

MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MAHASISWA ILMU
KOMUNIKASI FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom) Dalam Bidang Ilmu Komunikasi



Oleh :

IRVI KHURIATURROSIDAH

NIM. B76215046

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
PRODI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA

2019

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Bismillahirrohmanirrohim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Irv Khuriaturrosidah

Nim : B76215046

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Alamat : Sembayat Rt 08 Rw 02 Manyar Gresik.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik manapun.
2. Skripsi ini adalah benar hasil karya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atau karya orang lain.
3. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan ini sebagai hasil plagiasi, saya akan menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi

Surabaya 26 Juni 2019



Irv Khuriaturrosidah

NIM. B67215046

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang ditulis oleh :

Nama : Irvi Khuriaturrosidah
Nim : B76215046
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : “Motif Penggunaan Media Sosial Instagram
Mahasiswa Ilmu Komunikaais Fakultas Dakwah Dan
Komunikasi Universitas Islam Negeri Surabaya.”

Saya berpendapat bahwa skripsi ini telah diperbaiki dan dapat diujikan dalam rangka mendapat gelar sarjana Ilmu Komunikasi.

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan :

Surabaya, 26 Juni 2019

Dosen Pembimbing,



Drs. H. Yoyon Mudjiono, M.Si

195409071982031002

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi oleh Irvi Khuriatur Rosidah ini telah dipertahankan di depan Tim

PengujiSkripsi

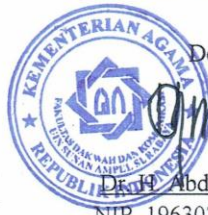
Surabaya, 20 Juli 2019

Mengesahkan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan,



Dr. H. Abd. Halim, M.Ag

NIP. 196307251991031003

Penguji I

✓

Drs. Yoyon Mudjiono, M.Si

NIP. 195409071982031003

Penguji II

Amurda

Dr. Ali Nurdin, S.Ag, M.Si

NIP. 197106021998031001

Penguji III

[Handwritten signature]

Rahmad Harianto, S.IP, M.Med.kom

NIP. 197805092007101004

Penguji IV

Apr -

Dr. Agoes Moh. Moefad, S.H., M.Si

NIP. 197008252005011004



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Irvi Khuriaturrosidah
NIM : B76215046
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Ilmu Komunikasi
E-mail address : irvi.khuria@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Penulis

(Irvi Khuriatur Rosidah)

Irvi Khuriaturrosidah, B76215046, 2019. *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Mahasiswa Ilmu KomunikaIs Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Surabaya*. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Persoalan yang hendak dikaji dalam skripsi ini adalah mengenai bagaimana motif penggunaan media sosial instagram mahasiswa ilmu komunikasi fakultas dakwah dan komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa motif penggunaan media sosial instagram mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya adalah (1) Mencari informasi. (2) Meningkatkan kepercayaan diri. (3) Melakukan interaksi sosial. (4) Mengisi waktu luang. Bertitik tolak dari penelitian ini, peneliti memiliki beberapa saran yang dapat diusulkan yakni agar para mahasiswa dapat memahami kegunaan dan fungsi instagram lebih dalam sehingga dapat memanfaatkan instagram dengan baik dan bijak. Dan juga sebaiknya tidak menggunakan semua waktu untuk mengakses instagram sebelum seluruh tanggung jawab dan kewajiban sebagai mahasiswa terlaksana.

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Kajian Penelitian Terdahulu	10
F. Definisi Konsep.....	14
1. Motif.....	14
2. Penggunaan Media Sosial	17
3. Instagram	22
4. Mahasiswa Ilmu Komunikasi	26
G. Kerangka Pikir Teori	26
H. Metode Penelitian.....	27
1. jenis dan pendekatan Penelitian	27
2. Subyek Dan Lokasi Penelitian	30
3. Tahap-Tahap Penelitian	31
4. Jenis Dan Sumber Data	33
5. Teknik Pengumpulan Data	35
6. Teknik Analisis Data	37
I. Teknik Keabsahan Data	38
J. Jadwal Penelitian	39
K. Sistematika Pembahasan	39
BAB II KAJIAN TEORITIS	
A. Kajian Pustaka	41
1. Motif	41

Menurut Everett Kleijens mengungkapkan dalam karangannya yang diterbitkan oleh *Asian Mass Communication Research and Information* bahwa “komunikasi dimungkinkan oleh adanya masyarakat sedangkan masyarakat memiliki tumpuannya pada komunikasi”.² Manusia tidak mungkin hidup terisolasi, kecuali mereka yang tinggal di daerah yang amat sukar dimasuki. Setiap negara dalam selalu berhubungan dengan negara lain. walaupun mereka mungkin tidak menyadari perlunya saling membutuhkan. komunikasi adalah suatu proses sosial, suatu kelangsungan yang berkesinambungan.³ Thomas M. Scheindel mengemukakan bahwa kita melakukan komunikasi memiliki tujuan untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, serta membangun kontak sosial dengan orang sekitar kita, dan untuk memberikan pemahaman tentang perilaku dan pola pikir yang kita lakukan agar dapat berperilaku seperti yang kita inginkan.⁴

⁴Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.*, (Remaja Rosdakarya, 2000) Hal 4

Internet mampu menjadikan dirinya sebagai media komunikasi baru dimana mampu untuk menyampaikan dan menyediakan pesan maupun inforasi secara lebih luas dan dalam waktu yang singkat.⁶ Dengan kemudahan dalam mengakses internet pada zaman ini, menyebabkan kemudahan dalam penggunaan media sosial, sehingga media sosial menjadi sebuah *trend* yang digandrungi oleh banyak masyarakat. Media sosial merupakan media yang berbasis pada web atau aplikasi yang digunakan untuk bersosialisasi dan menyebarkan informasi atau pengetahuan dengan khalayak atau pengguna media sosial lainnya secara cepat.

⁶Nurudin, *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Baru Proses Komunikasi.*,(Yogyakarta: Buku Litera, 2012).Hal 25

Masyarakat menjadikan *Instagram* pada masa ini menjadi gaya hidup, tidak hanya para remaja namun juga para orang dewasa. Sebuah perusahaan riset dan analisis dari inggris bernama *TNS (Taylor Nilson Sofres)* mengemukakan bahwa pengguna Instagram dari indonesia memanfaatkan media sosial Instagram sebagai alat untuk mendapatkan inspirasi, berbagi cerita atau pengalaman-pengalaman. menemukan dan membagi mode atau gaya baru, dan bisnis *Online Shop* atau penjualan melalui mobile juga memberikan pengaruh besar. Berikut merupakan data dari penggunaan Instagram di Indonesia :

1. 97 persen dari pengguna Instagram di Indonesia menuliskan banyak komentar dan menandai orang-orang yang dia kenal di kolom komentar.
2. Dan 97 persen pengguna Instagram lainnya menggunakan mesin pencari untuk mencari informasi yang lebih akurat.

⁸<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/> di akses pada 3 Maret 2019 pukul 12:59

- lainnya.
5. 45 persen pengguna di Indonesia memiliki sifat konsumtif dan mengungkapkan bahwa sering kali membeli barang yang terlihat menarik saat sedang melihat media sosial menggunakan Instagram.⁹
- Berdasarkan pengamatan sekilas peneliti terhadap lingkungan hampir seluruh mahasiswa Universitas Negeri Islam Sunan Ampel Surabaya dapat dipastikan memiliki akun Instagram, dan digunakan aktif setiap harinya, saat berkumpul dengan teman, saat sendirian berada di kelas, Instagram diaksek dalam berbagai kesempatan. Gurevitch, dan Haas memiliki keyakinan terhadap lima kelompok

lainnya.

5. 45 persen pengguna di Indonesia memiliki sifat konsumtif dan mengungkapkan bahwa sering kali membeli barang yang terlihat menarik saat sedang melihat media sosial menggunakan Instagram.⁹

Berdasarkan pengamatan sekilas peneliti terhadap lingkungan hampir seluruh mahasiswa Universitas Negeri Islam Sunan Ampel Surabaya dapat dipastikan memiliki akun Instagram, dan digunakan aktif setiap harinya, saat berkumpul dengan teman, saat sendirian berada di kelas, Instagram diakses dalam berbagai kesempatan. Gurevitch, dan Haas memiliki keyakinan terhadap lima kelompok

lainnya.

5. 45 persen pengguna di Indonesia memiliki sifat konsumtif dan mengungkapkan bahwa sering kali membeli barang yang terlihat menarik saat sedang melihat media sosial menggunakan Instagram.⁹

Berdasarkan pengamatan sekilas peneliti terhadap lingkungan hampir seluruh mahasiswa Universitas Negeri Islam Sunan Ampel Surabaya dapat dipastikan memiliki akun Instagram, dan digunakan aktif setiap harinya, saat berkumpul dengan teman, saat sendirian berada di kelas, Instagram diakses dalam berbagai kesempatan. Gurevitch, dan Haas memiliki keyakinan terhadap lima kelompok

Hampir setiap orang memiliki akun Instagram, digunakan secara aktif setiap harinya, dalam berbagai kesempatan selalu diabadikan dan diunggah ke dalam Instagram, seolah sudah menjadi sebuah keharusan. Terjadi pada beberapa orang, mereka membuat akun Instagram karena seluruh orang dalam lingkungannya memiliki akun Instagram, agar dia diterima dalam pergaulan. Beberapa orang menggunakan Instagram agar bisa disebut sebagai *selebgram*, memiliki banyak pengikut (*followers*), disukai banyak orang, menjadi pusat perhatian dll. Instagram kini juga digunakan untuk membentuk citra diri oleh para penggunanya. Para pengguna Instagram berlomba-lomba menjadi yang paling diakui dalam dunia maya sosial media, banyak individu yang pergi untuk travelling secara terus menerus ke banyak tempat agar terlihat seperti memiliki kemampuan untuk pergi kemanapun yang diinginkan dan memiliki kehidupan yang menyenangkan. Beberapa orang yang lain menggunakan Instagram hanya untuk mencari hiburan, melihat foto dan video yang diunggah orang lain, sebagian orang lainnya menggunakan Instagram untuk mencari informasi, karena dengan pengguna Instagram yang banyak,

[illegible]

kecepatan akses internet, dan kemudahan mengunggah foto dan video, membuat informasi akan suatu kejadian akan cepat menyebar.

