

**ANALISIS MOTIF MENGGUNAKAN *INSTAGRAM* PADA SISWA  
SEKOLAH DARMA BANGSA KELAS XI T/A 2023-2024**

**(Skripsi)**

**Oleh:**

**ZAHROTUL MAGHFIROH**

**1963052001**



**PROGRAM STUDI BIMBINGAN DAN KONSELING  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
2024**

## ABSTRAK

### ANALISIS MOTIF MENGGUNAKAN *INSTAGRAM* PADA SISWA SEKOLAH DARMA BANGSA KELAS XI T/A 2023-2024

Oleh

ZAHROTUL MAGHFIROH

*Instagram* menjadi salah satu aplikasi yang paling diminati oleh banyak orang terutama remaja. Remaja dalam menggunakan *Instagram* tentunya memiliki berbagai motif. Motif-motif tertentu yang mendorong remaja menggunakan *Instagram* akan membentuk pola tersendiri dalam penggunaan *Instagram*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui motif siswa dalam menggunakan *Instagram*. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif survei. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner pola penggunaan *Instagram* melalui *googleform*. Data diambil dari 36 Siswa kelas XI Sekolah Menengah Atas Darma Bangsa T/A 2023-2024 menggunakan voluntary sampling kemudian dianalisis menggunakan *software* ATLAS.ti 9. Hasil penelitian ini yaitu motif dan dampak siswa dalam menggunakan *Instagram*. Motif siswa dalam menggunakan *Instagram* adalah membangun citra diri, mencari hiburan, mencari informasi, kebutuhan untuk berinteraksi, dan pengarsipan. Dampak penggunaan *Instagram* bagi siswa terdiri dari dampak positif dan dampak negatif diantaranya adalah membangun konsep diri, kebutuhan interaksi sosial, mendapatkan hiburan, dan kebutuhan perbaikan kognitif.

**Kata kunci:** motif menggunakan *instagram*, dampak *instagram*, membangun citra diri.

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF THE MOTIVES FOR USING INSTAGRAM IN STUDENTS OF DARMA BANGSA SCHOOL CLASS XI T/A 2023-2024**

**By**

**ZAHROTUL MAGHIROH**

*Instagram is one of the most popular applications for many people, especially teenagers. Teenagers in using Instagram certainly have various motives. Certain motives that encourage teenagers to use Instagram will form their own patterns in using Instagram. The purpose of this study is to determine the motives of students in using Instagram. This study uses a qualitative survey research design. Data collection in this study used an Instagram usage pattern questionnaire via googleform. Data were collected from 36 students of class XI of Darma Bangsa Senior High School T/A 2023-2024 using voluntary sampling and then analyzed using ATLAS.ti 9 software. The results of this study are the motives and impacts of students in using Instagram. The motives of students in using Instagram are building self-image, seeking entertainment, seeking information, the need to interact, and archiving. The impact of using Instagram for students consists of positive impacts and negative impacts including building self-concept, social interaction needs, getting entertainment, and cognitive improvement needs.*

**Keywords:** *motives for using instagram, instagram impact, building self image.*

**ANALISIS MOTIF MENGGUNAKAN *INSTAGRAM* PADA SISWA  
SEKOLAH DARMA BANGSA KELAS XI T/A 2023-2024**

**Oleh:**

**ZAHROTUL MAGHFIROH**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA PENDIDIKAN**

**Pada**

**Program Studi Bimbingan dan Konseling  
Jurusan Ilmu Pendidikan  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2024**

Judul Skripsi : **ANALISIS MOTIF MENGGUNAKAN  
INSTAGRAM PADA SISWA SEKOLAH  
DARMA BANGSA KELAS XI T/A 2023-2024**

Nama Mahasiswa : **Zahrotul Maghfiroh**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1963052001**

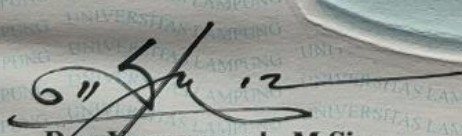
Program Studi : **Bimbingan dan Konseling**

Jurusan : **Ilmu Pendidikan**

Fakultas : **Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

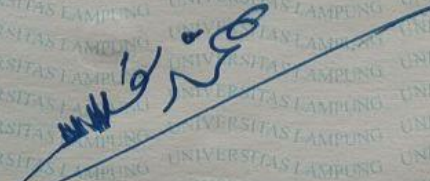


**1. Komisi Pembimbing**

  
**Drs. Yusmansyah, M.Si**  
NIP 196001121985031004

  
**Moch. Johan Pratama, S.Psi, M.Psi.**  
NIP 19870918 2015041001

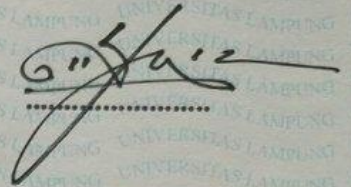
**2. Ketua Jurusan Ilmu Pendidikan**

  
**Dr. Muhammad Nurwahidin, M.Ag., M.Si.**  
NIP 197412202009121002

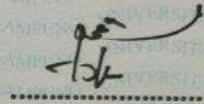
**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

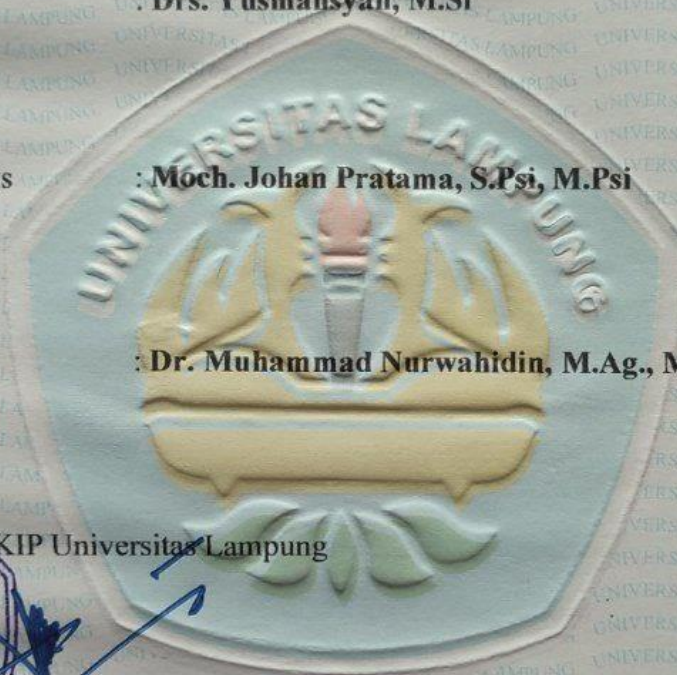
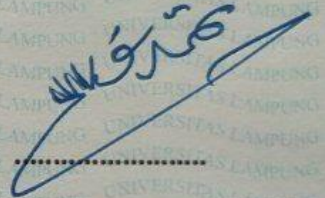
**Ketua : Drs. Yusmansyah, M.Si**



**Sekretaris : Moch. Johan Pratama, S.Psi, M.Psi**



**Penguji : Dr. Muhammad Nurwahidin, M.Ag., M.Si**



**Dekan FKIP Universitas Lampung**

**Prof. Dr. Sunyono, M.Si**  
**NIP 196512301991111001**

**Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 09 Januari 2024**

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zahrotul Maghfiroh  
NPM : 1963052001  
Program Studi : Bimbingan dan Konseling  
Jurusan : Ilmu Pendidikan  
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Motif Menggunakan *Instagram* Pada Siswa Sekolah Darma Bangsa Kelas XI T/A 2023-2024” adalah benar hasil karya penulis berdasarkan penelitian yang dilaksanakan pada bulan September 2023. Skripsi ini bukan hasil menjiplak atau hasil karya orang lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Bandar Lampung, 09 Januari 2024  
Yang membuat pernyataan



Zahrotul Maghfiroh  
NPM 1963052001

## RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di desa Semuli jaya, Lampung Utara tanggal 12 Desember 2000, sebagai anak kedua dari empat bersaudara. Putri dari pasangan bapak Ahmad Khumaidi dan ibu Daryati.

Pendidikan Taman kanak-kanak (TK) Al-Muhajirin di Desa Semuli Jaya selama 2 tahun diselesaikan tahun 2007, Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Insan Mulia Desa Semuli Raya diselesaikan tahun 2012, Madrasah Tsanawiyah (MTs) Darul Huffaz Pondok Pesantren Darul Huffaz Pesawaran diselesaikan tahun 2015, Madrasah Aliyah (MA) Darul Huffaz Pondok Pesantren Darul Huffaz Pesawaran diselesaikan tahun 2019. Penulis terdaftar menjadi mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung melalui jalur seleksi Prestasi Khusus Tahfidz Al-Qur'an.

Selama menjadi Mahasiswa Penulis aktif berorganisasi di Forum Pengkajian dan Pembinaan Islam (FPPI), Forum Mahasiswa Bimbingan dan Konseling (FORMABIKA), Dewan Perwakilan Mahasiswa (DPM) FKIP UNILA dan Dewan Perwakilan Mahasiswa Keluarga Besar Mahasiswa Universitas Lampung. Penulis menjadi salah satu penerima beasiswa *Smart Scholarship* dan *Bright Scholarship* Yayasan Baitul Mal (YBM Brilian) Bank Rakyat Indonesia. Penulis aktif dalam kegiatan prestasi baik ditingkat Universitas maupun Fakultas, Penulis merupakan salah satu penerima dan hibah Pekan Mahasiswa Wirausaha Universitas Lampung, Mendapatkan juara 2 Mushabaqoh Hifdzil Qur'an Kategori 5 & 10 Juz Dies Natalitas FKIP UNILA.



## **MOTTO**

Berusaha untuk menjadi yang terbaik selalu ada banyak rintangan dan proses yang panjang, tapi untuk mencapai semua mimpi terbaik itu akan selalu banyak peluang dan kesempatan.

(Penulis)

Kebaikan tidak akan pernah terasa baik, jika hanya dikonsumsi seorang diri, kebermanfaatan tidak akan pernah terasa manfaatnya jika hanya dirasakan sendiri, maka berbuatlah baik dan tebarkanlah manfaat seluas-luasnya sampai orang lain merasakannya.

