

**PENGARUH UNGGAHAN INSTAGRAM @NADYALUQYANA
SEBAGAI PENGGUNA VAPE
TERHADAP SIKAP FOLLOWERS**

Dwintiani Kahiksa Putri

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya
dwintiani.17041184033@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Informasi dan teknologi akan terus berkembang, media sosial adalah sarana yang diberikan dari kemajuan teknologi dan informasi. Media sosial sangat diminati oleh berbagai kalangan, dan yang populer salah satunya adalah Instagram. Dalam Instagram banyak ditemui *Influencer* yang merupakan seseorang yang memiliki pengaruh terhadap *followers*nya, salah satunya adalah Nadya Luqyana. Nadya merupakan perempuan yang menggunakan *vape*, dalam kontennya ia kerap kali menggunakan *vape* dalam unggahannya. Teori S-O-R (Stimulus – Organisme – Respon) merupakan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana sikap *followers* dalam Instagram Nadya terhadap stimulus yang diberikan, dan juga dengan bantuan dua teori untuk membantu penelitian ini adalah teori terpaan media dan juga teori sikap. Pendekatan yang dipakai dalam penelitian adalah kuantitatif dan menggunakan metode menyebarkan survei atau angket atau kuesioner. Teknik pengambilan sampel dengan teknik *random sampling* karena sampel yang akan diambil secara acak maka setiap responden dalam populasi akan memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Jumlah *followers* yang akan dijadikan penelitian adalah 100 orang dan disebar menggunakan *link* kuesioner melalui *Google Form* serta cara menghitung skor dibantu dengan *skala likert*. Hasil data dari pengisian kuesioner diolah menggunakan korelasi *Product Moment*, *Alpha Cronbach's*, dan korelasi *Spearman Rank*. Pada uji hipotesis menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai tersebut lebih kecil dari pada 0,050, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yaitu terdapat adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel Unggahan Instagram terhadap variabel Sikap *Follower* dan nilai korelasinya adalah 0,461 yang terdapat pada skala antara 0,40 – 0,599, sehingga dapat dijelaskan bahwa pengaruh yang cukup kuat dan signifikan antara kedua variabel.

Kata kunci : Unggahan Instagram, Vape, Nadya Luqyana, Sikap Followers

Abstract

Information and technology will continue to develop, social media is a given means of advances in technology and information. Social media is in great demand by various groups, social media that is popular and in great demand by the audience is Instagram. In Instagram, there are many Influencers who are someone who has an influence on their followers, one of which is Nadya Luqyana. Nadya is a woman uses a vape, in her content she often uses a vape in her uploads. The S-O-R (Stimulus – Organism – Response) theory is the theory used in this study, which is to find out how Nadya's Instagram followers behave towards her uploads, and also with the help of two theories to assist this research, namely media exposure theory and attitude theory. The approach used in this research is quantitative and uses the method of distributing surveys or questionnaires or questionnaires. The sampling technique used is random sampling because the sample will be taken at random, so each respondent in the population will have the same opportunity to be selected as a sample. The number of followers that will be used as research is 100 people and distributed using a questionnaire link via Google Form and how to calculate the score assisted by a Likert scale. The results of the data from filling out the questionnaire were processed using Product Moment correlation, Cronbach's Alpha, and Spearman Rank correlation. In the hypothesis test it produces a significance value of 0.000 and the value is smaller than 0.050, then H_0 is rejected and H_a is accepted, that is, there is a positive and significant influence of the Instagram Upload variable on the Follower Attitude variable and the correlation value is 0.461 which is on a scale between 0.40 – 0.599, so it can be explained that the influence is quite strong and significant between the two variables.

Keywords : Instagram Upload, Vape, Nadya Luqyana, Attitude of Followers

penggunaan internet dan juga media sosial dapat memberikan pengaruh terhadap sikap audiens.

PENDAHULUAN

Sikap atau perilaku seseorang sangat beragam, hal tersebut tergantung dengan pengaruh yang diberikan dari berbagai faktor. Terdapat tiga faktor yaitu, pengajaran yang didapat saat di lingkungan sekolah, informasi atau pengetahuan yang terdapat di internet, dan juga pengaruh dari performa pemerintahan (Umam, 2018). Maka dari itu

Media sosial biasa digunakan sebagai sarana untuk bertukar informasi berupa visual, teks, dan audio dengan satu sama lain (Kotler dan Keller, 2012). Berbagai kalangan masyarakat sudah menggunakan media sosial, warganet atau netizen merupakan khalayak yang menggunakan media sosial, dan dengan jumlah netizen yang banyak maka berdampak pada kecepatan

penyebaran informasi.

Menurut Puntodi (2011), pemakaian media sosial mempunyai fungsi, diantaranya yaitu :

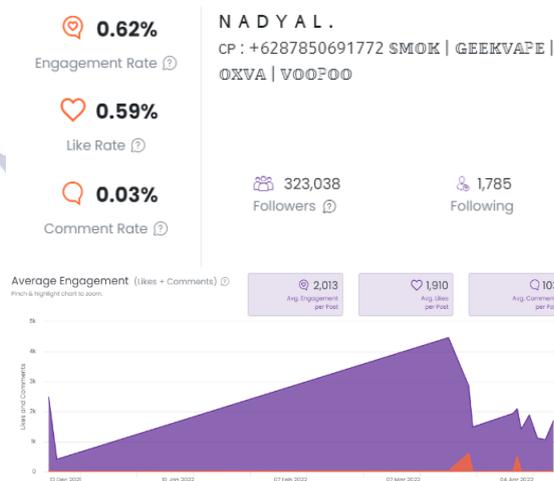
- a. membentuk *personal branding*, media sosial adalah wadah untuk mencapai popularitas dalam dunia maya, karena audiens atau *followers* yang akan menentukan.
- b. Memberi peluang untuk berinteraksi, dengan adanya media sosial maka dapat berinteraksi dengan seseorang yang jaraknya jauh. Media sosial menawarkan cara untuk berkomunikasi yang lebih intim dan melakukan interaksi secara individu serta dapat membentuk suatu ketertarikan yang lebih jauh.

Berdasarkan survei dari *Hootsuite*, Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling sering digunakan atau diakses oleh masyarakat di Indonesia. Masyarakat Indonesia menggunakan media sosial Instagram untuk berbagai hal, seperti mengunggah foto atau video kegiatan sehari-hari, melakukan eksplorasi sesuatu mulai dari kuliner, otomotif, hiburan, online shop atau bisnis, dan masih banyak lagi. Pengguna bisa mengetahui aktivitas akun lainnya dengan cara mengikuti akun tersebut.

