

**MOTIF REMAJA LAKI-LAKI DALAM *MEM-FOLLOW* AKUN**

**INSTAGRAM @LAMBE\_TURAH**

**(Kajian Psikologi Komunikasi terhadap Mahasiswa Ilmu**

**Komunikasi Universitas Sriwijaya)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana S1 dalam Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Oleh :**

**Elma Theana Effendy**

**NIM : 1657010044**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
RADEN FATAH PALEMBANG  
1441 H / 2019 M**

## NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING

Kepada Yth.  
Bapak Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik, UIN Raden Fatah  
di  
Palembang

*Assalammu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Setelah mengadakan bimbingan dengan sungguh-sungguh, maka kami berpendapat bahwa Skripsi sdr. Elma Theana Effendy 1657010044 yang berjudul **“Motif Remaja lak-laki dalam mem-follow akun instagram @lambe\_turah (Kajian Psikologi Komunikasi terhadap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya)”** sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqosah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.

Demikian, terima kasih.

*Wassalammu'alaikum Waromatullahi Wabarokatuh*

Palembang, 15 November 2019

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Yenrizal, M.si  
NIP. 197401232005011004

Badarudin Azarkasyi, MM  
NIDN. 2026068402

## **PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA**

Nama : Elma Theana Effendy  
NIM : 1657010044  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul : Motif Remaja laki-laki dalam mem-*follow* akun instagram  
lambe\_turah (Kajian psikologi Komunikasi terhadap mahasiswa  
Universitas Sriwijaya)

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu  
Politik UIN Raden Fatah Palembang pada :

Hari / Tanggal : Senin/ 2 Desember 2019

Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu  
Politik UIN Raden Fatah Palembang

Dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana  
Program Strata 1 (S1) pada Jurusan Ilmu Komunikasi.

Palembang, 02 Desember 2019

**DEKAN,**

Prof. Dr. H. Izomiddin, M.A

NIP. 196206201988031991

## **TIM PENGUJI**

**KETUA,**

Dr. Andi Chandra Jaya, M.Hum  
197201192007011011

**SEKERTARIS,**

Gita Astrid, S.H.I, M.Si  
20251287803

**PENGUJI I,**

Reza Aprianti  
198502232011012004

**PENGUJI II,**

M. Mifta Farid, M.Ikom  
0202108402

## **SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elma Theana Effendy  
Tempat & Tanggal Lahir : Palembang, 19 Juni 1998  
NIM : 1657010044  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Motif Remaja laki-laki dalam mem-follow akun  
instagram lambe\_turah (kajian Psikologi  
Komunikasi terhadap Mahasiswa Universitas  
Sriwijaya)

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan, dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang telah ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidak benaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar akademik yang saya peroleh melalui pengajuan skripsi ini.

Palembang, 15 November 2019  
Yang Membuat Pernyataan,

Elma Theana Effendy  
NIM. 1657010044

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Semua impian akan menjadi kenyataan, bila kita memiliki keberanian untuk mengujanya”

-Elma Theana Effendy-

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku tercinta Ayahanda Rustam Effendy dan Ibunda Marsidah, ketulusan dari hati atas doa yang tak pernah putus, semangat yang tak pernah ternilai.

Untuk Ayuk kutercinta Selfi Oktasida yang selalu memberikan semangat dan motivasi, serta untuk orang-orang terdekatku, dan teruntuk Almamater Biru Kebanggaanku.

## ABSTRAK

Media sosial merupakan salah satu bentuk dari perkembangan internet. Remaja dan media sosial menjadi dua hal yang tidak dapat dipisahkan, mereka terus berkomunikasi lewat media sosial bahkan pada saat melakukan aktivitasnya mereka lebih banyak melakukan aktivitasnya di media sosial. Pada 24 Desember 2015 muncul sebuah akun gosip yang menjadi salah satu sumber informasi mengenai selebriti tanah air serta informasi yang sedang hangat diperbincangkan. Temuan dari penelitian ini akun instagram lambe\_turah yaitu akun yang berkonten negatif, menggunakan caption unik dengan ciri khas bahasa akun lambe\_turah sendiri serta akun ini menarik atensi para pengguna media sosial khususnya di instagram. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana motif remaja laki-laki dalam mem-follow akun instagram lambe\_turah dan seperti apa pandangan remaja laki\_laki terhadap akun lambe\_turah itu sendiri dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan wawancara/observasi terhadap informan mahasiswa Ilmu Komunikas Universitas Sriwijaya yang telah mem-follow akun instagram lambe\_turah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa motif mahasiswa/remaja laki-laki dalam mem-follow akun instagram lambe\_turah ini didorong dari dua motif yaitu motif sebab (*because of motive*) dan motif tujuan (*in order to motive*) mulai dari senang melihat perkelahian di media online, serta mempunyai rasa keingintahuan yang kuat mengenai sisi lain dari selebriti tanah air, kebutuhan akan informasi infotainment seputar selebriti tanah air dan informasi lainnya yang sedang viral dan diperbincangkan masyarakat.

Kata kunci : Motif, Remaja laki-laki, Instagram

## **ABSTRACT**

Social media is one form of internet development. Teenagers and social media are two inseparable things, they continue to communicate through social media even when they are doing their activities more on social media. On December 24, 2015 a gossip account appeared which became one of the sources of information about celebrities in the country as well as information that was hotly discussed. The findings of this study are the Lambe\_turah Instagram account, which is a negative account, using a unique caption with the language characteristics of the Lambe\_turah account itself, and this account attracts the attention of social media users, especially on Instagram. The purpose of this study is to find out how the motives of male adolescents to follow the lambe\_turah Instagram account and what the views of male adolescents on the turah lambe account itself are using qualitative methods and phenomenological approaches. Data collection techniques in this study were interviews / observations with informants from the Communication Sciences University of Sriwijaya University who had followed the Lambe\_turah Instagram account. The results of this study indicate that the motives of male students / adolescents to follow the Instagram account of Lambe Turah are driven from two motives, namely the motive of cause (motive of motive) and the purpose motive (in order to motive) starting from the pleasure of seeing a fight in the media online, as well as having a strong curiosity about the other side of celebrity homeland, the need for infotainment information about celebrity homeland and other information that is being viral and discussed by the public.

Keywords: Motif, Teenage boys, Instagram

## DAFTAR ISI

COVER LUAR .....	
HALAMAN LUAR .....	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPS .....	iii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABLE .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
KATA PENGANTAR .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kegunaan dan Manfaat .....	10
E. Tinjauan Pustaka .....	11
F. Kerangka Teori .....	14
1. Teori fenomenologi .....	14
2. Psikologi Komunikasi .....	19
3. <i>New Media</i> .....	23
4. Instagram .....	39
<b>G. Metodologi Penelitian .....</b>	<b>45</b>
1. Metode Penelitian/Pendekatan .....	45
2. Data dan Sumber Data .....	46
3. Teknik Pengumpulan Data .....	46
4. Lokasi penelitian .....	47
5. Teknik Analisa Data .....	48
6. Sistematika Penulisan .....	48
<b>BAB II GAMBARAN UMUM DAN PROFIL PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Akun Gosip .....	49
B. Karakteristik Akun Gosip .....	50
C. Sejarah akun Instagram Lambe_turah .....	54
D. Karakteristik Akun Lambe_turah .....	56
E. Karakteristik Informan .....	57
F. Bagan Jumlah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unsri .....	58
G. Visi, Misi dan Tujuan Prodi Unsri .....	59

<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
A. Motif Remaja laki-laki mem- <i>follow</i> akun @lambe_turah.. .....	63
1. Motif sebab ( Because of motive) .....	63
2. Motif Tujuan (In Order to motive) .....	70
B. Deskripsi Pelaksanaan Penelitian .....	76
C. Pembahasan .....	77
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>72</b>
A. Kesimpulan .....	80
B. Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
Lampiran	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Hasil Observasi .....	8
Tabel 2. Data Universitas Sriwijaya yang mem- <i>follow</i> akun lambe_turah.....	8
Tabel 3. Tinjauan Pustaka .....	11
Tabel 4. Rekapitulasi Jumlah Mahasiswa Ilmu komunikasi Unsri .....	58
Tabel 5. Motif Sebab ( <i>because of motive</i> ) .....	69
Tabel 6. Motif tujuan ( <i>in order to motive</i> ) .....	75
Tabel 7. Profil Informan .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Akun Instagram Lambe_turah .....	55
Gambar 2. Logo Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.....	59

## KATA PENGANTAR

*Assalammu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Puji syukur kepada Allah saya panjatkan atas kehadirat-Nya, karena telah memberikan nikmat-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Motif remaja laki-laki dalam mem-follow akun instagram @lambe\_turah (Kajian Psikologi Komunikasi terhadap mahasiswa Universitas Sriwijaya Palembang)”. Sholawat serta salam saya haturkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat dalam mendapatkan gelar sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang, dalam menyelesaikan skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari bantuan, dorongan dan semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan rasa terimakasih sedalam-dalamnya dan setulus-tulusnya kepada :

1. Prof. Dr. H. M. Sirozi, MA., Ph.D selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang yang telah memberi kesempatan untuk dapat memperoleh pengalaman serta menimba ilmu di UIN Raden Fatah Palembang;
2. Prof. Dr. H. Izomiddin, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang;
3. Dr. Yenrizal, M.Si, selaku Wakil Dekan 1 FISIP UIN Raden Fatah Palembang dan sekaligus sebagai pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu untuk mengarahkan dan membimbing penulis.
4. Ainur Ropik, M.Si, selaku Wakil Dekan 2 FISIP UIN Raden Fatah Palembang
5. Dr. Kun Budianto, M. Si, selaku selaku Wakil Dekan 3 FISIP UIN Raden Fatah Palembang;
6. Reza Aprianti, MA, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi yang selalu bersedia menjadi ibu kedua bagi penulis;
7. Gita Astrid, M. Si, selaku sekrtris prodi Ilmu Komunikasi yang selalu bersedia menjadi ibu kedua juga bagi penulis;
8. Badarudin Azarkasi, MM sebagai Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu untuk mengarahkan dan membimbing penulis.
9. Kedua orangtua yang selalu mendoakan dan mendukung penuh dari segi apapun dalam penulisan skripsi ini.
10. Selfi Oktasida Am.Keb ayuk kandung ku yang selalu memberikan semangat, dan dorongan dalam penulisan skripsi ini.
11. Poppy Hanis Sari S.KM Sahabat terbaik ku yang telah menemani peneliti seharian penuh dalam melakukan wawancara/observasi.
12. Teman seperjuangan Elin, Isra, Koni, Abizar, Dyan, Salam, Jihan, Doni, Egy, Edo, Ilham Pamungkas, Hendi. Yang semasa kuliah telah saling membantu, dan teman berjuang hingga sampai pada semester ini.
13. Mis Merry Riana yang telah banyak memberikan motivasi dan dorongan untuk selalu semangat melangkah kedepan atas segala video yang telah di unggah melalui akun *Youtube* nya.

14. Elin dan Elisa, teman seperjuangan dari Sempro sampai sekarang masih sama-sama berjuang, semoga lelah kita menjadi berkah.
15. Kenenam Informan yang telah bersedia meluangkan waktu untuk di Wawancarai oleh penulis.
16. Seluruh teman kelas Ilmu Komunikasi B 2016

Palembang, November 2019

Penulis

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Media sosial merupakan salah satu bentuk dari perkembangan internet. Data dari 244Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) tahun 2017 (kominfo.com), mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68 persen dari total jumlah penduduk Indonesia.<sup>1</sup> Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah merubah cara interaksi individu dengan individu yang lain. Internet menjadi sebuah ruang digital baru yang menciptakan sebuah ruang kultural- Tingkatan masyarakat yang dibedakan oleh pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan-. Tidak dapat dihindari bahwa keberadaan internet memberikan banyak kemudahan kepada penggunanya.

Remaja dan media sosial menjadi dua hal yang tidak dapat dipisahkan, mereka terus berkomunikasi lewat media sosial bahkan pada saat melakukan aktivitasnya mereka lebih banyak melakukan aktivitasnya di media sosial. Ada beberapa hal yang menjadi alasan media sosial begitu menarik bagi para remaja, yaitu untuk mendapatkan informasi dengan cepat, menambah teman, hobi dan menumbuhkan citra. Salah satu bentuk kegiatan sosial bagi individu adalah berkomunikasi dimana komunikasi dapat membutuhkan informasi dengan cepat yang didapat dari lingkungan sekitar atau orang lain.

---

<sup>1</sup> Jumlah penggunaan internet 2017 Meningkat, <http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/12640> Di akses 10 juni 2019 pukul 11.12 WIB

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih dan pesat, *Instagram* seakan menjadi gaya hidup (lifestyle) bagi penggunanya. Pengguna *Instagram* saat ini sudah semakin banyak. Sebagai salah satu media sosial yang paling populer, *Instagram* tidak hanya sekedar digunakan sebagai wadah untuk bermedia sosial tetapi juga sering disalah gunakan oleh oknum-oknum tertentu untuk menyebarkan konten-konten berupa foto ataupun video yang berisi isu kebencian, *hoax* dan menyulut opini publik. *Instagram* merupakan salah satu aplikasi media sosial yang dapat diakses menggunakan jaringan internet. Melalui *Instagram*, seseorang dapat mengunggah foto, video, membagikan momen (*story*), serta melakukan siaran langsung yang terpampang pada *feed* (laman) pengguna yang lain. Sistem pertemanan di *Instagram* menggunakan istilah *Followers* (pengikut) dan *Following* (orang yang diikuti).

Terdapat pula fitur *like* (menyukai), *share* (berbagi), *comment* (berkomentar), *direct message* (pesan langsung) serta *tag* (menandai). Sehingga, pengguna *Instagram* dapat lebih leluasa dalam menggunakan akun mereka. *Instagram* diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mieke Krieger serta diluncurkan pada bulan Oktober tahun 2010. Menurut definisinya, *Instagram* merupakan aplikasi jejaring sosial untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan para penggunanya untuk mengambil foto, menerapkan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial lainnya, termasuk kepada pemilik *Instagram* sendiri. *Instagram* menggunakan foto sebagai media penyampai pesan. *Instagram* memang dapat dikatakan sebagai media sosial yang berbeda dari media sosial lainnya. Fitur lain yang ditawarkan *Instagram* ialah

pemilik akun dapat menambahkan judul pada foto atau yang disebut dengan *caption*. Pada setiap foto yang dibagikan, sesama pengguna *Instagram* dapat memberikan *feedback* berupa tanda suka (*like*) jika ia menyukai foto tersebut dan dapat memberikan komentar di foto tersebut. Selain itu, *Instagram* juga meluncurkan pembaruan *story highlights* pada aplikasinya di bulan November tahun 2017 yakni memungkinkan kepada para penggunanya atau pemilik akun untuk dapat membagikan momen favoritnya (*story*) pada kolom *highlights* di akun *Instagramnya*.<sup>2</sup>

Meningkatnya kebutuhan informasi membuat setiap orang bergerak cepat mendapatkan informasi dari berbagai sumber. Melihat kemajuan teknologi yang sudah merajai sejumlah alat komunikasi, membuat akses informasi mudah didapat dengan cepat. Namun sejumlah sumber informasi di internet ataupun media sosial menjadi kurang terkontrol. Banyak akun media sosial atau sejumlah alamat website yang dikelola oleh orang yang tidak diketahui identitasnya. Sejumlah akun justru bersifat anonim hingga nilai kebenaran berita juga sulit dipertanggung jawabkan. Dari fenomena ini, sejumlah akun anonim di media sosial yang saling berbagi informasi keberadaannya meresahkan. Tidak hanya itu, sejumlah televisi turut mengambil sejumlah informasi dari akun anonim tersebut untuk ditayangkan di program mereka. Jelas ini menjadi sebuah kemunduran akan kebutuhan informasi.

Kemampuan pengguna media baru (warga net/*netizen*) untuk memproduksi konten informasi memungkinkan setiap *netizen* memiliki kuasa

---

<sup>2</sup> Nasution, Chairunissa. Motif Penggunaan Akun *Instagram* @lambenyinyir dalam pemenuhan kebutuhan pada Universitas Sumatera Utara. 2018

sebagai produsen pesan. *Netizen* memiliki keleluasaan dan peluang untuk membuat konten sesuai dengan minat dan kepentingannya. Terlebih, media baru memungkinkan setiap *netizen* dapat memproduksi dan menyebarkan informasi dalam singkat, melebihi kemampuan media konvensional. Akibatnya, media baru kini telah menjadi kanal informasi yang banyak digunakan sebagai rujukan untuk mengakses informasi. Media sosial sebagai bagian dari media baru pada satu titik turut berkontribusi dalam mengubah lanskap ini. Melalui media sosial, setiap netizen dapat mengunggah konten secara bebas, baik melalui akun personal maupun organisasional yang dimilikinya.

Sifat dan bentuk konten informasi ini pun cukup beragam, tidak terkecuali *infotainment*. Secara ringkas, *infotainment* merupakan istilah yang hadir kala peneliti media dan jurnalisme mencatat adanya garis kabur antara program informasi (*hard news*) dan konten hiburan (*entertainment*). Di satu sisi, *hard news* tradisional dikemas dengan mempertimbangkan nilai hiburan guna mencari perhatian audiens demi meningkatkan rating. Di sisi lain, program hiburan mulai bergerak untuk mengangkat topik informasi yang lebih serius. Hal ini kemudian melahirkan konsep *infotainment* sebagai bentuk campuran antara *hard news* dan konten hiburan. Dalam konteks Indonesia, konsep *infotainment* lebih banyak dipahami sebagai berita hiburan berupa gosip tentang selebritas. Meskipun demikian, pada perkembangannya sosok yang ditampilkan dalam konten *infotainment* kemudian berkembang tidak hanya mencakup para selebritas saja, melainkan juga tokoh masyarakat, pejabat publik, dan figur publik lainnya. Bentuk *infotainment* umumnya dikenal dalam format siaran di televisi atau cetak

di majalah serta tabloid selebritas. Meskipun demikian, perluasan bentuk terjadi kala konten infotainment mulai disampaikan pula melalui media sosial.<sup>3</sup>

Akun *Instagram* @lambe\_turah adalah salah satu akun berita *infotainment* yang memberikan informasi teraktual seputar informasi di Indonesia dan selebriti yang sedang hangat diperbincangkan oleh masyarakat Indonesia. Dalam penyampaian kontennya, akun *Instagram* @lambe\_turah juga menggunakan bahasa yang unik untuk menyindir ataupun menghina *public figure* tertentu, hal ini dinilai dari *caption* (judul foto) yang diunggah akun *Instagram* @lambe\_turah di setiap kontennya.

