

STUDI MOTIF PENGGUNAAN INSTASTORY PENGURUS KINESIK PERIODE 2015-2016

Devi Rianti Lestari^{1*}

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tadulako, Indonesia
Jln. Soekarno Hatta Km. 9 Kota Palu Sulawesi Tengah.

*Email: deviilestary29@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui motif penggunaan fitur *Instastory* dalam Akun Media Sosial *Instagram* pada komunitas Intektual Mahasiswa Ilmu Komunikasi Periode 2015-2016 menggunakan teori motif penggunaan media milik Papacharissi dan Rubin yaitu Motif *Utility*, Motif *Passing Time*, Motif *Seeking Information*, Motif *Convenience* Dan Motif *Entertainment*. Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe deskriptif kualitatif. Dasar penelitian pada penelitian ini adalah studi kasus dengan jumlah informan sebanyak 6 orang, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yakni reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan atau verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, motif penggunaan fitur *Instastory* pada mahasiswa ilmu komunikasi meliputi: (a) Motif *Utility* dimana fitur *Instastory* digunakan sebagai alat untuk mengekspresikan diri, mengekspos kegiatan sehari-hari, membagikan informasi, mencari hiburan bahkan sebagai alat untuk mendukung kehidupan sosial para penggunanya dalam bentuk interaksi seperti mengirim pesan, berkomentar, berkirim foto maupun video untuk saling berukar pendapat. (b) Motif *Passing Time* pengguna memanfaatkan fitur *Instastory* untuk mengisi waktu luang dengan membagikan moment lucu saat berkumpul bersama teman-teman, saat ada kegiatan, saat liburan, bermain game, *upload* musik, atau hanya sekedar melihat *story* pengguna lain. (c) Motif *Seeking Information* dimana fitur *Instastory* digunakan untuk mencari informasi tentang ekonomi, politik, kehidupan artis, fenomena yang terjadi serta berita terkini dan aktual (d) Motif *Convenience* dimana Informan memanfaatkan fitur *Instastory* sebagai alat penyaluran emosi dengan tujuan melapaskan diri dari permasalahan yang sering terjadi dengan cara mengupload foto, video, *game* atau *quotes* agar dapat menghubungkan ke sesama penggunaannya sehingga memungkinkan mengatasi permasalahan yang ada. (e) Motif *Entertainment* dimana mahasiswa memanfaatkan fitur ini untuk menghilangkan kebosanan dan kejenuhan dengan memanfaatkan fitur *boomerang*, *superzoom*, *face filter* atau fitur lainnya untuk sekedar menghibur diri.

Kata Kunci : Motif; Instagram; Instastory

Submisi : 17 Januari 2019

Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi massa kini menyuguhkan media komunikasi yang semakin variatif. Dahulu kita hanya mengenal media komunikasi tradisional, seperti radio, televisi, dan media cetak. Seiring dengan perkembangan

zaman, kebutuhan manusia akan informasi menyebabkan semakin meningkat pula perkembangan teknologi dalam hal pemenuhan kebutuhan akan informasi. Kemajuan dibidang teknologi informasi serta komunikasi sekarang ini, dunia tidak lagi mengenal batas, jarak, ruang dan waktu. Sebagai contoh kini orang dapat dengan

mudah memperoleh berbagai macam informasi yang terjadi di belahan dunia tanpa harus datang ke tempat tersebut.

Orang dapat berkomunikasi dengan siapa saja di berbagai tempat di dunia ini, hanya dengan memanfaatkan seperangkat komputer yang tersambung ke internet atau yang biasa kita kenal dengan media baru. Kebutuhan dan kepuasan yang berbeda-beda dalam penggunaan media komunikasi tersebut menyebabkan komunikasi dipaksa berkembang lebih cepat. Akhirnya media baru bermunculan dan berkembang di antara media lainnya. Seperti yang diketahui, internet (interconnection networking) merupakan bentuk konvergensi dari beberapa teknologi penting terdahulu, seperti komputer, televisi, radio dan telepon (Bungin, 2006:135).

Pemanfaatan internet mengalami perkembangan yang sangat pesat. Media internet tidak lagi hanya sekedar menjadi media komunikasi semata, tetapi juga sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari dunia bisnis, industri, pendidikan, kesukaan, dan pergaulan sosial. Khususnya pada jejaring sosial yang pertumbuhannya sangat meningkat. Jejaring sosial atau lebih dikenal dengan media sosial ini adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari hubungan kesamaan sosialitas seperti visi, ide, teman, keturunan dan lain-lain baik yang dikenal sehari-hari maupun yang baru dikenal. Jejaring sosial atau media sosial yang marak belakangan ini seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path, Line, Youtube, Skype, dan Google+ adalah produk teknologi media baru yang kini sedang digemari banyak kalangan.