Berdasarkan hasil riset, pengguna Instagram di Indonesia dimulai dari rentan umur 18 tahun, maka pada kisar umur tersebut seseorang berada pada tingkatan mahasiswa. Berdasarkan pengamatan sekilas yang dilakukan peneliti, hampir seluruh mahasiswa memiliki *smartphone* yang tersambung dengan internet. Selain itu pada zaman sekarang ini semua orang sudah tau bagaimana caranya menggunakan dan memanfaatkan teknologi dan internet, sehingga dapat dipastikan bahwa mahasiswa juga termasuk dalam kalangan yang sudah mahir dalam penggunaan dan teknologi. Dalam kesehariannya mahasiswa selalu bersentuhan langsung dengan teknologi, sebuah fenomena pada generasi sekarang adalah kenyataan bahwa mereka tidak pernah melepaskan *smartphone* dari genggamannya dan terhubung dengan internet selama 24 jam setiap harinya dan selalu aktif dalam penggunaan media sosial. Sekarang ini media sosial menjadi suatu trend yang sangat menyita perhatian, sehingga banyak sekali mahasiswa yang merasa harus ikut berpartisipasi dalam trend tersebut yakni menggunakan dan aktif dalam media sosial. Selain itu lingkungan juga berpengaruh dalam penggunaan media sosial, seperti terjadi dalam beberapa kasus bahwa seorang mahasiswa tersebut menjadi menggunakan media sosial karena mendapat tugas dan harus diunggah ke dalam akun media sosial masing-masing sehingga mendorong mahasiswa untuk memiliki akun media sosial pada akhirnya.

serta berbagai macam trik dan tips, *fashion*, musik dan juga film macam hiburan. Sebagai seorang yang menerima pendidikan di perguruan tinggi dianggap dapat memanfaatkan media sosial dengan sebaik-baiknya untuk memenuhi kebutuhannya. Berdasarkan fenomena ini, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian mengenai motif penggunaan Instagram oleh Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Surabaya angkatan 2015 yang akan dipilih secara acak oleh peneliti.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimanakah motif penggunaan media Instagram di kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Surabaya angkatan 2015?”

serta berbagai macam trik dan tips, *fashion*, musik dan juga film macam hiburan. Sebagai seorang yang menerima pendidikan di perguruan tinggi dianggap dapat memanfaatkan media sosial dengan sebaik-baiknya untuk memenuhi kebutuhannya. Berdasarkan fenomena ini, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian mengenai motif penggunaan Instagram oleh Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Surabaya angkatan 2015 yang akan dipilih secara acak oleh peneliti.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimanakah motif penggunaan media Instagram di kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Surabaya angkatan 2015?”

serta berbagai macam trik dan tips, *fashion*, musik dan juga film macam hiburan. Sebagai seorang yang menerima pendidikan di perguruan tinggi dianggap dapat memanfaatkan media sosial dengan sebaik-baiknya untuk memenuhi kebutuhannya. Berdasarkan fenomena ini, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian mengenai motif penggunaan Instagram oleh Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Surabaya angkatan 2015 yang akan dipilih secara acak oleh peneliti.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimanakah motif penggunaan media Instagram di kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Surabaya angkatan 2015?”

serta berbagai macam trik dan tips, *fashion*, musik dan juga film macam hiburan. Sebagai seorang yang menerima pendidikan di perguruan tinggi dianggap dapat memanfaatkan media sosial dengan sebaik-baiknya untuk memenuhi kebutuhannya. Berdasarkan fenomena ini, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian mengenai motif penggunaan Instagram oleh Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Surabaya angkatan 2015 yang akan dipilih secara acak oleh peneliti.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimanakah motif penggunaan media Instagram di kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Surabaya angkatan 2015?”

serta berbagai macam trik dan tips, *fashion*, musik dan juga film macam hiburan. Sebagai seorang yang menerima pendidikan di perguruan tinggi dianggap dapat memanfaatkan media sosial dengan sebaik-baiknya untuk memenuhi kebutuhannya. Berdasarkan fenomena ini, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian mengenai motif penggunaan Instagram oleh Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Surabaya angkatan 2015 yang akan dipilih secara acak oleh peneliti.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimanakah motif penggunaan media Instagram di kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Surabaya angkatan 2015?”

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Dengan penelitian ini peneliti berharap dapat memberikan manfaat untuk dapat digunakan dalam pengembangan keilmuan ilmu komunikasi dalam kajian penggunaan media sosila sebagai salah satu bentuk teknologi komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap agar supaya hasil dari penelitian yang telah dilakukan ini dapat memberikan masukan bagi pengguna yang berkaitan dengan motif dan penggunaannya dalam menggunakan Instagram. Termasuk pemberian masukan terhadap aplikasi Instagram itu sendiri. Serta hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan sudut pemikiran baru dalam melihat fenomena dan memanfaatkan media sosial.

E. Kajian Penelitian Terdahulu

Sebelumnya Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU telah melakukan penelitian tentang sosial media. Yenni Novianti melakukan penelitian dengan judul skripsi “Konsep Diri Remaja dalam Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Konsep Diri pada Pengguna Media Sosial Instagram dikalangan Pelajar SMA di Kota Medan)” yang dilakukan pada tahun 2017. Penelitian tersebut memiliki tujuan untuk mengetahui perkembangan konsep diri pada pelajar SMA di kota Medan yang aktif menggunakan media sosial Instagram serta mengetahui faktor-faktor apa

Pada tahun 2013 Dosi Aprilinda melakukan penelitian yang serupa dengan judul “Motif Penggunaan Interaksi Sosial di Twitter (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISHUM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui tujuan mahasiswa FISHUM dalam menggunakan media sosial twitter dan manfaat apa saja yang bisa diambil dari penggunaan twitter. Dalam penelitian tersebut diangkat permasalahan seputar motif penggunaan dan interaksi sosial di jejaring media sosial Twitter pada

[illegible]

Kemudian mahasiswa program studi ilmu manajemen komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jakarta, Maria Endah Pratiwi, juga pernah melakukan penelitian serupa pada bulan Januari di tahun 2017 dengan judul penelitian “Motif Penggunaan Akun Instagram dan Facebook Cotton Ink terhadap Kepuasan Mahasiswi IISIP Jurusan Manajemen Komunikasi Angkatan 2012-2016”. Penelitian yang dilakukan maria bertujuan untuk mengetahui motif penggunaan akun Instagram dan Facebook Cotton Ink terhadap kepuasan mahasiswi IISIP Jakarta Jurusan Manajemen Komunikasi angkatan 2012-2016. Dalam penelitian tersebut, diangkat permasalahan seputar motif penggunaan Instagram dan cotton ink terhadap kepuasan mahasiswi IISIP Jakarta

[illegible]

Kemudian terdapat penelitian dengan judul “Instagram dan *fashion* remaja (studi kasus peran sosial media Instagram terhadap *fashion* remaja dalam akun @ootdindo tahun 2014)” oleh Fitria listie suryani, program studi ilmu komunikasi, fakultas ilmu sosial dan ilmu politik, Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 2015. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana akun @ootdindo mempengaruhi trend *fashion* di kalangan remaja. persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama melakukan penelitian tentang Instagram, menggunakan metode penelitian kualitatif. sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh fitria listie suryani dengan yang dilakukan peneliti kali ini adalah subjek dari penelitian, jika dalam penelitian fitria listie suryani subjek penelitian nya adalah *founder* dan *co-founder* @ootindo sedangkan dalam penelitian ini subjek penelitiannya adalah mahasiswa fakultas dakwa dan komunikasi uinsa yang menggunakan Instagram secara aktif.¹⁴

¹⁴Fitria Listie Suryani, Skripsi S1: *"Instagram dan fashion remaja (studi kasus peran sosial media Instagram terhadap fashion remaja dalam akun @ootdindo tahun 2014)"*(Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2015)

1. Motif

Motif merupakan dorongan dalam diri manusia yang timbul dikarenakan adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh manusia tersebut. Motif berasal dari kata *movere* dalam bahasa latin yang bermakna bergerak atau *to move*. Maka dari itu motif diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri seseorang yang mendorong untuk berbuat, melakukan sesuatu atau *driving force*. Motif sebagai pendorong sangat terikat dengan faktor-faktor

[illegible]

Motif adalah sebuah 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.¹⁷

a. Motif Biognetis

Merupakan dorongan untuk memenuhi kebutuhan yang bersumber dari kebutuhan untuk memenuhi kelanjutan hidup secara biologis. Motif biognetis bersifat umum. Motif biognetis timbul dari dalam diri manusia dan berkembang

¹⁸Alex Sobur, *Psikologi Umum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2003) hal 267

dengan sendirinya, misal: lapar, haus,kebutuhan akan kegiatan dan istirahat, mengambil nafas dan sebagainya.¹⁹

b. Motif Sosiogenetis

Motif Sosiogenetis adalah motif-motif yang dipelajari seseorang dan berasal dari lingkungan kebudayaan tempat orang itu berada dan berkembang. Motif ini tidak berkembang dengan sendirinya, namun berdasarkan interaksi sosial dengan orang-orang atau hasil kebudayaan lain. Motif sosiogenetis berbeda-beda karena berdasarkan corak kebudayaan dan lingkungan tempat individu tersebut berkembang. Seperti contoh orang yang tinggal di lingkungan psantren mungkin lebih suka untuk mendengarkan musik gambus atau rebana sholawat, sedangkan orang yang tinggal di kota mungkin lebih memilih aliran lagu pop atau bahkan klasik.

c. Motif Teogenetis

Motif teogenetis sebuah motif yang berhubungan dengan interaksi manusia dengan tuhan, terwujud dan terlihat dari ibadah yang dilakukan dan nilai norma agama yang direalisasikan dan menyadari tugasnya sebagai manusia. contoh: keinginan untuk mengabdikan kepada tuhan,

¹⁹Soetarno, *Psikologi Sosial*, (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 1989) Hal 40

Berdasarkan berbagai pendapat diatas motif merupakan suatu keadaan tertentu pada diri manusia yang mengakibatkan dorongan terhadap diri manusia itu untuk berbuat sesuatu, melakukan tindakan, atau bersikap tertentu atau bertingkah laku untuk mencapai tujuan. Motif merupakan suatu pengertian yang mencakupi semua penggerak, alasan, atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu.