Instagram merupakan sebuah aplikasi dengan berbagai fitur untuk mengambil gambar (foto) atau video yang menggunakan filter digital dengan bertujuan untuk mengganti tampilan efek foto, dan menyebarkannya ke beberapa media sosial, termasuk instagram (Atmoko, 2012:28).

Influencer adalah seseorang panutan atau figur yang ada dalam media sosial dan yang mempunyai pengikut (*followers*) dalam jumlah yang banyak dan dapat meningkat secara signifikan. Kegiatan apapun yang dilakukan akan dapat membuat pengaruh kuat pada setiap perilaku pengikutnya (*followers*)nya (Hariyanti dan Wirapraja, 2018 : 141). Salah satu contoh akun yang dapat disebut *influencer* yaitu @nadyaluqyana, ia adalah seorang wanita berhijab dan *influencer* yang membuat konten mengenai *vape*.

Gambar 1 menunjukkan Instagram Nadya Luqyana. Nadya membuat Instagram pada tahun 2015 dan isi konten Instagramnya hanya berupa karya seni yang telah ia lukis, konten tersebut berjalan sampai tahun 2018, ia mulai menggunakan dan menunjukkan *vape* dan sampai sekarang kontennya berisi penggunaan *vape* dan juga ia



Gambar 2. Rata-rata Jumlah Like, Comment dan Engagement di Akun Instagram Nadya Luqyana (Sumber : Analisa.io)

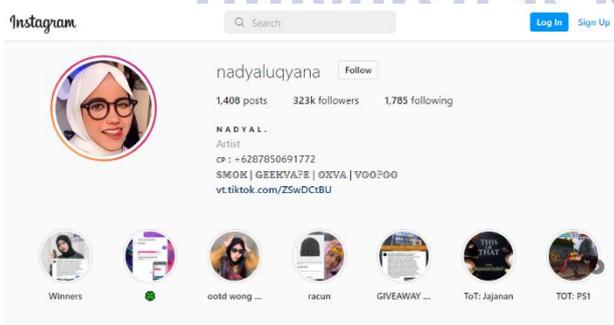
tetap mengisi kontennya dengan karya seninya. Nadya mulai berhijab pada Februari 2020.

Pada gambar 2 diatas merupakan *engagment* pada akun Nadya memiliki jumlah followersnya sebanyak 323.000 dan *following*nya adalah sebanyak 1.785. Dalam setiap *post* di akun Instagram Nadya telah mendapatkan perhatian khalayak cukup banyak, yaitu rata-rata jumlah khalayak yang *like* sebanyak 0,59% per *post* atau 1.910 *like* per *post*, dan rata-rata dalam kolom komentarnya sebanyak 0.03% per *post* atau 103 komentar per *post*.

Salah satu contoh konten dalam Instagramnya adalah melakukan trik dengan menggunakan *vape* yang sangat menarik, salah satunya bernama *jelly fish trick*, karena salah satu trik yang cukup sulit untuk dilakukan. Selain itu di dalam *feeds*nya juga berisi kerja sama dengan produk-produk *vape* untuk dipromosikan, mulai dari berbagai jenis merk *device vape* dan juga liquidnya dan memberikan tutorial *editing* foto atau video.

Vape adalah sebuah alat yang berbasis elektronik dan dapat mengubah liquid (isi untuk *vape*) menjadi uap. Menurut Kementerian Kesehatan RI pada tahun 2018, *vape* adalah alat yang berfungsi seperti rokok tetapi *vape* menggunakan cairan (liquid) yang dapat diubah menjadu uap dengan resiko yang lebih kecil karena tidak mengandung Tar seperti rokok dan tidak menggunakan sistem membakar dengan daun tembakau, tetapi tetap mengandung nikotin di dalam liquidnya yang menyebabkan ketergantungan.

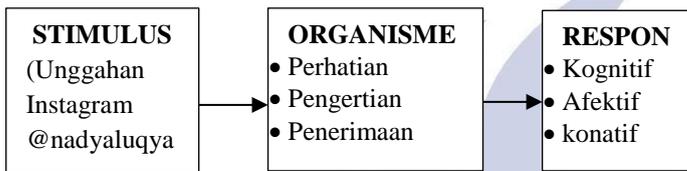
Dengan munculnya *vape* jelas membuat pro dan



Gambar 1. Profile Instagram Nadya Luqyana (Sumber : Instagram)

kontra dimasyarakat, pada sebagian masyarakat yang pro dengan kemunculan *vape* adalah karena masalah kesehatan yang lebih rendah resikonya ketika menggunakan *vape*. Menurut *Public Health England* (PHE) mengatakan bahwa *vape* memiliki resiko kesehatan sebesar 95% lebih rendah dibandingkan rokok konvensional.

Teori Stimulus-Organisme-Respon (S-O-R) adalah teori utama yang digunakan dalam penelitian ini karena bersangkutan dengan permasalahan yang diteliti. Menurut Mc Quail terdapat unsur-unsur utama dalam teori ini, yaitu pesan (stimulus), penerima pesan (*receiver*), dan efek (respon) (Bungin, 2006:281).



Gambar 3. diagram teori S-O-R

Teori S-O-R dapat dipahami dengan diagram pada gambar 3, melalui analisis rangsangan dan pesan yang diberikan dan digunakan untuk mewakili perilaku sosial yang memengaruhi respons tertentu dan didukung oleh imbalan sebagai respon terhadap respon tersebut. Teori ini membahas objek material psikologis dan komunikatif yang sama, yaitu mereka yang membentuk sikap, pendapat, perilaku, kognisi, dan afeksi dari komponen-komponen tersebut. Peneliti ingin mengetahui apakah dalam setiap unggahan Instagram @nadyaluqyana memiliki respon dari sikap *followers*nya.