(Penulis)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa Syukur Kepada Allah SWT Tuhan Semesta Alam atas terselesaikannya penulisan skripsi ini, ku persembahkan karya kecilku ini kepada:

Kedua Orang Tua

### **Ahmad Khumaidi dan Daryati**

Yang telah memberikan banyak dukungan baik secara nasihat dan materi.

Terimakasih sudah sangat sabar menunggu.

Kepada kaka dan adik

### **Nisa'ul Fitri, Hidayat Al-Hafidz dan Aqidatus Salma**

Yang telah memberikan banyak dukungan motivasi dan materi.

Terimakasih sudah bersabar mengalah untuk berbagi kasih sayang abi dan umi.

Kepada Semua Teman-teman

Yang Telah memberikan banyak dukungan serta hiburan dikala merasa penat.

Terimakasih sudah banyak membantu dan berkenan direpotkan.

## SANWACANA

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillahirrabbi'l'aalamin, segala puji hanyalah milik Allah SWT Rabb Semesta alam atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Motif Menggunakan *Instagram* Pada Siswa Sekolah Darma Bangsa Kelas XI T/A 2023-2024”. Adapun maksud penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Bimbingan dan Konseling Jurusan Ilmu Pendidikan, FKIP Universitas Lampung. Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan atas bantuan dan kerja sama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Sunyono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Muhammad Nurwahidin, M.Ag., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung sekaligus Pembahas pada proses penulisan skripsi ini terimakasih sudah memberikan bimbingan dan arahnya.
3. Ibu Diah Utaminingsih, S.Psi, M.A., Psi selaku Ketua Program Studi Bimbingan dan Konseling Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
4. Bapak Drs. Yusmansyah, M.Si selaku pembimbing utama skripsi saya yang telah menyediakan waktunya dalam memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis selama kuliah.

5. Bapak Moch Johan Pratama, S.Psi, M.Psi selaku pembimbing pembantu yang telah memberikan motivasi, bantuan, semangat dan bimbingan serta arahan kepada penulis selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terimakasih atas bantuannya selama ini.
6. Bapak Ibu Dosen Bimbingan dan Konseling Unila. Terimakasih atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan selama ini.
7. Kepada kepala sekolah, jajaran pendidik dan siswa Sekolah Darma Bangsa yang telah membantu proses saya dalam melakukan penelitian ini.
8. Bapak Ibu staff dan karyawan FKIP UNILA, terimakasih atas bantuannya selama ini dalam membantu menyelesaikan segala keperluan administrasi.
9. Kedua orang tuaku yang selalu bersabar menunggu selesainya skripsi ini. Semoga selalu diberikan keberkahan serta selalu dalam lindungan-Nya.
10. Kepada Kaka dan adik-adikku yang telah memberikan banyak dukungan, semoga selalu dimudahkan langkah-langkah kedepannya.
11. Kepada jajaran pengurus YBM Brilian Kantor Wilayah Bandar Lampung, Bapak Amir Mudaris, serta rekan-rekan mentor dan kepala asrama. Terimakasih atas motivasi, nasehat dan bimbingannya selama ini.
12. Kepada teman-teman Bimbingan dan Konseling angkatan 2019, terimakasih tak henti-hentinya menyemangati sampai pada titik ini.
13. Kepada teman-temanku Chairul Soleh, Surya Anugrah, dan Ice Kurniawati. Terimakasih atas dukungan dan semangatnya yang tiada henti, semoga selalu dimudahkan segala langkahnya kedepan dan semoga selalu Allah balas dengan kebaikan yang banyak.
14. Kepada sahabat-sahabatku Annisa Pramesti Ayuningtias, Auliya Nurhayati dan Hilma 'Aini Fadiyah. Terimakasih selalu menyempatkan hadir dalam proses pencapaianku, Semoga selalu diberikan keberkahan.
15. Kepada para Owner Hadiah.in\_bdl, Ummu Adila dan Ayu Tiyani yang selalu memotivasi tanpa henti, semoga selalu diberikan keberkahan dan kelancaran dalam menggapai cita-citanya.

16. Kepada teman-temanku Dimas Alan Saputra dan Evi Komala, terimakasih sudah sabar menasehati dan sabar menunggu, semoga selalu diberikan keberkahan.
17. Kepada teman-temanku M.Yuhiqqul Haqqa, Nasih Ulwan, Huriyyah Aina, Ade Amalia Chansa dan Nida ul Khusna. Semoga selalu diberikan kemudahan dalam segala proses pencapaiannya.
18. Kepada seluruh penerima Beasiswa *Bright Scholarship* Universitas Lampung Angkatan 05. Terimakasih sudah berbagi ilmu yang luar biasa.
19. Kepada seluruh pengurus FPPI FKIP UNILA Tahun 2021. Terimakasih sudah sama-sama mengajak kepada kebaikan.
20. Kepada seluruh pengurus Dewan Perwakilan Mahasiswa FKIP UNILA Tahun 2022. Terimakasih sudah banyak mengajarkan arti kehidupan.
21. Kepada Seluruh teman dan adik-adik Pengurus Dewan Perwakilan Mahasiswa Universitas Lampung tahun 2023. Terimakasih sudah banyak mendukung dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
22. Kepada temanku Anada Syofira yang berkenan menemaniku menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sangat berterimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini, semoga Allah membalasnya dengan kebaikan yang banyak. Skripsi ini bukanlah skripsi yang sempurna, banyak kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini, oleh sebab itu penulis memohonkan kepada pembaca untuk dapat memberikan saran dan kritik yang membangun supaya terciptanya skripsi yang lebih baik untuk peneliti berikutnya.

Bandar Lampung, Desember 2023

Penulis



Zahrotul Maghfiroh

NPM 1963052001

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	4
1.4 Batasan Masalah.....	4
1.5 Tujuan Penelitian.....	4
1.6 Manfaat Penelitian .....	4
1.6.1 Manfaat Praktis.....	4
1.6.2 Manfaat Teoritis.....	5
<b>II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
2.1 Media Sosial.....	6
2.1.1 Fungsi Media Sosial.....	8
2.1.2 Karakteristik Media Sosial .....	9
2.1.3 Faktor-faktor Penggunaan Media Sosial .....	9
2.1.4 Jenis-jenis Media Sosial.....	11
2.2 <i>Instagram</i> .....	14
2.2.1 Fitur-fitur <i>Instagram</i> .....	14
2.3 Penelitian Relevan.....	16

<b>III METODE PENELITIAN</b> .....	26
3.1 Metode Penelitian.....	26
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	26
3.3 Subjek Penelitian.....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4.1 Kuesioner.....	27
3.4.2 Wawancara.....	28
3.4.3 Observasi Terstruktur .....	28
3.4.4 Triangulasi .....	28
3.5 Uji Keabsahan.....	29
3.5.1 Uji <i>Kreadibilitas</i> .....	29
3.5. Uji <i>dependability</i> .....	29
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
3.7 Definisi Oprasional.....	32
3.7.1 Motif.....	32
3.7.2 Instagram .....	33
<b>IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	34
4.1 Hasil .....	34
4.2 Pembahasan .....	57
<b>V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	75
<b>LAMPIRAN</b> .....	79

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Hasil pengelompokkan survei.....	35
2. Hasil Analisis <i>Coding</i> .....	45
3. Penyusunan Tema Motif <i>Instagram</i> .....	48
4. Hasil Analisis <i>Coding</i> Dampak <i>Instagram</i> .....	49
5. Penyusunan Tema Dampak <i>Instagram</i> .....	50
6. Hasil <i>Netrowks Analysis</i> Motif Menggunakan <i>Instagram</i> bagi Remaja....	52



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Proses analisis data .....	30
2. Hasil <i>WordCloud</i> Motif Menggunakan <i>Instagram</i> .....	42
3. Hasil <i>Wordcloud</i> Dampak Instagram bagi remaja .....	43
4. Hasil <i>Netrowks Analysis</i> Dampak Menggunakan Instagram .....	53
5. Hasil <i>Netrowks Analysis</i> Motif dan Dampak <i>Instagram</i> Bagi Remaja .....	54

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Komunikasi adalah salah satu kebutuhan utama bagi setiap orang. Melalui komunikasi setiap orang dapat menyampaikan apa yang dipikirkannya, dirasakannya, maupun apa yang diharapkannya. Berbagai cara dilakukan untuk berkomunikasi. Ada yang dilakukan secara langsung tatap muka, dan ada pula yang dilakukan secara tidak langsung, yakni dengan menggunakan berbagai media yang salah satunya adalah media sosial.

Semakin majunya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini lebih mempermudah komunikasi antar manusia dimana saja dan kapan saja. Dengan menggunakan teknologi seperti komputer, laptop, *handphone* dan sejenisnya yang terkoneksi dengan internet setiap orang dapat saling berkomunikasi. Komunikasi dengan menggunakan teknologi tersebut semakin bervariasi dengan hadirnya berbagai macam media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Path*, *Whatsapp*, *Line*, *Twitter* dan sebagainya.

Kehadiran berbagai jenis media sosial telah menambah alternatif bagi masyarakat untuk memilih media sosial. Setiap orang umumnya menggunakan berbagai jenis media sosial ada yang untuk berkomunikasi. Jika diperhatikan maka selain menggunakan *Facebook*, seseorang juga menggunakan *Instagram*, *Whatsapp* dan media sosial lainnya untuk berkomunikasi. Diantara aplikasi-aplikasi sosial media yang ada aplikasi *Instagram* menjadi salah satu aplikasi yang paling diminati oleh banyak orang terutama remaja. Dalam DataIndonesia.id Negara Indonesia sendiri

menduduki urutan ke empat pengguna *Instagram* terbesar didunia dengan jumlah 99,9 juta pengguna aktif pada bulan April 2022. *Instagram* merupakan aplikasi yang menyediakan pengguna untuk dapat mengunggah foto dan video melalui *feed Instagram*, *reels*, dan *story Instagram*. Pengguna juga dapat menambahkan caption, menandai orang lain, dan menambahkan *hashtag* pada setiap foto atau video yang diunggah. Sejak kehadirannya, *Instagram* cukup menarik perhatian penggunanya dari berbagai kalangan. Salah satu pengguna *Instagram* adalah remaja.