Keseluruhan konten akun *Instagram* @lambe\_turah juga terindikasi sebagai konten negatif, yakni konten yang memuat foto ataupun video yang dengan sengaja disebarluaskan untuk memberitakan, menyindir, menyudutkan, bahkan menghina *public figure* tertentu yang menjadi sasarannya, juga untuk menggiring opini publik yang pada akhirnya menimbulkan trending, komentar, kericuhan, dan keresahan di masyarakat terkait pemberitaan yang disembarkannya. Akun *Instagram* @lambe\_turah juga berperan sebagai penggiring opini publik yang menuai beragam komentar dari netizen (pengguna *Instagram*) khususnya pengikut (*Followers*) dari akun *Instagram* @lambe\_turah itu sendiri. Dalam fiturnya, akun *Instagram* @lambe\_turah juga memiliki desain profil yang unik, hal ini dinilai dari *caption bio* (judul foto bio) yang bertuliskan ‘GOSIP ADALAH FAKTA YANG TERTUNDA’, beserta foto profil akun @lambe\_turah yang menggambarkan bibir yang berlipstick merah, dan juga penempatan kata

---

<sup>3</sup> Nunung Prajarto, Netizen dan infotainment: Studi Etnografi Virtual Pada Akun *Instagram* @Lambe\_turah. *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 15, No. 1, Juni 2018: h.33-46

‘@lambe\_turah di atas bibir dan dibawah bibir ada penempatan kata gosip adalah fakta yang tertunda’ pada gambar bibir tersebut tersebut. Akun *Instagram* @lambe\_turah memiliki jumlah pengikut yang sangat tinggi jumlahnya hingga mencapai angka lebih dari 6.2 Juta *followers* dan yang akan terus bertambah setiap harinya.

Remaja perempuan umumnya terfokus pada topik kecantikan dan penampilan, mencari banyak teman ngobrol dan bergosip, bicara lebih banyak, senang berbicara di konteks pribadi dan tertutup, berbicara bersamaan, berbicara secara simetris. Sedangkan Remaja laki-laki umumnya lebih banyak berbicara mengenai topik-topik yang berhubungan dengan kegiatan fisik , seperti olahraga, catur, masalah domin kendaraan, politik bisnis dan keuangan.<sup>4</sup>

Remaja laki-laki kecanduan gadget biasa nya untuk bermain games online, dan kebanyakan remaja laki-laki lebih dominan mem-*follow* akun *instagram* seputar, otomotif, pendaki indonesia, olahraga seperti akun *instagram* @seputar bola isi dari akun tersebut seputar informasi sepak bola dan jadwal-jadwal mengenai pertandingan sepak bola dunia, dan akun Games seperti akun @gamestoday.id didalam akun *instagram* ini berupa potongan-potongan video games dan berbagai macam games yang di rekomendasikan.

Penelitian kali ini meneliti fenomena dari sebuah akun gosip di *instagram* yaitu @lambe\_turah yang didalam nya terdapat banyak permasalahan yang seolah-olah timbul akibat kehadiran akun gosip tersebut. Format dari akun @lambe\_turah ini adalah selalu menggunakan hasil screenshot dari postingan

---

<sup>4</sup> Sri Yuliani, Perbedaan Gander dalam penguasaan bahasa dipandang dari perspektif psikologi pendidikan. Jurnal ilmiah Pendidikan Vol. XIII No.1, 2013. h.50

akun Artis/sasaran yang bersangkutan yang dianggapnya berisi caption yang selalu menuai kontroversi, saraksme, hidden message, lalu di unggah postingan tersebut oleh pemilik akun *instagram* @lambe\_turah dengan gaya khas yang menarik, bahasa yang unik dan mengundang humor serta membuat semua orang tertarik untuk melihatnya.

*Feedback* nya netizen tahu ikut melihat postingan Artis/sasaran tersebut dengan terjun langsung ke akun *instagram* Artis/sasaran yang bersangkutan. Berbagai macam komentar berupa pujian, hinaan, kritikan hingga saran dan makian dari netizen terhadap artis/sasaran tersebut menjadi faktor yang menyebabkan akun *instagram* @lambe\_turah ini kian menjadi fenomena dikalangan masyarakat maya.

Fenomena akun lambe turah ini menarik untuk dibahas karena dekat dengan kehidupan kita sebagai pengguna media sosial terutama dikalangan remaja/mahasiswa. Remaja/Mahasiswa serta media sosial dua hal yang tak bisa dipisahkan pada kesehariannya mereka lebih banyak menghabiskan waktu dan melakukan aktivitasnya di media sosial serta selalu ingin tahu dan mencari tahu mengenai informasi terbaru, trend, *up to date* serta yang sedang hangat-hangatnya diperbincangkan. *Instagram* yang selalu berdampingan dengan remaja/mahasiswa memang sangat potensial untuk dijadikan sumber informasi terutama yang berkaitan dengan *entertainment*. Setelah dilakukan Observasi pada tiga Universitas yang ada di Sumatera Selatan yaitu Universitas Sriwijaya, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang dan Universitas Bina Darma didapatkan hasil bahwa :

**Tabel 1**  
**Data hasil Observasi Mahasiswa dari tiga universitas jurusan ilmu Komunikasi di Sumatera Selatan yang mem-follow akun Instagram @lambe\_turah**

No.	Nama Universitas	Followers Akun Instagram @lambe_turah
1.	Universitas Sriwijaya	69 Followers
2.	Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang	23 Followers
3.	Universitas Bina Darma	13 Followers

Pada Mahasiswa Universitas Bina Darma didapat hasil ada sebanyak 13 Mahasiswa yang mem-follow akun Instagram @lambe\_turah, pada UIN Raden Fatah Palembang 23 Mahasiswa yang mem-follow akun tersebut dan dilanjutkan pada Universitas Sriwijaya ada sebanyak 69 Mahasiswa yang mem-follow akun Instagram @lambe\_turah tersebut. Dari data diatas terlihat dan dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Universitas Sriwijaya dominan mem-follow akun Instagram @lambe\_turah tersebut. Banyak nya 84 Followers dari Universitas Sriwijaya merupakan Mahasiswa Fisip angkatan 2015-2019 Jurusan Ilmu Komunikasi.

**Tabel 2. Data Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya yang mem-follow akun instagram @lambe\_turah**

No.	Fakultas/Jurusan	Angkatan	Followers akun instagram @lambe_turah
1.	Fisip/ Ilmu Komunikasi	2016	23 followers
2.	Fisip/ Ilmu Komunikasi	2017	19 followers
3.	Fisip/ Ilmu Komunikasi	2018	17 followers
4.	Fisip/ Ilmu Komunikasi	2019	10 followers
<b>TOTAL</b>			<b>69 Followers</b>

Tabel diatas menunjukkan perbandingan jumlah data mahasiswa Univeristas Sriwijaya yang mem-*follow* akun *instagram* @lambe\_turah di jurusan ilmu Komunikasi dari angkatan 2016-2019. Dapat dilihat bahwa jumlah mahasiswa yang mem-*follow* akun tersebut dari setiap angkatan berbeda-beda. Karakteristik dari setiap followers ini yaitu remaja akhir laki-laki berusia mulai dari 18-25 tahun, mempunyai akun *instagram* dan sebagai *followers* akun *instagram* @lambe\_turah. Angkatan yang paling banyak mem-*follow* akun @lambe\_turah adalah angkatan 2016 dengan jumlah 23 orang, lalu kedua angkatan 2017 dengan jumlah 19 orang, ketiga angkatan 2018 ada 17 orang, dan yang terakhir angkatan 2019 sebanyak 10 orang.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana sebenarnya motif remaja laki-laki dalam mem-*follow* akun *instagram* @lambe\_turah dan seperti apa pandangan remeja laki-laki tersebut mengenai caption dan konten akun *instagram* @lambe\_turah.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, maka rumusan masalah yang akan penulis kaji adalah Bagaimanakah motif remaja laki-laki dalam mem-*follow* akun *instagram* lambe\_turah ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana motif remaja laki-laki dalam mem-*follow* akun *instagram* @lambe\_turah.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat Akademis**

Secara Akademis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif terhadap pengetahuan di bidang komunikasi, memperluas bahan penelitian komunikasi serta dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UIN Raden Fatah.

### **b. Manfaat Teoritis**

Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai kajian ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan Saracen (Konten kebencian berdasarkan suku, agama, ras, dan antar golongan (SARA) dan memiliki keahlian untuk mencaplok akun media sosial hingga membaca situasi pemberitaan yang berprofesi di Indonesia ) dan akun *Instagram*.

### **c. Manfaat Praktis**

Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan kajian informasi dan dapat digunakan sebagai masukan bagi pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi, terutama bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

### **d. Manfaat bagi masyarakat**

Manfaat bagi masyarakat penelitian ini di harapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai dorongan remaja laki-laki dalam mem-*follow* akun *instagram* @lambe\_turah. Dengan demikian masyarakat dapat mengetahui

seperti apa motif dan pandangan remaja laki-laki terhadap caption dan konten di akun media sosial *instagram @lambe\_turah*.

## E. Tinjauan Pustaka

**Tabel 3**  
**Penelitian tentang motif penggunaan akun *Instagram* telah banyak dilakukan oleh akademisi ataupun para praktisi**

No	Nama, Tahun & Judul	Teori	Metode Penelitian	Hasil ringkasan dan perbedaan
1.	Witanti Prihatiningsih, 2017, “ <i>Motif penggunaan media sosial instagram dikalangan remaja</i> ”	<i>Teori Uses and Gratification</i>	Metode Kualitatif dengan pendekatan Deskriptif	Motif penggunaan <i>instagram</i> dilihat dari lima kebutuhan penggunaan media, bahwa seseorang membutuhkan media untuk kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi persona, kebutuhan hiburan. Perbedaan penelitian yang akan penulis teliti adalah seperti apa motif remaja laki-laki dalam mem-follow akun <i>instagram @lambe_</i>
2.	Nasution Chairunnisa, 2018 “ <i>motif penggunaan akun instagram @lambenyinyir dalam pemenuhan kebutuhan pada mahasiswa Universitas Sumatera utara</i> ”	<i>Teori Uses and Gratification</i>	Metode Kualitatif dengan pendekatan Deskriptif	Pada penelitian adalah lebih menekankan bagaimana motif penggunaan akun <i>instagram @lambenyinyir</i> dalam pemenuhan kebutuhan pada mahasiswa universitas sumatera utara, perbedaan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu seperti apa motif remaja laki-laki dalam mem-follow akun <i>instagram</i>

				@lambe_turah.
3.	Dosi Aprilinda Palewa, 2013, "Motif Penggunaan Interaksi Sosial di Twitter (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISUM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta"	<i>Teori Uses and Gratification</i>	Metode Kualitatif dengan pendekatan Deskriptif	Twiteer sebagai media hiburan yang postif dan informatif dibandingkan televisi. Dalam beberapa waktu luang, informan banyak menuliskan pesan-pesan yang kurang substansial. Selain itu informan juga banyak mengikuti akun-akun lucu yang bisa melibatkannya dalam sebuah percakapan. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah bagaimana pandangan remaja lai-laki dalam <i>mem-follow</i> akun <i>instagram</i> @lambe_turah dan menggunakan teori kebutuhan.

Penelitian tentang media sosial sebelumnya telah dilakukan oleh Witanti Prihatiningsih, dengan judul jurnal "Motif penggunaan media sosial *Instagram* dikalangan remaja" yang di lakukan pada tahun 2017. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui Motif penggunaan media sosial *Instagram* di kalangan remaja. Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif, dengan lima remaja aktif yang menggunakan *Instagram* sebagai sampel atau informan. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa *instagram* adalah media sosial yang mampu memenuhi kebutuhan seseorang, yakni kebutuhan kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial dan berkhayal. Penelitian ini menggunakan teori *Teori Uses And Gratification*.

Penelitian selanjutnya dengan judul “Motif penggunaan akun *instagram* @lambenyinyir dalam pemenuhan kebutuhan pada mahasiswa Universitas Sumatera utara” yang dilakukan pada tahun 2018 oleh Nasution Chairunnisa. Penelitian tersebut menggambarkan bahwa akun *instagram* @lambenyinyir adalah akun berita infotainment teraktual dengan konten negatif yang menggiring opini publik ke persepsi negatif dengan konten yang diunggahnya. Pengikut akun *instagram* Lambe Turah juga meliputi masyarakat yang berstatus mahasiswa khususnya di Universitas Sumatera Utara. Hal ini telah dirasakan sendiri oleh peneliti dimana teman-teman peneliti yaitu sesama mahasiswa tidak sedikit yang menjadi followers akun *instagram* Lambe Turah atau hanya sekedar melihat postingannya di explore, peneliti juga sering mengamati bagaimana teman-teman mahasiswa yang tertarik untuk membahas akun fenomenal ini dan bila mereka ingin membuktikan kebenaran dari sebuah berita mereka akan secara langsung mengakses akun istagram Lambe Turah. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sumatera Utara yang tercatat masih aktif kuliah di Universitas Sumatera Utara. Pemilihan Universitas Sumatera Utara sebagai lokasi penelitian yaitu karena unsur keterjangkauan lokasi penelitian oleh peneliti, baik dilihat dari segi tenaga, dana maupun dari segi efisiensi waktu.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Dosi Aprilinda Palewa pada tahun 2013 dengan judul “Motif Penggunaan Interaksi Sosial di Twitter (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISHUM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui tujuan

mahasiswa FISHUM dalam menggunakan media sosial twitter dan manfaat apa saja yang bisa diambil dari penggunaan twitter.

Dalam penelitian tersebut diangkat permasalahan seputar motif penggunaan dan interaksi sosial di jejaring media sosial Twitter pada mahasiswa FISHUM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam penelitian tersebut, Dosi Aprilinda Palewa menyimpulkan bahwa motif penggunaan media sosial twitter oleh mahasiswa adalah sebagai sarana untuk mencari dan menggali informasi terkait bidang yang disukai, sebagai media hiburan dan alat untuk berinteraksi dengan teman yang berjauhan. Sebagai tambahan, pesan-pesan yang *diposting* di dalam akun twitter mereka juga beragam.

Hal ini bertujuan untuk menimbulkan pencitraan positif dari pembaca, sementara pesan yang tidak disukai adalah pesan yang galau, mengeluh dan kasar. Dalam penelitiannya, Dosi menggunakan teori komunikasi, teori *new media*, dan teori *uses and gratifications* sebagai landasan teori penelitiannya.

## **F. Kerangka Teori**

Teori merupakan unsur penting dalam menyusun sebuah penelitian. Landasan teori ini akan membantu peneliti untuk menentukan ruang lingkup analisis serta pengolahan data hasil penelitian. Penggunaan teori dimaksudkan untuk memperkuat gagasan atau argumen penelitian secara ilmiah. Adapun teori yang akan digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

### **1. Teori Fenomenologi**

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori fenomenologi Alfred Schutz istilah fenomenologi pertama kali diperkenalkan oleh Johann

Herinch. Meskipun demikian yang menjadi pelopor aliran fenomenologi adalah Edmund Husserl. Kuswarno mengatakan bahwa fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, *Phainoai*, yang artinya ‘menampak’ dan *phainomenon* merujuk pada ‘yang menampak’. Jika dikaji lagi Fenomenologi itu berasal dari *phenomenon* yang berarti realitas yang tampak. Logos yang berarti ilmu. Jadi Fenomenologi adalah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak.

Menurut Stephen W. Littlejohn pada bukunya yang berjudul *Theories of human Communication* menjelaskan bahwa

Fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya.<sup>5</sup> Fenomenologi memulai segala sesuatu dengan diam, yaitu sebagai tindakan untuk mengungkap makna dari segala sesuatu yang diteliti. Menurut Kuswarno dalam bukunya yang berjudul Fenomenologi mengatakan bahwa :

Fenomenologi bertujuan untuk mengetahui dunia dari sudut Pandang orang yang mengalaminya secara langsung atau berkaitan dengan sifat-sifat alami pengalaman manusia, dan makna yang ditempelkan padanya. Penjelasan diatas memberikan gambaran bahwa fenomenologi bertujuan untuk mengetahui, memahami, memaknai apa yang dirasakan oleh orang lain menurut kesadarannya dan sehingga apa yang dirasakan oleh orang lain bisa kita rasakan juga seolah-olah kita yang mengalaminya. Dengan menggunakan

---

<sup>5</sup> Stephen W. Littlejohn. Jakarta: Salemba Humanika, 2009. h. 57

metode penelitian kualitatif, peneliti memilih Teori Fenomenologi yang dikembangkan oleh Alfred Schutz sebagai acuan terhadap pemecahan masalah mengenai motif remaja laki-laki dalam mem-*follow* akun gosip @lambe\_turah.

Akun gosip @lambe\_turah ini merupakan akun *instagram* pertama yang berhasil viral dan mampu merubah opini masyarakat terhadap seorang artis, tokoh atau public figure tertentu. Hanya dengan satu kali unggahan dengan disertai caption yang menarik, lambe turah diyakini menjadi alat paling ampuh untuk meraih simpati dan antipati dari masyarakat, bahkan ketenaran seorang artis bisa dengan mudah dijatuhkan hanya dengan satu kali postingan dan kabar miring yang diunggah akun @lambe\_turah. Dan juga orang yang biasa-biasa saja bisa menjadi seorang public figure hanya dengan kekuatan unggahan/postingan dari akun lambe turah.