Menurut Hosland, perubahan perilaku yang dilihat pada teori S-O-R ini yaitu, dengan proses belajar pada setiap individu yang meliputi sebagai berikut :

1. Stimulus atau pesan yang diberikan dapat diterima atau ditolak oleh komunikan, jika stimulus yang diberikan ditolak maka tidak efektif untuk memberikan pengaruh pada objek yang dituju dan akan berhenti pada tahap pertama saja.
2. Jika diterima maka stimulus mendapatkan perhatian komunikan dan efektif.
3. Setelah komunikan menerima pesan dan mengolahnya, maka akan terjadi tindakan untuk merespon pesan tersebut (bersikap).
4. Proses terakhir adalah ketika diberikan fasilitas dukungan dan dorongan dari lingkungan sekitar, pesan atau stimulus tersebut dapat memberikan efek tindakan dari komunikan (terjadi perubahan perilaku).

Penelitian ini juga menggunakan teori sikap, karena sikap *followers* yang akan diteliti. Teori sikap adalah suatu aksi atau respon yang akan terlihat dari subjek

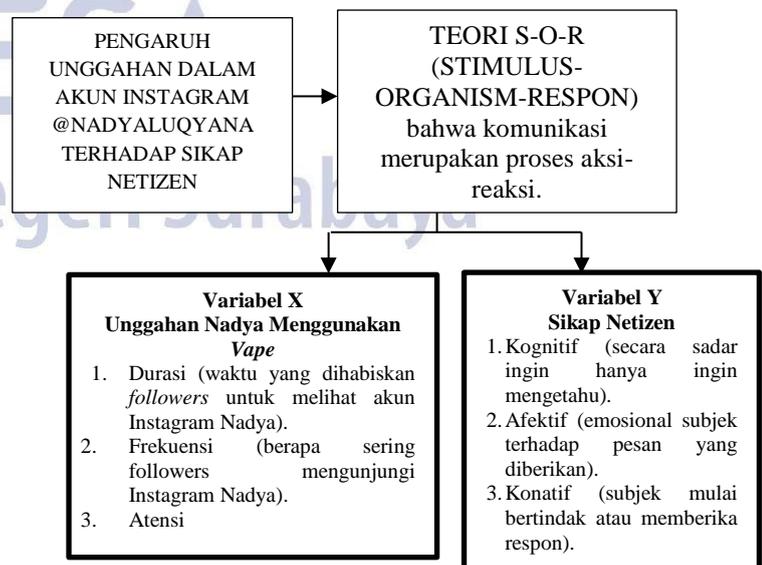
terhadap objek yang dituju yang hasil berbeda-beda (Azwar, 2010). Komponen dalam teori ini, yaitu :

- a. Kognitif, persepsi yang dimiliki oleh setiap orang tentang sesuatu. Komponen ini dapat terjadi dengan melalui proses mendengarkan, merasakan, melihat dari suatu objek.
- b. Afektif, komponen ini sangat bersangkutan dengan perasaan atau emosional seseorang terhadap objeknya, dapat juga merubah sikap seseorang menjadi suka dan tidak suka terhadap sesuatu.
- c. Konatif, langsung memberikan reaksi atau tindakan terhadap sesuatu, komponen ini dapat memperlihatkan sikap atau perilaku seseorang dapat terlihat.

Serta teori terpaan media yang merupakan teori tambahan untuk membantu penelitian ini. Media baru merupakan media yang digunakan untuk berkomunikasi dan merujuk pada setiap pesan apa yang telah diakses kapan saja, di mana saja, pada perangkat digital apa pun, yang mampu melakukan interaksi antara komunikator yang memberikan stimulus atau pesan kepada komunikan yang telah menerima pesan dan dapat membuat partisipasi aktif dari berbagai pihak (McQuail:2011).

Dalam teori terpaan media terdapat beberapa unsur (Rakhmat, 2009), yaitu:

- a. frekuensi, yaitu seberapa sering netizen melihat, membaca, mendengar, mengunjungi suatu media. Jika sering dilakukan maka dapat semakin banyak juga memori tentang informasi yang disimpan.
- b. durasi, yaitu seberapa lama netizen melihat, mengunjungi, mendengar, membaca suatu media.
- c. dan atensi, yaitu perhatian yang diberikan



Gambar 4. Kerangka Konseptual

followers dalam menggunakan Instagram dalam memproses apa yang ada dalam isi pesan yang ingin disampaikan dari media tersebut.

Dengan demikian peneliti memutuskan menyusun artikel yang berjudul “Pengaruh Unggahan Instagram @nadyaluqyana sebagai Pengguna *Vape* terhadap Sikap *Followers*”

Kerangka konseptual adalah kerangka teori atau rumusan atau penyederhanaan teori yang mendukung penelitian. (Notoatmojo, 2010). Pada gambar 4 menunjukkan kerangka teori yang digunakan pada penelitian ini, Variabel X adalah unggahan Instagram Nadya Luqyana dan Variabel Y adalah sikap *followers*.

METODE

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang merujuk pada filosofi positivis, yang berfungsi untuk mengetahui lebih jauh mengenai populasi atau sampel yang telah ditentukan, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara random atau acak, mengumpulkan data dengan memakai analisis kuantitatif atau statistik untuk mengetahui hasil dari pengujian hipotesis yang ditentukan (Sugiyono, 2018).

Paradigma dalam penelitian ini menggunakan paradigma positivis, karena paradigma ini melihat suatu ilmu sosial sebagai metode yang terorganisir untuk menggabungkan kesimpulan dari hal yang umum sampai hal khusus dengan observasi dari perilaku manusia yang bertujuan untuk membuktikan sifat manusia yang memahami adanya sebuah akibat atau peristiwa merupakan hasil dari sebuah sebab yang bisa memprediksi pola umum aktivitas manusia (Neuman, 2000:66).

Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* yang aktif pada Instagram @nadyaluqyana yang berjumlah jumlah 323.000 pengikut. Menurut Sugiyono (2018) populasi adalah bidang yang digeneralisasikan yang meliputi subjek dan objek dengan ciri dan kualitas tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dapat dipelajari lebih dalam dan kemudian hasil dari penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulannya.

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang ada dan memiliki karakteristik dari populasi (Sugiyono, 2018). Berikut adalah hasil perhitungan dengan rumus Yamane:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

$$n = \frac{323.000}{323.000 \times (10\%)^2 + 1}$$

$$n = \frac{323.000}{323.000 \times (0,01) + 1}$$

$$n = \frac{323.000}{3.536}$$

$$n = 99,96$$

Jumlah sampel yang akan diteliti adalah 99,97 atau dapat dibulatkan menjadi 100 sampel atau 100 *followers* pada akun Instagram Nadya.