Jejaring sosial kini bisa dimanfaatkan lebih jauh. Tidak hanya untuk memberi kabar tentang keberadaan saja, lebih dari itu jejaring sosial kini sudah bisa

digunakan sebagai sarana pengganti kehidupan kita di dunia maya. Seperti mengirim pesan, berkomentar terhadap pesan orang lain, menjalin pertemanan, mencari pasangan, berkirim foto, ruang untuk saling tukar pendapat dan lain sebagainya. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia Instagram menjadi salah satu media sosial yang banyak diminati oleh masyarakat setelah media sosial facebook, aplikasi ciptaan Kevin Systrom ini mampu menarik perhatian penggunanya dari berbagai usia. Tidak hanya anak remaja saja yang menggunakan aplikasi ini, namun anak kecil, orang tua, artis hingga pejabat negara pun menggunakan aplikasi Instagram. Adapun fitur yang ditawarkan oleh Instagram adalah berbagi foto dan video ke sesama pengguna, bukan hanya itu kini Instagram telah menghadirkan fitur Stories atau biasa disebut dengan Instastory yaitu singkatan dari Instagram story.

Instagram Story adalah jaringan sosial berinovasi baru, dimana Story ini didalamnya memiliki fitur yang memungkinkan pengguna mengirim foto dan video yang menghilang setelah 24 jam, selain itu ada fitur tambahan yaitu Live, Boomerang dan Rewind pada Instastory. Menurut data DAU (Daily Active User) Pada saat ini, jumlah pengguna harian Instastory terus mengalami peningkatan sejak meluncur pada Agustus 2016. Fitur ini pada Januari 2017 memiliki 150 juta pengguna aktif harian, hingga akhirnya dalam waktu enam bulan berhasil menembus angka 250 juta. Sedangkan total pengguna Instagram saat ini sudah mencapai 700 juta akun dan di Indonesia telah mencapai 22 Juta pengguna. (www.statista.com)

Penggunaan Instagram akan terus meningkat setiap bulannya yang juga membuktikan bagaimana jejaring sosial Instastory di Indonesia saat ini menjadi fenomena trend terkini. Seperti fenomenanya sekarang ketika hendak melakukan sesuatu seperti halnya makan, para pengguna akan mengambil gambar makanan tersebut lalu mengupload foto makanan itu ke Instastory. Tidak hanya sekedar tempat mengupload foto dan video saja, berbagai bentuk bisnispun dapat dikembangkan melalui aplikasi ini. Biasanya online shop memanfaatkan fitur Instastory untuk mempromosikan produknya. Selain itu, aplikasi ini juga mampu melahirkan selebritis Instagram atau yang sering disebut dengan Selebgram. Bahkan tidak jarang pula Instagram dijadikan salah satu tempat untuk menghujat seseorang.

Fenomena inilah yang kerap kali kita lihat pada orang-orang disekitar kita. kecenderungan untuk selalu tampil dimedia sosial yakni Instagram membuat masyarakat sekarang khususnya kalangan remaja menjadi candu untuk terus megupload foto-foto atau video mereka dan menunjukkan aktifitas mereka kepada pengguna Instagram lainnya, dengan begitu mereka akan merasa dapat diterima di lingkungan sosial tanpa perlu berinteraksi secara langsung. Rasa ingin untuk terus mencari jati diri dan eksis di lingkungan sosial, membuat aplikasi Instagram ini menjadi salah satu aplikasi yang hits dan di anggap paling ampuh sebagai ajang eksistensi diri. Berawal dari kepopuleran media tersebut akhirnya memunculkan motif penggunaan media dari masing-masing pengguna akun tersebut seperti kebutuhan untuk mendapat informasi, kebutuhan hiburan, interaksi sosial dan identitas diri.

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Endzico Januar Tanasa, 2015. Studi Kualitatif Motif & Kepuasan Penggunaan Foto Selfie Dalam Akun Instagram. Permasalahan dari penelitian ini ialah ingin mengetahui motif dan kepuasan pengguna foto selfie dalam akun Instagram. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman seseorang tentang definisi foto selfie maka dapat membuat orang tersebut memiliki motif dalam melakukan foto selfie. Dimulai dengan motif identitas pribadi dan motif hubungan personal dengan melihat dari analisis level teks didapat kategori foto selfie yang menonjokan wajah, tubuh, pakaian, karakter, peran, hubungan dengan keluarga, hubungan dengan teman dan hubungan dengan pacar. Penelitian ini melihat kepuasan penggunaan foto selfie dalam akun Instagram dengan teori yang di cetuskan Sven Widhl yang membagi kepuasan menjadi 3 yaitu sebelum-saat-sesudah penggunaan foto selfie. Persamaan dari penelitian terdahulu dan sekarang ialah meneliti motif penggunaan sosial media, sedangkan perbedaanya, penelitian terdahulu meneliti tentang penggunaan foto selfie sedangkan penelitian sekarang meneliti tentang penggunaan fitur Instastory.