Pemilihan *Instagram* sebagai media untuk berkomunikasi tentunya tidak terlepas dari fasilitas yang tersedia dalam *Instagram* tersebut. Dengan menggunakan *handpone* yang terkoneksi dengan internet, pengguna dapat mengunduh aplikasi *Instagram* ke dalam *handponenya* dan siap untuk berbagi informasi dengan sesama pengguna *Instagram*. Pemanfaatan *Instagram* dikalangan remaja tidak terlepas dari berbagai faktor yang mendorong remaja memanfaatkan *Instagram* tersebut. Setiap orang sudah pasti memiliki motif tersendiri untuk memanfaatkan *Instagram*. Semakin meningkatnya peminat *Instagram* dikalangan remaja menimbulkan keinginan untuk mengetahui hal apa saja yang mendorong remaja memanfaatkan *Instagram* tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Selain berbagai faktor yang mendorong remaja memanfaatkan *Instagram*, setiap remaja yang memanfaatkan *Instagram* akan membutuhkan frekuensi dan durasi waktu yang cukup bervariasi dan perilaku penggunaan *Instagram* yang akan membentuk sebuah pola dalam penggunaan *Instagram*.

Motif-motif tertentu yang mendorong remaja menggunakan *Instagram* akan membentuk pola tersendiri dalam penggunaan *Instagram* tersebut. Banyaknya penggunaan *Instagram* dari kalangan remaja cukup menarik untuk diungkapkan, hal ini penting diketahui mengingat remaja menempati posisi strategis di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Remaja yang sebagian besar waktunya digunakan untuk bermain-main dengan media sosial *Instagram* tentunya akan mengurangi waktunya untuk hal lain yang juga cukup penting, namun jika *Instagram* digunakan dengan motif yang baik dan positif serta pola yang baik tentunya akan memberi manfaat yang

positif bagi remaja tersebut. Penggunaan *Instagram* dikalangan remaja diharapkan didorong oleh motif-motif yang positif dan bermanfaat bagi remaja. Setiap motif penggunaan *Instagram* akan membentuk pola tertentu dalam penggunaan *Instagram* tersebut. Penggunaan *Instagram* dengan motif yang kurang baik tentunya akan menjadikan penggunaan *Instagram* tersebut sebagai sebuah aktifitas membuang-buang waktu secara sia-sia.

Sekolah Menengah Atas Darma Bangsa merupakan salah satu sekolah elit Menengah Atas yang berada dikota Bandar Lampung. Dengan bertempat di pusat kota Bandar Lampung, maka tingkat kecenderungan penggunaan akun *Instagram* lebih banyak dibandingkan dengan Sekolah Menengah Atas yang lainnya, oleh sebab itu maka peneliti menjadikan Sekolah Menengah Atas Darma Bangsa menjadi subjek dalam penelitian ini.

Berdasarkan pemaparan diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian tentang motif remaja dalam menggunakan *Instagram*. Untuk memperjelas hal ini maka penulis merangkumnya dalam penelitian yang berjudul : Analisis Motif Menggunakan *Instagram* Pada Siswa Sekolah Darma Bangsa Kelas XI T/A 2023-2024.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Rata-rata pengguna *Instagram* adalah dari kalangan remaja dengan durasi waktu penggunaan yang berbeda-beda. Remaja yang sebagian besar waktunya digunakan untuk bermain dengan media sosial salah satunya adalah *Instagram* tentunya akan menciptakan motif yang berbeda-beda dalam menggunakannya. Motif-motif yang remaja gunakan tentunya akan menghasilkan dampak yang berbeda-beda baik dampak itu positif maupun dampak negatif .berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Witanti Prihatiningsih dihasilkan beberapa motif remaja dalam menggunakan *Instagram* yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan interaksi sosial dan kebutuhan akan hiburan. Kebutuhan akan hiburan dapat mengurangi waktu remaja untuk hal lain yang juga cukup penting salah satunya adalah belajar, namun disisi lain *Instagram* akan menjadi sosial

media yang berdampak positif bagi remaja salah satunya adalah mendapatkan Informasi terkini, oleh sebab itu maka peneliti akan menganalisis motif apa saja yang remaja lakukan dalam menggunakan *Instagram*.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti menetapkan rumusan masalah yaitu apa saja motif menggunakan *Instagram* pada siswa SMA Darma Bangsa Kelas XI T/A 2023-2024.

### **1.4 Batasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini adalah peneliti menganalisis motif menggunakan *Instagram* pada siswa Darma Bangsa kelas XI T/A 2023 2024.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Untuk menganalisis motif siswa kelas XI SMA Darma Bangsa dalam menggunakan *Instagram*.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1.6.1 Manfaat Praktis**

- a. Manfaat bagi peneliti adalah untuk mengembangkan kemampuan meneliti sebuah fenomena remaja yang ada dan menambah wawasan terkait motif-motif remaja dalam

menggunakan *Instagram* serta menambah pengalaman baru dalam menerapkan ilmu yang sudah pernah didapatkan dalam perkuliahan.

- b. Manfaat bagi Institusi adalah sebagai sumber informasi kepada guru Bimbingan dan Konseling mengenai kondisi siswanya bahwa dalam bersosial media siswa memiliki motif tersendiri baik motif yang bersifat positif sampai yang bersifat negatif serta mendapatkan sebuah karya yang dapat dijadikan referensi mahasiswa lain dalam mengerjakan tugas akhir perkuliahannya.

### **1.6.2 Manfaat Teoritis**

- a. Manfaat secara teoritis pada bidang pendidikan adalah mampu memberikan sumbangan ilmiah dalam ilmu Pendidikan bimbingan dan konseling, yaitu membuat inovasi penggunaan metode penyampain informasi bimbingan dan koseling melalui akun sosial media *Instagram*.
- b. Membantu guru bimbingan dan konseling untuk mengawasi perilaku siswa dalam bermain sosial media.

## II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Media Sosial

*New media* merupakan media yang menawarkan *digitisation*, *convergence*, *interactivity*, dan *development of network* terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuannya menawarkan interaktifitas ini memungkinkan pengguna dari *new media* memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Kemampuan menawarkan suatu *interactivity* inilah yang merupakan konsep sentral dari pemahaman tentang *new media*. (Flew, 2002).

Munculnya virtual *reality*, komunitas virtual identitas virtual merupakan fenomena yang banyak muncul seiring dengan hadirnya *new media*. Fenomena ini muncul karena *new media* memungkinkan penggunanya untuk menggunakan ruang seluas-luasnya di *new media*, memperluas jaringan seluas-luasnya, dan menunjukkan identitas yang lain dengan yang dimiliki pengguna tersebut di dunia nyata. (Flew, 2002).

Media sosial merupakan salah satu media instan yang saat ini memang memiliki berbagai fungsi dalam perannya. Selain berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, media massa juga menjadi sarana untuk penggunanya dalam menggali berbagai informasi. Ardianto dalam buku Komunikasi 2.0 mengungkapkan, bahwa media sosial *online*, disebut jejaring sosial *online* bukan media massa *online* karena media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat.

Penggalangan dukungan atau gerakan massa bisa terbentuk karena kekuatan media *online* karena apa yang ada di dalam media sosial, terbukti mampu membentuk opini, sikap dan perilaku publik atau masyarakat. Fenomena media sosial ini bisa dilihat dari kasus Prita Mulyasari versus Rumah Sakit Omni International. Inilah alasan mengapa media ini disebut media sosial bukan media massa. (Ardianto, 2011).

Definisi media sosial tidak serta merta merupakan gagasan yang tidak berdasar yang dikemukakan oleh para ahli tersebut. media sosial memiliki peran dan dampak bagi kehidupan masyarakat yang harus didesain sedemikian rupa agar media sosial tetap pada fungsi dan tujuan media sosial itu sendiri dan memiliki manfaat dalam kehidupan setiap individu. Seperti yang dikemukakan oleh Henderi, bahwa pengertian media sosial adalah situs jaringan sosial berbasis *web* yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi *public* dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat serta menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem (Henderi, 2007) Sedangkan menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya (Kotler, Keller 2012).

Teknologi-teknologi *web* baru memudahkan semua orang untuk membuat dan yang terpenting menyebarkan konten mereka sendiri. Post di Blog, *tweet*, *Instagram*, *facebook*, atau video di *YouTube* yang dapat direproduksi dan dilihat oleh jutaan orang secara gratis. Pemasang iklan tidak harus membayar banyak uang kepada penerbit atau distributor untuk memasang iklannya. Sekarang pemasang iklan dapat membuat konten sendiri yang menarik dan dilihat banyak orang (Zarrella, 2010).



### 2.1.1 Fungsi Media Sosial

Pada perannya saat ini, media sosial telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan masyarakat. Hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut :

- a. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.
- b. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.
- c. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak *audience*.

Selain itu terdapat pendapat lain menurut (Puntoadi,2011), yaitu pengguna media sosial berfungsi sebagai berikut :

- a. Keunggulan membangun personal branding melalui sosial media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audience yang menentukan. Berbagai media sosial menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi dan bahkan memberikan sebuah popularitas di media sosial.
- b. Media sosial memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan sebuah konten komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial pula berbagai para pemasar dapat mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka dan melakukan suatu interaksi secara personal, serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang mendalam.