Probability sampling dengan teknik *simple random sampling* teknik yang dipakai untuk pengambilan sampel. Teknik *random sampling* secara sederhana merupakan hasil dari sampel yang telah diteliti sedemikian rupa sehingga setiap item dalam penelitian ini atau setiap elemen dari populasi dapat memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel (Dameria, 2014).

Instrumen penelitian merupakan cara untuk pengumpulan data yang digunakan dengan tujuan mengetahui fenomena alam dan sosial yang dapat diamati. (Sugiyono, 2015:92). Instrumen yang dipakai dalam penelitian ini adalah menggunakan angket atau kuesioner dengan memakai skala *Likert*. Skala *Likert* dilakukan untuk mengetahui dan mengukur suatu sikap, opini, dan persepsi individu atau kelompok tentang suatu fenomena sosial yang sedang terjadi. Skala *Likert* yang akan digunakan peneliti terdapat lima pilihan jawaban, yaitu sangat tidak setuju (STS) dengan skor 1 sampai sangat setuju (SS) dengan skor 5

Dalam penelitian ini memiliki dua variabel, yaitu variabel X atau variabel independen (Unggahan Nadya Luqyana) dan variabel Y atau variabel dependen (Sikap *Followers*). Variabel merupakan atribut atau suatu aktivitas yang mempunyai variasi tertentu untuk dapat dipelajari dan diteliti (Sugiyono, 2018).

Kuesioner akan disebarkan secara acak kepada 100 sampel yang merupakan *followers* dalam Instagram Nadya berupa *link* dari aplikasi *Google Form*. Dalam kuesioner yang disebarkan kepada 100 sampel dengan total pernyataan didalamnya adalah 27 pernyataan, 4 item pernyataan mengenai karakteristik responden berupa opsi atau pilihan, 12 item pernyataan variabel X (pengaruh unggahan Instagram Nadya) berupa skala *likert*, dan 11 item pernyataan variabel Y (sikap *followers*) berupa skala *likert*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah menyebarkan kuesioner kepada 100 *followers* dalam akun Instagram Nadya, peneliti mendapatkan hasil, yaitu:

A. Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk mendapatkan keabsahan, untuk mendapatkan valid atau tidak suatu angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner dapat dinyatakan valid adalah dengan mengukur tingkat korelasi antar item pernyataan. Uji signifikansi didapatkan dengan melakukan perbandingan r-hitung dengan r-tabel (Ghozali, 2013).

Metode uji validitas dilakukan bertujuan untuk mendapatkan kuesioner yang telah disebarakan adalah valid, yaitu dengan cara diuji kepada 30% dari 100% responden apakah valid (bisa digunakan) atau tidak valid (tidak dapat digunakan). Rumus korelasi *product moment pearson* digunakan dalam uji validitas untuk menguji 30 responden (30%) pada item variabel x (pengaruh unggahan) dan variabel Y (sikap *followers*). Tabel dibawah merupakan hasil uji validitas yang telah dilakukan peneliti :

1. Pengaruh Unggahan Instagram (Variabel X)

Tabel 1 Uji Validasi Variabel X

VARIABEL	ITEM	R-HITUNG
Durasi	X1.1	0,459
	X1.2	0,479
Frekuensi	X2.1	0,471
	X2.2	0,403
	X2.3	0,401
	X2.4	0,383
	X2.5	0,403
Atensi	X3.1	0,42
	X3.2	0,466
	X3.3	0,448
	X3.4	0,477
	X3.5	0,362

Sumber: hasil olahan peneliti

Berdasarkan tabel 1 di atas merupakan hasil uji validitas variabel X (Pengaruh Unggahan @nadyaluqyana di Instagram) dalam pernyataan yang sudah diajukan dalam kuesioner kepada 30 responden, dapat diperoleh hasil bahwa semua item pernyataan dinyatakan dapat digunakan karena valid, hal tersebut dapat dijelaskan karena hasil dari setiap item variabel X, yaitu r-hitung lebih besar daripada sama dengan r-tabel (r-tabel adalah 0,361 untuk total 30 responden dengan menggunakan syarat dari nilai kelonggaran ketidaktelitian sebesar 5%).

2. Sikap Followers (Variabel Y)

Setelah dilakukannya penelitian, hasil dari tabel 2 adalah validitas variabel Y (Sikap *followers* @nadyaluqyana) dalam setiap item pernyataan yang terdapat dari kuesioner dan dengan 30 responden diperoleh bahwa seluruh item pernyataan dapat dipakai untuk diteliti karena memiliki hasil yang valid. Dapat dinyatakan valid karena nilai r-hitung pada setiap item variabel Y lebih besar dari pada r-tabel (r-tabel 0,361 untuk total 30 responden dengan memakai syarat nilai

kelonggaran ketidaktelitian sebesar 5%).

Tabel 2 Uji Validasi Variabel Y

VARIABEL	ITEM	R-HITUNG
Kognitif	Y1.1	0,876
	Y1.2	0,372
	Y1.3	0,743
Afektif	Y2.1	0,781
	Y2.2	0,45
	Y2.3	0,613
Konatif	Y3.1	0,727
	Y3.2	0,392
	Y3.3	0,55
	Y3.4	0,394
	Y3.5	0,365

Sumber: hasil olahan peneliti

Dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji validasi yang telah dilakukan peneliti berdasarkan tabel variabel X dan variabel Y adalah seluruh hasil item-item pernyataan dalam kuesioner valid dan dapat digunakan sebagai instrumen pernyataan dalam penelitian. Terdapat 12 item pernyataan untuk variabel X (pengaruh unggahan Instagram, dan 11 item pernyataan untuk variabel Y (sikap *followers*).

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan acuan untuk melihat adanya kestabilan dan konsistensi dari setiap jawaban yang diberikan responden dalam setiap pertanyaan-pertanyaan yang disusun dalam bentuk angket. (Sujarweni,2016:85).

Tabel 3 Tingkat Reliabilitas Nilai Alpha Cronbach's

Nilai Alpha Cronbach's	Keterangan
≤ 0,21	Kurang reliabel
0,21 - 0,40	Reliabel dapat diterima
0,41 - 0,60	Cukup reliabel
0,61 - 0,80	Reliabel
0,81 - 1,00	Sangat reliabel

Penelitian yang reliabel adalah apabila penelitian tersebut dilakukan berulang kali dalam mengukur pengaruh unggahan instagram @nadyaluqyana sebagai pengguna *vape* terhadap sikap *followers*, maka data yang dihasilkan akan sama pada setiap percobaannya.