Semakin berkembangnya berbagai teknologi dan kemudahan dalam mengakses internet, masyarakat pun ikut mengalami perubahan yang dahulunya hanya mengenal interaksi sosial secara nyata (*face to face*), namun sekarang setiap orang lebih senang menggunakan bantuan sosial media.²¹ Dahulu untuk mengundang atau memberikan kabar kepada sanak saudara atau tetangga harus datang berkunjung ke rumah masing-masing satu per satu, namun karena banyaknya sosial media dan kemudahan internet, kita lebih sering menggunakan *whatsapp* untuk memberikan kabar atau mengundang keluarga kita, interaksi sosial secara nyata semakin berkurang.

²¹Shiefti Dyah. *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial Edisi Pertama.*, Prenadamedia Group. Jakarta.

Media sosial merupakan sebuah media yang digunakan oleh para penggunanya untuk saling berinteraksi dengan sesama pengguna media sosial. Media sosial merupakan sebuah wadah untuk bersosialisasi dengan menggunakan teknologi berbasis *web* atau aplikasi yang dapat di unduh secara gratis yang digunakan untuk menyebarkan pengetahuan dan informasi secara cepat kepada seluruh pengguna media sosial lainnya. Jejaring sosial merupakan sebuah situs dimana siapapun dapat membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan melakukan komunikasi.

Media sosial memang dijadikan sebagai sarana untuk berinteraksi antar penggunanya untuk mempermudah mendapatkan informasi cepat dan lengkap. Dalam perkembangannya media sosial tampil sebagai media baru yang banyak diminati, sehingga menjadi sarana yang dibutuhkan oleh orang banyak dan tidak asing lagi dalam masyarakat.

Bersamaan dengan 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. Karena kecepatan dan kemudahan dalam media sosial, mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia, selain

Media sosial merupakan sebuah konten yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan aplikasi dan diakses dengan internet atau secara online. Munculnya media sosial telah banyak mengubah keseharian, kebiasaan dan budaya banyak orang, mulai dari cara bersosialisasi atau mengenal orang, mencari ataupun membagi informasi. Mayfield mendefinisikan bahwa media sosial mencakup karakter sebagai kelompok media berikut ini:

- [illegible]

- d. Komunitas, karena kecepatan dan jaringan pengguna yang luas, media sosial dapat membentuk sebuah kelompok yang memiliki minat terhadap hal yang sama secara cepat.
- e. Konektivitas, disebabkan oleh internet dan media sosial yang dapat dijangkau oleh semua individu, satu media sosial dan media yang lainnya saling berkembang dan terhubung.²²

Setiap harinya lebih dari 69% masyarakat Indonesia mengakses internet melalui perangkat mobile mereka. Hasil survey *globalwebindex* pada pengguna internet di indonesia dalam rentang usia 16-64 tahun menunjukkan bahwa ada beberapa platform media sosial yang aktif digunakan oleh masyarakat indonesia. Pengguna aktif Instagram dari indonesia berada di urutan ketiga dengan 55 juta pengguna aktif.

Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan perusahaan media asal inggris *We Are Social*, rata-rata orang indonesia bisa menghabiskan 3 jam 23 menit sehari untuk mengakses media sosial. Dari total populasi Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa, dikatakan dalam laporan berjudul “Essential Insight Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use Around The World”

²²Irwansyah, *Corporate & Marketing Communication*.(Jakarta: Puskombis Mercu Buana, 2011)Hal 132

Media sosial saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup, media sosial di manfaatkan dalam banyak kegiatan, seperti membagikan kegiatan keseharian agar dapat dilihat khalayak pengguna media, atau mencari dan berbagi ilmu atau informasi dan berita, serta digunakan sebagai wadah bagi komunitas yang memiliki bakat dan minat yang sama untuk saling mengenal dan berbagi ilmu. Karena keberadaan media sosial seperti *Instagram* telah membantu memperkecil jarak dan mempermudah komunikasi.

- a. Kebutuhan kognitif (*cognitif needs*), yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan informasi, pengetahuan dan pemahaman. Kebutuhan ini berdasarkan pada dorongan-dorongan atau keinginan untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran.
- b. Kebutuhan afektif yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan pengalaman estetika, kesenangan dan emosional.

²⁴Shefi Dyah, *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016)

3.

Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang tengah populer dan digandrungi oleh kalangan pengguna telepon pintar (Smartphone). Nama Instagram diambil dari kata “*Insta*” yang berasal dari kata “*Instan*” dan “gram” dari kata “telegram”.²⁵ Maka Instagram merupakan gabungan dari kata Instan-Telegram yang dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (Share) ke jejaring sosial yang lain.

Instagram adalah media yang diciptakan untuk memberi kemudahan cara untuk berbagi secara online oleh foto-foto , video dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke teman mereka.²⁶ Foto-foto di Instagram dapat dijadikan kenangan untuk bisa dilihat untuk kedepannya, dapat mengekspresikan keadaan yang sedang terjadi dan telah terjadi atau dapat dikatakan Instagram seperti album foto namun tidak bersifat pribadi karena semua orang dapat melihat, membaginya dengan orang lain dan juga berkomentar. Pengguna media sosial Instagram menginginkan reaksi dari teman teman

²⁶Dian Budiargo, *Berkomunikasi ala Net Generation*, (Jakarta: PT ElexMedia Komputindo Kompas Gramedia, 2015) Hal, 48

Instagram merupakan *platform* media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak ke tujuh di dunia, karena selain sebagai jejaring sosial untuk berbagi foto dan video, Instagram juga dapat digunakan untuk memasarkan produk bisnis. Pada Januari 2018 menurut hasil survei *WeAreSocial.net* dan *hootsuite* total pengguna isntagram mencapai 800 juta pengguna. Pengguna aktif media sosial Instagram paling banyak berasal dari Amerika Serikat sebanyak 110 juta. Kemudia dalam urutan ke dua terdapat Brasil dengan 57 juta pengguna aktif dan Indonesia berada di urutan ketiga dengan 55 juta. Di Indonesia sendiri Instagram merupakan media sosial keempat yang paling sering digunakan setelah Youtube, Facebook, dan Whatsapp.²⁸ IInstagram memiliki beberapa fasilitas yang mempermudah penggunaan dan menjadi daya tarik sendiri bagi para penggunanya seperti pengikut/*followers*, mengunggah foto, kamera, filter foto, label foto, geotangging, arroba (@), jejaring sosial, tanda suka, populer, dan juga Instagram story.

[illegible]

Penelitian kualitatif sudah pasti menggunakan metode kualitatif yaitu berupa pengamatan, wawancara, atau penelaah dokumen. Data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar atau rekaman wawancara, karena penelitian kualitatif merupakan sebuah jenis penelitian yang berdasarkan riset dan analisis. Maka dari itu, peneliti memilih jenis penelitian kualitatif sebagai jenis penelitian kali ini karena ingin mengetahui secara lebih detail mengenai motif penggunaan media sosial Instagram oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi FDK Universitas Islam Negeri Surabaya.

[illegible]

Penelitian fenomenologi berusaha untuk mencari arti secara psikologis dari suatu pengalaman individu terhadap suatu fenomena melalui penelitian yang mendalam dalam konteks kehidupan sehari-hari subjek yang diteliti.³³ Fenomenologi berusaha untuk mengungkap dan mempelajari serta memahami suatu fenomena beserta

³³Haris Herdiansyah. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. (Jakarta: Salemba Humanika, 2012).

konteksnya yang khas dan unik yang dialami oleh individu hingga tataran “keyakinan” individu yang bersangkutan. Dengan demikian mempelajari dan memahaminya haruslah berdasarkan sudut pandang, paradigma dan keyakinan langsung dari individu yang bersangkutan sebagai subjek yang mengalami langsung (*first-hand experiences*). Berfokus pada pengalaman yang dialami dan dirasakan oleh individu.

Kampus Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya di pilih menjadi lokasi penelitian ini, karena sesuai dengan data yang dibaca oleh peneliti, bahwa pengguna media sosial paling aktif ada di rentang umur 18-25 tahun, ini merupakan umur yang sesuai dengan umur mahasiswa di kampus UINSunan Ampel Surabaya. Dan juga peneliti menemukan dan sering menjumpai kebiasaan para mahasiswa yang selalu melihat Instagram dan menggunakannya dalam banyak kesempatan.

Adapun untuk pemilihan informan dalam penelitian ini, peneliti telah memilih delapan mahasiswa ilmu komunikasi

Pada saat melaksanakan penelitian kualitatif terdapat beberapa tahapan yang dijadikan acuan dalam penelitian, walaupun belum ditentukan patokan yang baku dan berlaku secara umum, terdapat beberapa tahapan dalam melakukan penelitian kualitatif, yaitu :

a. Tahap Pra Lapangan

Sebelum memulai penelitian, peneliti terlebih dahulu harus menentukan permasalahan atau fenomena yang akan diteliti, kemudian membuat rumusan masalah dan objek penelitian. Dimulai dari membuat latar belakang permasalahan, menentukan rumusan masalah dan juga tujuan penelitian. kemudian memilih teori yang akan digunakan. Meskipun teori yang dipilih dapat berubah, namun setidaknya peneliti sudah menetapkan dan mendapatkan gambaran kasar tentang penelitian yang akan dilakukan.