## 2.1.2 Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki ciri-ciri yang tidak lepas dari berbagai ciri-ciri dari media sosial yang banyak digunakan hingga saat ini. Berikut beberapa karakteristik yang terdapat pada media sosial :

- a. Partisipasi mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga dapat mengaburkan batas antara media dan *audience*.
- b. Keterbukaan kebanyakan dari media sosial yang terbuka bagi umpan balik dan juga partisipasi melalui sarana-sarana voting, berbagi dan juga komentar. Terkadang batasan untuk mengakses dan juga memanfaatkan isi pesan.
- c. Perbincangan selain itu, kemungkinan dengan terjadinya perbincangan ataupun pengguna secara dua arah.
- d. Keterhubungan mayoritas dari media sosial tumbuh dengan subur lantaran terjadi suatu kemampuan yang dapat melayani keterhubungan antara pengguna, melalui suatu fasilitas tautan (links) ke *website*, sumber informasi dan bagi pengguna-pengguna lainnya

## 2.1.3 Faktor-faktor Penggunaan Media Sosial

### a. *Behavioral Intention*

*Behavioral intention* merupakan sebuah konsep yang berasal dari *theory of planned Behavior/TPB* (Menurut Ajzen,1991). TPB disusun untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku manusia di dalam suatu konteks tertentu. *Behavioral intention* merupakan faktor penentu dalam perilaku individu. *Behavioral intention* memberikan motivasi yang memengaruhi perilaku individu. Makin kuat *behavioral intention*, makin baik kinerja yang dilakukan. Hal tersebut akan menunjukkan besarnya usaha yang direncanakan individu dalam berperilaku atau bertindak.

Keinginan merupakan faktor utama yang memengaruhi perilaku individu.

**b. *Information Seeking Behavior***

Beberapa hasil penelitian menyatakan bahwa pengaruh *behavioral intention* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mendorong terjadinya *information seeking behavior*. *Information seeking behavior* meliputi pengaksesan informasi melalui teknologi berbasis internet yang ditujukan untuk keperluan pekerjaan, pribadi, serta hiburan (Scheepers, dkk., 2014). Kebutuhan individu terhadap informasi didasarkan pada pengalaman akan kurangnya pengetahuan. Kesenjangan pengetahuan yang dialami individu dapat menghalangi dirinya dalam melakukan proses sosialisasi. Oleh karena itu, individu perlu mendapatkan informasi untuk menjembatani masalah kesenjangan pengetahuan yang mereka hadapi (Palsdottir, 2010).

**c. *Hedonic Behavior***

Perkembangan teknologi memberikan kemudahan individu untuk memperoleh hiburan. Salah satunya adalah penggunaan media sosial untuk memberikan nilai kesenangan di dalam diri individu (Scheepers,). *Hedonic behavior*, menurut (Baek, Choo, 2015), merupakan pemenuhan motivasi intrinsik, misalnya individu dapat mewujudkan keinginan untuk mengekspresikan sesuatu yang membuatnya merasa senang. Perilaku tersebut akhirnya memberikan kepuasan dan kenyamanan dalam diri individu.

**d. *Sense of Community***

McMillan dan Chavis (dalam Townley, Kloos, Green, & Franco, 2011) mendefinisikan *sense of community* sebagai perasaan keanggotaan, di mana individu sebagai bagian dari anggota komunitas merasa saling memiliki. Perasaan tersebut

menguatkan ikatan antar anggota, sehingga masing-masing anggota saling memengaruhi satu sama lain. *Sense of community* menggambarkan kuatnya ikatan emosional antarindividu. Ikatan emosional terjalin berdasarkan perasaan berbagi pengalaman dan pengenalan satu sama lain (McMillan & Chavis, 1986). Media sosial mempermudah individu untuk berinteraksi secara intensif, sehingga menumbuhkan kuatnya ikatan emosional antarindividu yang berkembang dari waktu ke waktu.

#### 2.1.4 Jenis-jenis Media Sosial

Menurut Kotler dan Keller bahwa terdapat tiga macam platform yang utama untuk media sosial, yaitu :

1. Forum dan komunitas *online* Mereka datang dalam segala bentuk dan ukuran dimana banyak dibuat oleh pelanggan. Sebagian hal ini disponsori oleh perusahaan melalui postingan, instant, *messaging*, dan juga *chatting* yang berdiskusi mengenai minat khusus yang dapat berhubungan dengan perusahaan.
2. *Blog* Terdapat banyak sekali pengguna *blog* yang sangat beragam disini dan *Blogspot* sendiri merupakan salah satu penyedia akun *website* gratis dimana kita bisa posting, sharing dan lain sebagainya.

Selain itu menurut (Puntoadi,2011) bahwa terdapat beberapa macam jenis media sosial, yaitu sebagai berikut :

##### 1. **Bookmarking**

*Bookmarking* memberikan sebuah kesempatan untuk membagikan link dan tag yang diminati. Hal demikian bertujuan agar setiap orang dapat menikmati yang kita sukai.

2. **Wiki**

Sebagai situs yang memiliki macam-macam karakteristik yang berbeda, misalnya situs *knowledge sharing*, *wikitravel* yang memfokuskan sebagai suatu informasi pada suatu tempat.

3. **Flickr**

Situs yang dimiliki *yahoo*, yang mengkhususkan sebuah *image sharing* dengan *contributor* yang ahli pada setiap bidang fotografi di seluruh dunia. *Flickr* menjadikan sebagai photo catalog yang setiap produknya dapat dipasarkan.

4. **Creating opinion**

Media sosial tersebut memberikan sarana yang dapat untuk berbagi opini dengan orang lain di seluruh dunia. Melalui media sosial tersebut, semua orang dapat menulis jurnal, sekaligus sebagai komentator.

5. **Jejaring sosial**

Melalui situs-situs konten *sharing* tersebut orang-orang menciptakan berbagai media dan juga publikasi untuk berbagi kepada orang lain. Berikut beberapa contoh dari aplikasi media sosial tersebut :

- a. *Facebook* : layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada februari 2004 oleh Mark Zuckerberg ini memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif dan lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam untuk mengaksesnya. Disini pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan teman, bertukar pesan serta berbagi informasi.

- b. *WhatsApp* : merupakan aplikasi pesan lintas *platform* sejak kemunculanya tahun 2009 hingga saat ini, yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya SMS, karena menggunakan data internet. Menggunakan *WhatsApp* kita dapat dengan mudah untuk berinteraksi melalui pesan teks maupun suara dan hingga saat ini dilengkapi dengan fitur video *call*, yang mana kita dapat bertatap muka ketika telpon.
- c. *Line* : hampir serupa dengan *whatsapp*, *line* diluncurkan pada tahun 2011 oleh perusahaan jepang. Yang membedakannya jika *whatsapp* tidak memiliki karakter-karakter emoji dalam pesan, maka *Line* memiliki fasilitas tersebut, sehingga terlihat lebih seru ketika menggunakannya dalam menyampaikan pesan.
- d. *Youtube* : sebuah situs *web* berbagi video yang dibuat oleh mantan karyawan PayPal pada Februari 2005 ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton serta berbagi video. Konten video positif apapun bisa diakses melalui aplikasi tersebut.
- e. *Twitter* : layanan jejaring sosial dan *microblog* daring yang hampir serupa dengan *facebook*, yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 280 karakter. Didirikan pada maret 2006 oleh Jack Dorsey.
- f. *Instagram* : Instagram adalah platform aplikasi jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, mengedit, menerapkan filter digital, dan mengunggahnya dengan berbagai fitur, seperti kolom komentar, dan fitur DM atau *Direct Message* yang memungkinkan penggunanya untuk bertukar pesan.

## 2.2 *Instagram*

*Instagram* adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara *online*. *Instagram* berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih 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*" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan *Instagram* yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat.

### 2.2.1 **Fitur-fitur *Instagram***

#### a. *Explore*

Fitur *Explore Instagram* biasanya berisi rekomendasi berdasarkan jenis konten yang kerap berinteraksi dengan penggunanya. Karena itu, pengguna akan sering melihat video di halaman jelajah atau *Explore* mereka di *Instagram* yang sesuai dengan seleranya. Menu *Explore* dapat diakses dengan menekan tombol berbentuk kaca pembesar yang berada di bagian bawah, berdekatan dengan tombol "*Home*". Sesuai namanya, *Explore* berfungsi memudahkan pengguna mencari konten-konten yang relevan dengan minat mereka.

#### b. Video

Fitur video pada *instagram* ini merupakan fitur hasil gabungan dari IGTV dan video *Feed*. Fitur terbaru ini sudah diluncurkan bertahap secara global pada *Android* dan *iOS*. Pada fitur ini pengguna dapat menemukan berbagai video baik yang berdurasi panjang atau pendek di bagian Profil, tepatnya di tab baru "Video". Pengguna dapat mengetuk bagian video mana

saja untuk memutarinya dalam layar penuh. Setelah menontonnya, pengguna dapat menggulir video untuk menemukan konten lainnya, atau mengetuk tombol kembali untuk keluar dari tampilan layar penuh video. Fitur ini menyediakan *tools* pengeditan. Contohnya *tools crop, filter, dan tools* untuk menandai lokasi serta pengguna lain ke video.

c. *Instagram Direct message (DM)*

*Instagram Direct message* merupakan fitur berkirim pesan sesama pengguna *Instagram* baik yang saling mengikuti atau tidak namun bedanya pesan yang masuk jika pengguna tidak saling mengikuti maka pesan yang masuk bukan terletak pada tampilan umum *direct message* melainkan pada tampilan permintaan pesan. Pada fitur ini pengguna *Instagram* selain dapat berkirim pesan, pengguna juga dapat berkirim cerita, foto, video dan pesan suara.

d. *Instagram Stories*

*Instagram stories* merupakan sebuah fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, video dan merepost postingan serta menambahkan efek ke *feed Instagram stories* mereka. Semua postingan yang diunggah ke cerita pengguna memiliki masa kadaluwarsa setelah 24 jam, setelah 24 jam maka postingan akan terhapus secara otomatis. Pada fitur ini pengguna dapat mengapresiasi kegiatan dan peristiwa apa saja yang saat ini terjadi, tak hanya itu filter yang disediakan pada fitur ini membuat pengguna merasa terbantu dan membuat pengguna merasa percaya diri.

e. *Instagram Reels*

*Instagram reels* merupakan fitur terbaru pada aplikasi sosial media *Instagram* dimana fitur ini berbentuk video dengan durasi 90 detik. Sama halnya dengan fitur video *Instagram* namun bedanya pada durasi waktu dan ukuran framenya. Fitur



pengeditan video *reels Instagram* sama dengan video *Instagram*.