Uji reliabilitas dapat dilakukan pada seluruh item pernyataan variabel X dan variabel Y. Rumus *Alpha Cronbach* adalah cara untuk menguji instrumen penelitian ini yang berbentuk angket atau kuesioner pada skala bertingkat. Hasilnya adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Unggahan (Variabel X)

Tabel 4 Uji Reliabel Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,595	12

Sumber: hasil olahan peneliti

Pada tabel 4 menunjukkan hasil uji reliabilitas pada variabel X, jumlah respon sebanyak 30 orang dan dengan jumlah pernyataan X yaitu 12 item dengan nilai *Alpha Cronbach's* sebesar 0,595. Maka nilai *Alpha Cronbach's* terletak pada 0,41 sampai 0,60 sehingga pernyataan dalam variabel X dapat dikatakan bahwa Variabel X (Pengaruh Unggahan) Cukup Reliabel.

2. Sikap Followers (Variabel Y)

Tabel 5 Uji Reliabel Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,560	11

Sumber: hasil olahan peneliti

Tabel 5 di atas menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas pada variabel dengan jumlah respon sebanyak 30 orang dan dengan jumlah pernyataan X yaitu 11 item dengan nilai *Alpha Cronbach's* adalah sebesar 0,560. Jadi, nilai *Alpha Cronbach's* terletak pada 0,41 sampai 0,60 sehingga pernyataan dalam variabel X dapat dikatakan bahwa Cukup Reliabel.

Kesimpulannya pada metode reliabilitas adalah variabel X atau Pengaruh Unggahan dan variabel Y atau Sikap Followers cukup reliabel karena terletak pada 0,41 – 0,600 maka semua item pernyataan pada Variabel X dan variabel Y dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

C. Uji Regresi Linier

Uji regresi linier merupakan analisis yang berfungsi untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen (unggahan Nadya) dan variabel dependen (sikap followers) (Sugiyono, 2011). Uji regresi linier sederhana memiliki dua acuan, yaitu jika nilai *sig* < 0,05 artinya adalah variabel independen (X) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Y), dan maka sebaliknya jika nilai *sig* > 0,05 yang berarti variabel X tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Y.

Berdasarkan tabel 6 di bawah ini menyatakan hasil uji regresi linier memiliki nilai *sig* dengan hasil 0,000 dan yang menunjukkan bahwa variabel unggahan Instagram Nadya (X) memiliki pengaruh terhadap variabel sikap followers (Y) karena nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$.

Tabel 6 Uji Regresi Linier

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1580,655	1	1580,655	30,225	,000 ^b
	Residual	5125,055	98	52,296		
	Total	6705,710	99			

a. Dependent Variable: Sikap Followers

b. Predictors: (Constant), Unggahan Instagram

Sumber: hasil olahan peneliti

Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai konstan sebesar 5,588, dan dapat diketahui hasil perhitungan $Y = 5,588 + 0,486X$, dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien regresi sebesar 0,486 pada setiap variabel X mengalami kenaikan sebanyak 0,486 maka nilai pada variabel Y juga mengalami kenaikan yang sama. Nilai koefisien bernilai positif yang berarti arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif. Dan jika berdasarkan dengan t-tabel ($n = 100$), syaratnya adalah $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, yaitu $5,498 > 1,984$ maka hasilnya adalah variabel unggahan Instagram memiliki pengaruh terhadap sikap followers.

Tabel 7 Uji Koefisien

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5,588	5,530		1,010	,315
	Unggahan Instagram	,747	,136	,486	5,498	,000

a. Dependent Variable: Sikap Followers

Sumber: hasil olahan peneliti

D. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini sangat dibutuhkan informasi mengenai karakteristik dari tiap responden yang akan mengisi kuesioner agar dapat mengetahui alasan responden mengikuti Instagram @nadyaluqyana dan bagaimana merespon tiap unggahan yang ada pada Instagram @nadyaluqyana.

Karakteristik yang peneliti butuhkan dalam penelitian ini, yaitu jenis kelamin, usia, status pekerjaan, awal mengetahui Instagram @nadyaluqyana. Pernyataan-pernyataan tersebut diharapkan dapat membantu peneliti mengenai latar belakang dari tiap responden yang telah menjawab kuesioner penelitian.

1. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Tabel 8 Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Perempuan	52	52%
Laki-laki	48	48%
Total	100	100%

Sumber: hasil olahan peneliti

Karakteristik responden yang pertama yaitu merupakan data statistik berdasarkan jenis kelamin. Hasil dari data yang telah peneliti kumpulkan dapat dilihat bahwa tidak terlalu jauh banyaknya perbedaan jenis kelamin perempuan dan laki-laki dari 100 responden yang telah menjawab pernyataan kuesioner. Dapat dikatakan bahwa setengah dari responden yang mengikuti Instagram @nadyaluqyana berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 52 responden dengan persentase 52%. Sedangkan sebanyak 48 responden dengan persentase 48% responden yang mengikuti Instagram @nadyaluqyana berjenis kelamin laki-laki. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar followers Instagram @nadyaluqyana adalah perempuan.

2. Karakteristik berdasarkan usia

Tabel 9 Karakteristik Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
15 – 20 tahun	21	21%
21 – 35 tahun	51	51%
>35 tahun	28	28%
Total	100	100%

Sumber: hasil olahan peneliti

Tabel 9 merupakan hasil dari pengumpulan data responden berdasarkan usia. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan dari 100 responden, diketahui bahwa pada usia 15 – 20 tahun terdapat 21 orang dengan persentase 21%, lalu pada usia 21 – 35 tahun diketahui sebanyak 51 orang dengan persentase 51%, dan pada usia lebih dari 35 tahun sebanyak 28 orang dengan persentase 28%. Dapat disimpulkan responden yang mengikuti Instagram @nadyaluqyana didominasi dengan usia 21 – 35 tahun.