Hasil penelitian lainnya Latifa Kadir, 2014. Motif Remaja Terhadap Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook (Siswa SMK Negeri 7 Samarinda). Permasalahan dari penelitian ini ingin mengetahui motif seluruh responden baik laki-laki maupun perempuan siswa SMK Negeri 7 Samarinda dalam menggunakan jejaring sosial facebook. Peneliti menggunakan empat kategori motif yaitu Motif informasi, Motif identitas pribadi, Motif integrasi dan interaksi sosial dan Motif hiburan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif menggunakan metode

penelitian survei, menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Yamane, maka menjadi 75 sampel dari jumlah siswa populasi 312 siswa SMK Negeri 7 Samarinda sebagai sumber data, penyebaran kuesioner pada siswa kelas XII (duabelas) yang berusia 16-18 tahun. Data dikumpulkan melalui buku-buku, referensi yang ada hubungannya dengan penulisan ini dan penelitian lapangan. Teknik analisis data menggunakan distribusi frekuensi dengan menghitung frekuensi data tersebut kemudian dipresentasikan dan juga menggunakan rumus mean (nilai rata-rata) untuk menarik kesimpulan dari keempat motif tersebut. Kesimpulan yang didapat dari penelitian yang menggunakan rumus mean untuk menghitung nilai rata-rata dapat diketahui bahwa dari keempat motif yaitu motif informasi sebesar 72% menjawab "iya", sebesar 28% menjawab "tidak", motif identitas pribadi sebesar 60% menjawab "iya", sebesar 40% menjawab "tidak", motif integrasi dan interaksi sosial sebesar 86% menjawab "iya", sebesar 14% menjawab "tidak", dan motif hiburan sebesar 84% menjawab "iya", sebesar 16% menjawab "tidak". Keempat motif ini sangat berperan penting dalam diri remaja (siswa) yang menjadi pendorong untuk menggunakan jejaring sosial facebook sesuai dengan perkembangan jaman pada saat ini. Tetapi bila dibandingkan antara keempat motif tersebut, untuk keseluruhan responden maka motif integrasi dan interaksi sosial yang lebih berpengaruh dalam diri remaja (siswa) dalam menggunakan facebook.

Motif

Sebagai makhluk sosial, manusia membutuhkan interaksi dengan manusia lain dan lingkungan sosial sekitarnya.

Manusia berusaha melakukan sesuatu untuk memenuhi segala kebutuhannya. Kebutuhan hidup manusia tersebut dipengaruhi adanya motif atau dorongan dari dalam dan dari luar diri manusia baik berupa benda maupun situasi yang terjadi di lingkungan sekitarnya.

Motif merupakan sesuatu yang melingkupi semua penggerak, alasan, atau dorongan dalam diri manusia untuk berniat sesuatu. Motif manusia merupakan dorongan, keinginan, hasrat, dan tenaga penggerak lainnya yang berasal dari dalam dirinya untuk melakukan sesuatu. Motif-motif itu memberikan tujuan dan arah pada tingkah laku manusia dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan sehari-hari juga mempunyai motif tersendiri. Motif-motif manusia dapat bekerja secara sadar dan tidak sadar bagi diri manusia. (Arifin, 2015:143)

Menurut Ardianto (2014:93) Semua tingkah laku manusia pada hakekatnya mempunyai motif tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang meliputi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Motif juga dihubungkan dengan konsumsi media, berarti segala alasan dan dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan seseorang menggunakan media dan tujuannya menggunakan media tersebut. Individu-individu menggunakan media massa karena didorong oleh motif-motif tertentu yang dicarikan pemuasannya melalui media tertentu pula, meski betapa pun kecilnya pemuasan yang dapat dilakukan media tersebut. Berbagai motif yang mendorong penggunaan media, akan tumbuh semacam harapan yang dicarikan pemuasannya melalui media tersebut. Hal ini akan menimbulkan suatu pola perilaku penggunaan media sebagai perwujudan dari motif yang ada.

Ahmadi (2009:177) juga mendefinisikan Motif merupakan dorongan yang sudah terikat pada suatu tujuan. Misalnya, apabila seseorang merasa lapar, itu berarti dia membutuhkan atau menginginkan makanan. Motif menunjuk hubungan sistematis antara suatu respons atau suatu himpunan respons dengan keadaan dorongan tertentu. Apabila dorongan dasar itu bersifat bawaan, maka motif itu hasil proses belajar.

Gerungan (2010:151) mendefinisikan motif sebagai suatu pengertian yang melengkapi semua penggerak alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Dengan pengertian bahwa semua tingkah laku manusia mempunyai motif.