Ketika seseorang melakukan tindakan sosial, menurut Schutz dalam fenomenologi ada fase Motif disana dimana dalam fase motif terbagi dua yaitu Motif sebab (*because of motive*) dan Motif tujuan (*in order to motive*). Motif “Sebab” adalah yang melatarbelakangi seseorang melakukan tindakan tertentu. Sedangkan motif “tujuan” adalah tujuan yang ingin dicapai oleh seseorang yang melakukan suatu tindakan tertentu. Sesuai dengan akun gosip lambe turah di *instagram*, disana ditemukan bahwa ada motif dimana para pengikutnya memiliki alasan dan motif yang kuat ketika mereka memutuskan untuk menjadi *followers* dari akun gosip @lambe\_turah. Peneliti mencoba untuk mengetahui bagaimana motif, tindakan dan makna didalam proses

komunikasi yang berjalan setelah para mahasiswa menjadi *followers* dari akun gosip lambe turah dimana hal tersebut merupakan sebuah persepsi mengenai dunia yang mereka internalisasikan.

Sesuai dengan yang diutarakan oleh Schutz bahwa fenomenologi adalah realitas, lalu peneliti menyadari bahwa Fenomena akun gosip @Lambe\_turah di *instagram* merupakan suatu hal yang dialami dan disadari serta merupakan sebuah realitas yang dialami oleh masyarakat/mahasiswa, dimana didalamnya terdapat banyak permasalahan yang seolah-olah ditimbulkan akibat kehadiran akun gosip tersebut.

Menurut Schutz ada enam karakteristik yang sangat mendasar dari *the life world*, yaitu pertama, *wide awakesness* (ada unsur kesadaran yang berarti sadar sepenuhnya). Kedua, *reality* (orang yakin akan eksistensi dunia). Ketiga, dalam dunia keseharian orang-orang berinteraksi. Keempat, pengalaman dari seseorang merupakan totalitas dari pengalaman dia sendiri. Kelima, dunia intersubjektif dicirikan terjadinya komunikasi dan tindakan sosial. Keenam, adanya perspektif waktu dalam masyarakat.

Schutz mengakui fenomenologi sosialnya mengkaji tentang intersubjektivitas dan pada dasarnya studi mengenai intersubjektivitas adalah upaya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti :

1. Bagaimana kita mengetahui motif, keinginan, dan makna tindakan orang lain ?
2. Bagaimana kita mengetahui makna atas keberadaan orang lain ?

3. Bagaimana kita dapat mengerti dan memahami atas segala sesuatu secara mendalam ?

4. Bagaimana hubungan timbal balik itu dapat terjadi ?

Realitas intersubjektif yang bersifat sosial memiliki tiga pengertian, yaitu :

- a) Adanya hubungan timbal balik atas dasar asumsi bahwa ada orang lain dan benda-benda yang diketahui semua orang.
- b) Ilmu pengetahuan yang intersubjektif itu sebenarnya merupakan bagian ilmu pengetahuan sosial.
- c) Ilmu pengetahuan yang bersifat intersubjektif memiliki sifat distribusi secara sosial.

Schutz mengidentifikasi empat realitas sosial, dimana masing-masing merupakan abstraksi dari dunia sosial dan dapat dikenali melalui tingkat imediasi dan tingkat determinabilitas. Keempat elemen itu diantaranya *umwelt, mitwelt, folgewelt, dan vorwelt*.

- a) *Umwelt*, merujuk pada pengalaman yang dapat dirasakan langsung dalam dunia kehidupan sehari-hari.
- b) *Mitwelt*, merujuk pada pengalaman yang tidak dirasakan dalam dunia keseharian.
- c) *Folgewelt*, merupakan dunia tempat tinggal para penerus atau generasi yang akan datang
- d) *Vorwelt*, dunia tempat tinggal para leluhur, para pendahulu kita.

Fenomenologi Schutz sebenarnya lebih merupakan tawaran akan cara pandang baru terhadap fokus kajian penelitian dan penggalian terhadap makna yang terbangun dari realitas kehidupan sehari-hari yang terdapat didalam penelitian secara khusus dan dalam kerangka luas pengembangan ilmu sosial. Dengan demikian, fenomenologi secara kritis dapat diinterpretasikan secara luas sebagai sebuah implikatif kepada metode penelitian sosial. Pengaruh tersebut diantaranya menempatkan responden sebagai subyek yang menjadi aktor sosial dalam kehidupan sehari-hari.<sup>6</sup>

## **2. Komunikasi Psikologi**

Psikologi Komunikasi melihat bagaimana respons yang terjadi pada masa lalu dapat meramalkan respons yang akan datang. Kita harus mengetahui sejarah respons sebelum meramalkan respons individu masa ini. Karena manusia makhluk sosial, dari proses sosial ia memperoleh beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilakunya. Kita dapat mengklarifikasinya kedalam tiga komponen-komponen afektif, komponen kognitif dan komponen konatif.

Komponen yang pertama, merupakan aspek emosional dari faktor sosiopsikologis, didahulukan karena erat kaitannya dengan pembicaraan sebelumnya. Komponen kognitif adalah aspek intelektual, yang berkaitan dengan apa yang diketahui manusia. Komponen konatif adalah aspek volisional, yang berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan bertindak.

---

<sup>6</sup> Ulyana Oktafanisa, Akun gosip lambe turah ( studi fenomenologi akun gosip instagram pada masyarakat kota bandung. 2018. h 42

Dari ketiga komponen ini ada lima yang mendasarinya, yaitu sikap, emosi, kebiasaan, kamauan.

a. Sikap

Sikap adalah konsep yang paling penting dalam psikologi sosian dan yang paling banyak didefinisikan. Ada yang menganggap sikap hanyalah jenis motif sosiogenis yang di peroleh melalui proses belajar. Ada pula yang melihat sikap sebagai kesiapan saraf sebelum memberikan respon. Dari berbagai definisi kita dapat menyimpulkan beberapa hal, pertama, sikap adalah kecenderungan bertindak, berprsepsi, berfikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap objek sikap<sup>7</sup>.

Kedua sikap memunyai daya dorong atau motivasi. Sikap bukan sekedar rekaman masa lalu, tetapi juga menentukan apakah orang haruspro atau kontra terhadap sesuatu menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan, mengesampingkan apayang tidak di inginkan dan apa yang harus dihindari. Kegita sikap relatif mengandung lebih menetap, berbagai studi menunjukkan bahwa sikap politik kelompok cenderung dipertahankan dan jarang mengalami perubahan. Keempat sikap mengandung efek evaluatif artinya mengandung nilai menyenangkan, sehingga Bem memberikan definis sederhana “ Attituds are likes and dislikes” yang artinya sikap suka dan tidak suka (1970:14) Kelima sikap

---

<sup>7</sup> Drs. Jalaludin Rakhmat. Bandung, Rosdakarya. Psikologi Komunikasi. 2008 h 39.

timbul dari pengalaman tidak di bawah sejak lahir tetapi merupakan hasil belajar. Karena itu sikap dapat diperteguh atau diubah.

b. Emosi

Emosi menunjukkan kegoncangan organisme yang disertai gejala kesadaran, keperilakuan dan proses fisiologis. Bila orang yang dicintai mencemooh anda, anda akan bereaksi secara emosional karena anda mengetahui makna cemoohan itu (Kesadaran). Dari segilama nya, ada emosi yang berlangsung singkat dan ada yang berlangsung lama. Mood adalah emosi yang menetap selama berjam-jam atau beberapa hari. Mood mempengaruhi persepsi kita atau penapsiran kita pada stimuli yang merangsang alat indera kita. Pada halaman 62 buku ini mood kita sebut<sup>8</sup> suasana emosional. Bila suasana emosional ini menjadi kronis dan menjadi bagian dari struktur kepribadian kita menyebutnya tempramen.

c. Kepercayaan

Kepercayaan adalah komponen kognitif dari faktor sosiopsikologis. Kepercayaan disini tidak ada hubungannya dengan hal-hal yang gaib, tetapi hanyalah “keyakinan bahwa sesuatu itu benar atau salah atas dasar bukti sugesti otoritas, pengalaman atau intuisi. Anda percaya bahwa bumi itu bulat, bahwa rokok itu penyebab kanker, atau bahwa kemiskinan itu karena kemalasan. Kepercayaan memberikan perspektif. Pada manusia dalam persepsi kenyataan, memberikan dasar bagi pengambilan keputusan dan menentukan sikap objek sikap.

---

<sup>8</sup> Ibid h 40

d. Kebiasaan

Komponen konotatif dari faktor sosiopsikologi seperti telah disebutkan diatas terdiri dari kebiasaan dan kemauan. Kebiasaan adalah aspek perilaku manusia yang menetap, berlangsung secara otomatis tidak direncanakan. Kebiasaan mungkin merupakan hasil pelaziman yang berlangsung pada waktu yang lama atau sebagai reaksi khas yang diulangi seseorang berkali-kali. Setiap orang mempunyai kebiasaan yang berlainan dalam menanggapi stimulus tertentu. Kebiasaan inilah yang memberikan pola perilaku yang dapat diramalakan.

e. Kemauan

Kemauanlah yang membuat orang besar atau kecil. Kemauan erat kaitannya dengan tindakan, bahkan ada yang mendefinisikan kemauan merupakan : (1) hasil keinginan untuk mencapai tujuan tertentu yang begitu kuat sehingga mendorong orang untuk mengorbankan nilai-nilai yang lain, yang tidak sesuai dengan pencapaian tujuan, (2) berdasarkan pengetahuan tentang cara-cara diperlukan untuk mencapai tujuan, (3) dipengaruhi oleh kecerdasan dan energi yang diperlukan untuk mencapai tujuan, plus (4) pengeluaran energi yang sebenarnya dengan satu cara yang tepat untuk mencapai tujuan<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> Ibid h. 43

### 3. *New Media*

#### a. Komponen – Komponen *New Media*

Pada *new media* ada beberapa komponen seperti pembuat, penyalur dan pemakai juga media yang digunakan. Agar dapat berhubungan dengan *new media*, diantaranya adalah sebagai berikut:

##### 1. Produsen

Produsen merupakan orang yang menciptakan wadah atau sarana *new media* itu sendiri komponen ini berperan sebagai pencipta atau pembentuk *new media*.

##### 2. Distributor

Distributor adalah sebuah perantara yang menghantarkan sarana media atau bisa disebut media yang berfungsi menghantarkan pemakai untuk memakai sarana itu sendiri.

##### 3. Konsumen

Konsumen adalah orang yang berperan sebagai konsumen sebuah sarana media atau *new media* yang berfungsi untuk memakai *new media*.

#### b. Aplikasi *New Media*

Beberapa contoh aplikasi didalam internet yang mengembangkan *new media*, yaitu :

1. *Google, Altavista, Yahoo* dan *website* sejenisnya yang merupakan aplikasi pencarian sejumlah kata yang terdapat didalam *website* untuk mencari berita.

2. CNN, BBC, Detik, Okezone dan berbagai *website* sejenisnya yang dibuat untuk memberikan berita secara cepat sebagai pengganti koran atau majalah.
3. *Youtube*, *seleb.tv*, *metacafe* dan *website* sejenisnya yang menyediakan layanan membagikan video atau menampilkannya sebagai sarana hiburan dan berita secara audio visual.
4. Instagram, Twitter, Facebook, Friendster dan *website* sejenisnya yang menyediakan layanan mini blog dan social network sebagai sarana komunikasi langsung yang sengaja dibagikan kepada publik.
5. BSE, *e-dukasi.net*, *ilmukomputer.com* yang menyediakan layanan pendidikan secara online berupa pembahasan-pembahasan materi pendidikan dan ada yang menyediakan buku elektronik (*e-book*).

c. Media Sosial

Media Sosial adalah sebuah saluran atau sarana pergaulan sosial secara *online* di dunia maya, yang memudahkan para penggunanya untuk dapat dengan bebas saling berkomunikasi, berinteraksi, berkiriman pesan, berbagi dan juga saling membangun jaringan. Menurut Kaplan dan Haenlein dalam buku *Definition Classification of Social Media* didefinisikan : “Media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *usergenerated content*.”

Dari kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan sebuah aplikasi untuk berkomunikasi, berinteraksi dan berbagi informasi yang berbasis internet dan diakses secara online, sehingga memudahkan para penggunanya untuk saling berbagi dan menyampaikan pesan ataupun informasi.

Pesatnya perkembangan media sosial ini disebabkan hampir semua orang membutuhkan suatu sarana untuk bisa dengan mudah dan murah berinteraksi dengan orang lain. Jika melihat media konvensional seperti televisi, radio, atau koran yang mana membutuhkan biaya yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka berbeda halnya dengan media sosial. Seorang pengguna media sosial bisa dengan mudah mengakses media sosial melalui jaringan internet, tanpa biaya yang besar, tanpa peralatan yang mahal dan tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

#### d. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki berbagai karakteristik yang hampir sama dengan media sosial lainnya. Berikut beberapa karakteristik yang terdapat pada media sosial :

##### 1. Berbasis pengguna

Seperti yang kita tahu, media sosial bersifat *online*, media sosial dibangun dan diarahkan oleh *user*. Tanpa *user*, media sosial hanya akan menjadi 'ruang' kosong yang penuh dengan forum kosong, *chat room* kosong, dan aplikasi tanpa pengguna.

## 2. Interaktif

Karakteristik Media Sosial selanjutnya adalah dari sifatnya yang interaktif. Bukan saja sebagai hiburan, media sosial telah menjadi media bagi banyak orang untuk dapat saling berhubungan satu sama lain, dan bersenang-senang bersama tanpa dibatasi jarak dan waktu.

## 3. Konsep komunitas

Media sosial dibangun dan dikembangkan dari konsep komunitas. Seperti komunitas dimasyarakat yang umumnya di bentuk atas dasar persamaan, baik keyakinan atau hobi misalnya; media sosial juga dibangun atas dasar yang sama.

## 4. Menghubungkan Para Penggunanya

Karakteristik Media Sosial lainnya adalah jenisnya yang mampu menghubungkan orang yang satu dengan yang lain. Sosial media mengembangkan hubungan antar manusia.

## 5. Isi konten tidak terbatas

Konten yang dipublish tidak melalui *gatekeeper*. Tidak ada aturan tertentu yang harus dipenuhi mengenai isi konten yang boleh atau tidak boleh di publish. Tidak ada acuan yang menentukan suatu konten layak *dipublish* atau tidak. Media sosial tidak memiliki lembaga sensor yang menentukan kelayakan tayang suatu konten, seperti lembaga sensor dalam siaran televisi. Sehingga konten yang *dipublish* di media sosial benar – benar bebas, yang menentukan kelayakan suatu konten untuk *dipublish* adalah pembuat konten itu sendiri.

6. Faktor emosional atas konten

Karakteristik lain dari media sosial adalah faktor emosi yang berkembang dalam hubungan antar pengguna media sosial. Media sosial memberi rasa aman dan kemudahan untuk menjangkau teman kita, seperti apapun kondisinya . Dalam situasi yang tak terduga misalnya, bentuk dukungan yang diberikan oleh lingkaran teman dalam sosial media bisa tak terbayangkan.

7. Konten yang dibagikan tidak terbatas

Pesan, gambar, video, dan lain-lain yang kita publish dalam media sosial bisa menjangkau banyak orang. Tak terbatas seberapa luar sebarannya, seberapa banyak orang yang membaca dan membagikan ulang konten tersebut. Bahkan ketika suatu konten menjadi viral misalnya, tidak akan terbayang sampai seluas apa efeknya.

8. Konten tersebar dengan cepat

Ketika suatu konten di *publish* secara *online* di media sosial, pada saat itu juga konten tersebut akan langsung bisa diakses oleh berbagai pengguna di seluruh dunia.

9. Biaya konten murah

Untuk menyebarkan konten melalui media sosial sangat murah, bahkan bisa dibilang gratis, karena yang diperlukan hanya koneksi internet. Berbeda jika kita ingin mengisi konten dalam Koran, majalah, televisi atau radio, kita harus membayar cukup mahal untuk bisa menayangkan konten yang kita inginkan

#### 10. Pengguna yang menentukan waktu interaksi

Meskipun ketika *publish* suatu konten bisa langsung diakses oleh banyak orang di seluruh dunia, namun tetap saja belum tentu konten tersebut dibaca oleh semua orang. Kapan konten tersebut dibaca, kapan interaksi dilakukan pembaca itu ditentukan oleh pembaca konten.

#### e. Jenis – Jenis Media Sosial

Hingga saat ini media sosial terus berkembang, bahkan semakin pesat dengan berbagai fitur dan kemampuan yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya.

Beberapa jenis media sosial tersebut antara lain :

##### 1. *Relationship networks*

Beberapa media sosial yang masuk dalam kategori *Relationship Networks* adalah *Facebook*, *LinkedIn*, *Google Plus* dan sebagainya. *Relationship Networks* adalah salah satu fase awal sosial media yang diluncurkan ke publik.

*Relationship network* juga menawarkan cara yang menarik bagi *brand* atau bisnis untuk terhubung dengan pengguna secara pribadi. Jaman sekarang bagi sebuah *brand* sangatlah penting untuk memiliki *Facebook Page*, *Instagram* atau akun *Twitter*. Akun sosial media seperti ini bisa dimanfaatkan untuk terhubung dengan konsumen via *online* seperti menjawab keluhan dan pertanyaan.