3. Karakteristik berdasarkan status pekerjaan

Tabel 10 Karakteristik Status Pekerjaan Responden

Status Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar/mahasiswa	33	33%
Bekerja	46	46%
Tidak bekerja	16	16%
Lainnya	5	5%
Total	100	100%

Sumber: hasil olahan peneliti

Hasil data statistik di atas berdasarkan status pekerjaan responden. Data tersebut menunjukkan responden yang mengikuti Instagram @nadyaluqyana berstatus pelajar atau mahasiswa sebanyak 33 responden dengan persentase 33%, lalu sebanyak 46 responden dengan persentase 46% berstatus bekerja, selanjutnya responden yang berstatus tidak bekerja sebanyak 16 responden dengan persentase 16%, dan yang terakhir pada kolom status pekerjaan lainnya sebanyak 5 responden dengan persentase 5%. Dapat disimpulkan bahwa responden yang statusnya bekerja lebih mendominasi pada followers Instagram @nadyaluqyana, yaitu sebanyak 46 dari 100 responden.

4. Karakteristik berdasarkan awal mengetahui Instagram Nadya

Tabel 11 Karakteristik Awal Mengetahui Instagram Nadya

Sumber	Frekuensi	Persentase (%)
Tahu sendiri	31	31%
Teman	31	31%
Media sosial	23	23%
Lainnya	15	15%
Total	100	100%

Sumber: hasil olahan peneliti

Tabel 11 merupakan hasil yang telah dikumpulkan berdasarkan awal responden mengetahui Instagram @nadyaluqyana. Dari data yang diperoleh dari 100 responden, opsi mengetahui Instagram @nadyaluqyana melalui teman dan tahu sendiri hasilnya adalah sama, kedua opsi tersebut memiliki 31 responden dengan persentase 31%. Lalu responden mengetahui Instagram @nadyaluqyana melalui media sosial sebanyak 23 responden dengan persentase 23%, dan sebanyak 15 responden dengan persentase 15% mengetahui Instagram @nadyaluqyana dari sumber lainnya. Dapat disimpulkan bahwa banyak responden yang mengetahui Instagram @nadyaluqyana melalui teman dan tahu sendiri.

E. Deskripsi Variabel

Dalam deskripsi variabel dibutuhkan bantuan skala kategori untuk mengukur seberapa besar hasil pengukuran dari masing-masing variabel, terdapat lima skala kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Skor untuk skala sangat tinggi adalah 5 dan sangat rendah adalah 1, untuk memperoleh interval adalah sebagai berikut :

$$i = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kategori}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0,8$$

Maka berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat ditemukan skala kategorinya adalah :

Tabel 12 Skala Kategori

Kategori	Interval
Sangat tinggi	$4,2 \leq x \leq 5$
Tinggi	$3,4 \leq x < 4,2$
Cukup tinggi	$2,6 \leq x < 3,4$
Rendah	$1,8 \leq x < 2,6$
Sangat rendah	$1 \leq x < 1,8$

Sumber: hasil olahan peneliti

1. Unggahan Nadya (X)

Tabel 13 Deskripsi Variabel X

No.	Dimensi	Mean	Kategori
1	Durasi	3,15	Cukup Tinggi
2	Frekuensi	3,37	Cukup Tinggi
3	Atensi	3,47	Tinggi

Sumber : Hasil Olahan Data Peneliti

Tabel 13 deskripsi variabel X memiliki hasil pada dimensi atensi masuk pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,47 . Rata-rata *followers* menyukai semua isi konten Nadya. Konten yang paling banyak disukai yaitu ketikan Nadya menggunakan *vape*. Lalu diikuti oleh dimensi frekuensi dengan nilai rata-rata 3,37 dalam kategori cukup tinggi. Berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden, banyak *followers* Nadya sering mengunjungi Instagramnya ketika sedang mengunggah konten menggunakan *vape*. Dan dimensi terakhir adalah durasi dengan rata-ata 3,15 dalam kategori cukup tinggi. *Followers* Nadya cukup lama untuk mengakses akun Instgramnya dalam waktu satu hari.

2. Hasil dari Variabel Sikap *Followers* (Y)

Tabel 14 Deskripsi Variabel Y

No.	Dimensi	Mean	Kategori
1	Kognitif	3,38	Cukup Tinggi
2	Afektif	3,37	Cukup Tinggi
3	Konatif	3,02	Cukup Tinggi

Sumber : Hasil Olahan Data Peneliti

Tabel 14 deskripsi variabel Y memiliki hasil rata-rata paling tinggi pada dimensi Kognitif sebanya 3,38 dan masuk dalam kategori cukup tinggi. Informasi yang didapatkan oleh *followers* Nadya dari akun Instagramnya adalah produk terbaru *vape* dari Instagram Nadya. Selanjutnya dimensi teritinggi kedua adalah afektif dengan nilai rata-rata 3,37 masuk dalam kategori cukup tinggi. *Followers* sering memberikan komentar pada Instagram Nadya. Dan dimensi konatif dengan nilai rata-rata 3,02 yang masuk dalam skala kategori cukup tinggi. dilakukan *followers* pada akun Instagram Nadya paling banyak adalah mulai mengajak seseorang untuk mengikuti akun Instagram Nadya

F. Uji Koefisien Determinasi

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

$$Kd = 0,486^2 \times 100\% = 23,6 \%$$

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya dapat menggunakan rumus diatas atau menggunakan bantuan SPSS seperti pada tabel 15 di bawah menunjukkan bahwa besar pengaruh dari kedua variabel adalah 0,236 atau besar pengaruhnya adalah 23,6% pengaruh variabel unggahan Instagram (X) terhadap variabel sikap *followers* (Y). Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mendapatkan besar pengaruhnya dari variabel X (unggahan Instagram Nadya) dengan variabel Y (sikap *followers*).

Tabel 15 Uji Koefisien Determinasi

Correlations			Unggahan Instagram	Sikap Followers
Spearman's rho	Unggahan Instagram	Correlation	1,000	,455**
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	100	100
Sikap Followers	Followers	Correlation	,455**	1,000
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Hasil Olahan Data Peneliti

G. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode korelasi *Spearman Rank*. Hasil dari hipotesis yaitu menentukan apakah terdapat pengaruh yang kuat dan signifikan antara variabel X (Pengaruh Unggahan) dengan variabel Y (Respon Sikap *Followers*). Peneliti menggunakan bantuan aplikasi SPSS 25 (*Statistical Product and System Solution*). berikut adalah hasil dari uji hipotesis menggunakan rumus korelasi *Spearman Rank*.

Tabel 16 Uji Hipotesis

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,486 ^a	,236	,228	7,232

a. Predictors: (Constant), Unggahan Instagram

Sumber : Hasil Olahan Data Peneliti

Tabel 16 memiliki data hasil dari koefisien korelasi sebanyak 0,455 dan dengan signifikansi sebesar 0,000. Lalu untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel kuat atau lemah, maka dibutuhkan nilai interpretasi koefisien korelasi, sebagai berikut :

Tabel 17 Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi (Sugiyono, 2019).