### 2.3 Penelitian Relevan

1. Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan oleh Yi-Ting Huang dan Sheng-Fang Su, Universitas Kristen Chung Yuan, Taoyuan 32023, Taiwan dengan judul artikel *Motives for Instagram Use and Topics of Interest among Young Adults*, Motif Penggunaan Instagram dan Topik yang Diminati di Kalangan Dewasa Muda tahun 2018. Metode penelitian utama yang melibatkan teori ini meliputi survei, eksperimen, dan tes psikologi. Penelitian ini mengkaji motif penggunaan dan topik minat pengguna Instagram yang belajar di universitas atau sekolah pascasarjana. Sebanyak 307 kuesioner yang valid diperoleh. Secara keseluruhan, motif penggunaan Instagram sebagian besar adalah untuk melihat postingan, terutama untuk kepentingan interaksi sosial dan hiburan.

Sebaliknya, tingkat persetujuan yang diungkapkan dalam pembuatan postingan Instagram lebih rendah, yang menunjukkan bahwa penekanan Instagram pada komunikasi visual diterima secara luas oleh kebutuhan psikologi cyber generasi muda dalam komunikasi sosial. Jika peserta dibagi berdasarkan jurusan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata skor yang diberikan jurusan desain pada item “Menghargai gaya hidup dan karya fotografi yang berbeda” dan “Mencari inspirasi kreatif” sama-sama lebih besar dari 4, yang menunjukkan bahwa desain Para jurusan sangat setuju bahwa motif mereka menggunakan Instagram dikaitkan dengan kreativitas.

Sebaliknya, jurusan teknik hanya memberikan nilai rata-rata lebih dari 4 pada item “Untuk melihat update teman-teman”. Sebaliknya, jurusan desain dan jurusan teknik menunjukkan minat terhadap merek fesyen dan pakaian fesyen terkini. Dengan gender sebagai variabel

independen, siswa perempuan lebih sering menggunakan Instagram “untuk melarikan diri dari situasi canggung” dibandingkan siswa laki-laki, sedangkan siswa laki-laki lebih sering menggunakan Instagram untuk pamer dibandingkan siswa perempuan. Gender lebih memengaruhi motif membuat postingan daripada memengaruhi motif melihat postingan.

2. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pavica Sheldon dan Katherine Bryant, Universitas Alabama Huntsville, AS dengan judul artikel *Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age*, Instagram: Motif penggunaan dan hubungannya dengan narsisme dan usia kontekstual tahun 2015. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif penggunaan *Instagram*. Lebih lanjut, penelitian ini menyelidiki bagaimana indikator posisi hidup partisipan, termasuk kepuasan hidup, interaksi interpersonal, dan aktivitas sosial, serta sifat psikologis narsisme, memengaruhi penggunaan Instagram mereka.

Informan pada penelitian ini terdiri dari 239 mahasiswa sarjana, termasuk 104 laki-laki dan 133 perempuan, dengan rentang usia 18 hingga 52 tahun. Sekitar 73% peserta mengidentifikasi dirinya sebagai orang Kaukasia, 13% orang Amerika keturunan Afrika, 3% orang Amerika keturunan Asia, 1% penduduk asli Amerika, 3% orang Hispanik, sedangkan peserta sisanya (7%) tidak termasuk dalam kategori yang disediakan. Setelah mendapat persetujuan dari *Institutional Review Board*, peserta direkrut melalui kelas-kelas yang ditawarkan di universitas riset Amerika bagian selatan pada tahun akademik 2014.

Beberapa peserta menerima kredit tambahan atas partisipasi mereka. Mereka pertama kali ditanyai serangkaian pertanyaan demografis. Selanjutnya seluruh peserta menjawab pertanyaan narsisme, kepuasan hidup, aktivitas sosial, dan interaksi interpersonal. Peserta kemudian ditanya apakah mereka menggunakan *Instagram*. Untuk melanjutkan

pertanyaan tentang penggunaan *Instagram* mereka, mereka harus menjadi pengguna *Instagram* aktif. Dari total peserta, 163 orang menggunakan *Instagram* (54 laki-laki dan 109 perempuan), dan 76 orang tidak menggunakannya. Perempuan lebih cenderung menggunakan *Instagram*.

3. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fransisca Iriani R Dewi dan Meylisa Permata Sari pada jurnal yang berjudul *Motivasi Penggunaan Instagram, Penggunaan Instagram secara Pasif dan Fear of Missing Out (FoMO)* tahun 2022 Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara. Sampel awal penelitian ini terdiri dari 351 dewasa muda secara sukarela berpartisipasi mengisi survei daring, namun satu (0.28%) tidak diikutsertakan karena pekerjaannya berhubungan dengan penggunaan Instagram. Sampel akhir yang digunakan dalam analisis adalah 350 ( $M=20.51$ ,  $SD=1.96$ ). Secara umum, partisipan penelitian menggunakan Instagram selama 1-2 jam per hari.

Pengumpulan data penelitian dilakukan menggunakan survei daring via Google Form. Survei daring terdiri dari informasi penelitian dan lembar persetujuan mengikuti penelitian, tiga alat ukur penelitian (FoMO, Passive Instagram Use, dan Instagram Motive), serta data demografi partisipan. Informasi mengenai penelitian ini disebarluaskan melalui unggahan Instagram Story dan secara snowball. Terdapat insentif bagi 30 partisipan yang dipilih secara acak berupa voucher sebesar @IDR 50,000.-

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi serta penggunaan Instagram tidak secara langsung memberikan dampak yang besar terhadap FoMO demikian juga untuk motivasi penggunaan sosial dalam hal Dating, New Friend, Academic, Social Connection, Entertainment, Self-expression dan Information. Namun demikian motivasi Following and Monitoring Others serta Social Recognition memiliki efek langsung dalam meningkatkan FoMO. Dengan melihat

kajian ini, maka hasil penelitian dapat digunakan sebagai dasar kajian lebih lanjut untuk penelitian yang lebih komprehensif terkait berbagai motivasi penggunaan sosial media dan juga beragam faktor kompleks yang berperan dalam meningkatkan FoMO. Kajian mendalam terkait hal ini dapat memberikan sumbangsih yang sangat bermanfaat bagi kajian perkembangan dan pendampingan generasi saat ini dan generasi yang mendatang dalam menggunakan media sosial.

4. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pavica Sheldon dan Megan Newman pada jurnal yang berjudul Instagram dan Remaja Amerika: Memahami Motif Penggunaannya dan Hubungannya dengan Pencarian Kepastian Berlebihan dan Penolakan Interpersonal tahun 2019 , Universitas Alabama di Huntsville, AL. Siswa yang berpartisipasi adalah 181 remaja dan pra-remaja Amerika (99 laki-laki, 82 perempuan), berusia 12 hingga 17 tahun ( $M= 13,7;SD= 1.12$ ), direkrut dari sebuah sekolah besar di wilayah selatan Amerika Serikat. Sebagian besar siswa terdaftar di Kelas 7 (35,4%), diikuti oleh Kelas 9 (33,7%), kemudian Kelas 8 (28,7%), dan terakhir Kelas 10 (2,2%). Badan kemahasiswaan adalah 95% putih. Dari total peserta, 115 orang menggunakan Instagram (67 laki-laki dan 48 perempuan), dan 66 tidak menggunakannya. Tidak ada perbedaan gender dalam kemungkinan menggunakan Instagram;  $\chi^2= 1,87;P>.05$ . Penelitian ini disetujui oleh *Institutional Review Board*.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram sangat menarik bagi mereka yang membutuhkan kepastian terus-menerus tentang nilai mereka. Kebutuhan akan validasi dari orang lain mendorong remaja untuk menjadi seperti itu berkreasi dengan postingan Instagram mereka, dan untuk mengesankan orang lain. Para remaja yang mengalami penolakan interpersonal dari anak-anak lain menggunakan Instagram untuk melarikan diri dari kenyataan, mungkin untuk mengimbangi kurangnya kontak sosial yang mereka

miliki dengan orang lain secara tatap muka. Penelitian ini terbatas karena sampelnya tidak besar atau beragam. Sebagian besar (95%) peserta berkulit putih. Hasil mungkin akan berbeda jika kami mensurvei anak-anak sekolah lain. Selain itu, tidak menutup kemungkinan ada alasan lain mengapa remaja menggunakan Instagram. Penelitian di masa depan harus mencoba memahami fitur Instagram mana yang menarik individu dengan kebutuhan kepastian yang berlebihan. Mereka harus mengambil sosio-psikologis lainnya dan karakteristik sosio-demografis yang diperhitungkan ketika mempelajari penggunaan Instagram oleh remaja.

5. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Esra Kocak,V, Aslihan Nasir, dan Hande B. Turker dalam artikel yang berjudul *What drives Instagram usage? User motives and personality traits* Apa yang mendorong penggunaan Instagram? Motif pengguna dan ciri kepribadian tahun 2020. Penelitian ini berfokus terutama pada penggalian motif penggunaan *Instagram* yang spesifik pada konteks tertentu. Tujuan lain dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan ciri-ciri kepribadian di antara segmen pengguna *Instagram*. Sebuah survei online yang telah dirancang, ada total 690 kuesioner lengkap dikumpulkan, dan 507 Informan adalah pengguna *Instagram*. Setelah melakukan analisis faktor, terungkap enam kategori motif penggunaan utama yang diberi nama ekspresi diri, pencatatan, sosialisasi, rekreasi, kreativitas, dan pengintaian.

Pengguna *Instagram* telah dikelompokkan sebagai pengguna yang penuh gairah, menjaga jarak, dan hanya menjadi penonton berdasarkan motif penggunaan mereka. Pada akhirnya, perbedaan kepribadian di antara kelompok-kelompok ini telah dieksplorasi menggunakan *Big Five Inventory (BFI)* dan dua ciri tambahan, kecemasan interaksi sosial, dan ketakutan akan evaluasi negatif. Keterbukaan terhadap pengalaman, kecemasan interaksi sosial, dan

ketakutan akan evaluasi negatif ditemukan berbeda secara signifikan di antara kelompok-kelompok ini. Pada penelitian ini juga ditemukan motif penggunaan SNS, mengelompokkan pengguna berdasarkan motif tersebut, dan kemudian menggambarkan ciri-ciri kepribadian setiap segmen memberikan petunjuk penting tentang bagaimana SNS dapat merancang antarmuka mereka dengan lebih baik dan menghasilkan konten untuk menarik pengguna di segmen yang berbeda.

6. Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh Mustafa Fidan, Murat Debbag dan Başak Fidan dalam jurnal yang berjudul *Adolescents Like Instagram! From Secret Dangers to an Educational Model by its Use Motives and Features: An Analysis of Their Mind Maps*, Remaja Suka Instagram! Dari Bahaya Rahasia hingga Model Pendidikan Berdasarkan Motif dan Fitur Penggunaannya: Analisis Peta Pikiran Mereka tahun 2021. Penelitian ini menyelidiki persepsi remaja terhadap *Instagram* sebagai situs jejaring sosial melalui peta pikiran mereka dan mencoba memahami fenomena sosial yang mempengaruhi mereka melalui motif dan fitur penggunaannya. Ia juga menawarkan profil umum penggunaan situs jejaring sosial di kalangan remaja. Data dikumpulkan dari 540 remaja jurusan sekolah menengah atas di Turki. Para peserta membuat peta pikiran mereka di *Instagram* pada kursus seni rupa. Data kualitatif diselesaikan dengan menggunakan analisis tematik. Hasilnya menyoroti popularitas *Instagram* di kalangan remaja. Berdasarkan gambaran mental mereka di *Instagram*, kami menemukan empat kategori: “komunikasi dan interaksi”, “perolehan pengetahuan”, “hiburan dan berbagi”, dan “efek negatif Instagram”. Selain persepsi positif mereka terhadap *Instagram*, mayoritas remaja fokus pada dampak negatif seperti kecanduan, gangguan mood, tindakan narsistik, dan pelanggaran etika. Berdasarkan temuan ini, kami juga

menyarankan model teoretis untuk penggunaan *Instagram* dalam bidang pendidikan dan arahan untuk penelitian di masa depan.

7. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Jin kang dan Lewen Wei dalam jurnal *Let me be at my funniest: Instagram users' motivations for using Finsta (aka fake Instagram)* Biarkan saya menjadi yang terlucu: Motivasi pengguna Instagram menggunakan Finsta (alias Instagram palsu) tahun 2020. Sosial media *Instagram* Pengguna dapat membuat dua jenis akun untuk mengelola presentasi diri mereka secara strategis. Pada penelitian ini akun *Instagram* asli (dikenal dengan nama Rinsta), pengguna menonjolkan aspek-aspek diri yang menyanjung, sedangkan pada akun *Instagram* palsu (dikenal dengan nama Finsta), pengguna menampilkan aspek-aspek diri yang tidak menyenangkan. Kami melakukan survei online dengan pengguna *Instagram* perguruan tinggi yang menggunakan Rinsta dan Finsta (N = 149) untuk mengungkap secara empiris perbedaan motivasi pengguna dan perilaku presentasi diri antara kedua akun ini. Kami menemukan bahwa pengguna *Instagram* menilai lima motivasi pengguna (yaitu, interaksi sosial, ekspresi diri, pelarian, mengintip, dan pengarsipan) lebih tinggi untuk Rinsta dibandingkan Finsta, dan mereka terutama menciptakan Finsta untuk memberikan pembaruan harian yang menyenangkan dan untuk menjalin ikatan sosial. dengan teman dekat. Selain itu, kami mengamati bahwa pengguna *Instagram* lebih menampilkan diri mereka yang sebenarnya, diri ideal, diri yang menipu, dan diri yang mengesankan di Rinsta daripada di Finsta. Implikasi, keterbatasan, dan arah masa depan dibahas.
8. Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh Christina Geary a, Evita March b, dan Rachel Grieve dalam jurnal yang berjudul *Insta-identity: Dark personality traits as predictors of authentic self-presentation on Instagram*, Identitas Insta: Ciri-ciri

kepribadian gelap sebagai prediktor presentasi diri autentik di *Instagram* tahun 2021. Penelitian ini mendapat persetujuan dari lembaga terkait Komite Etika Penelitian Manusia sebelum pengumpulan data. Sampelnya terdiri dari peserta sarjana komunitas dan universitas yang direkrut melalui iklan di media sosial atau partisipasi program sarjana. Peserta diberikan tautan web ke kuesioner online yang anonim dan rahasia, dimana penyajian tindakan diimbangi. Kriteria inklusi untuk penelitian ini adalah peserta memiliki pengalaman saat ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mereplikasi dan memperluas penelitian Grieve et al. (2020). Peneliti mereplikasi penelitian ini dengan memeriksa peran narsisme yang muluk dan rentan dan memperluas penelitian dengan mengeksplorasi presentasi diri otentik dalam konteks *Instagram* dan memasukkan prediktor tambahan psikopati (primer dan sekunder) dan Machiavellianisme. Keaslian *Instagram* dioperasionalkan sebagai jarak Euclidean, dengan jarak yang lebih jauh menunjukkan ketidakotentikan yang lebih besar.

9. Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh Rebecca C. Brown, Tin Fischer David A, Goldwich dan Paul L. Plener dalam jurnal yang berjudul *I just finally wanted to belong somewhere*—*Qualitative Analysis of Experiences With Posting Pictures of Self-Injury on Instagram*, Saya akhirnya ingin menjadi bagian dari suatu tempat—Analisis Kualitatif terhadap Pengalaman Memposting Gambar Menyakiti Diri Sendiri di *Instagram* tahun 2020.

Peserta pada penelitian ini diidentifikasi dari kumpulan data yang lebih besar yang menyelidiki terjadinya tindakan melukai diri sendiri tanpa bunuh diri (NSSI) di *Instagram*. Semua gambar dan akun pengguna yang terkait dengan 16 hashtag Jerman yang paling sering dikaitkan dengan gambar luka NSSI (yaitu #ritzen, “#cutting”) diunduh setiap jam selama empat minggu pada bulan April 2016. Setelah empat minggu pengumpulan data *Instagram*, total N=100



pengguna yang dipilih secara acak dari kumpulan data ini (yang semuanya telah memposting setidaknya satu gambar NSSI di *Instagram*) didekati melalui *Instagram messenger* dan ditanya apakah mereka bersedia untuk berpartisipasi dalam studi berbasis wawancara. Peserta juga ditanya apakah luka atau bekas luka yang terlihat pada gambar yang diposting adalah hasil NSSI mereka sendiri. Jika mereka setuju, peserta dilibatkan dalam penelitian ini.

Wawancara dilakukan di *Instagram messenger* menggunakan obrolan, yang memungkinkan peserta untuk tetap anonim. Wawancara bersifat semi-terstruktur dan terdiri dari 33 pertanyaan tentang pengalaman peserta dengan NSSI dan bunuh diri di *Instagram*. Selain itu, variabel sosio-demografis (yaitu jenis kelamin, usia) juga dinilai. Dalam penelitian ini, pertanyaan “Apa alasan Anda pertama kali memposting gambar secara online?”, “Apa niat umum Anda memposting gambar di *Instagram*?”, “Reaksi apa yang Anda dapatkan mengenai gambar yang Anda posting?”, “Apakah Anda mendapatkan jumlah perhatian yang sama untuk semua gambar yang Anda posting, atau apakah gambar yang menggambarkan NSSI berbeda?”, dan “Bagaimana perasaan Anda saat melihat gambar NSSI yang diposting oleh pengguna *Instagram* lain?”.

10. Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh Veronica L Thomas, Marisol Chavez, dan Alexandra M Minnis dalam jurnalnya yang berjudul *Instagram as a tool for study engagement and community building among adolescents: A social media pilot study*, *Instagram* sebagai alat untuk keterlibatan studi dan pembangunan komunitas di kalangan remaja: Sebuah studi percontohan media sosial tahun 2020. Penelitian ini mengadopsi pendekatan yang berpusat pada generasi muda untuk merancang studi percontohan selama tiga bulan, yang mencakup sesi desain partisipatif, kampanye *Instagram* dengan target geografis, dan acara tatap muka di sekolah. Penelitian ini

melakukan survei sebelum/pasca-percontohan dengan peserta studi, menganalisis metrik media sosial, dan mengumpulkan ukuran proses, seperti tingkat kunjungan studi.

Meskipun hanya ada sedikit perubahan pada sikap partisipan terhadap penelitian ini, temuan studi percontohan ini menunjukkan bahwa Instagram adalah alat yang menjanjikan untuk mendukung keterlibatan partisipan remaja dalam penelitian yang sedang berlangsung, terutama jika kontennya dirancang dengan remaja sebagai mitranya. Selain menilai efektivitas kampanye penjangkauan Instagram untuk mendukung retensi, makalah ini juga menyajikan saran dan wawasan untuk menciptakan intervensi media sosial serupa yang menargetkan kaum muda.

### **III METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif survei Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif metode survei. Menurut (Kerlinger, 1973) penelitian metode survei merupakan penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, untuk menemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Dalam konteks penelitian ini ditujukan untuk remaja Sekolah Menengah Atas Darma Bangsa kelas XI dalam motif remaja menggunakan *Instagram*. Penelitian survei kualitatif bertujuan untuk menentukan keragaman beberapa topik yang diminati dalam populasi tertentu tanpa menghitung jumlah orang dengan karakteristik yang sama (nilai variabel) tetapi menetapkan variasi yang berarti (dimensi dan nilai yang relevan) dalam populasi tersebut (Jansen, 2010).

#### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Sekolah Menengah Atas Darma Bangsa kota Bandar Lampung T/A 2023-2024.

### 3.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian pada penelitian ini adalah siswa dan siswi Sekolah Menengah Atas Darma Bangsa Kelas XI T/A 2023-2024. Teknik yang dipakai pada penelitian ini adalah teknik sampling, teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability* dimana teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018). Metode pada penelitian ini menggunakan metode *voluntary sampling* dimana maksud dari metode ini adalah pengambilan sampel berdasarkan kesukarelaan subjek untuk berpartisipasi dalam penelitian. Langkah pada metode *voluntary sampling* ini adalah menyebarkan kuesioner kepada informan yang berkenan mengisi tanpa ada paksaan apapun. Kelemahan dalam menggunakan metode ini adalah tidak ada batasan berapa orang yang bisa mengisi, dan jawaban yang didapat tidak representatif.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau metode yang dapat digunakan peneliti dalam mencari dan mengumpulkan data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

#### 3.4.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada informan. Kuesioner pada penelitian ini adalah kuesioner tentang pola penggunaan *Instagram* bagi remaja di Sekolah Menengah Atas Darma Bangsa Kelas XI T/A 2023-2024. Pada penelitian ini peneliti memberikan pertanyaan terbuka dan tertutup kepada informan sebanyak 9 pertanyaan. Kuesioner dalam penelitian ini adalah berbentuk *survey online* yang disebarkan melalui *google form*.