##### 2. *Media sharing networks*

Sosial Media ini ditentukan oleh jenis media yang dibagikan antara penggunanya. Pengguna memang diberikan fitur untuk mengunggah dan

mengedit gambar sebelum menambahkan caption atau *mention/tag* pengguna lain. Begitu juga dengan *channel* sosial media seperti YouTube dan Vimeo serta aplikasi seperti Vine dan Snapchat yang menggunakan video sebagai *content* utamanya.

### 3. *Online reviews*

Sosial media untuk *Online Reviews* berbasis lokasi seperti *OpenRice, TripAdvisor & Zomato* memiliki daya tarik tersendiri sebagai sosial media yang mengadopsi teknologi *Geolocation*. Kini situs *Online Reviews* sudah sangat bervariasi jenisnya mulai dari hotel, restoran atau bahkan perusahaan. Kini *Online Reviews* memiliki andil yang cukup besar dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen, dibanding sebelumnya. Situs penyedia jasa besar seperti *Airbnb* dan *Uber*, sangat bergantung pada *review* dari konsumen.

### 4. Forum diskusi

Forum diskusi adalah salah satu jenis sosial media pertama yang ada pada masa awal internet. Perbedaan yang cukup besar antar forum dan sosial media masa kini adalah anonimitas para penggunanya.

### 5. *Social publishing platform*

Yang termasuk *Social Publishing Platforms* adalah *blog* dan *microblog*, dimana artikel yang ditulis dapat dibagikan untuk dibaca antara sesama pengguna. *Platforms* ini terbagi mulai dari yang sosial media yang bisa digunakan untuk interaksi *real-time* seperti *Twitter* yang masuk dalam kategori *microblogging*.

## 6. *Bookmarking sites*

*Bookmarking Sites* adalah *web services* seperti *StumbleUpon*, *Pinterest* dan *Flipboard*. Pengguna menggunakan *website-website* ini untuk mengumpulkan konten dari manapun di internet lalu menyimpannya didalam akun mereka.

## f. Dampak Positif Media Sosial

Berikut merupakan manfaat dan juga keunggulan ketika kita menggunakan media sosial :

### 1. Untuk menghimpun keluarga, saudara, kerabat yang tersebar.

Dengan jejaring sosial ini sangat bermanfaat dan berperan untuk mempertemukan kembali keluarga atau kerabat yang jauh dan sudah lama tidak bertemu, kemudian lewat dunia maya hal itu bisa dilakukan.

### 2. Sebagai media penyebaran informasi.

Informasi yang *up to date* sangat mudah menyebar melalui situs jejaring sosial. Hanya dalam tempo beberapa menit setelah kejadian, kita telah bisa menikmati informasi tersebut.

### 3. Memperluas jaringan pertemanan.

Dengan menggunakan jejaring sosial, kita bisa berkomunikasi dengan siapa saja, bahkan dengan orang yang belum kita kenal sekalipun dari berbagai penjuru dunia.

### 4. Situs jejaring sosial membuat anak dan remaja menjadi lebih bersahabat, perhatian, dan empati.

### 5. Sebagai sarana untuk mengembangkan keterampilan dan sosial.

6. Internet sebagai media komunikasi. Setiap pengguna internet dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya dari seluruh dunia.
7. Media pertukaran data. Dengan menggunakan jaringan situs-situs web para pengguna internet di seluruh dunia dapat saling bertukar informasi dengan cepat dan murah.
8. Sebagai media promosi dalam bisnis. Hal ini memungkinkan para pengusaha kecil dapat mempromosikan produk dan jasanya tanpa mengeluarkan banyak biaya.

g. Dampak Negatif Media Sosial

Dibalik banyaknya keunggulan dan dampak positif dari penggunaan media sosial, berikut terdapat pula dampak-dampak negatif dalam penggunaan media sosial :

1. Susah bersosialisasi dengan orang sekitar.

Ini disebabkan karena pengguna sosial media menjadi malas belajar berkomunikasi secara nyata. Situs sosial media akan membuat seseorang lebih mementingkan diri sendiri.

2. Tertinggal dan terlupakannya bahasa formal.

Karena pengguna media sosial lebih sering menggunakan bahasa informal dalam kesehariannya, sehingga aturan bahasa formal mereka menjadi terlupakan.

### 3. Berkurangnya *privacy* pribadi.

Dalam sosial media kita bebas menuliskan dan membagikan apa saja, Sering kali tanpa sadar kita *publish* hal yang seharusnya tidak perlu disampaikan ke lingkup sosial.

### 4. Kejahatan dunia maya.

Kejahatan dikenal dengan nama *cyber crime*. Kejahatan dunia maya sangatlah beragam. Diantaranya : *carding, hacking, cracking, phishing*, dan *spamming*.

### 5. Pornografi.

Dengan kemampuan penyampaian informasi yang dimiliki internet, pornografi pun merajalela, hal ini sangat berbahaya karena bisa disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

#### *h. Instagram*

Menilik dari nama *Instagram*, kata “*insta*” berasal dari kata “*instan*”, seperti layaknya sebuah kamera polaroid yang pada eranya dikenal dengan sebutan “foto instan”. *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid pada tampilannya. Sedangkan kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah mengirimkan informasi kepada orang lain secara cepat. Seperti halnya *Instagram* yang memiliki kemampuan untuk mengunggah foto dengan Internet, sehingga informasi yang ingin kita sampaikan dapat diterima dengan cepat. sehingga terbentuklah istilah *Instagram* dari “Instan-telegram”.

Seperti yang kita ketahui bahwa aplikasi *Instagram* merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan penggunanya dapat mengambil momen yang diinginkan, menerapkan efek, serta membagikannya ke orang lain. Bahkan foto yang telah ditentukan dapat pula dibagikan ke media sosial lain dengan cara di sambungkan ke media sosial lain.

i. Karakteristik *Instagram*

*Instagram* mempunyai beberapa karakteristik yang unik dan menarik dibandingkan dengan media sosial lainnya. Berikut beberapa karakteristik dari *instagram* :

1. Karakteristik yang dimiliki *Instagram* salah satunya yaitu foto yang ingin diunggah haruslah berbentuk persegi dengan aspek rasio 1:1. Rasio tersebut sangatlah mirip dengan hasil kamera polaroid.
2. *Instagram* menyediakan fitur *caption* yang mana bisa diisi dengan ribuan kata didalamnya.
3. *Instagram* mempunyai fitur *like* yang digambarkan dalam simbol *love*
4. *Instagram* mempunyai fitur baru yaitu *snagram*, dimana para penggunanya bisa menunggah foto maupun video yang bisa dilihat oleh orang lain dalam waktu 24 jam saja
5. *Instagram* memanfaatkan *hashtag* untuk memudahkan para penggunanya mencari foto dan video yang sesuai dengan *hashtag* yang ditulis penggunanya
6. *Instagram* mampu mengunggah lima foto dan lima video sekaligus hanya dalam satu *posting* saja.

j. Dampak Positif *Instagram*

Sebagai media sosial yang sedang digandrungi oleh para penggunanya,

*Instagram* memiliki kelebihan-kelebihan lain, beberapa diantaranya adalah :

1. Peluang Bisnis

*Instagram* menjadi sosial media yang menyediakan banyak sekali peluang untuk berbisnis bagi para penggunanya. *Instagram* dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi pemasaran, melalui *share* foto-foto produk penjual, dimana ketika kita *like* suatu foto *postingan* , maka foto yang kita *like* tersebut nantinya akan muncul di *explore instagram* orang lain, dan berpeluang menarik minat bagi orang-orang yang melihatnya.

2. Ajang untuk menampilkan kreasi yang dimiliki oleh setiap penggunanya

Misalnya ketika kita bisa mengunggah foto atau video mengenai hasil keterampilan yang kita buat, bisa memicu banyaknya *like* dari pengguna lainnya.

3. Menjalin persahabatan yang lebih erat

Ini bisa ditunjukkan dengan memberikan “suka” atau komentar pada foto atau video yang diunggah seseorang. Ini menunjukkan bahwa kita memberikan perhatian atau simpati pada orang lain.

4. Memudahkan penyebaran informasi

Pada saat kita akan menyelenggarakan suatu *event* tertentu kita bisa memanfaatkan *Instagram* untuk berbagi informasi dengan mengunggah informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang akan diadakan di suatu tempat

agar orang luar bisa mengetahui dan ikut memeriahkan kegiatan yang diselenggarakan.

5. Sebagai media *sharing lifestyle*, dan *branding* produk secara *visual*

Banyak para penggunanya yang memanfaatkan *instagram* sebagai media untuk membagikan informasi dari pengalamannya, lewat foto dan video dan disertai *caption* yang menarik, mereka *sharing lifestyle* nya kepada para pengguna lain

6. Memenuhi kebutuhan afektif

Menggunakan *Instagram* menjadikan seorang penggunanya mendapatkan banyak pengalaman, baik menyenangkan maupun tidak menyenangkan.

7. Integrasi personal

*Instagram* tidak hanya menjadi tempat untuk media berbagi, namun juga bisa untuk menaikkan kredibilitas, kepercayaan diri, dan status seseorang. Sehingga dapat dinyatakan bahwa dengan *Instagram*, seseorang tidak hanya sekadar mengunggah foto bagus, melainkan juga memperlihatkan status sosial mereka, misalnya memberi tahu pengikutnya bahwa mereka sedang atau pernah berada di suatu tempat atau acara yang *prestige*.

k. Dampak Negatif *Instagram*

Dibalik banyaknya manfaat yang didapat ketika menggunakan *instagram* , terdapat pula dampak atau resiko negatif yang ditimbulkan ketika menggunakan *instagram* . beberapa diantaranya adalah :

1. Kecanduan Mengecek *Feed*

Waktu bagi para pengguna *Instagram* akan terkuras hanya untuk mengecek *feed*nya. Untuk sekadar mengecek *postingan* baru. Melihat notifikasi apakah ada yang menyukai *postingan* kita, mengecek apakah *follower* kita bertambah atau malah berkurang. Secara tidak sadar banyak waktu yang terbuang percuma. Kecuali bagi yang menjadikan *Instagram* sebagai *personal branding* media ataupun akun bisnis.

## 2. Menyembunyikan sisi negatif seseorang

Seorang akan cenderung mengupload foto-foto yang menampilkan bahwa dirinya adalah seorang yang baik. Sehingga kadang cenderung menghalalkan segala cara untuk pencitraan agar terlihat baik. Saat sebelum mengupload foto, menghabiskan banyak waktu dan pertimbangan hanya untuk perlu milih-milih dulu mana yang akan diupload. Apalagi untuk membuat sebuah *caption*.

## 3. *Stress* karena mencari *followers*

Sebagian besar netizen di Indonesia menganggap bahwa akun yang baik adalah akun yang mempunyai *followers* lebih banyak dibandingkan *following*. Sehingga sebagian besar *Instagram user* berusaha sekeras mungkin agar *followernya* bertambah.

## 4. Memicu banyak *stalker*

Jika kita hanya men-*stalking* sekedar untuk mencari tahu sesuatu, itu tidak menjadi masalah. Yang berbahaya adalah ketika jika pelaku *stalker* merencanakan kejahatan kepada pengguna *Instagram* incarannya.

## 5. Berkurangnya interaksi tatap muka

Para pengguna *Instagram* akan lebih asyik dengan *Instagram* dari pada berinteraksi dengan orang lain. Mereka akan lebih suka mengabadikan *moment* atau kejadian, sehingga remaja akan lebih sering berfoto bersama temannya dari pada berdiskusi membicarakan persoalan kampus atau tugas-tugas kuliah.

Media sosial adalah sebuah saluran atau sarana pergaulan secara online di dunia maya, yang memudahkan para penggunanya untuk dapat dengan bebas saling berkomunikasi, berinteraksi, berkiriman pesan, berbagi dan juga saling membangun jaringan. Perkembangan media sosial yang pesat ini tidak hanya terjadi pada negara maju saja tetapi juga di negara berkembang seperti Indonesia.

Berikut perkembangan media sosial :

### 1. *E-mail* (1978)

Awal pertemuan sistem papan buletin yang memungkinkan seseorang dapat berhubungan dengan orang lain menggunakan surat elektronik atau mengunggah dan mengunduh perangkat lunak. Semua ini dilakukan masih dengan menggunakan saluran telepon yang terhubung dengan modern.

### 2. *Geocities* (1995)

Kelahiran situs *Geocities* yang menjadi awal berdirinya situs web lain. Situs ini melayani *web hosting*, yakni layanan penyewaan dan penyimpanan data situs *web* agar halaman tersebut bisa diakses dari manapun.

### 3. *Sixdegree* (1997)

Kemunculan situs jejaring sosial pertama yakni *Sixdegree.com*

4. *Blog* (1999)

Muncul situs untuk membuat *blog* pribadi, yaitu *Blog*. Situs ini menawarkan penggunaanya untuk bisa membuat halaman situsnya sendiri. Para *blogger* dapat memuat dan membuat berbagai hal termasuk hal pribadi atau untuk mengkritisi pemerintah

5. *Friendster* (2002)

Berdirinya *Friendster*, situs jejaring sosial yang pada saat itu menjadi populer.

6. *Linkedln* (2003)

Berdirinya *Linkedln* berguna untuk bersosialisasi serta mencari pekerjaan. Selain itu, juga ada *My Space* yakni jejaring sosial yang berfungsi untuk berbagi karya berupa foto atau musik

7. *Facebook* (2004)

Lahirnya *Facebook*, situs jejaring sosial yang terkenal hingga saat ini. *Facebook* merupakan salah satu jenis jejaring sosial yang memiliki anggota terbanyak.

8. *Twitter* (2006)

Kemunculan *Twitter*, situs jejaring sosial yang berbeda dengan yang lain. Pengguna *Twitter* hanya bisa memperbarui status atau *Tweet* yang dibatasi hanya 160 karakter.

9. *Wiser* (2007)

Munculnya *Wiser* yakni jejaring sosial yang diluncurkan bertepatan dengan peringatan hari bumi yakni pada 22 April 2007. Situs ini diharapkan bisa menjadi

petunjuk *online* organisasi lingkungan di seluruh dunia, termasuk pergerakan lingkungan yang dilakukan individu maupun kelompok.

#### 10. *Instagram* (2010)

Munculnya jejaring yang fokus pada aktivitas berbagi foto dan video uamh didirikan pada tahun 2010, masih menjadi *trend* hingga saat ini.

#### 4. *Instagram*

*Instagram* adalah salah satu media sosial jenis jejaring sosial yang menghubungkan penggunanya melalui berbagi foto dan video. Pengguna *Instagram* bebas untuk mengambil foto dari kamera telepon seluler, menerapkan filter, kemudian membagikannya ke sesama pengguna *Instagram* atau pengguna media sosial lainnya. *Instagram* didirikan untuk mewujudkan momen bersama teman-teman untuk menjadikan foto dan video yang lebih hidup.

*Instagram* dideskripsikan sebagai penghubung masyarakat di berbagai belahan dunia. Melalui foto dan video yang dibagikan dari berbagai pengguna *Instagram* di seluruh dunia. Nama *Instagram* berasal dari pengertian keseluruhan fungsi aplikasi media sosial ini. Kata “Insta” berasal dari kata “Instan”, seperti pada kamera *polaroid* yang pada masanya dikenal dengan sebutan “foto instan”. *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti *polaroid* di dalam tampilannya. Sedangkan, untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.

Sama halnya dengan *Instagram* yang dapat mengunggah foto ataupun video dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin

disampaikan dapat diterima dengan cepat<sup>10</sup>. *Instagram* memiliki konten atau fitur diantaranya adalah<sup>11</sup> :

#### 1. Pengikut dan Mengikuti (*Followers / Following*)

Sistem sosial di dalam *Instagram* adalah dengan mengikuti akun pengguna lainnya atau memiliki pengikut *Instagram* (*Following* dan *Followers*). Dengan demikian, komunikasi antara sesama pengguna *Instagram* sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka “*like*” dan juga mengomentari foto-foto ataupun video yang telah diunggah oleh pengguna lainnya.

Pengikut (*Followers*) menjadi salah satu unsur penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam *Instagram* juga dapat mencari dengan mengetik nama teman-teman mereka di bar pencarian (*Search*) ataupun dengan mengkoneksikan (menghubungkan / sinkronasi) dengan daftar teman yang terhubung di jejaring media sosial lainnya seperti *Facebook* ataupun *Twitter*.

#### 2. Mengunggah Foto (*Upload Foto*)

Kegunaan utama dari *Instagram* adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera ataupun foto-foto yang ada di album perangkat komunikasi seperti *handphone* atau tablet. Dalam

---

<sup>10</sup> Nasution, Chairunnisa. Pada Skripsi Motif penggunaan akun insatgram @lambenyiyir. 2018. h.37

<sup>11</sup> Ibid. h.39

mengunggah foto, pengguna *instagram* juga dapat melakukan Tag (menandai pengguna *instagram* lainnya). Jadi ketika unggahan foto tersebut berhasil diunggah, pengguna lain dapat melihat tag yang ada di foto tersebut.

### 3. Judul Foto (*Caption*)

Setelah foto tersebut disunting maka foto akan dibawa ke halaman selanjutnya, dimana foto tersebut akan diunggah ke dalam *Instagram* sendiri atau dibagikan ke jejaring media sosial lainnya. Dimana, didalamnya tidak hanya ada pilihan untuk mengunggah pada jejaring sosial atau tidak, tetapi juga untuk memasukkan judul foto, dan menambahkan lokasi foto tersebut. Sebelum mengunggah sebuah foto, para pengguna dapat memasukkan judul untuk menamai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada dipikiran para penggunan

### 4. Tanda Suka (*Like*)

*Instagram* juga memiliki fitur tanda suka (*Like*) dimana fungsinya sama seperti apa yang ada di *Facebook*, yakni sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah oleh pengguna yang lain. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam *Instagram*, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi apakah foto tersebut populer atau tidak.