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 sampai 0,190	Sangat Rendah
0.20 sampai 0.399	Rendah
0.40 sampai 0,599	Cukup Kuat
0.60 sampai 0.799	Kuat
0,80 sampai 1,000	Sangat kuat

Berdasarkan hasil dari aplikasi SPSS 25 dengan dibantu tabel nilai interpretasi koefisien korelasi hasil uji hipotesis dari penelitian ini sebesar 0.455 . Berdasarkan dengan interpretasi nilai koefisien pada tabel nilai koefisiensi nilai 0,455 berada pada 0,40 – 0,599 , maka variabel X (Pengaruh Unggahan) dan variabel Y (Respon Sikap *Follower*) dapat disimpullkan bahwa kedua variabel tersebut mempunyai hubungan atau korelasi yang cukup kuat.

Dalam mengambil keputusan uji hipotesis terdapat ketentuan yang berlaku, yaitu jika nilai $sig < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak atau terdapat adanya hubungan yang signifikan dari variabel X (pengaruh unggahan Instagram @nadyaluqyana) terhadap variabel Y (sikap *followers*). Dan jika jika nilai $sig < 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak atau tidak terdapat adanya hubungan yang signifikan dari variabel X (pengaruh unggahan Instagram @nadyaluqyana) terhadap variabel Y (sikap *followers*).

Berdasarkan pada tabel korelasi menunjukkan bahwa sig sebesar 0,000 , maka keputusannya menjadi $sig < 0,05$ dan dapat dijelaskan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak atau terdapat adanya hubungan yang signifikan hubungan yang signifikan antara Variabel X (pengaruh unggahan Instagram @nadyaluqyana) terhadap variabel Y (sikap *followers*).

PEMBAHASAN

Dalam penelitian yang menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan instrumen penelitian menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan *followers* Instagram @nadyaluqyana melalui *direct message*. Kuesioner yang disebarkan menggunakan *link* Google Form. Berdasarkan tabel karakteristik responden yang telah peneliti berikan di atas, ternyata sebagian besar *followers* dalam instagram Nadya berjenis kelamin perempuan. Mayoritas responden yang mengikuti Instagram Nadya berusia 21 – 35 tahun

dan status pekerjaannya adalah sebagai pekerja. *Followers* Nadya awal mengetahui Instagramnya adalah melalui teman dan tahu sendiri.

Unggahan Instagram @nadyaluqyana memiliki hubungan signifikan yang cukup kuat berdasarkan uji hipotesis dan memiliki pengaruh sebesar 23,6% terhadap sikap *followers* berdasarkan uji koefisien determinasi yang telah dilakukan.

Teori S-O-R adalah teori utama yang digunakan, teori ini melihat ketika komunikasi diberikan stimulus akan memberikan respon yang beragam. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mendapatkan hasil bahwa stimulus yang diberikan efektif karena komunikasi dapat mengolah dan memberikan tindakan (respon) seperti mencari informasi dan hiburan, mulai meniru, dan memberikan *feedback* pada stimulus yang diberikan.

Pengaruh yang diberikan pada unggahan Instagram Nadya cukup besar, sehingga dapat membuat *followers*nya sampai meniru aktivitas yang diunggah dalam akunnya. Sikap *followers*nya juga dapat dipengaruhi oleh durasi, frekuensi dan juga atensi. Ketika durasi yang dihabiskan untuk mengakses akun Instagram Nadya dalam satu hari cukup lama, lalu sering mengakses Instagram Nadya ketika menggunakan *vape* dan melakukan interaksi dengan memberikan *feedback* maka akan berpengaruh pada respon yang diberikan oleh *followers*.

Data yang telah dijelaskan menunjukkan bahwa *followers* nadya sering dan lama untuk mengakses Instagramnya untuk konten menggunakan *vape*, maka rata-rata *followers* mulai mencari informasi mengenai *vape*, mulai menyukai bahkan sampai meniru menggunakan *vape*. Setiap penambahan sebesar 1% pada unggahan Nadya maka nilai sikap *followers* nya akan bertambah juga

Pada variabel unggahan, *followers* paling banyak tertuju pada konten dalam Instagram Nadya, lalu semakin sering mengakses dan lama ketika mengakses Instagram Nadya maka apa memiliki pengaruh pada sikap *followers*. Sedangkan pada variabel sikap, rata-rata *followers* mulai mengetahui (kognitif) isi konten dalam Instagram Nadya lalu mulai menyukai (afektif) unggahan yang ada, dan selanjutnya *followers* mulai melakukan tindakan seperti memberikan komentar dan meniru menggunakan *vape*. Jadi, tahapan pada teori sikap berlaku pada penelitian ini.

PENUTUP

Simpulan

Setelah dilakukannya tahapan-tahapan dalam penelitian yang berkaitan dengan pengaruh unggahan Instagram @nadyaluqyana sebagai pengguna *vape* terhadap sikap *followers*, peneliti akan memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian sebagai berikut :

1. Sebagian besar *followers* dalam Instagram Nadya adalah perempuan, usia mayoritas *followers* Instagramnya adalah 21 – 35 tahun, banyak yang mengetahui Instagram @nadyaluqayana berawal dari teman dan tahu sendiri (hasil dari kedua opsi tersebut sama), dan status pekerjaan sebagian besar *followers*nya adalah sedang bekerja.
2. Stimulus yang diberikan dinyatakan efektif karena berhasil mendapatkan perhatian komunikasi dan juga mendapatkan respon yang berbeda-beda.
3. Faktor terpaan media yaitu durasi, frekuensi, dan atensi memiliki pengaruh pada sikap *followers* Nadya. *Followers* sering mengunjungi, lama mengakses, dan memberikan perhatian pada Instagram Nadya maka dapat memberikan respon pada sikap. Indikator paling tinggi yaitu atensi, *followers* memberikan perhatian lalu akan semakin sering dan lama *followers* mengakses Instagram Nadya.
4. Sikap *followers* paling banyak pada tahap mengetahui (kognitif) yaitu *followers* mengetahui produk *vape* terbaru dari akun Instagram Nadya, berlanjut pada tahap menyukai atau tidak menyukai (afektif) yaitu *followers* mulai menyukai semua isi konten Nadya terutama ketika Nadya menggunakan *vape* pada unggahannya, dan berakhir pada tindakan (konatif) yaitu mulai bertindak meniru trik menggunakan *vape*.
5. Terdapat adanya hubungan antar variabel berdasarkan hasil uji korelasi *Spearman Rank* hubungan antar kedua variabel adalah cukup kuat, karena nilai korelasi sebesar 0,455 yang berada pada posisi 0,40 – 0,599 yang berarti nilai korelasinya cukup kuat. Sedangkan nilai *sig* adalah $0,000 < 0,050$, maka hasilnya menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak karena terdapat hubungan yang cukup kuat antara unggahan Instagram @nadyaluqyan (variabel X) dengan sikap *followers* (variabel Y).
6. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi t -hitung $>$ t -tabel yaitu $5,498 > 1,984$ dan besar pengaruhnya adalah 0,236 atau 23,6% serta berpengaruh positif. Dengan demikian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari unggahan Instagram @nadyaluqyana sebagai pengguna *vape* terhadap sikap *followers*.