Selanjutnya Ahmadi (2009:196) menjelaskan bahwa Motif manusia merupakan dorongan keinginan hasrat dan tenaga penggerak lainnya yang berasal dari dalam dirinya untuk melakukan sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya memiliki motif. Motif timbul karena adanya kebutuhan atau *need*. Kebutuhan dapat dipandang sebagai kekurangan adanya sesuatu dan ingin membuat pemenuhannya agar segera mendapatkan keseimbangan. Situasi kekurangan ini berfungsi sebagai suatu kekuatan atau dorongan alasan, yang menyebabkan seseorang bertindak untuk memenuhi kebutuhan. Secara ringkas, motif adalah sesuatu dorongan yang ada pada diri individu itu berbuat sesuatu.

New Media

Abad ke-20 dapat digambarkan sebagai 'zaman pertama media massa. Abad ini juga ditandai dengan berubahnya ketakjuban maupun ketakutan atas pengaruh media massa. Walaupun terjadi perubahan yang besar dalam lembaga dan teknologi

media serta dalam masyarakat sendiri dan juga munculnya 'ilmu komunikasi', perdebatan publik mengenai signifikansi sosial yang potensial dari 'media' sepertinya tidak terlalu berubah. Penggambaran isu yang muncul selama dua atau tiga dekade awal pada abad ke-20 lebih dari sekedar kepentingan sejarah dan pemikiran awal memberikan poin rujukan untuk memahami masa kini. (McQuail, 2011:56)

Media massa berkembang begitu cepat. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, komunikasi massa pun semakin canggih dan kompleks, serta memiliki kekuatan yang lebih dari masa-masa sebelumnya. Hal ini ditandai dengan munculnya media baru. Istilah 'media baru' telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam.

Menurut Denis McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (2011:43) ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana.

Adapun perbedaan media baru dari media lama, yakni media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pihak, memungkinkan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya, mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya dari hubungan kewilayahan dan modernitas, menyediakan kontak global secara instan, dan memasukkan subjek modern/akhir modern ke dalam mesin aparat yang

berjaringan. (Poster, dalam McQuail, 2011:151).

Perubahan utama yang berkaitan dengan munculnya media baru yakni:

- a. Digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media.
- b. Interaksi dan konektivitas jaringan yang makin meningkat.
- c. Mobilitas dan deklokasi untuk mengirim dan menerima.
- d. Adaptasi terhadap peranan publikasi khalayak.
- e. Munculnya beragam bentuk baru 'pintu' (*gateway*) media.
- f. Pemisahan dan pengaburan dari 'lembaga media'.

Klaim status paling utama sebagai media baru dan mungkin juga sebagai media massa adalah internet. Meskipun demikian, ciri-ciri massal bukanlah karakteristik utamanya. Pada awalnya, internet dimulai sebagai alat komunikasi nonkomersial dan pertukaran data antara profesional, tetapi perkembangan selanjutnya adalah internet sebagai alat komunikasi pribadi dan antarpribadi (Castells), Media ini belum matang maupun memiliki definisi yang jelas sejalan dengan penilaian Lievrouw yang menyatakan bahwa 'belum terdapat bentuk aplikasi yang sangat hebat (*killer application*) dari interaksi dalam jaringan (*daring*)'. Walaupun demikian, kita juga dapat melihat aplikasi mesin pencari dan situs jaringan sosial sebagai aplikasi yang unik dan dominan. (Denis McQuail, 2011:44).

Denis McQuail memberikan beberapa ciri mengenai internet, yaitu

- a. Teknologi berbasis komputer.
- b. Karakternya hibrida, tidak berdedikasi, fleksibel.
- c. Potensi interaktif.
- d. Fungsi publik dan privat.
- e. Peraturan yang tidak ketat.

f. Kesalingterhubungan.

g. Ada di mana-mana/tidak tergantung lokasi.

h. Dapat diakses individu sebagai komunikator.

i. Media komunikasi massa dan pribadi.

Kemunculan media baru turut memberikan andil akan perubahan pola komunikasi masyarakat. Media baru, dalam hal ini internet sedikit banyak mempengaruhi cara individu berkomunikasi dengan individu lainnya. Internet di kehidupan sekarang hadir untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi. Internet berfungsi sebagai jaringan global untuk komunikasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya di belahan dunia. Internet juga berfungsi sebagai aspek penyedia informasi yang tidak ada batasan. Mengakses internet saat ini sudah menjadi rutinitas kebanyakan masyarakat. Tidak hanya dengan menggunakan komputer atau laptop saja tetapi kini dapat mengaksesnya melalui *handphone* dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh sejumlah provider *telpon seluler*.