### 5. Berkomentar (*Comment*)

Kegunaan dari Comment dalam fitur *instagram* adalah pengguna dapat berkomentar pada unggahan foto ataupun video yang diunggah di *instagram*. Fitur komentar ini selain ada pada unggahan foto ataupun video di *instagram* juga terdapat pada fitur snapgram. Saat berkomentar, pengguna *instagram* dapat melakukan mention (menandai pengguna *instagram* lainnya).

#### 6. *Direct Messages* (Pesan langsung)

*Instagram* tidak hanya sekedar aplikasi jejaring foto, saat ini *instagram* juga mempunyai fitur pesan langsung yang dapat menghubungkan semua pengguna *instagram* dan memungkinkan untuk melakukan pesan langsung kepada sesama pengguna *instagram*.

#### 7. *Share* (berbagi)

Kegunaan dari fitur Share adalah pengguna *instagram* dapat membagikan suatu unggahan kepada pengguna lainnya. Hal ini memungkinkan kepada setiap pengguna *instagram* untuk saling bertukar informasi secara instan.

#### 8. *Private Account*

*Private account* atau akun bersifat privasi adalah salah satu fitur yang telah lama ada di *instagram*. *Private account* berfungsi untuk mengunci sebuah akun *instagram* dan tak bersifat publik. Jadi pengguna lainnya harus mengikuti (follow) terlebih dahulu untuk dapat melihat unggahan yang ada di sebuah akun *instagram* yang di private account

9. *Snapgram ; live, type, boomerang, superzoom, focus, rewind and handsfree.*

Snapgram adalah fitur terbaru yang ada di *instagram*. *Snapgram* merupakan terobosan terbaru yang memungkinkan setiap pengguna *instagram* untuk melakukan *story* (kisah) dimana fitur *story* ini mempunyai beragam fitur lainnya seperti ; *live, type, boomerang, superzoom, focus, rewind* dan *handsfree*. Berikut adalah penjelasan masing-masing dari fitur *snapgram* :

1. *Live* adalah fitur siaran langsung yang ada di *story* atau *snapgram*. jadi, *live* memungkinkan setiap pengguna *instagram* untuk melakukan siaran langsung yang dapat dilihat oleh pengguna *instagram* lainnya.
2. *Type* ataupun ketikan adalah fitur dimana pengguna *instagram* dapat membagikan tuitan kata-kata di *snapgram*.
3. *Boomerang* adalah salah satu fitur *snapgram* yang populer bagi pengguna *instagram*. *Boomerang* merupakan fitur dimana pengguna *instagram* dapat melakukan gerakan yang berulang-ulang.
4. *Superzoom* adalah salah satu fitur *snapgram* dimana penggunanya dapat merekam video yang diperbesar.
5. *Focus* adalah salah satu fitur *snapgram* dimana pengguna *instagram* dapat merekam video yang disertai dengan *auto-focus lense* (lensa auto fokus otomatis).
6. *Rewind* adalah salah satu fitur *snapgram* dimana penggunanya dapat merekam video dengan gerakan mundur.

7. *Handsfree* adalah salah satu fitur *snapgram* dimana penggunanya dapat merekam video tanpa perlu menyentuh layar.

Salah satu akun dengan *followers* terbanyak di *instagrm* adalah akun dengan nama pengguna *@lambe\_turah* dengan *followers* 6,2 juta sampai saat ini akun tersebut mengirim kiriman sebanyak 6.476 kiriman, dibuat pada Desember 2015 lalu, awalnya akun ini hanya dibuat untuk kesenangan semata, namun kare ada banyak warganet yang menantikan jepletan *hengpong jadul minceu*, jadilah Lambe Turah dengan akun resmi yang mengungkap berbagai hal terkait kehidupan seleb indonesia.<sup>12</sup> Meski terindikasi sebagai akun dengan konten negatif, jumlah pengikut (*Followers*) akun *Instagram @lambe\_turah* justru semakin bertambah setiap harinya.

Dengan tingginya jumlah *Followers* (pengikut), menandakan bahwa konten yang disebar oleh akun *Instagram @lambe\_turah* mendapat atensi yang tinggi dari netizen selaku pengguna *Instagram*. Dan dengan hasil riset dari *Taylor Nelson Sofres* (TNS) yang menunjukkan bahwa pengguna *Instagram* didominasi oleh kaum muda, maka mahasiswa/remaja sebagai pengguna aktif terbesar dan juga sebagai pengikut (*followers*) terbanyak pada akun *Instagram @lambe\_turah* tentunya akan sangat terpengaruh atas pemberitaan maupun konten yang disebar oleh akun *Instagram @lambe\_turah*.

---

<sup>12</sup> Ayu, selalu bisa update gosip setiap hari, begini cara kerja akun lambe-lambe di instagram <https://www.boombastis.com> pada tanggal 9 juli 2019 pukul 01.08.

## **G. Metodologi Penelitian**

Metode penelitian merupakan landasan dalam melakukan penelitian. Pemilihan dalam metode akan menentukan hasil akhir dari penelitian yang diteliti tentang bagaimana cara memperoleh temuan hasil penelitian yang berkaitan dan sesuai dengan judul. Adapun yang megacu pada bentuk penelitian dan pendekatannya yaitu :

### **1. Pendekatan/ Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk membangun pemahaman alasan memilih metode tersebut yaitu karena fenomenologi merupakan pandangan yang menekankan dan memfokuskan kepada pengalaman-pengalaman subjektif dan proses interpretasi. Tradisi fenomenologi berasumsi bahwa secara aktif orang-orang menginterpretasikan pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya.

Fenomenologi secara harifah berarti penelitian tentang pengalaman sadar, dimana interprestasi mengambil peran yang penting. fenomenologi diartikan sebagai pengalaman subjektif (data diungkap berdasar dari sudut pandang subjek), fenomenologi berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang yang berada dalam situasi-situasi tertentu, fenomenologi berusaha untuk masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedeikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan untuk mereka disekitarperistiwa dalam

kehidupannya sehari-hari (menekankan pada aspek subjektif dari perilaku orang.

## 2. Data dan Sumber Data

### a. Data Primer

Data yang diperoleh dari sumber data utama dari lapangan dengan cara mengumpulkan informasi dari informan yang dianggap mengetahui segala permasalahan yang diteliti melalui wawancara. Dalam penelitian ini, yang memberikan data primer adalah data dari pihak informan yang akan diteliti remaja laki-laki mahasiswa Universitas Sriwijaya, Program Studi Ilmu Komunikasi.

### b. Data Sekunder

Data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen dan hasil dari wawancara informan yang telah dilakukan yaitu data sekunder

## 3. Tehnik Pengumpulan Data

Dalam tehnik pengumpulan data peneliti menggunakan beberapa tehnik yang relevan untuk menganalisis masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka cara yang akan dilakukan sebagai berikut :

### a. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta

dibantu dengan pancaindra lainnya. Pengumpulan data dengan cara observasi yang dilakukan peneliti yaitu observasi secara pribadi. Peneliti mengamati akun *Instagram @lambe\_turah* dan melihat konten-kontennya. Begitupula dengan calon informan yang menjadi subjek penelitian peneliti.

Peneliti mengamati aktivitas calon informan yang menjadi pengikut akun *Instagram @lambe\_turah* dengan cara melihat daftar pengikut yang terkoneksi langsung dengan akun *Instagram* peneliti. Berdasarkan daftar pengikut tersebut, peneliti dapat mengetahui identitas remaja laki-laki yang *mem-follow* akun *Instagram @lambe\_turah*. Selanjutnya, peneliti melakukan proses wawancara.

b. Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung kepada informan untuk memperoleh data primer yang tujuannya adalah agar peneliti menemukan informasi secara terbuka dari informan yang telah *mem-follow* akun *@lambe\_turah* tersebut.

c. Dokumentasi

Dokumentasi berupa catatan, variabel, buku-buku, foto, video, rekaman suara, dan sebagainya digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi.

4. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di Universitas Sriwijaya, bersama mahasiswa yang *mem-follow* akun *instagram @lambe\_turah*.

## 5. Tehnik Analisis Data

Kegiatan selanjutnya setelah rangkaian data terkumpul di lanjutkan dengan tehnik analisis data, dimana semua sumber data akan dikelola sesuai dengan metodologi penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif.

## H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah gambaran rencana penulisan penelitian untuk tahap selanjutnya, dalam bab selanjutnya peneliti akan membahas sebagai berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini pendahuluan, latar belakang masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

### BAB II GAMBARAN UMUM MENGENAI PROFIL PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas hasil dari penelitian, menguraikan mengenai profil dan sejarah dari akun *instagram* @lambe\_turah tersebut.

### BAB III PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas hasil dari penelitian, menguraikan, motif dan pandangan remaja laki-laki dalam *mem-follow* akun *instagram* @lambe\_turah.

### BAB IV KESIMPULAN

Pada bab ini akan membahas mengenai kesimpulan penelitian dan saran penelitian untuk Lembaga UIN Raden Fatah dan Remaja laki-laki.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM MENGENAI PROFIL PENELITIAN

#### A. Akun Gosip

Istilah akun gosip berasal dari dua kata yaitu 'Akun' dan juga 'Gosip'. Akun adalah sebuah pengaturan yang disediakan untuk seseorang oleh perusahaan penyedia jasa internet sehingga mendapatkan fasilitas internet. Akun merupakan tempat atau sarana yang digunakan untuk mencatat peristiwa dari sang pengguna internet.

Sedangkan gosip merupakan sebuah obrolan tentang orang lain, cerita negatif tentang seseorang, pergunjungan, isu, desas-desus, kabar miring ataupun sebuah berita atau cerita yang masih diragukan kebenarannya. Biasanya makna dari gosip disini adalah konotasinya bersifat negatif. Gosip adalah sebuah cerita atau berita burung yang dibuat dan disebarkan oleh seseorang kepada orang lain dengan cara *mouth to mouth* atau dengan menggunakan sarana lainnya dengan tujuan menciptakan persepsi buruk terhadap seseorang yang digosipkan.

Jadi akun gosip merupakan sebuah tempat atau sarana yang dibuat oleh para penggunanya untuk menyebarkan isu, desas-desus, kabar miring maupun informasi lainnya dari seseorang yang digosipkan dengan cara menggunakan jaringan akses internet dan sebuah media sosial untuk menciptakan persepsi buruk terhadap seseorang yang digosipkan.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Ulzyana Oktafanisa, Akun Gosip Lambe turah di Instagram pada Masyarakat Kota Bandung. 2018

## B. Karakteristik Akun Gosip

Penyajian dari akun gosip berbeda dengan penyajian akun-akun lainnya. Dimana ada sebuah karakter atau ciri khas dari sebuah akun gosip yang menyebabkan orang-orang sangat tertarik untuk membaca dan mengikutinya. Berikut diantaranya :

1. Mempunyai *username* yang unik dan menarik
2. Mempunyai foto profil yang unik dan menarik
3. Setiap postingannya selalu menimbulkan profokasi
4. Dilengkapi dengan gaya penulisan *caption* yang unik dan menarik
5. Isi postingannya membahas tentang kehidupan para artis, tokoh, *public figure* dan juga masalah-masalah kehidupan masyarakat biasa yang mana ketika perilaku orang tersebut menyimpang, maka akun gosip dengan sigap mengunggahnya di akun tersebut.
6. Berita atau gosip didapat dari informan-informannya yaitu para netizen atau para pengikutnya dengan cara berinteraksi lewat DM (*Dirrect Message*) di *Instagram*. Atau admin dari masing-masing akun gosip tersebut meng-*capture* postingan *instagram* dari artis yang bersangkutan, sekiranya postingan tersebut bersifat rancu, *nyeleneh* atau menyimpang maka itu menjadi makanan empuk bagi pemilik akun-akun gosip untuk dijadikan bahan berita.

Berikut merupakan beberapa jenis-jenis akun gosip yang juga cukup populer dikalangan pengguna *instagram* :

#### 1. Lambe Nyinyir

Lambe Nyinyir juga merupakan akun gosip yang mempunyai pengikut terbanyak kedua setelah Lambe Turah. Lambe Nyinyir mempunyai pengikut sebanyak 2 juta. Isi postingannya tentu saja serupa dengan akun-akun gosip lainnya yang membahas mengenai kehidupan para artis, dan juga *public figure* lainnya.

#### 2. Lamis Corner

Lamis Corner merupakan akun gosip yang mempunyai pengikut sebanyak 687k. Lamis corner tidak hanya membahas gosip dan berita artis Indonesia saja tetapi juga dari mancanegara.

#### 3. Maklambeturah

Meski namanya terbilang sama dengan Lambe Turah, namun isi dari postingannya jelas sangat berbeda. Jika Lambe Turah dalam posisi netralnya membahas kehidupan para artis ataupun tokoh-tokoh publik, namun maklambeturah berisi postingan-postingan tentang berita politik hingga lebih cenderung melakukan *black campaign*, *provokatif*, dan cenderung berpihak pada satu pihak tertentu. Maklambeturah mempunyai pengikut sebanyak 47k.

#### 4. Makrumpita

Makrumpita merupakan akun gosip yang mempunyai pengikut terbanyak ketiga setelah lambe nyinyir. Makrumpita mempunyai pengikut sebanyak 635k. Dengan isi biodata didalam akunnya yang tertulis :” *Membahas Ertong Terr’Unchh Unchh ulalaa beibehh sejagat duniah perHosyipan*

*eimmm..*”. Yang artinya membahas artis paling ‘sesuatu’ sejagat dunia pergosipan.

#### 5. Noona\_bigos

Noona Bigos merupakan akun gosip yang membahas gosip atau berita dari negara Korea Selatan. Semua gosip atau berita dari artis, aktor , *girlband* dan juga *boyband* dari korea selatan dikupas tuntas di akun tersebut. Akun ini menjadi ajang perkumpulan bagi para Kpop untuk mendapatkan berita dari artis yang diidolaknya. Akun gosip ini mempunyai pengikut sebanyak 241k.

#### 6. Nyonya\_gosip

Nyonya\_gosip merupakan akun gosip serupa lainnya yang mempunyai pengikut sebanyak 170k. Isinya sama seperti akun gosip lainnya yang membahas kehidupan dan gosip dari para artis.

#### 7. Jenk\_rumpi

Jenk\_rumpi merupakan akun gosip yang mempunyai pengikut sebanyak 103k. Dengan biodata di akunnya yang tertulis “Membahas segala bentuk tetek bengek dunia ertong (artis) secara lebih rempong (ribet)”.

Berkembangnya era informasi sekarang ini, membuat semuanya menjadi serba cepat dan juga serba murah. Dalam arti, orang-orang bisa dengan mudah, cepat, murah, dan akurat dalam membagikan sekaligus mendapatkan informasi. Apalagi dengan semakin berkembangnya internet, seluruh media seakan menjadi semakin erat dengan para penggunanya. Manusia menjadi lebih mudah dan sering berhubungan dengan orang lain. Kehadiran sosial media misalnya, mampu

menjawab kebutuhan dari masyarakat dan mengakibatkan adanya perubahan dalam proses berkomunikasi.

Fenomena menarik kembali hadir dari media sosial *Instagram*, saat ini *instagram* tengah diramaikan dengan kehadiran salah satu akun anonim yang mengungkap sisi lain dari kehidupan para artis atau disebut juga sebagai akun gosip yaitu Lambe turah. Lambe turah ini merupakan akun *instagram* paling pertama yang mengungkap dan membahas mengenai gosip dan fakta-fakta lain seputar kehidupan para artis, tokoh maupun *public figure* lainnya. Lambe Turah berhasil viral dan mendapat tempatnya dihati dan benak masyarakat maya sehingga menjadi faktor utama dalam kemunculan akun – akun gosip serupa lainnya. Istilah lambe turah ini berasal dari bahasa Jawa yang telah dikenal dari sejak dulu.<sup>14</sup>

Media sosial banyak dimanfaatkan sebagai akun gosip, karena tingginya pengguna media sosial di Indonesia. Hasil penelitian yang dilakukan *We Are Social*, menyebutkan bahwa rata-rata orang Indonesia menghabiskan 3 jam 23 menit sehari untuk mengakses media sosial. Dari total populasi Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa, pengguna aktif media sosial mencapai 130 juta dengan penetrasi 49 persen. Salah satu media sosial yang banyak digunakan adalah *Instagram* yang praktis untuk berbagai foto dan video kemudian dapat dikomentari dan di-*like* oleh para *followers*. Apalagi dengan media sosial yang

---

<sup>14</sup> Ibid. h. 33

sifatnya lebih real time dan cepat menjadikan *Instagram* paling efektif dalam penyebaran berbagai informasi termasuk berita gosip.<sup>15</sup>

### C. Sejarah akun *Instagram* @lambe\_turah

*Lambe* dalam bahasa jawa artinya "bibir", sedangkan *Turah* artinya "berlebihan". @lambe\_turah memiliki arti terlalu banyak membicarakan seseorang sehingga informasinya menjadi "tumpah-tumpah" karena terlalu berlebihan. @lambe\_turah ini adalah julukan bagi seseorang yang selalu menggosipkan orang lain, menggunjingkan orang lain, biang berita, biang gosip atau seseorang yang suka menambah-nambahkan kabar berita seperti media, adapun konotasinya adalah negatif. Jadi dapat disimpulkan Lambe turah ini mengkonotasikan bibir seseorang yang cenderung banyak bicara, mengumbar aib, dan membicarakan hal-hal yang tidak penting. Kini istilah @lambe\_turah digunakan oleh sebuah akun anonim di *Instagram*. Nama @lambe\_turah seakan menjadi *icon* tersendiri bagi dunia pergosipan jagat hiburan. Akun yang selalu memberikan gosip dan informasi *up to date* ini seperti menjadi idola baru di kalangan pengguna *instagram*.

Akun lambe turah ini pertama kali dibuat di media sosial *instagram* pada tanggal 24 Desember 2015. Akun Lambe turah dibuat dengan tujuan untuk membidik sisi lain dari kehidupan *real* para *public figure* terutama artis, dan juga untuk mencari berita yang sebenar-benarnya. Mengingat pada dasarnya masyarakat Indonesia sudah terlalu sering disuguhkan dengan pemberitaan-pemberitaan di infotainment yang berdasarkan *gimmick* atau *setting-an* semata.