[illegible]

Dalam melaksanakan penelitian ini peneliti memilih penelitian dilakukan di fakultas dakwah dan komunikasi ataupun tempat yang sudah disepakati dengan narasumber nantinya.

4) Mengurus perizinan

5) Menyiapkan perlengkapan penelitian

Peneliti menyiapkan perlengkapan seperti hard tools seperti bolpoin, kertas, alat untuk merekam selama wawancara, laptop dan juga materi wawancara.

- 1) Mengumpulkan data yang relevan

[illegible]

Untuk mendapatkan hasil data yang sesuai dan relevan, maka peneliti dapat mengumpulkan data dengan menggunakan beberapa metode seperti wawancara, observasi dan dokumentasi.

Setelah data sudah diperoleh maka berikutnya peneliti harus melakukan analisis data. Peneliti harus menganalisis data yang sudah didapat dengan ketamajaman dan kepekaan analisis peneliti. Kemudian data dioleh menjadi bentuk deskripsi. Kemudian peneliti dapat menganalisa mengenai motif dari penggunaan media sosial oleh mahasiswa ilmu komunikasi semester 8 fakultas dakwah dan komunikasi UINSunan Ampel Surabaya.

Data adalah pernyataan atau keterangan bahan dasar yang dipergunakan untuk menyusun hipotesa atau segala sesuatu yang diteliti. Yang dimaksud sumber data dalam penelitian ini adalah subjek darimana data dapat diperoleh. Berdasarkan sumbernya, jenis data dibagi menjadi dua yaitu:

[illegible]

Data ini merupakan data yang diperoleh oleh peneliti setelah melakukan observasi secara langsung dilapangan dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan para subjek penelitian atau informan.

Data skunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau berbagai sumber yang mendukung peroleh data guna melengkapi data primer.³⁴ Data ini merupakan data yang diperoleh dari hasil studi pustaka, buku refrensi, jurnal, artikel, majalah, internet, dan sebagainya. Bertujuan sebagai pendukung informasi-informasi yang terkain dengan penelitian. Dengan pertimbangan data tersebut mampu menjadi penunjang fakta dan realitas yang terjadi di lapangan sehingga memperoleh tingkat validitas data yang lebih baik.

a. Sumber Data

Untuk mempermudah mengidentifikasi sumber data, penulis mengklasifikasikan menjadi dua yaitu:

1) Sumber Primer

Informan penelitian yang akan dipilih dari mahasiswa prodi ilmu komunikasi semester 8 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan

³⁴Burhan Bungin. *Penelitian Kualitatif.*, (Jakarta: Kencana, 2015). Hal128.

2) Sumber Sekunder

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi (pengamatan)

Metode ini adalah proses langsung mengamati subjek dan objek penelitian. Dengan metode ini peneliti dimungkinkan

[illegible]

melihat serta mengamati sendiri kejadian yang terjadi
dilapangan kemudian dicatat untuk menjadi data dari penelitian.

Pada dasarnya melalui metode ini memungkinkan peneliti merasakan apa yang dirasakan oleh objek penelitian pada waktu itu sehingga tidak menutup kemungkinan apabila peneliti menjadi sumber data. Memungkinkan pembentukan pengetahuan yang diketahui bersama, baik dari pihaknya maupun dari pihak subjek.³⁶

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Wawancara merupakan metode pengumpulan yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.

Pada penelitian ini, kegiatan wawancara dilakukan dengan jenis wawancara mendalam (*in-depth interview*). Dengan melakukan wawancara secara mendalam, peneliti ingin mendapatkan data dan informasi yang lebih spesifik dan detail. Wawancara dilakukan dengan mewawancarai para informan baik secara *online* maupun secara *offline*.

c. Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian baik dari buku, jurnal, surat kabar, majalah, foto, rekaman, video, ataupun internet. Data

³⁶Lexy, J Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2019).Hal

yang diperoleh dari metode dokumentasi diharapkan mampu mendukung proses analisis data.

d. Studi Pustaka

Melalui metode ini, informasi dan data diperoleh dari penelitian serupa sebelumnya yang memiliki kesamaan latar belakang, fokus masalah ataupun subjek dan objek yang diteliti. Metode ini juga memungkinkan peneliti mendapatkan informasi dari artikel atau jurnal yang mengangkat topik serupa.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah sebuah proses dimana data yang telah didapat dari proses pengamatan secara langsung dilapangan dan juga wawancara secara langsung dengan informan yang kemudian di susun secara sistematis sehingga dapat dimengerti dan dapat memberikan informasi untuk orang lain. Terdapat tiga komponen tekni analisis data yaitu :

- a. Reduksi data, Berarti melakukan proses pemilihan data yang didapat dari lapangan selama melakukan observasi dan wawancara. Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan dan penyederhanaan data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, menulis memo). Reduksi data merupakan sebuah proses

Penyajian data, penyajian merupakan sebuah proses yang menyajiakn data penelitian dalam sebuah kesatuan yaitu hasil akhir penelitian melalui kalimat yang disusun secara sistematis dan logis sehingga mudah untuk dipahami. Oleh karena itulah sangat diperlakukan penyajian data yang jelas dan sistematis dalam membantu peneliti menyelesaikan pekerjaannya.

c. Kesimpulan, merupakan implikasi dari prinsip induktif penelitian. Selain itu kesimpulan diverifikasi selama penelitian berlangsung guna memperoleh kebenaran tentang sebuah data dan informasi. Secara keseluruhan, data dan informasi yang diperoleh akan diuji kebenarannya, kekuatannya, serta kecocokan dengan tujuan sebagai media validitasnya.

Kegiatan ini dimaksudkan untuk mendapat informasi yang sah sehingga dapat mempertanggungjawabkan keseluruhan hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Dalam hal ini peneliti memilih teknik triangulasi untuk melihat keabsahan data yang diperoleh selama penelitian. Dengan meninjau dan membandingkan lagi suatu informasi yang diperoleh dari wawancara. Peneliti melakukan pengecekan tentang ini dari hasil membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara, maupun

BAB I berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, kerangka konseptual, dan sistematika pembahasan.

BAB II memuat kajian pustaka yang berisi landasan teori mengenai *komunikasi, budaya, dan pola komunikasi*. Pada sub bab *komunikasi dan budaya* membahas mengenai pengertian. Sedangkan pada pola komunikasi membahas mengenai manfaatnya dan macam-macamnya.

BAB III terdiri dari penyajian data. Sub bab penyajian data pertama berupa data dari penghuni kos mahasiswa putri berupa kepribadian dan karakter yang ada pada dirinya dan pola komunikasi antar budaya, dan hambatan komunikasi.

BAB IV berupa analisis data yang membahas mengenai pola komunikasi mahasiswa kos putri Wonocolo gang VII nomor 10a.

BAB V berisi kesimpulan yang menjelaskan hasil simpulan dari data yang dipaparkan dan saran bisa berupa rekomendasi untuk penelitian lanjutan yang terkait dengan hasil penelitian.

KAJIAN TEORITIS

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.⁴⁰

⁴¹<https://bahasa.kemendiknas.go.id/kbbi/index.php/akses> di akses pada tanggal 25/04/19/10:57pm

Motif diartikan sebagai "usaha-usaha yang dapat menyebabkan seseorang atau orang tertentu melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendaki atau mendapatkan kepuasan dari perbuatannya."⁴³

Berdasarkan berbagai pendapat diatas motif merupakan suatu keadaan tertentu pada diri manusia yang mengakibatkan dorongan terhadap diri manusia itu untuk berbuat sesuatu, melakukan tindakan, atau bersikap tertentu atau bertingkah laku untuk mencapai tujuan. Motif merupakan suatu pengertian yang mencakupi semua penggerak, alasan, atau dorongan dalam diri

⁴³Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka. 1989)hal. 436

Berbicara mengenai kebutuhan informasi, setiap orang membutuhkan informasi sebagai bagian dari tuntutan kehidupannya, penunjang kegiatannya, dan pemenuhan kebutuhannya. Rasa ingin tahu seseorang timbul karena ia ingin selalu berusaha menambah pengetahuannya. Dalam kajian mengenai perilaku informasi, informasi merupakan kebutuhan bagi setiap manusia untuk menjawab situasi ketidakpastian yang dihadapinya. Kebutuhan akan informasi sangat dirasakan ketika seseorang dalam dirinya, merasakan suatu kondisi kesenjangan mengenai informasi, yang harus dipenuhi dan dipuaskan.

kebutuhan informasi, salah satunya menurut Zip

informasi dianggap sebagai kesenjangan dalam me

[illegible]

- a. Mempunyai konsep yang relatif berubah pada periode tertentu
- b. Berbeda antara satu orang dengan orang lain
- c. Dipengaruhi oleh lingkungan
- d. Sulit diukur secara kuantitas
- e. Sulit diekspresikan
- f. Seringkali berubah setelah seseorang menerima informasi lain.

- a. Ekspetasi : yaitu faktor kemungkinan yang dipersepsi (orang) yang mempengaruhi kebutuhan khusus seorang individu didasarkan pada pengalaman masa lalu.
- b. Ketersediaan : yaitu faktor ketersediaan berhubungan dengan batas-batas lingkungan yang muncul dalam persepsi orang. Ditentukan oleh bagaimana kemungkinan

⁵⁰Elin Rosalin, *Pemanfaatan Perpustakaan dan Sumber Informasi*, (Bandung: Karsa Mandiri Persada, 2008)hal 11

tercapainya tujuan-tujuan yang dapat memenuhi kebutuhan tertentu, menurut persepsi seorang individu.

kebutuhan informasi merupakan suatu kondisi akan kebutuhan untuk mengisi kekosongan, kekurangan pengetahuan yang ada dalam diri manusia dalam menghadapi situasi tertentu untuk dapat mengambil keputusan dan mengurangi rasa ketidakpastian dalam diri mereka.