Media Sosial

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan *webbaru* berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online, sehingga dapat menyebar luaskan konten mereka sendiri. Media jejaring sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya (Zarella, 2010:51)

Media sosial adalah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Rudi, 2016:51)

Menurut Andreas Kaplan dan Haenlein dalam Lesmana (2012:10-11) mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Web 2.0 menjadi platform dasar media sosial. Media sosial ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk *social network*, forum internet, *weblogs*, *social blogs*, *micro blogging*, *wikis*, *podcast*, gambar, video, *rating* dan *bookmark* sosial. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial: proyek kolaborasi (misalnya *wikipedia*), *blog* dan *microblogs* (misalnya, *twitter*), komunitas konten (misalnya, *youtube*), situs jaringan sosial (misalnya *facebook*, *instagram*), *virtual game* (misalnya *world of warcraft*) dan *virtual social* (misalnya, *second life*)

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain *facebook*, *myspace*, *plurk*, *twitter*, dan *instagram*. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam

waktu yang cepat dan tak terbatas. (Lesmana, 2012:10-11)

Saat teknologi internet dan *mobile phone* makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses *instagram* misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone*. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita. (Lesmana, 2012:10-11)

Nasrullah (2015:11) juga memaparkan beberapa definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian, antara lain:

1. Menurut Mandiberg (2012), media sosial adalah media yang memfasilitasi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*).
2. Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerjasama (*to co-operate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar institusional maupun organisasi.
3. Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (*fasilitator*) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

4. Meike dan Young (2012) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa kekhususan individu.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat dunia.

Instagram

Instagram adalah media yang memberikan kemudahan cara berbagi secara *online* oleh foto-foto, video dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke teman mereka. (Budiargo, 2015:48).

Aplikasi *Instagram* didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger,. Aplikasi ini dirilis pada Oktober 2010. *Instagram* adalah salah satu jenis media sosial dimana para penggunaannya bisa mengunggah berbagai foto. *Instagram* dapat digunakan di gadget dengan sistem operasi *iOS* atau *android* sehingga si pengguna bisa lebih mudah mengunggah berbagai foto untuk diperlihatkan kepada orang lain. Selain itu *Instagram* juga memungkinkan penggunanya meng-*upload* video singkat yang bisa dilihat langsung oleh para *followers* (pengikutnya). (Gustina, 2015:2)

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *Instagram* adalah jejaring sosial yang digunakan sebagai tempat menyebarkan dan berbagi informasi, berinteraksi dengan orang banyak, serta dapat mengenal lebih dekat dengan sesama

pengguna *Instagram* melalui foto-foto dan video yang diunggah. *Instagram* juga memiliki fitur-fitur yang menarik salah satunya adalah fitur *Instastory*.

Instastory adalah singkatan dari *Instagram Story*, ialah jejaring sosial berinovasi baru, dimana *Story* ini didalamnya memiliki fitur yang memungkinkan penggunanya mengirim foto dan video yang menghilang setelah 24 jam, selain itu untuk saat ini ada fitur tambahan yaitu ada *Teks*, *Live*, *Boomerang*, *Superzoom*, *Rewind*, *face filter*, *Story Archive* dan *Story Highlights*, *Ask me*, menyematkan musik dan *Hands-Free* pada *Instastory*. Sadar akan banyaknya pengguna, *Instagram* pun terus menambah fitur demi tetap mampu bersaing. Fitur *Instastory* ini seperti *Snapchat Stories*, fitur *Snapchat* yang diperkenalkan pada 2013 dan menjadi bagian penting dari pertumbuhan perusahaan. Seperti *Snapchat*, foto dan video yang *dishare* dalam *Instagram Story* bersifat sementara dan tidak dapat dilihat setelah 24 jam. *Content* yang di *share* ke *stories* juga tidak akan muncul pada *profile grid* atau dalam *Instagram feed*.

Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe deskriptif kualitatif. Dasar penelitian pada penelitian ini adalah studi kasus dengan jumlah informan sebanyak 6 orang, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yakni reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan atau verifikasi.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh di lapangan, maka akan dibahas secara deskriptif mengenai motif dari

pengguna media sosial *Instagram* utamanya pada penggunaan fitur *Instastory* pada Komunitas Intelektual Mahasiswa Ilmu Komunikasi (KINESIK) dengan indikator teori yang meliputi motif *Utility*, motif *passing time*, motif *seeking information*, motif *convenience* serta motif *entertainment*.

Dalam bab ini berisi tentang pembahasan hasil penelitian yang diperoleh peneliti saat berada dilapangan. Penelitian yang menyangkut temuan peneliti mengenai motif penggunaan media pada media sosial *Instagram* utamanya pada fitur *Instastory* sekaligus akan menjadi fokus penelitian ini, untuk memberikan pemaparan secara deskriptif maka telah dilakukan wawancara mendalam kepada informan terkait untuk menjadi tolak ukur dalam menganalisis seperti apa yang mendorong timbulnya motif sehingga menimbulkan kebutuhan pada mahasiswa dengan menggunakan teori motif penggunaan media sosial.

Media sosial *Instagram* utamanya pada fitur *Instastory* begitu sangat digandrungi dikalangan remaja khususnya di kalangan mahasiswa saat ini. Karena pada dasarnya media sosial merupakan situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya. Tidak hanya bagi kalangan mahasiswa atau remaja, fitur *Instastory* begitu familiar dikalangan anak-anak, para orangtua bahkan pembisnis ataupun pengusaha menyukai bahkan menggunakan media ini dengan berbagai keperluan dan kepentingan.