---

<sup>15</sup> Christiany Juditha, Hegmoni Media Sosial Akun Instagram @Lambe\_Turah. Jurnal Penelitian Komunikasi Vol. 22 No.1. 2018

Akun ini pada awalnya dibentuk hanya untuk kesenangan semata dalam menulis berita, dalam menyebarkan informasi dan cerita-cerita seputar kehidupan para artis. Kini akun gosip lambe turah ini menjadi akun yang sangat berpengaruh di Indonesia.

Tidak hanya pemberitaan mengenai gosip saja yang diangkat, tetapi @lambe\_turah juga mengangkat berita lain mengenai kasus-kasus atau kondisi yang tengah terjadi di Indonesia. Tak berhenti keberhasilannya sampai disitu, @lambe\_turah kini dijadikan sebagai sumber berita gosip utama bagi para wartawan. Jika dulu para wartawan harus bersikeras mencari beritanya sendiri, kini dengan hadirnya akun lambe turah maka para wartawan menjadi dimudahkan dalam memperoleh beritanya



**Gambar 1. Logo akun @lambe\_turah**  
*Sumber : Akun instagram @lambe\_turah*

Logo dari @lambe\_turah dilambangkan dengan Bibir yang berwarna merah yang mengartikan bahwa seseorang terlalu banyak membicarakan kekurangan orang lain, sehingga informasinya menjadi “tumpah-rumpah” karena terlalu berlebihan dalam menggossipkan orang lain, menggunjing orang lain, biang

berita, biang gosip atau seseorang yang mengumbar aib, dan membicarakan hal-hal yang tidak penting sehingga mengundang para netizen ikut dalam hal tersebut.

#### **D. Karakteristik Lambe Turah**

Berikut merupakan karakteristik dari akun gosip Lambe Turah yang membedakannya dengan akun gosip serupa lainnya. Beberapa diantaranya adalah:

1. Bukan merupakan akun *haters/fanbase* , tetapi lebih kepada membahas berita dan gosip para artis secara netral.
2. Mempunyai slogan “Gosip Adalah Fakta Yang Tertunda”.
3. Merupakan akun gosip paling pertama yang mempunyai tempatnya di dunia pertelevisian dengan tampil sebagai seorang *whistle bowlers* di acara Pagi Pagi Pasti *Happy* di TransTV
4. Merupakan satu-satunya akun gosip yang mempunyai massa terbanyak dan mempunyai kedekatan dengan banyak artis dimulai sejak berdirinya akun tersebut.
5. Merupakan satu-satunya akun gosip yang dipercaya oleh para artis untuk mempromosikan film, dan lagu dari artis tersebut.
6. Lambe Turah tidak pernah sembarangan atau lancang dalam mengunggah berita, tetapi sangat teliti dan selalu mencari informasi sedalam mungkin dalam memposting beritanya.

**E. Karakteristik Informan Remaja laki-laki yang mem-follow akun Instagram @lambe\_turah**

a. Remaja laki-laki yang berusia mulai dari 18-25 Tahun.

Di era globalisasi ini teknologi semakin maju tidak dapat dipungkiri hadirnya internet semakin banyak di butuhkan dari bidang dan segi apapun, serta tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan seseorang. Bagi masyarakat khususnya remaja media sosial sudah menjadi candu yang membuat penggunanya tiada hari tanpa membuka media sosial. Padahal dalam masa perkembangannya dilingkungan tempat remaja berada sehari-harinya berusaha mencari identitasnya dengan bergaul dengan teman sebayanya. Saat *instagram* tengah ramai dengan akun anonim yang mengungkap sisi lain dari kehidupan para artis disebut juga sebagai akun gosip @lambe\_turah.

Seperti yang kita ketahui bahwa perempuanlah yang suka dengan berita-berita gosip seputar artis ,berita yang bisa dijadikan bahan untuk di perbincangkan bersama teman-teman atau lawan bicaranya. Menariknya ada juga remaja laki-laki yang mengikuti akun gosip lambe turah tersebut, biasanya para remaja laki-laki lebih dominan menggunakan media sosial yaitu untuk menyalurkan hobi atau minat misalnya yang berkaitan dengan fotografi, otomotif, *games*, seputar olahraga maupun info *gadget* terkini. Maka dari itu diambil lah remaja laki-laki berusia 18-25 dalam pemilihan informat tersebut.

b. Mahasiswa aktif Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.

Karena dalam bidang ilmu komunikasi di terapkan bahwa komunikasi yang di lakukan manusia berjalan diberbagai level komunikasi. Mulai dari komunikasi interpersonal, komunikasi intrapersonal, komunikasi publik, hingga komunikasi massa. Dalam bidang Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya, adanya *new media* telah di terapkan dan menjadi mata kuliah serta komunikasi berbasis internet bagaimana bijak menggunakan media sosial, tidak menciptakan ujaran kebencian, mensaring dulu sebelum menshearing informasi, karena dimedia sosial juga ada undang-undang yang mengatur yaitu UU-ITE. Dengan hasil observasi terlebih dahulu bahwa dari 2 Universitas yang ada di Sumatera Selatan, dengan Program Studi yang sama bahwa Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya lebih dominan men-follow akun *Instagram @lambe\_turah* tersebut maka dari itu peneliti memilih mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya menjadi informan dalam penelitian tersebut.

**Tabel 4**

**Rekapitulasi jumlah mahasiswa/mahasiswi Prodi Ilmu Komunikasi Kampus Palembang Angkatan 2013-2019**

<b>No.</b>	<b>Angkatan</b>	<b>L</b>	<b>P</b>	<b>Jumlah</b>
<b>1</b>	Angkatan 2013	46	49	95
<b>2</b>	Angkatan 2014	38	48	86
<b>3</b>	Angkatan 2015	36	64	100
<b>4</b>	Angkatan 2016	41	42	83
<b>5</b>	Angkatan 2017	44	60	104

<b>6</b>	Angkatan 2018	26	51	77
<b>7</b>	Angkatan 2019	47	73	120
<b>Jumlah</b>				<b>665</b>

*Sumber : Unsri.ac.id*

#### **F. Visi, Misi, logo & Tujuan Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya**



**Gambar 2 Logo Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya**

*Sumber: [www.fisipunsri.com](http://www.fisipunsri.com)*

Dasar pemikiran terbentuknya Program Studi Ilmu Komunikasi tidak terlepas dari perkembangan ilmu pengetahuan sebagai buah pikir manusia dalam mengaplikasikan di kehidupan. *“one cannot not communicate”*, aksioma komunikasi dari Paul Watzlawick menegaskan bahwa komunikasi secara filosofis telah berada dalam kehidupan manusia. Semakin deras arus informasi dan ketertarikan kebutuhan teknologi, menjadikan program studi ilmu komunikasi untuk terus berupaya menggabungkan aspek teoritis dan aplikatif.

Program Studi Ilmu Komunikasi dibentuk di bawah naungan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP) berdasarkan surat keputusan (SK) Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 195/E/O/2013 tanggal 21 Mei 2013

mengenai izin penyelenggaraan program studi ilmu komunikasi (S-1). Sedangkan universitas sriwijaya (Unsri) mengeluarkan SK izin Operasional Penyelenggaraan Progran studi Ilmu Komunikasi (S1) FISIP pada tanggal 15 Bulan April tahun 2013.

Program Studi Ilmu komunikasi berada di dua lokasi strategis yaitu; Kampus Utama Bukit besar Palembang dan kampus utama Unsri Indralaya. Pembukaan program studi Ilmu Komunikasi tahun 2013, dimulai di kampus Utama Bukit Besar Palembang melalui jalur masuk Ujian Saringan Masuk Universitas Sriwijaya. Tahun selanjutnya, Kampus Utama Unsri Indralaya Beroprasional melalui jalur Masuk Seleksi Bersama Masuk Perguran Tinggi Negeri (SBMPTN) Dan Seleksi Nasional Masuk Perguran Tinggi Negeri (SNMPTN).

**Visi :**

Menjadi program studi terkemuka dan berbasis riset yang unggul dalam disiplin ilmu komunikasi pada tahun 2025.

**Misi :**

1. Menyelenggarakan pendidikan tinggi di bidang ilmu komunikasi yang mapu menghasilkan lulusan yang memiliki integritas kepribadian yang luhur, bermoral dan taqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berwatak kebangsaan, berjiwa kepemimpinan, dan kompeten dalam bidang ilmu komunikasi.
2. Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan dalam bidang ilmu komunikasi yang berkualitas dan memiliki sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan, pembangunan daerah dan masyarakat.

3. Menyelenggarakan kegiatan pengabdian serta publikasi di bidang ilmu komunikasi yang bermakna tinggi bagi pembangunan daerah dan masyarakat.
4. Membangun jejaring dengan berbagai lembaga terkait baik bersifat kolaboratif maupun kemitraan berdasarkan prinsip-prinsip ilmiah, mandiri, dan manfaat bagi pengembangan kelembagaan, pembangunan daerah, dan masyarakat.

**Tujuan :**

1. Menghasilkan lulusan yang memiliki integritas kepribadian yang luhur, bermoral, dan taqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berwatak Kebangsaan, berjiwa Kepemimpinan, dan Kompeten dalam bidang Ilmu Komunikasi;
2. Menghasilkan penelitian dan pengembangan dalam bidang ilmu komunikasi yang berkualitas dan memiliki sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan, pembangunan daerah, dan masyarakat;
3. Mengembangkan kegiatan pengabdian serta publikasi dibidang ilmu komunikasi yang bermakna tinggi dan memberikan manfaat nyata bagi pembangunan daerah dan masyarakat;
4. Mengembangkan kolaboratif dan kemitraan dalam bidang ilmu komunikasi yang menghasilkan manfaat bagi pengembangan kelembagaan, pembangunan daerah dan masyarakat.

### **BAB III**

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **A. Motif Remaja laki-laki dalam mem-follow akun *instagram* @lambe\_turah**

Peneliti akan menjelaskan hasil penelitian yang telah digunakan berdasarkan teknik yang digunakan yaitu wawancara secara mendalam dengan beberapa narasumber yang telah dipilih berdasarkan karakteristik informan yang sudah ditentukan oleh peneliti serta wawancara langsung di Universitas Sriwijaya Program studi Ilmu Komunikasi dan dokumentasi untuk data tambahan yang mendukung penelitian.

Setelah mendapatkan hasil berupa data, wawancara dari observasi serta dokumentasi yang dilakukan peneliti, maka didiapatkanlah hasil penelitian mengenai motif remaja laki-laki dalam mem-follow akun *Instagram* lambe\_turah. Temuan hasil penelitian ini di dasari teori yang di gunakan yaitu teori fenomenologi Alfred Schutz. Motif adalah suatu dorongan yang membuat seseorang berbuat dan bertindak. Ketika seseorang melakukan tindakan sosial menurut Schutz dalam fenomenologi ada fase Motif, dalam fase motif itu sendiri terbagi menjadi dua yaitu motif sebab (*because of motif*) dan motif tujuan (*in oeder to motive*)

Motif sebab (*because of motive*) adalah yang melatarbelakangi seseorang melakukan tindakan berdasarkan pengalaman masa lampau. Setiap informan memiliki motif sebab yang berbeda-beda. Perbedaan ini di sebabkan karena adanya perbedaan karakteristik latar belakang masing-masing informan.

Sedangkan Motif tujuan (*on order to motive*) adalah mengacu kepada suatu keadaan dimasa mendatang dimana informan berkeinginan untuk mencapainya melalui beberapa tindakannya.

Sesuai dengan akun gosip @lambe\_turah di *instagram* disana ditemukan bahwa ada motif dimana para pengikutnya memiliki alasan dan motif yang kuat ketika memutuskan untuk menjadi *followers* dari akun gosip @lambe\_turah. Dengan demikian fenomenologi dapat diinterpretasikan secara luas sebagai sebuah implikatif kepada metode penelitian sosial. Pengaruh tersebut diantaranya menempatkan responden sebagai subjek yang menjadi aktor sosial dalam kehidupan sehari-hari.

### **1. Motif Sebab (*Because of motive*)**

Melatar belakangi seseorang melakukan tindakan berdasarkan pengalaman masa lampau. Setiap informan memiliki motif sebab yang berbeda-beda. Perbedaan ini di sebabkan karena adanya perbedaan karakteristik latar belakang masing-masing informan. Sesuai dengan akun gosip lambe turah bahwa disana ditemukan bahwa ada motif dimana para pengikutnya memutuskan untuk mem-*follow* akun gosip *instagram* @lambe\_turah tersebut.

Sesuai dengan yang diutarakan oleh Schutz bahwa fenomenologi adalah realitas, lalu peneliti menyadari bahwa fenomena akun gosip @lambe\_turah di *instagram* merupakan suatu hal yang dialami dan disadari serta merupakan sebuah realitas yang dialami oleh masyarakat dimana didalamnya terdapat banyak permasalahan yang seolah-olah ditimbulkan akibat kehadiran akun

gosip tersebut. Pernyataan ini senada dengan yang di samapaikan oleh informan yang pertama, yaitu Dimas Prasetyo.

“saya mem-*follow* akun itu karna seneng lihat akun gosip-gosip real menjadi kebutuhan hiburan buat saya karena saya suka lihat baku hantam di *online* senang melihat orang ribut-ribut di online dan akun ini sangat menjadi bahan hiburan mba bagi saya, trus infonya itu benr bukan Cuma nyinyir-nyinyir doang dan ketika saya bosan sering kali saya melihat akun *instagram* @lambe\_turah ini mulai dari konten dan caption nya itu itu menarik lucu juga walupun kebanyakan konten yang sering dipostingnya itu kebanyakan konten negatif tapi saya merasa terhibur”<sup>16</sup>.

Hasil dari wawancara informan pertama telah terlihat bahwa motif informan pertama mem-*follow* akun *instagram* ini suka dengan adanya baku hantam *online*/di *instagram* serta akun ini memang bukan sekedar nyinyir saja tapi info dari postingan akun @lambe\_turah itu memang benar, dan juga di setiap unggahan akun @lambe\_turah ini ada nilai *entertaint* nya, dimana nilai *entertaint* itu masuk dalam salah satu fungsi komunikasi. Pernyataan informan pertama senada dengan apa yang di katakan oleh informan kedua.

“alasan mem-*follow* akun @lambe\_turah ini karena keingin tahuan yang besar dan kuat, karena akun @lambe\_turah ini membahas artis-artis di Indonesia dari sisi yang lain, kalo di tv itu kan langung *statement to the point* kan langsung pencitraan yang baik sedangkan di @lambe\_turah sisi lainnya,dan idak menutup kemungkinan cowok itu seneng jugo gibah dan obrolan paling menarik kalu idak tentang teman sekelas, ataupun obrolan dari luar kek contohnya gosip artis dan segala macam atau mungkin yang lagi haip yang menjadi pemberitaan utama dimana-mana gitu dan cowo juga kepingin tau tidak hanya sekedar cewek sebagai penikmat senang apa yang di sajikan dengan akun lambe turah. Akun @lambe\_turah sudah terstearil tap dengan kata-kata gosip dan tidak ada yang bisa mengalahkan akun @lambe\_turah. Dan akun ini membantu untuk tidur lebih cepat sambil baca berita nya seru dan tinggal tidur, soalnya buka akun ini biasanya malam karena waktu kosong kadang malam”<sup>17</sup>.

---

<sup>16</sup> Wawancara bersama informan pertama. Sabtu.26-oktober-2018. Pukul 10.45 Wib

<sup>17</sup> Wawancara bersama informan kedua. Sabtu. 26-oktober-2018. Pukul 11.05 Wib

Didapatkan data dari hasil wawancara bersama informan kedua bahwa motif dalam mem-*follow* akun @lambe\_turah ini karena salah satunya keingintahuan yang kuat dan besar mengenai sisi lain artis ndonesia

Dengan setiap postingan akun gosip tersebut sesuai dengan pernyataan informan ke dua bukan hanya sisi baik arits aja yang terlihat di tv tapi dari akun *instagram* lambe\_turah ini juga kita bisa melihat sisi lain dari para artis tersebut, dan tidak menutup kemungkinan laki-laki juga suka gibah dan postingan dari akun *instagram* lambe\_turah ini juga bisa menjadi bahan dari pergibahannya itu sendiri. Pernyataan dari informan ke dua senada dengan informan ketiga yaitu, Aldika Gardana.

“pengen tahu karno di akun itukan banyak konten-konten yang menarik untuk di lihat dan diulas, trus pengen tau infulenser-influenser indonesia dan alasannya *follow* akun ini karno pemberitaan nyo lengkap terus cepat dari akun lain-lainnyo. Yang buat menarik juga dari konten atau bertia yang di postingnya itu kadang *screen shoot* dari *instagram* artis dan itu jadi bahan untuk di postingnya menurut akun itu menarik terus di tambah caption nyo jugo yang menyudutkan dengan menggunakan bahasanya dewek jadi kito biso cari langsung siapa yang lagi di beritakenya. Dari *instagram* @lambe\_turah itu juga kito bukan Cuma sekedar tau apo yang di sampke nyo melalui postingan tapi jugo biso terhibur dengan apo yang dipostingnyo karno netizen itu kadang banjir komentar jugo yang lucu-lucu di postingan akun @lambe\_turah itu”<sup>18</sup>.

Hasil dan data yang didapatkan setelah observasi langsung bersama informan ke tiga bahwa motif mem-*follow* akun *instagram* @lambe\_turah ini karena konte-konten akun ini menarik untuk dilihat dan di ulas dan mempunyai keingin tauan mengenai *influenser* di Indonesia dan karena pemberitaan dari unggahan akun ini lengkap & cepat di banding akun-akun lainnya. informan memaparkan bahwa

---

<sup>18</sup> Wawancara bersama informan ketiga. Sabtu. 26-oktober-2019. 11.25 Wib

bukan hanya sekedar tau informasi dari apa yang di posting tetapi juga informan ketiga ini merasa terhibur dengan melihat komentar-komentar lucu dari postingan akun @lambe\_turah.

