tips skincare seperti tips dalam perawatan wajah dan kesehatan kulit, followers percaya bahwa caption menjelaskan tentang self care, tips skincare seperti tips dalam perawatan wajah dan kesehatan kulit, para followers sekarang mengerti bahwa @zlotaofficial sebagai akun yang menjual produk kecantikan, dan perawatan kulit serta sering menjelaskan tentang self care, tips skincare seperti tips dalam perawatan wajah dan kesehatan kulit.

Sementara pengaruh bobot informasi terhadap afeksi, dimana followers mulai menyukai dalam hal melihat informasi seputar skincare berkat menjadi followes @zlotaofficial sehingga menyukai self care, tips skincare seperti tips dalam perawatan wajah dan kesehatan kulit dan produk skincare yang diposting.

Sementara hubungan kuat (signifikan) diantara bobot informasi terhadap konasi, dimana pengaruh terbesarnya karena setelah responden menjadi followes @zlotaofficial tingkat keinginan untuk mengikuti dan memberikan like

pada postingan dan caption tentang self care, tips skincare seperti tips dalam perawatan wajah dan kesehatan kulit semakin tinggi dan up to date, setelah menjadi followers @zlotaofficial tingkat keinginan membeli produk skincare untuk self care semakin tinggi dan ingin membeli produk yang dipostingnya, setelah menjadi followes @zlotaofficial tingkat keinginan menjadi pelanggan tetap produk skincare untuk self care semakin tinggi dan tertarik untuk membeli produk yang baru di posting, setelah menjadi followes @zlotaofficial kecenderungan untuk berbagi pengalaman mengenai skin care seperti tips self care, tips skincare seperti perawatan wajah dan kesehatan kulit pada orang lain.

V. SARAN

A. Secara Teoritis

1. Sesuai dengan pembahasan tentang hubungan antara hubungan yang kuat (signifikan) antara informasi akun instagram @zlotaofficial dengan sikap kepedulian followers terhadap *skin care*. Saran bagi penelitian yang berikutnya apabila meneliti tentang kasus dan masalah yang sama sebaiknya lebih mempelajari dan mempertegas dengan metode yang lain misalkan metode kualitatif yang terdiri dari studi kasus, fenomenologi, dan lain sebagainya sehingga ada konsep dan pertimbangan lain dalam berbagai sudut pandang penelitian dengan objek yang sama akan tetapi beda analisis dan metode yang digunakannya.
2. Meneliti mengenai informasi media sosial instagram dan sikap kepedulian, untuk peneliti selanjutnya lebih menjelaskan unsur *public relations* misalkan proses *public relations* atau peran digital *public relations* dalam membangun citra

B. Secara Praktis

1. Hubungan antara valeransi informasi dengan “kognitif” terbilag kuat, akan tetapi saran penulis dalam praktek penciptaan konten pada gambar/foto yang di posting akun @zlotaofficial harus memang benar-benar menunjukkan *tips skincare* seperti tips perawatan wajah dan kesehatan kulit karena hal itu dapat mempertegas identitas akun.
2. Hubungan antara valeransi informasi dengan “afektif” terbilag kuat, akan tetapi saran penulis dalam praktek penciptaan konten pada gambar/foto yang di posting akun @zlotaofficial harus lebih menunjukan informasi produk seperti produk kulit dan kecantikan dan produk kesehatan kulit lainnya karena dengan hal itu akan membangun kepercayaan dan pengetahuan followers terhadap akun @zlotaofficial itu sendiri.
3. Hubungan antara valeransi informasi dengan “konasi” terbilag kuat, akan tetapi saran penulis dalam praktek penciptaan konten gambar atau foto

yang di *posting* akun @zlotaofficial harus benar-benar menunjukan manfaat (*ingredients*) bagi informasi seputar *tips skincare* seperti tips perawatan dan kesehatan kulit karena dengan hal itu yang akan membangun dan mendorong kecenderungan followers untuk mempromosikan produk pada teman semakin tinggi karena ingin sama-sama menggunakan produk *skin care* perawatan wajah dan kesehatan kulit.

4. Hubungan antara bobot informasi dengan “kognitif” terbilag kuat, akan tetapi saran penulis dalam praktek penciptaan *captions* yang di posting akun @zlotaofficial harus benar-benar menunjukkan *tips skincare* seperti tips dalam perawatan wajah dan kesehatan kulit karena hal itu yang nantinya dapat memengaruhi tingkat kepercayaan followers semakin tinggi dan yakin pada akun tersebut.
5. Hubungan antara bobot informasi dengan “afektif” terbilag kuat, akan tetapi saran penulis dalam praktek penciptaan *captions* yang di *posting* akun @zlotaofficial harus juga menunjukan informasi produk seperti produk kulit dan kecantikan dan produk kesehatan kulit lainnya karena dengan memperhatikan *captions* diharapkan dapat memberikan rasa suka dan puas bagi para followers.
6. Hubungan antara bobot informasi dengan “konasi” terbilag kuat, akan tetapi saran penulis dalam praktek penciptaan *captions* yang di *posting* akun @zlotaofficial harus juga menunjukan manfaat (*ingredients*) bagi informasi seputar *tips skincare* seperti tips perawatan dan kesehatan kulit karena dengan hal itu diharapkan dapat mendorong followers dengan suka rela mempromosikan produk pada teman semakin tinggi karena ingin sama-sama menggunakan produk *skin care* perawatan wajah dan kesehatan kulit.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardana, Komang, dkk. 2009. Perilaku Keorganisasian. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [2] Atmoko Dwi, Bambang. 2012. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita
- [3] Azwar, S. 2015. Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2. Yogyakarta: Pustaka. Belajar.
- [4] Hasan, Iqbal. 2012. Metode Penelitain dan Aplikasinya. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- [5] Karjaluoto, E. 2010. A Primer in Sosial Media. A Smash LAB White Paper. Terjemahan. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- [6] Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. Teori Komunikasi, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- [7] MS Drajat, 2018 “Pelayanan Publik pada Sektor Komunikasi”, ” dalam Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat.
- [8] Rakhmat, Jalaluddin. 2007. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: Remaja Karya.
- [9] Rohmadi, A. 2016. Tips Produktif Ber-sosial Media. Jakarta: Elek Media.

- [10] Sugiyono. 2011. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [11] TK Giovany, M Chatamallah, 2019 “Makna Hijrah Bagi Komunitas Pemuda Hijrah (Studi Fenomenologi Komunikasi Makna Hijrah Bagi Jamaah Di Lingkungan Masjid TSM Bandung dalam Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat.
- [12] Vardiansyah, Dani. 2008. Filsafat Ilmu Komunikasi. Jakarta : Indeks.
- [13] Weninggalih, Laras, Fuady, M E. (2021). Hubungan Kampanye Politik Calon Presiden 2019 melalui Media Sosial Instagram dengan Keputusan Memilih Mahasiswa Indonesia di Thailand. *Jurnal Riset Public Relation*, 1(1). 22-32