Individu-individu menggunakan media massa didorong oleh motif-motif tertentu yang dicarikan pemuasnya melalui media tertentu pula, meski betapa pun kecilnya pemuasan yang dapat dilakukan media tersebut. dari berbagai motif yang mendorong menggunakan media, akan tumbuh semacam harapan yang dicarikan

pemuasnya melalui media tersebut. hal ini akan menimbulkan suatu pola perilaku penggunaan media sebagai perwujudan dari motif yang ada.

Adapun hal terkait motif penggunaan media berdasarkan *motif utility* pada kegunaan utama dari penggunaan media sosial *Instagram* utamanya pada fitur *Instastory* informan menggunakan fitur *Instastory* sebagai sarana mengekspresikan diri mereka dengan mengekspos kegiatan sehari-hari mereka melalui foto atau video yang mereka unggah pada fitur *normal* dalam fitur *Instastory*, sebagai alat untuk membagikan informasi, mencari hiburan dan melihat *story* yang di unggah oleh pengguna lainnya. Ternyata informan lebih dominan menggunakan fitur *boomerang*, *superzoom* dan fitur *normal* karena menurut informan fitur tersebut lebih menarik dan lucu untuk digunakan daripada fitur lainnya. Beberapa lainnya menggunakan fitur *Instastory* sesuai kebutuhan mereka, informan peneliti beranggapan bahwa dengan menggunakan fitur *Instastory* dapat mendukung kehidupan sosial salah satunya dalam bentuk interaksi melalui fitur *chat* dalam fitur *Instastory* pada media sosial *Instagram*. Sehingga apa yang dilakukan pengguna media sosial *Instagram* utamanya dalam penggunaan fitur *Instastory* membuktikan adanya motif yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan dorongan dalam dirinya dengan memanfaatkan penggunaan fitur *Instastory* tersebut.

Selanjutnya terkait dengan motif *passing time* atau motif yang berkaitan dengan fungsi fitur *Instastory* yang diaplikasikan untuk mengisi waktu luang. Pengguna media sosial *Instagram* utamanya pada fitur *Instastory* sangat berpengaruh dalam kehidupan para remaja utamanya para mahasiswa, dimana media sosial *Instagram*

ini banyak memberikan fitur-fitur menarik didalamnya salah satu pada fitur *Instastory* sehingga dimanfaatkan informan di waktu luangnya. Waktu luang adalah waktu yang dapat diisi dengan kegiatan pilihan sendiri atau waktu yang digunakan dan dimanfaatkan sesuka hati. Beberapa Informan beranggapan bahwa fitur *Instastory* merupakan bukan pilihan tepat untuk menghabiskan atau mengisi waktu luang mereka karena beberapa informan memilih untuk menghabiskan waktu luangnya dengan melakukan kegiatan lain ataupun memilih sarana lain untuk menghabiskan waktu luangnya. Para informan menyatakan bahwa menggunakan fitur *Instastory* saat ada moment-moment tertentu saja seperti moment saat liburan, saat ada kegiatan, mengupload musik, bermain game, saat kejadian lucu atau unik saat berkumpul dengan teman-teman atau hanya sekedar melihat *story* pengguna lain.

Selanjutnya motif penggunaan media berdasarkan motif *seeking information*. *Instagram* sebagai media informasi yang kini tengah populer, banyak memberikan dampak-dampak bagi si penggunanya baik dampak positif maupun negatif. Penggunaan sosial media sebagai berita sumber berita di media tidak hanya terjadi di media cetak atau elektronik. Media online juga banyak memanfaatkan sosial media sebagai sumber maupun ide dalam memproduksi berita.

Keuntungan dari sosial media *Instagram* adalah kemudahan dalam hal penggunaan dan penyebaran informasi. Informasi yang ditulis lalu disebar via sosial media dapat di akses oleh semua orang tanpa batas. Kemudahan akses internet ditanah air dan makin terjangkaunya harga alat-alat komunikasi memungkinkan sosial media berperan besar dalam proses memperoleh informasi suatu peristiwa misalnya, peristiwa kebakaran, perampokan,

pembunuhan dan banyak peristiwa lainnya bahkan, banyak yang memanfaatkan sosial media apalagi *Instagram* utamanya pada fitur *Instastory* sebagai alat pencitraan. Informasi-informasi tersebut bisa diakses oleh siapa saja dan kapan saja.

Fitur *Instastory* saat ini banyak memunculkan berbagai kemudahan bagi para penggunanya sehingga dalam penggunaannya memberikan kepuasan tersendiri. Beberapa Informan peneliti beranggapan bahwa dengan menggunakan fitur *Instastory* kebutuhan informasi mereka terpenuhi, melalui *Instastory* informan dapat memperoleh jawaban-jawaban apa yang ingin informan ketahui dengan sangat mudah, misalnya informasi tentang kehidupan artis, politik, ekonomi, game, peristiwa atau fenomena yang sedang terjadi, serta berita terkini dan cepat dengan melihat *Instastory* akun yang berkaitan dengan informasi-informasi tersebut.