@lambe\_turah murni menghibur. Ini sebagaimana kodrat media sosial yang bersifat menghibur. Jika media sosial tidak punya fungsi menghibur maka ia akan ditinggalkan masyarakat. Karena masyarakat memang suka hiburan dan media sosial menyediakannya. Tak jarang jika dalam politik sindiran yang bernada menghina bermunculan. Tujuannya apalagi jika bukan untuk menghibur, sesekali menyerang lawan-lawan politik.<sup>19</sup> pernyataan informan ketiga ketika wawancara sependapat dengan informan ke empat, yaitu Hanif.

“saya mem-follow akun @lambe\_turah ini karena akun ini memuat berita nya itu lebih cepat dan lengkap mba, lebih cepat dari pada akun-akun yang lain dan juga *up to date* informasi yang didialaminya itu bukan Cuma tentang yang viral-viral aja tapi juga lengkap. Dan berita masalah artis serta pelakor-pelakor itu adalah pemanis dari akun itu nah itu salah satu alasan saya mem-follow akun tersebut mba.”<sup>20</sup>.

Penjelasan dari informan ke empat mengenai motif yang mendorongnya untuk mem-follow akun *instagram* @lambe\_turah ini karena berita yang di muat dari akun @lambe\_turah ini lebih cepat dan lengkap dan informasi di dalamnya itu bukan cuma tentang yang viral-viral saja tapi juga lengkap. Informan juga mengatakan bahwa informasi mengenai artis dan pelakor-pelakor itu adalah pemanis dari akun *instagram* @lambe\_turah itu sendiri.

*Selective perception* adalah kecenderungan seorang individu yang secara sadar akan mencari informasi yang bisa mendorong kecenderungan dirinya (bisa

---

<sup>19</sup> Nurdin. Media sosial agama baru masyarakat milenial. Malang: intrans publishing, 2018. h 18

<sup>20</sup> Wawancara bersama informan keempat. Sabtu 26-oktober-2019. 13.01 Wib

pendapat, sikap atau keyakinan). Bisa dikatakan individu akan aktif mencari informasi yang bisa memperkuat keyakinan<sup>21</sup>. Yang dipaparkan informan keempat senada dengan informan ke lima, yaitu Panji

“untuk mendapatkan informasi yang lagi viral khususnya di dunia selebriti tanah air dan terus *followers* nya juga sudah banyak di banding akun-akun gosip yang lain. karena di akun itu cepat dan *up date* juga. Jadi *followers* akun ini yang *up date* tidak ketinggalan berita karena juga informasi yang dimuatnya itu lengkap. Karena ya lucu dan jadi bahan hiburan mba dan terus *followers* dari akun ini banyak mba *endorse* juga banyak jadi *followers* bisa liat-liat juga<sup>22</sup>.

Informan kelima memaparkan bahwa motif mem-*follow* akun @lambe\_turah ini untuk mendapatkan informasi yang viral khususnya di dunia selebriti tanah air, dan *followers* nya juga lebih banyak dari pada akun gosip lain serta informasi yang di muat dari akun tersebut cepat dan *up to date* informan kelima merasa tidak ketinggalan berita karena informasi yang di muatnya itu juga lengkap, dan informan menegaskan bahwa *endorse* dari akun @lambe\_turah ini sendiri banyak jadi infroman bisa meliha-lihat di *instastory* akun @lambe\_turah ini.

Karena setiap jenis media sosial berbeda dan sasaran segmentasi khalayak yang dibidik juga berbeda, perencanaan yang dilakukan juga akan berbeda-beda. Pengelola media sosial yang bisa disebut admin, mulai melakukan unggahan sesuai dengan yang telah direncanakan sebelumnya. Di sisi lain, jumlah komentar yang banyak pada suatu *post* merepresentasikan tingkat kesuksesan untuk dampak

---

<sup>21</sup> Ibid. h 26

<sup>22</sup> Wawancara bersama informan kelima. Sabtu. 26-oktober-2019. 13.25 Wib

karena kmentar membuat user meluangkan waktunya untuk menyampaikan pendapatnya<sup>23</sup>.

“aku *follow* akun @lambe\_turah ini seru menambah wawasan, akun lain juga menabuh wawasan tetapi akun @lambe\_turah itu mba paling *update*, terus jugo berita yang di posting nya itu kadang jadi bahan obrolan nian kalau kumpul samo kawan-kawan. Akun ini puncak dari akun\_akun gosip lainnya itu salah satu alasan aku jugo untuk *follow* akun ini. Terus yang pastinya manusio kan butuh dengan informasi. Senengnyo akun itu lengkap apo bae ado masalah yang lagi bumming lagi panas-panasnya tuh pasti selalu update dengan *captionnyo* yang menghibur *followers*, bahkan warga net yang kepo dengan akun itu”<sup>24</sup>.

Hasil wawancara bersama informan keenam di dapatkan data bahwa motif mem-*follow* akun @lambe\_turah ini karena seru dan jadi bahan obrolan serta menambah wawasan, dan akun ini paling *up date* serta, informan menegaskan bahwa merasa senang dengan kelengkapan informasi yang lagi bumming ataupun viral dan dengan *caption* yang menghibur *followers* bahkan netizen yang mempunyai rasa ingin tau dari isi akun\_lambe turah itu sendiri.

Tak dipungkiri, media sosial telah membawa sebuah rekayasa sosial di masyarakat. Media sosial tidak saja menginformasikan banyak, tetapi juga memobilisasi masyarakat rakyat untuk mendukung dan tidak mendukung kelompok tertentu ia bahkan masuk untuk merekontruksi pemikiran manusia<sup>25</sup>.

---

<sup>23</sup> Iswandi Syaputra. Depok: Rajawalipers. Media Relation. 2019. h 55

<sup>24</sup> Wawancara bersama informan kenam. Sabtu. 26-oktober-2019. Pukul 13.43 Wib

<sup>25</sup> Nurdin. Media sosial agama baru masyarakat milenial. Malang: intrans publishing, 2018. h 52

**Tabel. 5**  
**Motif remaja laki-laki dalam mem-follow akun *instagram***  
**@lambe\_turah**

No	Keterangan	Motif mem-follow akun <i>instagram</i> @lambe_turah
1.	Informan 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Senang dengan adanya perkelahian di media <i>online</i>, atau pun media sosial <i>instagram</i>.</li> <li>• Karena informasi dari akun @lambe_turah tidak hanya sekedar mengumbar aib seseorang, tetapi informasi dari akun tersebut benar adanya.</li> <li>• Membuat infroman merasa terhibur dengan adanya akun @lambe_turah tersebut.</li> </ul>
2.	Informan 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karena mempunyai rasa keingin tahuan yang besar dan kuat mengenai selebriti-selebriti tanah air yaitu dari sisi lainnya.</li> <li>• Karena unggahan dari akun @lambe_turah dijadikan bahan obrolan bersama teman-teman.</li> <li>• Akun @lambe_turah ini membantu untuk tidur cepat.</li> </ul>
3.	Informan 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karena dari konten yang di unggah akun @lambe_turah ini menarik berita yang di unggah dapat di untuk di bahas.</li> <li>• Adanya akun @lambe_turah ini sebagai akun yang pertama yang membahas pergosipan serta, mengunggah informasi cepat dan <i>up to date</i></li> <li>• Karena menjadi bagian dari hiburan</li> </ul>
4.	Informan 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karena unggahan dari akun @lambe_turah tergolong cepat dan lengkap serta didukung dengan informasi gosip mengenai seleberiti di Indonesia ataupun tanah air.</li> <li>• Karena dengan adanya <i>caption</i> yang menarik membuat penasaran serta tidak hanya datar seperti membaca koran.</li> </ul>
5.	Informan 5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karena untuk mendapatkan berita yang lagi hangat di perbincangkan khususnya informasi mengenai selebriti tanah air.</li> <li>• Karena pengikut dari akun <i>instagram</i> @lambe_turah ini tergolong banyak, di bandingkan dengan akun gosip yang lain.</li> <li>• Karena konten dari akun <i>instagram</i> @lambe_turah tersebut menghibur.</li> </ul>
6.	Informan 6	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karena untuk dijadikan sebagai bahan obrolan dari unggahan akun <i>instagram</i> @lambe_turah tersebut.</li> <li>• Karena unggahan @lambe_turah dijadikan suatu bahan obrolan serta dijadikan sebagai bahan untuk menceritakan bersama teman-teman.</li> </ul>

*Sumber:* Data Primer 2019

## 2. Motif Tujuan ( *in order to motive* )

Apa yang ingin dicapai seseorang yang melakukan sesuatu tindakan tertentu. Sesuai dengan akun gosip @lambe\_turah disana ditemukan bahwa dengan mem-follow @lambe\_turah informan merasa terhibur serta dengan konten negatif serta menarik dan caption yang disajikan oleh akun @lambe\_turah tersebut.

“akun @lambe\_turah itu akun negatif akun gubah,dari foto profil sudah mencitrakan bahwa akun itu akun nyinyir, saya tahu akun ini dari tahun 2018, saya memutuskan untuk *follow* akun ini tahun 2018 untuk kebutuhan hiburan,kebutuhan informasi samo berita viral. akun ini selalu menuai kontroversi dan akun ini sangat jadi hiburan buat saya karena saya suka melihat baku hantam di *online*, trus ribut-ribut kalo lagi ga ada kerjaan saya suka liat akun ini ,kalo lagi santai selalu buka akun dengan konten yang negatif penuh dengan informasi yang harus kito ketahui dan *caption* unik dengan menggunakan bahasa khasnyo dewek samo isi postingannyo itu dikemas buat mancing uong untuk *stalk* akun @lambe\_turah itu dewek mba”<sup>26</sup>.

Dari data yang di dapatkan hasil wawancara, pernyataan informan pertama mengenai konten dan *caption* bahwa konten akun @lambe\_turah ini adalah konten yang negatif tapi di dalamnya itu terdapat informasi yang harus kita ketahui, dan untuk *caption*nya unik dengan menggunakan bahasa khasnya lambe\_turah itu sendiri.

@lambe\_turah memang seperti dunia *entertainment*. Sifatnya hanya untuk menghibur semata. Dunia *entertainment* sebagai mana disajikan dalam televisi kebanyakan hanya berisi gosip para artis. Sebenarnya *entertainment* adalah orang tua lambe turah. Hanya saja @lambe\_turah ini muncul khas dalam media sosial, sementara artis dalam *entertainment* khas televisi meskipun infonya saja

---

<sup>26</sup> Wawancara bersama informan pertama. Sabtu.26-oktober-2018. Pukul 10.45 Wib

yakni sama-sama gosip bahkan bisa dikatakan sama-sama mengejar popularitas<sup>27</sup> hal ini sama seperti yang dikatakan informan kedua yaitu Tashim.

“akun @lambe\_turah yang dikenal orang itu sebagai pionir akun gosip di Indonesia ya karna yang mengawali pergosipan dan pergibahan di *Instagram*, tau @lambe\_turah itu sejak SMA, mem-follownya awal kuliah untuk kebutuhan hiburan, informasi yang cepat dan yang viral, karena hanya sebagai penikmat jadi ya senang dan terhibur apa yang disajikan akun @lambe\_turah dengan konten negatif yang menarik apa lagi ketika ia membahas tentang pelakor, *captionnya* itu tidak hanya datar dan juga sangat menghibur. Bagusnya @lambe\_turah itu membuat penikmat cari tahu sendiri yang lagi diberitakan itu siapa”<sup>28</sup>

Sebagai penikmat dari setiap postingan lambe\_turah itu membuat para *followers* nya kepo dengan apa yang di posting dari *instagram* lambe\_turah itu sendiri dan informan memaparkan jawabannya mengenai hasil wawancara bahwa caption dari akun lambe\_turah ini tidak hanya datar dan juga sangat menghibur kalau mengenai kontennya informan mengatakan konten negatif yang menarik apa lagi membahas tentang pelakor.

Bahwa untuk mengetahui isu publik, masyarakat tidak hanya cukup mengetahuinya dari media yang memberitakannya. Akan tetapi masyarakat dapat mengetahuinya dari seberapa penting isu tersebut mendapat sorotan dari media<sup>29</sup>. Pernyataan ini senada dengan apa yang di katakan pada saat proses wawancara berlangsung dengan informan ke tiga yaitu, Andika Gardana

“kalau mengenal akun @lambe\_turah ini udah lama, *stalking-stalking* dan merasa kepo trus langsung *follow* itu pertengahan tahun 2018, semenjak itu baco apo yang disajike langsung di *stalk* kareno besak raso pengen tau trus menariknya akun itu bukan cuma gosip baik, galo-galo yang viral itu setujunyo ado mba di akun @lambe\_turah tu, trus konten nyo itu menarik untuk di lihat dan di ulas *captionnyo* unik

---

<sup>27</sup> Nurdin. Malang: intrans Publishing. Media Sosial agama baru masyarakat milenial, 2018. h. 18

<sup>28</sup> Wawancara Bersama informan kedua. Sabtu. 26-Oktober-2018 Pukul 11.05 Wib

<sup>29</sup> Iswandi Syaputra. Depok: Rajawalipers. Media Relation. 2019. h. 12

dengan bahasa khas @lambe\_turah. Terus @lambe\_turah tu sebagai pelopor akun gosip di *instagram* dan jugo lebih sering di Mansion uong *followersnya* banyak. Bagusnya @lambe\_turah ini apo-apo selalu cepet, ado yang viral dikit dio yang paling pertamo.”<sup>30</sup>

Hasil wawancara dari informan ke tiga, akun @lambe\_turah ini salah satu pelopor dari akun gosip lainnya di *instagram*. Dengan pembawaan informasi dan konten yang dikemas agar membuat netizen penasaran serta tertarik dengan isi postingan yang di *update* nya, dan bukan hanya itu akun @lambe\_turah ini mempunyai ciri khas dengan bahasa uniknya serta caption yang menghibur para *followers* di akun @lambe\_turah itu sendiri. hasil wawancara informan ketiga, hampir sama dengan informan ke empat, Hanif Subrata

“sejak mulai lucinta luna heboh, nah itu galak muncul di *explor instagram* bertia-berita nyo muncul yang paling sering @lambe\_turah itu yang unggahan akun terkait dengan lucinta luna itu, dari sejak itu awal nyo tau akun itu dan langsung mem-*follow* nyo mba, kalo dari pandangan aku akun itu akun negatif yang suka buka aib orang, dan jugo berita-berita nyo tuh memicu konflik di antara netizen,kalo untuk konten dari @lambe\_turah ini yang menarik khususny kalo dari aku itu masalah arits dunia *entertaint*. Gosip hangat masalah artis itu bisa kita ketahui.dengan bahasa khas dio itu bikin kito yang baco *caption* dari setiap unggahannyo itu ngeseli ngakak jugo trus buat kito tu nebak-nebak maksudnyo apo.menariknya akun ini *caption* nyo itu idak flat buat yang pembaca nyo itu terhibur jugo idak flat bae cak kito baco koran”<sup>31</sup>

Penegasan *caption* akun @lambe\_turah sebagai pelempar isu dicerminkan pula melalui pola unggahan yang cenderung tidak memuat prinsip 5W+1H sebagai narasi dalam caption di hampir seluruh konten yang diunggah. Akun @lambe\_turah juga menggunakan *emoticon* sebagai bagian dari konten

---

<sup>30</sup> Wawancara bersama informan ketiga. Sabtu pukul. 26-Oktober-2019. Wib 11.25

<sup>31</sup> Wawancara bersama informan ke empat. Sabtu. 26-oktober-2018. 13.01 Wib

yang diunggah guna memperkuat kesan santai, kasual, dan lebih dekat dengan netizen. Sebagaimana media infotainment pada umumnya, pokok bahasan yang kerap disampaikan dalam unggahan konten @lambe\_turah berpusat pada kehidupan selebriti dan figur publik”<sup>32</sup>.

“semenjak ada pilpres kemarin ingin tahu informasi berita-berita viral pada saat itu mem-follow akun *instagram* @lambe\_turah, akun @lambe\_turah ini selalu muncul di *explor instagram*, dan kata-kata dari *caption* juga menarik minat baca yang melihat unggahan dari akun *instagram* @lambe\_turah itu soalnya setiap *caption* nya itu menarik dan buat netizen banyak yang berkomentar juga. Di @lambe\_turah itu berita-berita nya itu lengkap dari. Terus juga @lambe\_turah ini kontennyo tidak memihak dia real yang di berikan informasi, serta yang lagi viral khususnya di Indoensia ini. Menarik dari akun ini jugo dari profil nyo sudah nunjuke kalo akun @lambe\_turah itu akun nyiyir. Lemak nyo itu tinggal buka bae akun @lambe\_turah ini kito sudah biso tau apo-apo bae berita yang update di Indonesia, walupun kito la behari-hari idak nonton tv mba”<sup>33</sup>.

Sesuai dengan yang dipaparkan informan kelima Sejak menjelang pilpres informan tersebut ingin tau mengenai berita-berita viral karena itu memutuskan untuk memfollow akun @lambe\_turah ini. Karena konten yang diposting itu lengkap dan kontennya itu tidak memihak dan real memberikan informasi khususnya di Indonesia terkait dengan *caption* juga menarik minat baca.

Ketertarikan netizen terhadap akun @lambe\_turah sebagai media infotainment di media sosial diyakini dipengaruhi oleh faktor kemudahan akses dan interaktivitas antarpengguna. Selain itu, informasi yang disampaikan dalam konten unggahan selalu tersimpan dalam akun sehingga netizen dapat

---

<sup>32</sup> Nunung prajaro. Netizen dan infotainment Studi Etnografi Virtual pada akun *instagram* lambe\_turah. 2018. h. 38.