Saran

Penelitian yang telah dilakukan sudah mendapatkan hasil yang berkaitan dengan pengaruh unggahan Instagram @nadyaluqyana sebagai pengguna

vape terhadap sikap *followers*, saran yang akan disampaikan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Untuk Peneliti Berikutnya
Dalam penelitian ini variabel yang digunakan sangat sedikit yaitu dua variabel. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat membahas dan menambahkan variabel lain yang berkaitan dengan sikap, sehingga dapat berkembang dan mendapatkan hasil dari sudut pandang lainnya. Variabel yang dapat dibahas mengenai sikap seperti variabel motif *followers*, tingkat kepercayaan, *brand awareness*, dan lain sebagainya. Peneliti selanjutnya juga dapat meneliti akun Instagram lain dengan beragam konten yang berbeda dan menarik untuk diteliti.
2. Bagi Masyarakat
Dengan adanya penelitian ini, masyarakat diharapkan dapat memilih dengan bijak konten yang sesuai kebutuhan dan bermanfaat. Hal tersebut disarankan supaya dapat menghasikan sikap yang positif dan terhindar dari konten negatif lainnya yang ada di Instagram atau media sosial lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita
- Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Prenada Media Group, 281
- Castells, M. (2010). *Communication power: Mass communication, mass self-communication, and power relationships in the network society. Media and society*, 25(5), 3-17
- Kotler, Philip, Kevin Lane Damera, S. (2014). *Buku Aja Statistika Dasar (UKI PRESS (ed.))*. UKI PRESS.
- Enterprise, J. (2021). *Instagram untuk Bisnis, Hobi, dan Desain Grafis (Soft Cover)*, PT Elex Media Komputindo.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisa Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hariyanti, N. T. dan A. Wirapraja. (2018). *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)*. Jurnal eksekutiv. Vol 15 (01): 133 146.
- Hawkins, Del. I, Mothersbaugh, David L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*, Edisi 11, New York: McGraw-Hill Irwin.

- Indrawan, Rully, dan Poppy Yaniawati. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung : Reika Aditama
- Keller. (2012). *Marketing Management*, Edisi 14. United States of America : Pearson
- Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. PT Remaja Rosdakraya.
- Neuman, W. L. (2000). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Edisi keempat. Boston: Allyn and Bacon.
- Notoadmodjo, S.(2003). *Ilmu Kesehatan Masyarakat Prinsip-Prinsip Dasar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Pradana, N. G. (2018). *Perancangan Media Komunikasi Visual Tobato Vapor untuk Meningkatkan Daya Tarik Vaporizer di Kota Yogyakarta*. 1(69), 5–24
- Puntoadi, Danis. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Statistik Nonparametris untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono, 2014, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. bandung : Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. (2016). *Kupas Tuntas, Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Wood, Julia T. (2013). *Komunikasi Teori dan Praktik (Komunikasi dalam Kehidupan Kita)*. Jakarta: Salemba Humanika

Jurnal

- Kinantiar, Dinar Anggi (2018). *Pengaruh Akun Instagram Hipwee terhadap Sikap Followersnya*. Skripsi. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya.
- Rahman, R. F., Mayangsari, I. D., Putra, A. (2017). *Analisis Isi Komentar Pemberitaan Mengenai Kasus Penistaan Agama oleh Basuki Tjahaja Purnama atau Ahok pada Portal Berita Republika Online Periode 6-12 Oktober 2016*. Jurnal. Jakarta: Universitas Telkom.
- Tamara, Yuda Hendri. (2019). *ROKOK ELEKTRIK DAN KESEHATAN*. Diakses pada April 26, 2021, dari <http://stikesmuhgombang.ac.id/rokok-elektrik-dan-kesehatan/>
- Tampulon, Mikharisti., Putri, Yuliana Rachma., dan Atnan, Nur. (2016). *Strategi Promosi Coffee Shop Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun @Crematologi)*
- Yosua, Dani (2018). *Persepsi Generasi Milenial tentang*

Penggunaan Rokok Elektrik (Vape) di Kecamatan Medan Selayang Tahun 2018. Skripsi. Sumatera: Universitas Sumatera Utara

Website

- Analisis.io (2022), “*Gambar Rata-rata Jumlah Like, Comment dan Engagement di Akun Instagram Nadya Luqyana*” diakses pada 7 Januari 2022, dari <https://analisa.io/profile/nadyaluqyana>
- Beritatagar.id (2019). “*Pengguna Vape di Indonesia, 2019:*” diakses pada 3 Februari 2022, dari <https://lokadata.beritatagar.id/chart/preview/pengguna-vape-di-indonesia-2019-1583383920#:~:text=Pengguna%20vape%20di%20Indonesia%2C%202019%20%2D%20Lokadata&text=Pengguna%20rokok%20elektrik%20atau%20biasanya,39%20tahun%20sebanyak%2021%20persen.>
- Hootsuite (*We Are Social*) (2022). “*Indonesian Digital Report 2022*” diakses pada 17 Mei 2022, dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Tempo.co (2022). “*Pengguna Rokok Elektrik Naik 10 Kali Lipat, Ketahui 4 Bahaya Vape*” diakses pada 11 Februari 2022, dari <https://gaya.tempo.co/read/1599208/agar-tak-salah-kaprah-pahami-fakta-nikotin-berikut>