Kebutuhan akan sebuah informasi merupakan sebuah hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Dalam proses untuk memenuhi kebutuhan akan informasinya, pada masa kini dimana teknologi dan internet sudah semakin berkembang, salah satu sumber yang digunakan seseorang untuk memenuhi kebutuhan informasinya tersebut adalah media sosial.

Mahasiswa sebagai pengguna media yang cukup aktif, mencari dan memenuhi sebagian dari kebutuhan informasinya melalui media sosial, Sebagai seseorang yang sudah *melek* media, setiap informasi yang dibutuhkan para pengguna media pasti mencari informasi tersebut melalui media sosial terlebih dahulu, dan selain itu mahasiswa mencari informasi melalui media sosial karena menganggap akan mendapatkan informasi dengan cepat dan *update*. Dalam penelitian ini informasi yang dimaksud adalah data yang diolah berbentuk digital berupa gambark, video, dan

Menurut Shirky media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to cooperate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi. Media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berpikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri.⁵²

Eisenberg menyimpulkan media sosial dalam definisi yang lebih efektif dan mudah dipahami sebagai *platform online* untuk berinteraksi, berkolaborasi dan menciptakan atau membagi berbagai macam konten *digital*.⁵³

⁵³Pakuningjati, skripsi : *Pengelolaan Media Sosial dalam Mewujudkan Good Governance (Studi Kasus Pengelolaan Media Sosial LAPOR! sebagai Sarana Aspirasi dan Pengaduan Rakyat secara Online Oleh Deputi I Kantor Staf Presiden*. (Yogyakarta : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gadjah Mada, 2015),

Media sosial memang dijadikan sebagai sarana untuk berinteraksi antar penggunanya untuk mempermudah mendapatkan informasi cepat dan lengkap. Dalam perkembangannya media sosial tampil sebagai media baru yang banyak diminati, sehingga menjadi sarana yang dibutuhkan oleh orang banyak dan tidak asing lagi dalam masyarakat.

[illegible]

diakses dengan internet atau secara online. Munculnya media sosial telah banyak mengubah keseharian, kebiasaan dan budaya banyak orang, mulai dari cara bersosialisasi atau mengenal orang, mencari ataupun membagi informasi. Mayfield mendefinisikan bahwa media sosial mencakup karakter sebagai kelompok media berikut ini:

- a) Partisipasi Sosial, media memberikan kebebasan berekspresi, memberikan hak untuk para penggunanya berkontribusi dan memberikan umpan balik, sehingga memberikan efek batasan antara pengguna dan media itu hilang.
- b) Keterbukaan Layanan, karena keterbukaannya media sosial memberikan kesempatan untuk secara terbuka memberikan umpan balik, komentar ataupun saran komunikasi.
- c) Percakapan, dalam melakukan komunikasi atau percakapan, media sosial memiliki kemampuan untuk digunakan sebagai media komunikasi dua arah.
- d) Komunitas, karena kecepatan dan jaringan pengguna yang luas, media sosial dapat membentuk sebuah kelompok yang memiliki minat terhadap hal yang sama secara cepat

- ### b. Jenis-Jenis Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah konten *online* atau teknologi informasi yang berbasis internet yang diciptakan untuk mempermudah penggunaannya untuk membaca dan membagi berita, serta mencari informasi dan konten, serta bersosialisasi dan membentuk komunitas baru. Terdapat beberapa jenis media sosial, yaitu :

1) Blog

Blog merupakan media sosial memungkinkan penggunaanya untuk mengungggh aktivitas keseharian, saling memberi komentar dan berbagi infirmasi maupun tautan web lain.

2) Microblogging

Jenis media sosial ini memberikan fasilitas kepada penggunanya untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas atau pendapatnya terhadap sesuatu. Terciptanya microblogging ini terinspirasi dari adanya *twitter*.

[illegible]

LINE adalah sebuah aplikasi pengirim pesan instan gratis yang dapat digunakan pada berbagai platform seperti smartphone, tablet, dan komputer. LINE difungsikan dengan menggunakan jaringan internet sehingga pengguna line dapat melakukan aktivitas seperti mengirim pesan teks, mengirim gambar, video, pesan suara dan lain lain.

4. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang tengah populer dan digandrungi oleh kalangan pengguna telepon pintar (Smartphone). Nama Instagram diambil dari kata “*Insta*” yang berasal dari kata “*Instan*” dan “gram”

Instagram adalah media yang diciptakan untuk memberi kemudahan cara untuk berbagi secara online oleh foto-foto , video dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke teman mereka.⁵⁶ Foto-foto di Instagram dapat dijadikan kenangan untuk bisa dilihat untuk kedepannya, dapat mengekspresikan keadaan yang sedang terjadi dan telah terjadi atau dapat dikatakan Instagram seperti album foto namun tidak bersifat pribadi karena semua orang dapat melihat, membaginya dengan orang lain dan juga berkomentar. Pengguna media sosial Instagram menginginkan reaksi dari teman teman mereka dalam Instagram dan saling memberikan komentar dan like dari foto maupun video yang diunggah.

⁵⁶Dian Budiargo, *Berkomunikasi ala Net Generation*, (Jakarta: PT ElexMedia Komputindo Kompas Gramedia, 2015)Hal, 48

Instagram adalah salah satu media sosial jenis jejaring sosial yang menghubungkan penggunanya melalui berbagi foto dan video. Pengguna Instagram bebas untuk mengambil foto dari kamera telepon seluler, menerapkan filter, kemudian membagikannya ke sesama pengguna Instagram atau pengguna media sosial lainnya. Instagram didirikan untuk mewujudkan momen bersama teman-teman untuk menjadikan foto dan video yang lebih hidup. Instagram dideskripsikan sebagai penghubung masyarakat di berbagai belahan dunia. Melalui foto dan video yang dibagikan dari berbagai pengguna Instagram di seluruh dunia

Tahun 2010 perusahaan Burbn.inc merupakan sebuah perusahaan yang berfokus untuk pengembangan aplikasi telepon genggam. Pada awalnya, mereka hanya fokus untuk HTML5 mobile. Dalam perkembangannya, kedua CEO, Mike Krieger dan Kevin Systrom memutuskan untuk lebih fokus pada satu bagian saja. Setelah mencari ide selama satu minggu akhirnya mereka membuat versi pertama dari Burbn. Awalnya, masih kurang sempurna, tetapi semakin lama semakin baik hasilnya. Mereka memfokuskan pada foto, komentar dan kemampuan untuk menyukai foto-foto yang ada. Itulah akhirnya yang menjadi

Instagram. Instagram pertama kali diluncurkan melalui AppStore pada Apple inc pada tanggal 6 Oktober 2010. Instagram meraih penghargaan “App of The Year” pada tahun 2011. Pada tanggal 3 April 2012, pengguna android sudah dapat mengunduh aplikasi ini (Instagram.com).

Tanggal 9 April 2012, Facebook mengambil alih Instagram dengan harga mencapai USD 1 miliar. Pusat pengembangan aplikasi Instagram berada di San Fransisco. Setiap harinya, lebih dari 5 juta foto diunggah. Dan, total penggunanya sendiri sudah melebihi angka 150 juta pengguna yang aktif menangkap momen. Instagram memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, mengedit, menerapkan filter digital, dan membagikan foto ataupun video ke jejaring sosial seperti *Facebook, Twitter, Foursquare, Tumblr, Flickr, Posterous* dan jejaring sosial milik Instagram sendiri. Bentuk aplikasi Instagram adalah foto yang berbentuk persegi, terlihat seperti kamera polaroid dan kodak instamatic, fotonya berbeda dengan foto pada umumnya yang menggunakan rasio 4:3. Foto yang telah diambil melalui aplikasi Instagram dapat disimpan dalam perangkat tersebut.

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya atau mengikuti

bagi setiap pengguna di Instagram. Begitupun dengan suka (Like) dari para pengikut (Followers) mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi foto yang populer atau tidak. Sebagai media sosial menghususkan konten pada berbagi foto ataupun Instagram juga memiliki peraturan dalam mengunggah. Disebutkan dalam www.Instagram.com bahwa konten di unggah tidak boleh mengandung unsur kekerasan, pornografi, mengandung diskriminasi, atau

b. Fitur-Fitur Dalam Instagram

Sebagai sebuah media sosial yang banyak digunakan sebagai basis aktivitas kegiatan baik dalam interaksi sosial maupun bisnis oleh banyak penggunanya, Instagram memiliki banyak fitur-fitur pendukung yang

1. *Home Page* : Halaman utama menampilkan linimasa foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti.
2. *Comments* : Foto-foto yang ada di Instagram bisa dikomentari didalam kolom komentar.
3. *Explore* : merupakan tampilan dari foto-foto dan video populer yang paling banyak disukai para pengguna nstagram.
4. *Profile* : dihalaman *profile* kita bisa mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu profile pengguna sendiri maupun profile pengguna yang lain.
5. *News Feed* : Fitur ini menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram.

a) Pengikut dan Mengikuti (Followers / Following)

[illegible]

c) Judul Foto (Caption)

d) Tanda Suka (Like)

[illegible]

g) Share (berbagi)

h) Private Account

i) Snapgram

[illegible]

yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.

2. Pandangan integrasi sosial, yang merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.⁶⁰

5. Virtual

Karakteristik ini berkaitan dengan upaya mewujudkan sebuah dunia virtual yang diciptakan oleh keterlibatan dalam lingkungan yang dibangun dengan grafis komputer dan video digital.

Simulasi tidak berbeda jauh dengan virtual. Karakter ini terkait dengan penciptaan dunia buatan yang dilakukan melalui model tertentu.