### 3.4.2 Wawancara

Pada penelitian ini peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

### 3.4.3 Observasi Terstruktur

Observasi terstruktur merupakan observasi yang telah dirancannng secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, dimana tempatnya. Observasi terstruktur dilakukan apabila peneliti telah mengetahui dengan pasti variabel apa yang akan diamati. Pada penelitian ini peneliti mengamati informan di akun sosial media *Instagram* milik informan.

### 3.4.4 Triangulasi

Triangulasi merupakan metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memeriksa dan menetapkan validitas dengan menganalisa dari berbagai perspektif. Norman K. Denkin dikutip oleh (Mudjia Rahardjo, 2012) mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Triangulasi pada penelitian ini menggunakan triangulasi metode dimana triangulasi metode ini dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan survei. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan informan

yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Triangulasi tahap ini dilakukan jika data atau informasi yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya.

### 3.5 Uji Keabsahan

Uji keabsahan data dilakukan dengan uji *kredibilitas* dan *dependability*.

#### 3.5.1 Uji *Kreadibilitas*

Uji *kreadibilitas* yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan bahan refrensi.

##### a. Menggunakan Bahan Referensi

Refrensi yang dimaksud adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah dilakukan oleh peneliti. Sebagai contoh, data hasil kuesioner perlu didukung dengan adanya data kuesioner. Data interaksi manusia, atau gambaran suatu keadaan perlu didukung oleh foto-foto (Sidiq & Choiri, 2019). Dalam hal ini hasil data yang didapatkan adalah dari kuesioner yang dilakukan oleh peneliti perlu didukung dengan adanya bukti kuesioner.

#### 3.5.2 Uji *dependability*

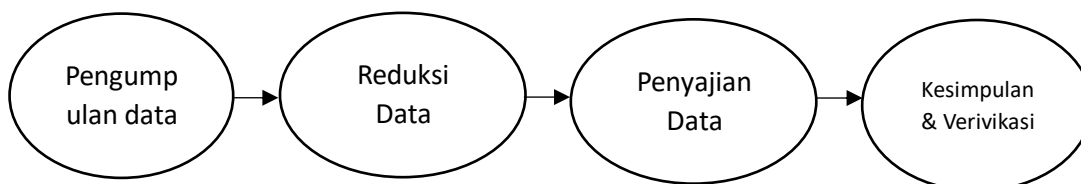
Uji *Dependability* dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Sering terjadi peneliti tidak melakukan proses penelitian ke lapangan, tetapi bisa memberikan data. Peneliti seperti ini perlu diuji *dependabilitynya*. Kalau proses penelitian tidak dilakukan tetapi datanya ada, maka penelitian tersebut tidak reliabel atau *dependable*. Untuk itu pengujian *dependability* dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penilaian. Caranya dilakukan oleh auditor yang independen, atau pembimbing untuk untuk mengaudit keseluruhan aktivitas peneliti dalam melakukan penelitian. Bagaimana peneliti mulai menentukan masalah/fokus, memasuki lapangan,

menentukan sumber data, melakukan analisis data, melakukan uji keabsahan data, sampai membuat kesimpulan harus dapat ditunjukkan oleh peneliti (Sidiq & Choiri, 2019).

### 3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut (Bogdan & Biklen, 1982) merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang akan dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

(Miles dan Huberman, 1992) menggambarkan proses analisis data penelitian kualitatif sebagai berikut.



Gambar 3. 1Proses analisis data menurut Miles dan Huberman dalam Sidiq & Choiri (2019)

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui *survey online google form*.

b. Reduksi Data

Reduksi data adalah upaya menyimpulkan data, kemudian memilah-milah data dalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu, dan tema tertentu. Reduksi data dilakukan dengan cara memfokuskan pada hal-hal penting

dan membuang yang tidak perlu. Lalu, peneliti membuat *WordCloud* di aplikasi Atlas.ti agar memberikan gambaran yang lebih jelas dalam membuat *coding*.

c. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami. Setelah mereduksi data ke dalam kelompok yang telah ditentukan, peneliti memberikan kode-kode (koding) tertentu ke kelompok tema yang telah dibuat. Lalu peneliti mengkalkulasikan jumlah koding yang sudah didapatkan dan mulai menyajikannya dalam bentuk grafik. Berikut merupakan proses analisis data (*coding*) yang dilakukan menurut Strauss dan Corbin (dalam Walker dan Myrick, 2006) terdapat 3 tahap, yaitu:

1. *Open coding* Proses merinci, menguji, membandingkan, mengkonseptualisasi dan melakukan kategorisasi data.
2. *Axial coding* Suatu perangkat prosedur dimana data dikumpulkan kembali bersama dengan cara baru setelah *open coding*, dengan membuat kaitan antara kategori-kategori. Ini dilakukan dengan memanfaatkan landasan berpikir *coding* yang meliputi kondisi-kondisi, konteks-konteks, aksi strategi-strategi interaksi dan konsekuensi – konsekuensi.
3. *Selective coding* Proses seleksi kategori inti, menghubungkan secara sistematis ke kategori-kategori lain, melakukan validasi hubungan-hubungan tersebut dan dimasukkan ke dalam kategori-kategori yang diperlukan lebih lanjut untuk perbaikan dan pengembangan

d. Kesimpulan dan verifikasi (*conclusion and verification*)

Kesimpulan dan verifikasi adalah kesimpulan awal yang sifatnya sementara dan dapat berubah, apabila bukti temuannya berubah. Tapi apabila sebaliknya, temuan awalnya valid dan konsisten maka temuannya



dapat dikatakan kredibel. Dari kesimpulan yang didapat diverifikasi oleh temuan berikutnya sehingga kesimpulan yang diperoleh dapat berupa diskripsi, gambaran tentang suatu obyek yang tadinya remangremang atau belum jelas menjadi sesuatu yang jelas. Hasil yang dapat dicapai dapat berupa: hubungan kausal atau interaktif tentang suatu fenomena, hipotesis, atau teori.

### 3.7 Definisi Oprasional

Definisi Operasional Variabel adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaan. Definisi operasional variabel ditemukan item-item yang dituangkan dalam instrumen penelitian (Sugiyono, 2014). Definisi oprasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 3.7.1 Motif

Motif adalah dorongan yang sudah terikat pada suatu tujuan. Motif menunjuk hubungan sistematis antara suatu respon dengan keadaan dorongan tertentu. Motif yang ada pada diri seseorang akan mewujudkan suatu perilaku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan. Ada beberapa definisi tentang motif:

Sherif & Sherif (1956) : motif sebagai suatu istilah generic yang meliputi semua faktor internal yang mengarah pada berbagai jenis perilaku yang bertujuan, semua pengaruh internal, seperti kebutuhan (*needs*) yang berasal dari fungsi-fungsi organisme, dorongan dan keinginan, aspirasi, dan selera social, yang bersumber dari fungsi-fungsi tersebut.

Dari berbagai macam pendapat dari para ahli di atas, maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa motif adalah kondisi seseorang yang mendorong untuk mencari suatu kepuasan atau mencapai suatu tujuan. Motif juga merupakan suatu alasan atau dorongan yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu, melakukan

tindakan, atau bersikap tertentu. motif merupakan suatu pengertian yang mencakupi semua penggerak, alasan, atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif. Tingkah laku juga disebut tingkah laku secara refleks dan berlangsung secara otomatis dan mempunyai maksudmaksud tertentu walaupun maksud itu tidak senantiasa sadar bagi manusia.

### **3.7.2 Instagram**

*Instagram* adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara *online*. *Instagram* berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih 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*" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat.

## V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada remaja sekolah menengah atas darma bangsa kelas XI T/A 2023-2024 di kota Bandar Lampung. Ditemukan 5 tema pada motif menggunakan *Instagram* bagi remaja dan 4 Tema dampak dari menggunakan *Instagram* bagi remaja. Adapaun motif-motif tersebut adalah, motif untuk membangun cira diri, motif untuk mencari hiburan, motif untuk mencari informasi, motif untuk berinteraksi, dan terakhir motif untuk pengarsipan. Adapun dampak yang diperoleh yaitu membangun konsep diri, kebutuhan interaksi sosial, mendapatkan hiburan, dan kebutuhan perbaikan kognitif.

Dapat disimpulkan dari penelitian ini bahwa remaja dalam menggunakan *Instagram* memiliki banyak motif, baik motif tersebut positif dan negatif. Motif yang remaja berikan dalam penelitian ini peneliti korelasikan dengan dampak akibatnya. Artinya dalam setiap motif ada dampaknya walaupun sebenarnya dampak tersebut berupa hal yang positif dan negatif, seperti contohnya adalah ketika remaja menggunakan *Instagram* sebagai tempat membangun citra diri maka dampak yang remaja dapatkan adalah perasaan ingin dilihat, perasaan ingin dipuji, dan perasaan ingin disukai. Namun ketika *Instagram* dijadikan tempat untuk mencari Informasi maka dampaknya akan menjadi baik, karena dengan informasi yang disediakan *Instagram* remaja dapat menambah Ilmu pengetahuan sehingga kebutuhan perbaikan kognitif remaja terpenuhi.

Oleh sebab itu maka sebagai seorang guru, baik itu guru kelas, atau guru Bimbingan dan Konseling dan bahkan kepala sekolah, perlu memahami lebih dalam tentang motif menggunakan *Instagram* ini dikalangan siswanya, karna *Instagram* tidak melulu tentang terjadinya hal negatif, namun *Instagram* juga memberikan dampak positif bagi siswa. Dengan sekolah memanfaatkan *Instagram* menjadi tempat untuk siswanya beredukasi justru menambah rasa senang siswa dalam belajar. Begitupun dengan orangtua siswa, tidak selalu memarahi anak ketika bermain *Gadget* terutama bermain *Instagram*, karna bisa jadi sang anak sedang menggali Informasi dan sedang mencari referensi untuk tugas sekolahnya, namun perlu tetap dalam pengawasan orangtua dan guru.