<sup>33</sup> Wawancara bersama informan kelima. Sabtu. 26-Oktober-2019. 13.25 Wib

mengaksesnya kapan saja, berbeda dengan siaran televisi yang terjadwal secara rinci.<sup>34</sup>

“sejak SMA aku udah mengenal akun ini akun *instagram* yang update, jadi dengan muda biso tau tentang selebriti-selebriti di Indonesia, karena marketnya akun itu nyiyir. Dengan profil *instagram* dan bio *instagramnya* itu ada gambar bibir dan gosip adalah fakta yang tertunda menarik dan sesuai samo setiap postingan dari akun @lambe\_turah dan di setiap postingan akun *instagram* nyo jugo aku ngeraso terhibur mba dengan komentar-komentar *followers* yang lain. Dan terus kontennyo itu kebanyakan memang negatif tapi itu seru malah buat tambah kepo, disertai dengan *captionnyo* yang lucu mendukung nian”<sup>35</sup>.

Penjelasan informan mengenai akun *instagram* @lambe\_turah ini tentunya berbeda-beda dari informan pertama hingga informan keenam. Sebagaimana telah di samapaikan sebelumnya melihat dari hasil wawancara dari informan pertama hingga wawancara ke informan keenam akun @lambe\_turah ini menghibur dan berkonten negatif serta suka nyiyir memposting informasi desas desus yang viral di tanah air ini dengan cepat dan terkait dengan *caption* dari hasil observasi/wawancara bersama informan bahwa *captionnya* itu unik dan menarik dengan kekhasan dari bahasa @lambe\_turah itu sendiri .

@lambe\_turah memang berasal dari media sosial (medsos), Tetapi @lambe\_turah bisa menggambarkan kehidupan masyarakat kita saat ini. Bahkan lambe-@lambe\_turah akan terus bermunculan pada masa yang akan

---

<sup>34</sup> Ibid. h 40.

<sup>35</sup> Wawancara bersama informan keenam. Sabtu . 26-oktober-2019. 13..45 Wib

datang, apalagi menjelang pemilihan kepala daerah (pilkada) serentak dan pemilihan presiden (pilpres)<sup>36</sup>

**Tabel. 6**  
**Tujuan remaja laki-laki terhadap caption dan konten akun *instagram* @lambe\_turah**

No.	Keterangan	Tujuan remaja laki-laki terhadap akun <i>instagram</i> @lambe_turah
1.	Informan 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agar bisa melihat perkelahian di <i>online</i> khususnya di media sosial <i>instagram</i></li> <li>• Agar mendapatkan informasi yang benar dan cepat.</li> <li>• Agar mendapatkan hiburan dari konten yang di sajikan</li> </ul>
2.	Informan 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agar mendapatkan informasi mengenai sisi lain dari selebriti tanah air.</li> <li>• Untuk mendapatkan hiburan dari konten yang disajikan dari akun <i>instagram</i> @lambe_turah</li> <li>• Karena untuk membantu tidur cepat.</li> </ul>
3.	Informan 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agar untuk mendapatkan informasi yang cepat <i>up to date</i> serta informasi yang membahas pergosipan di tanah air.</li> <li>• Agar mendapatkan hiburan dari konten yang di unggah</li> </ul>
4.	Informan 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agar mendapatkan informasi yang cepat dan lengkap serta di dukung dengan informasi gosip mengenai selebriti di Indonesia ataupun tanah air.</li> </ul>
5.	Informan 5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agar mendapatkan berita yang lagi hangat di perbincangkan khususnya informasi mengenai selebriti tanah air.</li> <li>• Karena mendapat hiburan dari konten yang di unggah akun <i>instagram</i> @lambe_turah</li> </ul>
6.	Informan 6	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agar mendapatkan bahan obrolan dari konten dan <i>caption</i> yang di sajikan oleh akun @lambe_turah.</li> </ul>

Sumber: Data Primer 2019

<sup>36</sup> Nurdin. Media sosial agama baru masyarakat milenial. Malang: intrans publishing, 2018. h. 15

## **B. Deskripsi Pelaksanaan Penelitian**

Peneliti menetapkan beberapa kriteria dan syarat tertentu untuk dijadikan sebagai informan yakni, mahasiswa aktif di Universitas Sriwijaya Program sStudi Ilmu Komunikasi dan telah mem-*follow* yang telah mejadi *followers* akun *instagram* @lambe\_turah, serta remaja laki-laki berusia 18-25 tahun. Informan dalam penelitian ini pemilihan sample berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut-pautnya dengan karakteristik yang telah ditentukan sebelumnya. Dapat di simpulkan bahwa informan yang terpilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan peneliti. Wawancara dilakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan untuk mejawab rumusan masalah dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan alat perekam dalam proses wawancara agar wawancara dilakukan dengan cepat dan hasil dari wawancara tersebut dapat tersimpan dengan baik.

Selama melakukan proses penelitian, peneliti memperoleh data dari informan yang berasal dari Program Studi Ilmu Komunikasi yang berbeda-beda angkatan maka dapat diharapkan agar memberikan data yang lebih lengkap mengenai Motif remaja laki-laki dalam mem-*follow* akun *instagram* lambe\_turah tersebut. Profil mengenai informan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel. 7**  
**Profil Informan**

No.	Nama	Jurusan	Angkatan	Mulai mem-follow
1.	Dimas prasetyo	Ilmu Komunikasi	2016	2018
2.	M. Tashim	Ilmu Komunikasi	2016	2018
3.	Panji pangestu	Ilmu Komunikasi	2018	2019
4.	Hanif subrata	Ilmu Komunikasi	2018	2017
5.	Aldika Gardana	Ilmu Komunikasi	2018	2018
6.	M. Nur arifki	Ilmu Komunikasi	2019	2017

*Sumber: Data Primer 2019*

### C. Pembahasan

Akun *Instagram* @lambe\_turah sudah berhasil menarik atensi publik dengan unggahan kontennya berupa pemberitaan infotainment seputar selebritis tanah air yang condong menggiring opinik publik ke arah negatif. Sehingga, akun *Instagram* @lambe\_turah menjadi salah satu akun gosip atau yang lebih halusya disebut sebagai salah satu akun berita infotainment teraktual di *Instagram* yang paling banyak diikuti di *Instagram*. Mahasiswa merupakan salah satu pengguna dan pengikut aktif terbesar di akun *Instagram* @lambe\_turah hal ini terbukti didasari oleh hasil survey dari *Taylor Nelson Sofres* (TNS) yang membuktikan bahwa mahasiswa sebagai kaum muda pengguna terbesar *Instagram*.

Mahasiswa Universitas Sriwijaya Prodi Ilmu Komunikasi yang mem-follow akun *Instagram* @lambe\_turah tentunya mempunyai beragam motif yang mendasari mereka sebagai pengikut akun *Instagram* @lambe\_turah Mengingat, konten yang disebarakan oleh akun *Instagram* lambe\_turah adalah konten negatif dengan caption yang menarik dan menghibur. Selain itu, mahasiswa Universitas

Sriwijaya Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai pengikut akun *Instagram* @lambe\_turah untuk itu peneliti telah mewawancarai enam orang informan dimana keenamnya adalah mahasiswa di Universitas Sriwijaya yang menjadi pengikut di akun *Instagram* @lambe\_turah wawancara telah selesai dilakukan dan telah didapatkan jawaban dari seluruh informan.

Setelah mendapatkan hasil wawancara dari informan pertama, kedua, ketiga, keempat kelima hingga keenam peneliti merasa bahwa data yang didapatkan sudah jenuh dan tidak ada lagi hal baru yang peneliti dapatkan sehingga penelitian dihentikan sampai pada informan keenam. Hasil wawancara keenam informan telah dipaparkan dan peneliti menganalisis motif apa yang mendasari kelima informan sehingga mereka menjadi pengikut akun *Instagram* @lambe\_turah serta bagaimana pandangan remaja laki-laki terhadap konten dan *caption* dari postingan akun *instagram* @lambe\_turah.

Pada penelitian ini hal tersebutlah yang ingin dikaitkan dengan motif. Motif apa yang sebenarnya mendasari remaja laki-laki/ mahasiswa untuk mengikuti akun *Instagram* @lambe\_turah mengingat konten yang diunggah akun *Instagram* @lambe\_turah adalah konten negatif. Dan karena dalam penelitian ini cakupan subjek peneliti penting untuk mengetahui motif apa yang sebenarnya mendasari remaja laki-laki Universitas Sriwijaya Program Studi Ilmu Komunikasi dalam mem-*follow* akun gosip di *instagram* @lambe\_turah.

Keenam informan justru mengakui bahwa mereka mem-*follow* akun *instagram* @lambe\_turah didasari oleh dua motif yaitu motif sebab (*because of motive*) dan motif tujuan (*in order to motive*). Dari hasil wawancara atau pun

observasi keenam informan motif yang dipaparkan berbeda-beda, dan salah satunya karena kebutuhan akan informasi dan hiburan.

Menurut keenam informan, meskipun konten yang diunggah oleh akun *instagram* adalah konten negatif, namun berita yang dikemas oleh akun *instagram* @lambe\_turah adalah jenis informasi ringan yang menghibur serta konten yang disajikan juga menarik. Masing-masing dari informan memiliki kadar rasa terhibur yang berbeda tergantung dari unggahan konten yang mereka sukai.

Maka peneliti menyimpulkan bahwa kelima informan mengikuti akun *instagram* @lambe\_turah karena didorong oleh Motif Sebab (*because of motif*). Akun *instagram* @lambe\_turah memberikan hiburan kepada keenam informan meski unggahan kontennya adalah pemberitaan infotainment yang bersifat negatif namun pada realitanya keenam informan justru merasa terhibur terhadap unggahan.

Sehingga, peneliti menyimpulkan bahwa keenam informan yang mengikuti akun *instagram* juga didorong oleh motif sebab karena melihat dari konten dan *caption* dari akun tersebut menghibur dan lengkap serta *up to date* setelah itu informan juga didorong dengan motif tujuan (*in order to motive*) memutuskan mem-*follow* akun *instagram* @lambe\_turah tersebut agar tetap melihat dan update mengenai konten dan *caption* yang di posting akun @lambe\_turah tersebut.

Keenam informan pengikut akun *instagram* @lambe\_turah tentunya mempunyai pemenuhan kebutuhan yang dicapai akan akun tersebut. Keenam informan mengaku mendapatkan pemenuhan kebutuhan akan informasi seputar berita infotainment yang membahas selebritis tanah air yang sedang viral di

masyarakat dan hiburan serta mendapatkan bahan pergibahan, menambah wawasan, dan kesenang akan melihat baku hantam di *online*.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN & SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Hasil penelitian kualitatif dengan menggunakan metode wawancara yang mendalam dengan enam informan yang dilakukan peneliti di Universitas Sriwijaya program studi Ilmu Komunikasi, mengenai Motif remaja laki-laki dalam mem-*follow* akun *instagram* @lambe\_turah (Kajian Psikologi komunikasi terhadap mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Sriwijaya).

Kesimpulan yang didapat diungkapkan oleh peneliti berdasarkan data ditemukan dari landasan teori Fenomenologi Alfred Schutz mengenai Motif remaja laki-laki dalam mem-*follow* akun *instagram* @lambe\_turah (Kajian Psikologi komunikasi terhadap mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya).

Motif yang mendasari remaja laki-laki dalam mem-*follow* akun *instagram* @lambe\_turah ini tentunya berbeda-beda, karena mengingat yang disebar oleh akun *instagram* @lambe\_turah adalah konten negatif dengan *caption* yang menarik serta menghibur. Keenam informan justru mengakui bahwa mereka mem-*follow* akun *instagram* @lambe\_turah didasari oleh dua motif yaitu motif sebab (*because of motive*) dan motif tujuan (*in order to motive*). Dari hasil wawancara atau pun observasi keenam informan, motif yang dipaparkan berbeda-

beda, Mulai dari Senang melihat perkelahian di media *online*, mempunyai rasa keingin tahuan yang kuat dan besar mengenai sisi lain dari selebriti yang ada di Indonesia, untuk dijadikan hiburan, konten yang disajikan untuk dijadikan bahan obrolan, kebutuhan akan informasi yang viral, cepat dan lengkap.

## **B. SARAN**

### 1. Bagi Mahasiswa/Remaja laki-laki

Peneliti mengharapkan bagi Mahasiswa/Remaja laki-laki untuk tetap bijak dalam menggunakan media sosial dan tidak terpengaruhi dari konten negatif yang disebar di media sosial/media *online*.

### 2. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan adanya perubahan karakter laki-laki yang bukan hanya menyukai games, otomotif bahkan sport tetapi ada juga yang menyukai gosip/bergibahan di media sosial karena akses melalui media sosial mudah untuk di dapatkan, serta tambahan informasi ilmiah mengenai motif dan pandangan remaja laki-laki dalam mem-*follow* akun gosip yang ada di media sosial.

### 3. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat dilakukan penelitian lain yang membahas mengenai pengaruh akun @lambe\_turah namun dengan informan yang berbeda ruang lingkup dan keadaan yang berbeda. Misal pada anak remaja awal yang masih rentan dalam menggunakan media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Pramiyanti Alia, dkk, *motif remaja dalam menggunakan Media baru*.  
Vol. VI, No 2 Tahun 2014, h. 100
- Anggita, 2019 *Media Sosial paling banyak digunakan*,  
<https://www.kompasiana.com> Di akses 10 juli 2019, pukul 12.09 WIB
- Ayu, *Selalu bisa update gosip setiap hari, begini cara kerja akun lambe-lambe  
diinstagram* <https://www.boombastis.com> di akses pada tanggal 9 juli  
2019 pukul 01.08
- Juditha Christiany, 2018, *Hegmoni Media Sosial Akun Instagram  
@Lambe\_Turah*. Jurnal Penelitian Komunikasi Vol. 22 No.1.
- Farid Muhammad, dkk, 2018, *Fenomenologi dalam Penelitian Ilmu  
sosial*, Jakarta, Perandamedia Group
- Rakhmat Jalaludin, M.Sc. 2008, Psikologi Komunikasi, Bandung. Rosdakarya
- Iswandi Syaputra iswandi, 2019. *Media Relation*. Depok: Rajawalipers.
- Jumlah penggunaan internet 2017 Meningkat  
<http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/12640> Di akses 10 juni 2019  
pukul 11.12 WIB
- Nurdin, 2018, *media sosial agama baru masyarakat milenial*, Malang,  
intrans Publishing
- Nurdin. Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016
- Nasution, Chairunissa.2018, *motif penggunaan akun instagram @lambenyiyir*

dalam pemenuhan kebutuhan mahasiswa Universitas Sumatera Utara.

Prajarto, Nunung, 2018, Netizen dan Infortaiment: Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram @Lambe\_turah. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 15 No. 1.

W. Littlejhon Stephen, 2009, Teori Komunikasi, Jakarta, Salemba Humanika.

Yuliani Sri, perbedaan *Gander dalam Penguasaan bahasa di padang dari Perspektif psikologi pendidikan*. Jurnal ilmiah pendidikan Vol. XIII No. 1, Thn 2013

Oktafanisa Ulzyana, 2018, Akun Gosip Lambe turah di *Instagram* pada Masyarakat Kota Bandung.

Rahmat Pupu Saeful, 2009, *Penelitian Kualitatif*, Equilibrium.

Yhantirarita, *Kategori Umur Menurut Depkes*

<https://www.google.com/amp/s/yhantiaritra.wordpress.com/2015/06/03>.

Di akses 10 juni pukul 11.27 Wib

## PEDOMAN WAWANCARA

1. Apa yang membuat anda mengenal akun *instagram* lambe\_turah ?
2. Apakah menurut anda profil akun *instagram* lambe\_turah mencitrakan konten yang diunggahnya ?
3. Apa yang membedakan lambe\_turah dengan akun gosip lain yang ada di *instagram* ?
4. Apakah menurut anda profil akun *instagram* lambe\_turah menarik ?
5. konten apa yang paling mempengaruhi anda ?
6. Apakah anda pernah melakukan interaksi ke sesama netizen pengikut akun *instagram* lambe\_turah ?
7. Pernahkah anda terpengaruh atas konten yang diunggah oleh akun *instagram* lambe\_turah ?
8. Seperti apa sebab yang mendorong anda untuk mem-follow akun *instagram* lambe\_turah ?
9. Apa tujuan anda mem-follow akun *instagram* lambe\_turah ?
10. Hal apa yang anda dapatkan setelah mem-follow akun *instagram* lambe\_turah ?
11. Sebagai pengguna akun *instagram* apakah anda memberikan like, share ataupun comment di akung *instagram* lambe\_turah ? kemudian, seberapa aktifkah anda dalam memberikan like, share ataupun comment tersebut ?
12. Bagaimanakah reaksi anda ketika anda melihat unggahan akun *instagram* lambe\_turah adalah konten negatif ?

13. Bagaimana tanggapan anda mengenai akun *instagram* lambe\_turah secara keseluruhan ?
14. Apakah setelah melihat konten yang ada di *instagram* lambe\_turah, anda merasa terhibur ?
15. Apakah setelah menjadi pengikut akun *instagram* lambe\_turah anda merasa kebutuhan informasi dan kebutuhsn sosial media anda terpenuhi ?



Gambar 3. Wawancara bersama Informan Pertama



Gambar 4. Wawancara bersama informan Kedua



Gambar 5. Wawancara bersama informan Ketiga



Gambar 6. Wawancara bersama informan Keempat



Gambar 7. Wawancara bersama informan Keenam



Gambar 8. Wawancara bersama Informan Ketujuh



Gambar 9. Unggahan akun lambe\_turah



Gambar 10. Unggahan akun *instagram* lambe\_turah



Gambar 11. Unggahan akun *instagram* lambe\_turah



Gambar 12. Unggahan akun *instagram* lambe\_turah