BAB III

PENYAJIAN DATA PENELITIAN

A. Deskripsi Subyek Penelitian

1. Instagram

Dalam menggunakan Instagram, mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia dalam Instagram untuk mengakses akun-akun yang menyediakan kebutuhan-kebutuhan mereka. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi yang semakin canggih ini, Instagram seakan menjadi gaya hidup bagi para penggunanya, juga terjadi kepada Mahasiswa Ilmu Komunukasi UIN Sunan Ampel Surabaya, dimana dalam kesehariannya mereka selalu menggunakan dan mengakses Instagram dalam berbagai kesempatan.

Instagram menyediakan banyak fitur menarik yang menguntungkan penggunaannya, kemudahan membuat akun pribadi, kemudahan dalam mengakses, dan fitur yang selalu ter *upgrade*. Karena akses yang sangat mudah, kemunculan akun baru baik akun komunitas maupun akun pribadi semakin meningkat seiring berjalannya waktu.

Banyaknya pengguna aktif yang setiap hari tanpa absen selalu membuka Instagram, menjadikan Instagram sebagai budaya atau kebiasaan sehari-hari masyarakat masa kini. Instagram pada

masa kini sudah seperti sebuah keharusan, seperti semua acara yang tayang di televisi memiliki akun Instagram resmi nya masing-masing, artis, pejabat, dan masyarakat biasa. Selain itu terdapat beberapa macam jenis akun komunitas seperti, akun tentang travelling, *fashion*, makanan, music, film, dengan adanya isntagram seertinya memberikan dampak dalam setiap aspek kehidupan sehari-hari para penggunanya.

2. Profil Informan

Subyek yang dipilih peneliti untuk dijadikan narasumber penelitian adalah :

a. Informan 1

Nama : Norma

Umur : 23 tahun

Id akun Instagram : Normarzq

Informan pertama dalam penelitian ini adalah Norma Rizqi, merupakan mahasiswa ilmu komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi semester 8 dengan konsentrasi *broadcasting*. Mulai menggunakan Instagram sejak tahun 2014, pertama kali membuat akun Instagram karena ingin mengikuti perkembangan zaman saat itu dimana Instagram menjadi sebuah *trend* baru.

Norma aktif dalam setiap harinya mengakses Instagram, bahkan dalam proses wawancara norma juga

b. Informan 2

Umur : 22 tahun

Informan kedua yang peneliti pilih sebagai informan adalah Thalita, mahasiswa ilmu komunikasi semester 8 dengan konsentrasi *public relation*. Thalita menggunakan Instagram sekitar tahun 2014 atau 2015 dan aktif hingga saat ini.

Instagram menjadi salah satu pilihan untuk menghabiskan waktu luang terbaik menurut Talita. Meskipun Talita jarang sekali memposting foto atau video dalam akunnya, tapi Talita tetap aktif dalam menggunakan Instagram.

c. Informan 3

Umur : 22 Tahun

Dinda mahasiswa ilmu komunikasi fakultas dakwah
dan komunikasi semester 8 konsentrasi *broadcasting*.

Menggunakan Instagram sejak pertengahan tahun 2015 hingga sekarang, dan masih menggunakannya secara aktif setiap harinya. Dinda memberi pernyataan bahwa dia sering menggunakan Instagram untuk kegiatan hobi nya.

d. Informan 4

Nama : Nur Rahma Oktavia

Umur : 22 Tahun

Id akun Instagram : @rkahmaviaa

Informan ke4 merupakan mahasiswa ilmu komunikasi dengan konsentrasi *public relation*, via sering mengkases Instagram dan lumayan sering berbagi melalui postingan-postingannya. Sejak mulai menggunakan Instagram hingga sekarang, via tergolong pengguna instagram aktif dan sering memanfaatkan instagram untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya.

e. Informan 5

Nama : Ahmad wildan Nufal H

Umur : 24 Tahun

Id akun Instagram : @naufal_crr

Informan berikutnya mahasiswa aktif jurusan ilmu komunikasi dengan konsentrasi *advertising*. Informan ini menggunakan Instagram secara aktif untuk memenuhi

informasi tentang hobi dan hal-hal yang berhubungan dengan apa yang sedang dia gemari.

f. Informan 6

Nama : Dinda Resti

Umur : 22 Tahun

informan berikutnya tercatat sebagai mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, program studi Ilmu komunikasi konsentrasi *broadcasting* aktif dalam menggunakan Instagram sejak lama, dan banyak memanfaatkan Instagram untuk mengumpulkan informasi atau memudahkan hobi dan minatnya.

g. Informan 7

Nama : Ni'matul Laili

Umur : 22 Tahun

Id akun Instagram : @eyyiuyya

Ni'matul laili atau biasa dipanggil elly merupakan mahasiswa akif ilmu komunikasi yang mengambil konsentrasi *advertising*, elly menggunakan instgram secara aktif setiap harinya sejak tahun 2012 sampai sekarang, dan sering melakukan interaksi dengan teman-temna dalam Instagram dan memiliki 2.496 pengikut dalam akun Instagramnya.

h. Informan 8

Nama : Rahmad Zulfikar

Umur : 22 tahun

Id akun Instagram : @rahmadfikar6

Rahmad zulfikar merupakan informan terakhir dalam penelitian ini. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Islam Sunan Ampel Surabaya dan mengambil konsentrasi dalam *publik relation*. Menggunakan Instagram secara aktif sejak bulan oktober 2015.

B. Deskripsi Data Penelitian

Setiap penelitian memiliki tujuan utama mencari jawaban atas permasalahan yang diteliti dan salah satu tahap penting dalam proses penelitian adalah kegiatan pengumpulan data yang diperoleh setelah data dan fakta hasil pengamatan empiris disusun dari permasalahan yang diteliti.

Untuk itu peneliti harus memahami berbagai hal yang berkaitan dengan pengumpulan data. Selama proses pengumpulan data yang dilakukan peneliti memproses data-data yang terkumpul melalui proses wawancara mendalam (*in depth interview*). Peneliti melakukan sistematisasi mulai dari motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan.

“Instagram memang membantu untuk memenuhi kebutuhan akan informasi saya, tapi memang kadang beberapa informasi tidak dapat ditemukan melalui Instagram, tapi memang informasi yang ada itu selalu informasi terkini.”⁶⁶

“aku follow akun kesehatan gitu dan lumayan membantu waktu butuh info pas lagi ada gejala-gejala mau sakit gitu, karena emang lumayan update akunnya, dan info nya beragam gitu”⁶⁷

[illegible]

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti amati, motif kebutuhan informasi dalam media sosial Instagram memiliki banyak kategori, mulai dari keinginan pengguna untuk mencari informasi tentang hiburan, kesehatan, olahraga, politik, dan bahkan *Online Shop*. Lengkapnya informasi dapat memudahkan penggunanya memperoleh informasi segala hal yang berkaitan dan dibutuhkan dalam kehidupan dan kegiatan sehari-hari penggunanya.

2. Motif Aktualisasi Diri

Aktualisasi diri adalah segala sesuatu yang mendorong seseorang untuk menjadi yang terbaik yang bisa dilakukan. ⁶⁹ menyatakan bahwa tiap orang memiliki kecenderungan akan kebutuhan aktualisasi diri untuk mengembangkan seluruh potensinya.

Media sosial yang sekarang berkembang, cukup mempengaruhi pola hidup dalam keseharian mahasiswa. media sosial memiliki peranan positif apabila digunakan secara benar, selain menambah wawasan juga merangsang otak mahasiswa untuk berpikir modern dan dapat mempermudah komunikasi dengan teman tanpa jarak. Beberapa pengguna meningkatkan rasa percaya diri mereka melalui video dan foto yang mereka posting melalui

⁷⁰Wawancara dengan Rahma Oktaviani, pada tanggal 28 Mei 2019 pukul 13:07

“Orang kan memang punya latar belakang pemikiran yang berbeda-beda, jadi pasti sering dan banyak kali melihat model perilaku orang beda-beda di Instagram, tapi ya pintar-pintar kita aja gimana cara beradaptasi dan tau siapa yang lawan komunikasi kita di media sosial”⁷²

“ banyak sekali macam-macam pengguna Instagram, mulaila dari yang suka *share* hal-hal positif sampai dengan orang

⁷³Wawancara dengan Dinda Resti pada tanggal 29 Mei 2019 pukul 14:16

Semua informan dalam penelitian ini setuju bahwa Instagram memang memberikan bahan percakapan baru baik saat berkomunikasi lewat media sosial ataupun komunikasi secara langsung, Instagram memberikan peran yang cukup besar untuk menambah bahan percakapan mereka setiap harinya.

Tidak jauh berbeda dengan media sosial lainnya Instagram menjadi media untuk bersosialisasi dengan orang-orang di luar, bahkan Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan memungkinkan penggunanya untuk menemukan banyak sekali teman baru. Pengguna Instagram dapat bebas membagikan momen-momen yang menurutnya bisa dibagi kepada pengikutnya, selain itu juga dapat berbagi informasi kepada pengguna Instagram lainnya serta dapat melihat foto dan video yang diunggah oleh penggunanya lainnya, dari postingan tersebut akan menimbulkan bahan percakapan baru mengenai isi konten Instagram yang diunggah.

Motif penggunaan media terakhir adalah motif hiburan. Hiburan merupakan sebuah kebutuhan manusia yang tidak dapat

dikatakan sebagai kebutuhan sekunder lagi. Setiap orang membutuhkan hiburan di sela-sela kesibukan yang menumpuk di kesehariannya. Ada banyak jenis hiburan yang dapat dinikmati dan di akses dengan mudah pada masa perkembangan teknologi sekarang ini yang membantu semua orang untuk menemukan hiburan dengan lebih praktis.