## 5.2 Saran

Setelah peneliti selesai melakukan proses penelitian ini, maka peneliti ingin memberikan saran kepada pihak-pihak terkait sebagai berikut:

### 1. Saran Kepada Siswa

Remaja khususnya siswa sebagaimana dikatakan bahwa remaja adalah *agent of change* artinya remaja bisa mulai untuk memilih dan memilih mana yang baik dan mana yang tidak baik. Siswa juga bisa bijak dalam menelaah informasi yang ada dan siswa mulai belajar untuk lebih dalam mengatur waktu. *Instagram* bisa menjadi peluang dan *Instagram* juga bisa menjadi penghalang, oleh sebab itu bijaklah dalam menggunakan sosial media.

### 2. Saran orangtua

Remaja adalah masa dimana anak-anak merasa labil dengan keputusannya, dan remaja adalah masa anak-anak untuk aktif mencari apa yang ia ingin tahu dan pastinya masa dimana mereka senang mencoba hal-hal baru. *Instagram* hadir tentunya memberikan perbaikan dalam sistem komunikasi dan informasi, namun tidak bisa dipungkiri bahwa hadirnya *Instagram* tidak selalu berdampak baik bagi masyarakat

terutama anak-anak remaja, maka perlu adanya pengawasan lebih untuk dapat mengontrol aktivitas anak-anak di sosial media tentunya *Instagram*.

3. Saran untuk guru dan pihak Instansi terkait

*Instagram* saat ini menjadi salah satu sosial media yang paling digemari oleh kalangan remaja, dengan fiturnya yang banyak dan tempat dimana lembaga-lembaga pendidikan menginformasikan pengumuman-pengumuman penting, seperti halnya lomba dan prestasi lainnya membuat *Instagram* menjadi sosial media yang diminati oleh remaja. Oleh sebab itu guru atau lembaga terkait bisa memanfaatkan *Instagram* sebagai platform menyebarkan informasi sekolah atau edukasi tentang pengetahuan dan hal-hal lainnya. Selain itu guru dan Instansi terkait juga perlu adanya pengawasan lebih dalam terkait motif-motif remaja dalam menggunakan *Instagram* supaya remaja tetap pada koridor semestinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes. Jurnal of Fundamental Research.* 50 : 179-211.
- Agianto Rifqi, Setiawati Anggi, Firmansyah Ricky. 2020. Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Dan Etika Remaja. *Jurnal Teknologi Informasi dan komunikasi.* 07 : 133-137.
- Andarwati.L. 2016. *Citra Diri Ditinjau Dari Intensitas Penggunaan Media Jejaring Sosial Instagram Pada Siswa Kelas XI SMA N 9 Yogyakarta.* (Skripsi). Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- APJII. 2016. Penetrasi & perilaku pengguna internet Indonesia survey 2016. <https://survei.apjii.or.id/survei/register/12?type=free>. Diakses pada 13 Agustus 2022.
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Komunikasi 2.0 Teoritis dan Implikasi.* ASPIKOM Buku Litera dan Perhumas, Yogyakarta.
- Ayun.PQ. 2015. Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas. *Jurnal Komunikasi.* 03 : 1-16.
- Bogdan, Robert C. dan Biklen Kopp Sari. 1982. *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods.* Viacom Company, Boston London.
- Bona, S. H. 2012. *Pelatihan Untuk Peningkatan Self Esteem Pada Mahasiswa Universitas Indonesia Yang Mengalami Distress Psikologis.* (Thesis). Universitas Indonesia. Depok.
- Cahyowati, T. 2008. Pengaruh Pelatihan Pengenalan Diri terhadap Peningkatan SelfEsteem Remaja Panti Asuhan Aisyiah Malang. (Skripsi). Universitas Negeri Malang. Malang.

- Christina Geary a, Evita March b, dan Rachel Grieve. 2021. Insta-identity: Dark personality traits as predictors of authentic self-presentation on Instagram. *Journal Telematics and Informatics*. 63 : 121-123.
- Esra Kocak,V, Aslihan Nasir, dan Hande B. Turker. 2020. What drives Instagram usage? User motives and personality traits. *Journal Of Digital Information*. 44 : 625-643.
- Engkus, Hikmat & Karso Saminnurahmat. 2017. Perilaku Narsis Pada Media Sosial Di Kalangan Remaja Dan Upaya Penanggulangannya. *Jurnal Penelitian Komunikasi*. 20 : 121-134.
- Eunike. A C. 2010. *Hubungan antara keluarga dan pusat kendali eksternal dengan kecemasan sosial pada remaja difabel dibalai besar rehabilitasi sosial bina daksa prof. Dr. soeharso Surakarta*. (Skripsi). Universtias Negeri Surakarta. Surakarta.
- Flew, Terry. 2002. *New Media: An Introduction*. Oxford University Press, New York.
- Fransisca Iriani R Dewi dan Meylisa Permata Sari. 2020. Motivasi Penggunaan Instagram, Penggunaan Instagram secara Pasif dan Fear of Missing Out (FoMO). *Jurnal Komunikasi*. 14 : 251-262.
- Freud, Sigmund. 2002. *A General Introduction to Psychoanalysis, Psikoanalisis Sigmund Freud*. Ikon Teralitera, Yogyakarta.
- Gianto, Rifqi, Setiawati, Anggi, & Firmansyah, Ricky. 2020. Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*. 07 : 130–139.
- Gumilar, G. & Zulfan, I. 2014. Penggunaan media massa dan internet sebagai sarana penyampaian informasi dan promosi oleh pengelola industri kecil dan menengah di bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*. 02 : 85-92.
- Hartanti. 1998. *Citra Diri dan Kecenderungan Perilaku Diet pada Remaja Putri*.(Skripsi). Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- HB Jassin, Tjipta Lesmana. 1995. *Pornografi dalam Media Massa*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Henderi, Muhammad Yusuf, Yuliana Isma Graha. 2007. *Pengertian Media Sosial*. Kencana, Jakarta.
- Jansen, H. 2010. The Logic of Qualitative Survey Research and its Position in the Field of Social Research Methods. *Journal Of Qualitative Research*. 11: 127-130.

- Jin kang dan Lewen Wei . 2020. Let me be at my funniest: Instagram users' motivations for using Finsta (aka fake Instagram). *Journal Social Science*. 57 : 50-63.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management*. Pearson Education, United States.
- McMillan, D. W., & Chavis, D. M. 1986. Sense of community: A definition and theory. *Journal of Community Psychology*. 14: 6-23.
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. UIP, Jakarta.
- Mustafa Fidan, murat debbag dan Başak Fidan. 2020. Adolescents Like Instagram! From Secret Dangers to an Educational Model by its Use Motives and Features: An Analysis of Their Mind Maps. *Journal indexing and metrics*. 49 : 67-69.
- Nasrullah, Rully. 2016. *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*, Simbiosis Rekatama Medika, Bandung.
- Palsdottir Agusta. 2010. The connection between purposive information seeking and information encountering: A study of Icelanders' health and lifestyle information seeking. *Journal of documentation*. 66 : 78-80.
- Pavica Sheldon dan Katherine Bryant. 2015. Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age, Instagram. *Journal psychology*. 58 : 235-238.
- Pavica Sheldon dan Megan Newman. 2019. Instagram dan Remaja Amerika: Memahami Motif Penggunaannya dan Hubungannya dengan Pencarian Kepastian Berlebihan dan Penolakan Interpersonal. *Jurnal Komunikasi*. 08 : 45-51.
- Pilliang. Yasraf, Amir. 2003. *Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Jalasutra, Yogyakarta.
- Prihatiningsih, Witanti. 2017. Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication*. 08 : 51-65.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rahardjo, M 2012 Triangulasi Dalam Penelitian Kualitatif, <http://mudjiarahardjo.com/artikel/270.html?task=view>. diakses tanggal 30 Agustus 2022.



- Rebecca C, Tin Fischer A, Goldwich L, Plener. 2020. "I just finally wanted to belong somewhere"—Qualitative Analysis of Experiences With Posting Pictures of Self-Injury on Instagram. *Journal Article*. 11 : 274-275.
- Rifqi, Anggi, dan Ricky. 2020. Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Dan Etika Remaja. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*. 07 : 34-36.
- R Pohan, Vivi Gusrini. 2005. Pemecahan Konflik Interpersonal Pada Remaja Yang Populer Sumatera Utara. *Jurnal Psikologi*. 15 : 45-47.
- Scheepers, H., Scheepers, R., Stockdale, R., & Nurdin, N. 2014. The dependent variable in social media use. *The Journal of Computer Information Systems*. 54 : 25-34.
- Sherif, M., & Sherif, C. W. 1956. *An Out Line of Social Psychology*. Harper, New York.
- Sidiq, U., & Choiri, M. M. 2019. *Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan*. Nata Karya, Ponorogo.
- Strauss, A. L., and Corbin, J. 1998. *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures And Techniques*. Sage Publications, Newbury Park.
- Suhartanti, L. 2016. Pengaruh kontrol diri terhadap narcissistic personality disorder pada pengguna Instagram di SMAN 1 Seyegan. *e-Journal Bimbingan dan Konseling*. 08 :184- 195.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono . 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung
- Veronica L Thomas, Marisol Chavez, dan Alexandra M Minnis. 2020. Instagram as a tool for study engagement and community building among adolescents: A social media pilot study. *Journal Research article*. 06 : 33-36.
- Wibisono Damar, 2020. Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Eksistensi Diri Remaja. *Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial dan Budaya*. 22 : 46-48.
- Yi-Ting Huang dan Sheng-Fang Su, 2018. Motives for Instagram Use and Topics of Interest among Young Adults. *Journal Article*. 10 : 23-29.
- Yusup, Pawit M. 2009. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Zarella. 2010. *The Social Media Marketing Book*, Serambi, Jakarta.