Fitur *Instastory* dapat memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum diperoleh melalui penggunaannya dimana fitur *Instastory* dalam akun media sosial *Instagram* menjadi sumber informasi dan memiliki banyak kelebihan sehingga banyak digandrungi oleh masyarakat dan menjadi minat umum khususnya bagi para mahasiswa. Hal ini membuktikan berdasarkan pemahaman peneliti dari pernyataan Paparachissi bahwa motif *seeking information* adalah motif yang berkaitan dengan informasi yang bisa didapatkan individu ketika menggunakan sosial media utamanya pada fitur *Instastory*.

Motif penggunaan media berikutnya berdasarkan motif *convenience*. Pada motif ini bagaimana media sosial *Instagram* utamanya pada fitur *Instastory* dapat menjadi sebuah alat yang membuat penggunanya merasa terwakili dalam melampiaskan emosi yang mereka miliki,

beberapa informan peneliti memanfaatkan fitur *Instastory* dengan memposting kegiatan atau hal-hal yang menarik untuk sekedar melampiaskan emosi mereka seperti dalam keadaan sedih atau senang dengan cara mengupload foto, video, *quotes*, musik hanya sekedar untuk melampiaskan emosi mereka mereka agar dapat tersalurkan ke pengguna lainnya. Penggunaan fitur ini sebagai alat penyaluran emosi dengan tujuan untuk melupakan diri dari permasalahan yang sering di alami, dengan memanfaatkan penggunaan media ini dapat menghubungkan antar manusia satu dengan yang lainnya atau kesesama penggunaannya sehingga memungkinkan mengatasi permasalahan-permasalahan yang ada. Hal ini membuktikan bahwa sebagai makhluk sosial, manusia membutuhkan interaksi dengan manusia lain dan lingkungan sosial sekitarnya. Manusia berusaha melakukan sesuatu untuk memenuhi segala kebutuhannya. Kebutuhan hidup manusia tersebut dipengaruhi adanya motif atau dorongan dari dalam dan dari luar manusia baik berupa benda maupun situasi yang terjadi di lingkungan sekitarnya.

Selanjutnya pada motif penggunaan media berdasarkan motif *entertainment*. Penggunaan media sosial *Instagram* memanjakan para penggunaannya dengan adanya fitur-fitur yang menarik seperti fitur *normal*, *boomerang*, *superzoom*, *face filter*, *handsfree*, *live story* maupun fitur *rewind* pada fitur *Instastory*, diajukan dengan maksud agar para penggunaannya tidak merasa bosan atau terhibur pada saat menggunakan media sosial *Instagram* utamanya pada fitur *Instastory*, biasanya informan memanfaatkan fitur ini untuk mencari hiburan atau menghibur diri mereka dengan membagikan video lucu atau hanya sekedar melihat *story* pengguna lainnya. Pengguna juga beranggapan bahwa dalam

fitur *Instastory* ini hanya dimaksudkan untuk hiburan.

Motif *entertainment* dalam penggunaan media sosial *Instagram* utamanya pada fitur *Instastory* adalah salah satu cara dimana seorang pengguna *Instagram* untuk ikut serta dalam penggunaannya utamanya pada penggunaan fitur *Instastory* agar mengurangi tingkat kejenuhan terhadap rutinitas kehidupan. Hal ini membuktikan berdasarkan pemahaman peneliti dari pernyataan Paparachissi dan Rubin bahwa motif penggunaan media berdasarkan motif *entertainment* berkaitan dengan penggunaan media sosial sebagai alat untuk melepaskan diri dari ketegangan dan menghibur diri.

Media sosial memang sangat besar pengaruhnya terhadap perubahan masyarakat di era sekarang ini. Masyarakat yang tidak memanfaatkan media sosial dianggap *gaptek* (gagap teknologi) bahkan bodoh, kebanyakan dari mereka beralasan penggunaan media sosial yang membingungkan, sehingga mereka memilih cara cara lama dalam menyelesaikan suatu hal. Akan tetapi, jika mayoritas masyarakat sudah menggunakan media sosial sebagai sarana melampiaskan emosi, menghibur diri maupun mendapat informasi, maka yang belum menggunakan pun lama kelamaan juga akan ikut menggunakan media sosial untuk mempermudah segalanya, karena biasanya suatu kebiasaan itu menular pada orang-orang disekitarnya.

Melalui media sosial, segalanya dirasa lebih mudah untuk dilakukan. Perubahan masyarakat akibat adanya media sosial dirasa cukup signifikan. Kebiasaan masyarakat sudah banyak yang berganti, dan kebiasaan-kebiasaan itu cepat sekali menular dari masyarakat yang satu ke lainnya sehingga perubahannya bisa bersifat global/menyeluruh.