Seperti Instagram yang memberikan kemudahan untuk mengakses atau menemukan hiburan melalui fitur-fitur dan isi konten yang terdapat di dalamnya. Berbagai pilihan hiburan akan dengan mudah ditemukan melalui Instagram, selain itu Instagram juga membantu penggunanya untuk dapat menyalurkan emosinya melalui memposting foto atau video yang dapat menyalurkan perasaannya atau hobi yang dapat menghilangkan stres karena Instagram dapat memberikan tempat untuk menuangkan atau ide-ide yang dimiliki dengan bebas.

Para pengguna Instagram juga memanfaatkan media sosial ini untuk mendapatkan hiburan dan kesenangan serta untuk mengisi waktu luang yang dimiliki pengguna karena Instagram merupakan media sosial yang progresif dalam melakukan perubahan-perubahan pada fiturnya sehingga tidak membuat penggunanya jenuh.

Media sosial Instagram berusaha memenuhi motif hiburan para penggunanya untuk menyalurkan emosi sebagai media sosial

Latar belakang pengguna Instagram yang beragam, menjadikan kategori yang di posting pun bermacam-macam, sehingga pengguna Instagram lainnya dapat melihat dan menentukan kategori seperti apa yang mereka cari dan butuhkan untuk memenuhi motif penggunaannya Instagramnya. Dalam proses wawancara, peneliti juga bertanya mengenai kategori pesan yang menurut informan menarik. Informan 1 menyatakan kategori pesan yang menarik adalah pesan yang memiliki keterangan atau *caption* yang jelas dan tidak berbelit-belit. Sedangkan informan 2 dan 3 menyatakan kategori pesan yang menarik adalah kategori yang berhubungan dengan dengan *K-pop* dan anime sesuai dengan kesukaan mereka. Kemudian informan 4 menjawab bahwa kategori pesan yang menurut nya menarik adalah video atau foto yang

Namun meski Instagram dianggap mampu untuk memenuhi motif hiburan yang dibutuhkan oleh penggunanya, tidak semua informan setuju bahwa Instagram cocok digunakan untuk menghabiskan waktu luang yang ada dengan berbagai alasan, seperti informan ke 7, dari pada menghabiskan seluruh waktu luang yang ada dengan menggunakan Instagram, informan 7 lebih memilih melakukan kegiatan di luar dengan teman-temannya. Kemudian informan ke 5 juga memberi pernyataan bahwa jika dia memiliki waktu luang yang sangat banyak maka dia lebih memilih untuk bermain game. Namun informan ke 4 merasa bahwa Instagram dapat dijadikan pilihan yang tepat dalam menghabiskan

waktu luangnya karena dapat menemukan banyak hal didalam Instagram. dan sependapat dengan informan ke 4, informan ke 6 juga menyatakan bahwa Instagram juga merupakan pilihan yang tepat untuk menghabiskan waktu luang yang di miliki, serta informan 1,2, dan 3 juga mengatakan bahwa menggunakan instgram merupakan salah satu pilihan tepat yang dapat dilakukan untuk mengisi waktu luang yang mereka miliki, dan ditambahi oleh informan 8 bahwa memang Instagram merupakan pilihan yang tepat untuk menghabiskan waktu luang karena Instagram memiliki banyak informasi apabila digunakan dengan bijak.

Instagram menjadi salah satu pilihan paling populer untuk menghabiskan waktu luang bagi mahasiswa Ilmu komunikasi di Universitas Negeri Islam Sunan Ampel Surabaya. Selain konten yang dapat diunggah dapat berisikan apapun sesuai keinginan pemilik akun, pengguna Instagram juga bisa menemukan banyak postingan yang menarik sesuai dengan minat dan kegemaran masing-masing, serta dapat digunakan untuk mengambil foto dan video yang kemudian dapat di edit dan ditambahkan dengan filter serta stiker yang telah disediakan instgram dengan beragam pilihan.

Instagram dianggap dapat memenuhi motif hiburan di kalangan penggunanya, dengan Instagram mereka bisa membagikan berbagai macam kegiatannya, baik kegiatan sehari-hari atau momen-momen special kepada pengguna Instagram

Adapun temuan penelitian tentang motif penggunaan media sosial instagram untuk pemenuhan informasi mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Informasi merupakan sekumpulan dari beberapa atau bisa banyak data yang kemudian diolah menjadi berbagai macam bentuk agar nantinya bisa dipahami atau bahkan juga bisa untuk pengguna informasinya dengan tujuan untuk

[illegible]

mempertimbangkan dalam pengambilan keputusan pada saat ini dan juga keputusan untuk waktu ke depan.

Setiap orang membutuhkan informasi sebagai bagian dari kebutuhan kehidupannya, penunjang kegiatannya, dan pemenuhan kebutuhannya. Rasa ingin tahu seseorang timbul karena ia ingin selalu berusaha menambah pengetahuannya. Mahasiswa sebagai pengguna media yang cukup aktif, mencari dan memenuhi sebagian dari kebutuhan informasinya melalui media sosial. Sebagai seseorang yang sudah *melek* media, setiap informasi yang dibutuhkan para pengguna media pasti mencari informasi tersebut melalui media sosial terlebih dahulu karena menganggap akan mendapatkan informasi dengan cepat dan *update*.

Salah satu media sosial yang sering digunakan oleh mahasiswa adalah Instagram, Instagram merupakan media sosial yang digunakan untuk berbagi foto dan video, dimana sering dimanfaatkan oleh para penggunanya untuk mengunggah foto dan video yang berisikan berbagai macam informasi yang kemudian dapat dilihat oleh pengguna Instagram lainnya.

Informasi yang biasa ditemui di dalam Instagram adalah informasi yang berisi tentang berita-berita terkini, informasi mengenai kesehatan, informasi mengenai olahraga,

Dalam usaha mereka menemukan berbagai macam informasi yang mereka butuhkan untuk memutuskan sesuatu atau mencari sebuah pendapat mengenai sesuatu yang sedang mereka alami, mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya menggunakan Instagram menjadi media sosial yang mereka anggap cukup mampu untuk memenuhi kebutuhan mereka akan informasi.

[illegible]

Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya untuk meningkatkan rasa percaya diri mereka, dengan memanfaatkan fitur utama Instagram yaitu foto dan video yang dapat diunggah dengan mudah dalam akun Instagram pribadi mereka, karena Instagram memberikan kebebasan kepada para penggunanya untuk mengekspresikan diri mereka dalam Instagram. Instagram tidak memberikan batasan kepada para penggunanya atas apa yang boleh dan tidak untuk diunggah.

Selain itu Instagram juga di manfaatkan untuk menemukan dan mengungkap identitas diri oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi semester 8 UIN Sunan Ampel Surabaya. Identitas pada dasarnya merujuk pada refleksi dari diri kita sendiri dan persepsi orang lain terhadap diri kita. Karena melalui Instagram seseorang dapat melihat unggahan pribadi pengguna lainnya sehingga dapat melihat model-model perilaku mereka sambil mengenali diri sendiri serta dapat melalui *sharing* di media sosial Instagram.

Banyaknya penggunanya media sosial Instagram dan kemudahannya untuk diakses, menjadikan para mahasiswa ilmu komunikasi dapat menemukan dan melihat model-model perilaku lainnya, sehingga mereka dapat belajar tentang bersosialisasi dan berkomunikasi melalui media sosial.

Maka mereka lebih percaya diri dalam menunjukkan diri serta kemampuan mereka melalui foto dan video. Memang rasa percaya diri bisa meningkat saat menggunakan media sosial, namun alangkah baiknya penggunaan Instagram ini digunakan secara bijak untuk hal yang positif.

Oleh para mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, Instagram dianggap dapat memenuhi kebutuhan mereka akan bersosialisasi dalam media sosial, karena Instagram merupakan media sosial yang sedang sangat digandrungi, hampir semua orang yang memiliki *handphone* dan dapat mengakses internet memiliki akun pribadinya masing-masing, sehingga Instagram dianggap dapat membantu mereka untuk berinteraksi sosial.

Karena Instagram menyediakan banyak sekali fitur yang dapat digunakan berinteraksi, mulai dari memberikan komentar dalam postingan foto dan video, melalui *direct message* atau *DM*, *video call*, Instagram *live*, bahkan Instagram menyediakan fitur baru yakni Instagram tv, sehingga berkomunikasi dan berinteraksi sosial melalui Instagram sangatlah memungkinkan dan mudah.

Kemudian karena kebebasan konten yang dapat diunggah, maka Instagram dapat dimanfaatkan untuk menjalankan dan melancarkan kegiatan sosial yang akan dilakukan dan diikuti mahasiswa, seperti mengajak berbuat kebaikan, atau memberikan edukasi dan informasi mengenai sesuatu, atau bahkan mengajak para *followers* untuk melakukan donasi atau bantuan saat ada yang terkena bencana. Maka dengan demikian peran sosial dapat dijalankan.

Namun meskipun Instagram memiliki banyak fitur yang mendukung untuk melakukan interaksi sosial dengan sesama pengguna yang lain, mahasiswa Ilmu komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya merasa bahwa Instagram kurang efektif di gunakan sebagai media berkomunikasi setiap saat, karena beberapa orang tidak selalu *log in* dalam Instagramnya, dan untuk mengakses Instagram dibutuhkan data internet yang cukup besar dan sinyal yang kuat. Sehingga dengan banyaknya

Media sosial Instagram memberikan kemudahan kepada penggunanya untuk senantiasa berbagi, Instagram dapat dimanfaatkan untuk menjadi sarana yang menyenangkan untuk saling berbagi pada satu sama lain, dan digunakan secara bijak untuk hal yang positif.

Dalam penggunaan media sosial Instagram, alasan untuk mengisi waktu luang merupakan alasan yang paling sering diungkapkan oleh para mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan ampel Surabaya yang dalam kesehariannya selalu menggunakan media sosial Instagram. Media sosial Instagram yang dapat diakses dimana dan kapan saja, menjadikan Instagram menjadi salah satu pilihan terbaik untuk menghabiskan waktu luang.

[illegible]

Semakin meluas dan mudahnya akses internet menyebabkan mereka menjadi lebih sering menghabiskan waktu luang yang ada dengan mengakses media sosial Instagram melalui *handphone* mereka secara terus menerus. Instagram membantu para penggunaanya untuk mengisi waktu luang mereka dengan menyediakan fitur-fitur seperti editing foto dan video, *ig live* dan *ig tv*, serta banyak jenis-jenis informasi yang dapat mereka temukan sebagai hiburan dan pengisi waktu luang mereka. Informasi yang dibutuhkan saat santai adalah informasi yang bisa melepaskan ketegangan misal; informasi mengenai komedi, olahraga, inspirasi *fashion*, makanan dan kegiatan sehari-hari yang menyenangkan ataupun informasi yang menarik seperti event-event pameran lukisan atau tempat artistik, dan informasi-informasi yang umumnya disukai para anak muda maupun mahasiswa.

[illegible]

Informan ke-5 mengikuti 347 akun dan 28% nya merupakan akun yang menuurt informan mampu memenuhi kebutuhan hiburan informan seperti *game*, dan info *traveling*. Sedangkan informan ke-6, sebanyak 32% dari akun yang diikuti merupakan akun yang sering dikunjungi informan untuk mengisi waktu luang yang dimiliki. Kemudian informan ke-7, 27% dari total keseluruhan akun yang diikuti adalah akun yang dianggap dapat memberikan konten-konten hiburan. Dan untuk informan terakhir dalam penelitian ini, informan ke-8 memiliki 28% akun di instagramnya yang mengunggah konten-konten berkaitan dengan hobi dan ketertarikan informan.

[illegible]

Sebagai kelanjutan dalam teori ini adalah konfirmasi temuan di lapangan yang mempunyai kesesuaian dengan analisis data dalam penelitian ini, teori new media berkaitan dengan fokus masalah yaitu : bagaimana motif penggunaan media sosial Instagram mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Dari temuan penelitian di atas ada ketertarikan dengan teori new media, Media baru (New Media) adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Karakteristik dari new media adalah dapat diubah (*edit*), bersifat jaringan, padat, interaktif dan bersifat *user generated content*. *User-generated content* adalah konten atau isi artikel dalam internet yang ditulis oleh khalayak umum, menandakan bahwa konten media internet tidak lagi hanya dapat dimonopoli oleh pihak berkepentingan namun dapat diunggah oleh semua internet user⁷⁹.

Dalam teori *New Media* terdapat dua pandangan yang dikemukakan oleh Pierre Levy, yakni Pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang World Wide Web (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga

[illegible]

Berdasarkan teori yang digunakan pada penelitian yang tepat dan sesuai dengan analisis tersebut, berikut hasil penemuan yang sudah ditetapkan dan relevansinya dengan teori:

Instagram merupakan media sosial yang paling sering digunakan dan di kunjungi oleh kalangan pada masa ini, pada bulan januari 2018 pengguna Instagram di Indonesia mencapai 55 juta pengguna aktif. Dalam jumlah pengguna aktif tersebut. Sebagai media sosial yang populer, Instagram dianggap oleh penggunanya termasuk mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya mampu untuk memenuhi kebutuhan akan berbagai jenis informasi. Informasi yang biasa ditemui di dalam Instagram adalah informasi yang berisi tentang berita-berita terkini, informasi mengenai kesehatan, informasi mengenai

[illegible]

2. Motif Meningkatkan Kepercayaan Diri

litian Humaniora, Vol. 18, No. 2, 2017

[illegible]

Selain itu lewat media sosial Instagram, mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya juga dapat memenuhi kebutuhan mereka untuk memperoleh teman baru. Instagram dengan banyaknya pengguna yang setiap harinya memposting banyak sekali konten, membuat para mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya mendapatkan bahan percakapan baru yang dapat digunakan saat sedang berkumpul bersama teman baik melalui media sosial maupun secara langsung.

[illegible]

Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan mereka untuk melepaskan diri dari permasalahan serta mengisi waktu luang yang dimiliki, memilih Instagram sebagai pilihan tepat untuk memenuhi kebutuhannya tersebut. Informasi dan konten tanpa batas dan dalam berbagai jenis menjadikan menghabiskan waktu dengan menggunakan Instagram tidak pernah menjadi membosankan, karena konten yang selalu terupdate.

Informasi yang dibutuhkan saat santai adalah informasi yang bisa melepaskan ketegangan misal informasi mengenai komedi, olahraga, inspirasi *fashion*, makanan dan kegiatan sehari-hari yang menyenangkan ataupun informasi yang menarik seperti event-event pameran lukisan atau tempat artistik, dan informasi-informasi yang umumnya disukai para anak muda maupun mahasiswa.

[illegible]

Pada motif ini alasan mahasiswa Ilmu komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan mereka untuk melepaskan diri dari permasalahan, bersantai dan mengisi waktu luang, untuk penyaluran emosi dan memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis.

PENUTUP

Berdasarkan berbagai data dan fakta yang sudah diperoleh dari lapangan dan telah dianalisis sekaligus dikonfirmasi dengan teori yang menjadi acuan peneliti, maka dengan demikian dapat diperoleh beberapa kesimpulan mengenai hal – hal yang menjadi fokus penelitian ini tentang motif penggunaan media sosial Instagram mahasiswa Ilmu komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya dan dikonfirmasi menggunakan teori new media.

Terdapat empat motif yang didapat dari penelitian ini, diantaranya adalah (1) Motif untuk menemukan informasi, mahasiswa Ilmu komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya menggunakan media sosial Instagram untuk memenuhi kebutuhan mereka akan informasi yang menunjang kegiatan mereka atau untuk mengetahui apa saja yang sedang terjadi, karena mereka beranggapan bahwa Instagram merupakan media sosial yang mampu memberikan *update* tercepat. Kemudian (2) motif meningkatkan kepercayaan diri. (3) Motif interaksi sosial, media sosial Instagram oleh para Mahasiswa Ilmu komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya juga dianggap sebagai media sosial yang mampu memenuhi kebutuhan mereka sebagai makhluk sosial untuk berinteraksi dan bersosialisasi dengan banyak orang dan dengan beragam latar belakang, karena dengan media sosial Instagram, mereka dapat berkomunikasi

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah peneliti paparkan, maka terdapat beberapa saran dari penulis sebagai berikut :

- [illegible]

Daftar Pustaka

Budiargo, Dian. (2015). Berkomunikasi Ala Net Generation. Jakarta: PT

Bungin, Burhan . (2015). Penelitian Kualitatif. Jakarta: Kencana.

Dailey, Patrick R. (2009) Social Media: Finding Its Way Into Your Business Strategy and Culture. Burlington: Lingage

Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.

Dyah, Shiefti. (2016). Media Sosial: Interkasi, Identitas dan Modal Sosial Edisi Pertama. Jakarta: Prenadamedia Group.

Effendy, O. U. (1998) Spektrum Komunikasi Cet Ke-3. Bandung: Bina Cipta.

Ghufron, dan Risnawita. (2012). Teori-Teori Psikologi. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media

Harmoko. (1986). Komunikasi Sambung Rasa Cet Ke-1. Jakarta: Sinar Harapan.

Herdiansyah, Haris. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial. Jakarta Selatan: Salemba Humanika.

Hidayat, Taufik. (2009). Lebih Dekat dengan Facebook. Jakarta: Elex Media Komputindo

Irwansyah. (2011). Corporate & Marketing Communication. Jakarta: Puskombis Mercu Buana.

Jogiyanto.(2004). Analisis dan Desain Sistem Informasi. Yogyakarta.

Kadir, Abdul. (2003). Pengenalan Sistem Informasi. Yogyakarta: Andi.

Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa. (2008). Jakrta: PT. Gramedia Pustaka Umum.

Sobur, Alex. (2003). Psikologi Umum. Bandung: Pustaka Setia.

West & Turnerr. (2008). Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi. Jakarta: Salemba Humanika.

Yusup, Pawit. (2009). Ilmu Informasi, dan Kepustakaan. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Skripsi dan Jurnal:

- Agus Efendi, Jurnal Penelitian Humaniora: *“Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak Di Kabupaten Sukoharjo”*(Sukoharjo: Universitas Veteteran Bangun Nusantara, 2017)
- Dosi Aprilinda, Skripsi S1: *“Motif Penggunaan Interaksi Sosial di Twitter (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISHUM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)”* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2013)
- Fitria Listie Suryani, Skripsi S1: *“Instagram dan fashion remaja (studi kasus peran sosial media Instagram terhadap fashion remaja dalam akun @ootdindo tahun 2014)”* (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2015)
- Maria Endah Pratiwi, Skripsi S1: *“Motif Penggunaan Akun Instagram dan Facebook Cotton Ink terhadap Kepuasan Mahasiswi IISIP Jurusan Manajemen Komunikasi Angkatan 2012-2016”* (Jakarta: IISIP, 2017)
- Maria Anggreina, Jurnal: *“Pengaruh Iklan Provider Telkomsel Di Radio Memora Manado Terhadap Minat Beli Pendengar Di Kalangan Bahu”* (e-journal “acta diurna” volume VI no.1 tahun 2017)
- Novi Kurnia, Jurnal: *“Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi”* (e-journal Mediator, Vol. 6 No.2. 2015)
- e-journal Ilmu Komunikasi. fisisip-unmul.ac.id, volume 1, Nomor 2, 2013:355-374.

WEBSITE

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/> di akses pada 3 Maret 2019 pukul 12:59

<https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/> diakses pada tanggal 13 Maret 2019 pukul 09:55

<https://databoks.katadata.co.id> diakses pada pukul 21:18

<https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/> diakses pada tanggal 13 Maret 2019 pukul 09:55