Ketertarikan akan penggunaan media sosial *Instagram* utamanya pada fitur *Instastory* itu dilandasi pada asumsi bahwa setiap individu mempunyai kebutuhan akan informasi untuk mengetahui fenomena yang ada disekitarnya, maupun untuk menghibur diri agar mengurangi tingkat kejenuhan terhadap rutinitas kehidupan, dimana kebutuhan satu individu dengan individu yang lain tidak sama. Selain itu cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut saat ini telah di permudah dengan adanya jaringan internet di dalamnya dapat diakses berbagai macam sarana komunikasi seperti media sosial *Instagram* dan fitur menarik yang ditawarkan yaitu fitur *Instastory*.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian untuk mengetahui motif mahasiswa dalam penggunaan media sosial *Instagram* utamanya pada fitur *Instastory*, maka dapat di tarik kesimpulan pada motif *utility* fitur *Instastory* dimanfaatkan sebagai sarana ekspresi diri, membagikan informasi, mencari hiburan serta sebagai pendukung kehidupan social dalam bentuk interaksi seperti mengirim pesan, berkomentar, berkirim foto maupun video untuk saling bertukar pendapat melalui fitur ini. Pada motif *passing time* atau motif waktu luang informan memanfaatkan dengan kegiatan pilihan sendiri untuk istirahat ditengah rutinitas kehidupan seperti mengabadikan moment lucu saat berkumpul bersama teman-teman, saat ada kegiatan, saat liburan, bermain *game*, *upload* musik atau hanya sekedar melihat *story* orang lain. Pada motif *seeking information* dalam penggunaan fitur *Instastory* sangat memotivasi informan didalam penggunaanya dimana menurut informan media sosial ini merupakan media sosial yang cepat dan aktual untuk memperoleh informasi seperti informasi

tentang politik, ekonomi, berita *flashnews* tentang fenomena atau peristiwa yang sedang terjadi ataupun informasi tentang aktifitas pengguna *story* lainnya. Dalam motif *convenience* informan memanfaatkan fitur *Instastory* sebagai alat penyaluran emosi atau sebagai media curhat dengan tujuan melepaskan diri dari permasalahan yang ada seperti saat senang, marah atau sedih informan memanfaatkan fitur ini untuk memposting hal-hal lucu agar merasa terhibur atau *quotes* atau musik yang berhubungan dengan perasaanya dengan begitu mereka berharap dapat mengatasi permasalahan yang ada. Sedangkan pada motif *entertainment* informan memanfaatkan media ini untuk rileks atau menghilangkan atau mengurangi tingkat kejenuhan terhadap rutinitas kehidupan dengan memanfaatkan fitur dalam *Instastory* seperti pada fitur *boomerang*, *superzoom*, *face filter* dan fitur lainnya untuk lucu-lucuan atau menghibur diri, serta melihat video-video lucu pengguna lainya agar merasa terhibur. Informan menyatakan bahwa fitur *Instastory* lebih banyak memuat hiburan daripada informasi sehingga dari penggunaan fitur *instastory* itu sendiri di manfaatkan informan untuk menghibur diri dengan maksud agar para pgunanya tidak merasa bosan.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, Abu. 2009. *Psikologi Sosial*. Jakarta : Rineka Cipta
- Ardianto, Elvinaro dkk. 2014. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* Edisi Revisi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, Bambang Syamsul. 2015. *Psikologi Sosial*. Bandung : CV Pustaka Setia
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi V Jakarta : Rineka Cipta.

- Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi ala Net generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Bungin, Burhan. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Drestya, Dyane Aulia. 2014. *Motif menggunakan social media path pada mahasiswa di Surabaya*. Surabaya : Universitas Airlangga.
- Gerungan, W.A. 2010. *Psikologi Sosial*. Bandung : PT Refika Pertama
- Gustina, Heny. 2015. *Kolerasi Media Sosial Instagram Dengan Presentasi Diri Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Riau*. Riau : Universitas Riau.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2006. *Manajemen Sumber Data Manusia*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- <https://www.statista.com/statistics/730315/instagram-stories-dau/> di akses pada tanggal 27 Agustus 2017, pukul 21.31 WITA
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Lesmana, I Gusti Ngurah Aditya. 2012. *Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment (Studi : PT. XL Axiata)*. Jakarta : Universitas Indonesia
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Erlangga.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Rudi. 2016. *Fenomena Penggunaan Jejaring Sosial Path di Kalangan Mahasiswa Fisip Unikom*. Bandung : Universitas Pasundan.
- Tanasa, Endzico Januar. 2015. *Studi Kualitatif Motif & Kepuasan Penggunaan Foto Selfie dalam Akun Instagram*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret.
- Zerella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Canada : O'Reilly Media.