

INSTASTORIES SEBAGAI BENTUK AKTUALISASI DIRI

(Studi Deskriptif Pemanfaatan Fitur *Instastories* pada *Generasi Millennials* di Universitas Atmajaya dan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)



Oleh :

Disa Chaesara

NIM. 153130076

Diajukan

Untuk Memenuhi Syarat Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”

Yogyakarta

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Telah diuji dan dinyatakan lulus oleh tim penguji skripsi pada:

- Hari tanggal : Selasa 19 Maret 2019
- Judul : INSTASTORIES SEBAGAI BENTUK AKTUALISASI DIRI (STUDI DESKRIPTIF PEMANFAATAN FITUR INSTASTORIES PADA GENERASI MILENNIALS DI UNIVERSITAS ATMAJAYA DAN UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” YOGYAKARTA)
- Nama : Disa Chaesara
- NIM : 153130076
- Program Studi : Ilmu Komunikasi
- Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- Universitas : Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
- Dosen penguji / Penelaah :
1. Dewi Novianti, M.Si
NIK : 273 11 98 0203 1
Pembimbing I
 2. M. Edy Susilo, S.Sos, M.Si
NIP : 1970093020050101 001
Pembimbing II
 3. Drs. Arif Wibawa, M.Si
NIP : 2 6604 95 0030 1
Penguji I
 4. Panji Dwi Ashriyanto, S.Sos, M.I.Kom
NIK : 2 8501 14 0436 1
Penguji II
- 
- 
- 
- 
- 

HALAMAN MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu. Allah mengetahui, sedangkan kamu tidak mengetahui”

Al-Baqarah : 216

Tidak ada usaha yang mengkhianati hasil

-Anonym-

**Succes is the ability to go from one failure to another with no loss of
enthusiasm**

-Sir Winston Churchill-

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

Kedua Orang Tuaku, Mama, Papa, Mas Dana dan Yangti

*Terima kasih telah menjadi keluarga yang tak
mungkin tergantikan*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrahim

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji syukur dipersembahkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan ridho yang telah dilimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul **“INSTASTORIES SEBAGAI BENTUK AKTUALISASI DIRI** (Studi Deskriptif Pemanfaatan Fitur *Instastories* pada *Generasi Millennials* di Universitas Atmajaya dan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”, Yogyakarta)” yang disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta dukungan dari berbagai pihak dalam memberikan data-data bahan skripsi, dorongan semangat, diskusi dan juga doa kepada penulis.

Penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Ibu Dewi Novianti, M.Si sebagai pembimbing I yang telah banyak memberikan bantuan dari awal sampai akhir bimbingan skripsi berupa masukan, saran dan motivasi sehingga terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
2. Bapak M. Edy Susilo, S.Sos, M.Si sebagai pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan berupa saran, motivasi dan arahan sehingga skripsi ini selesai dengan baik.
3. Mama, Papa, Yangti yang tercinta, terima kasih untuk doa, kasih sayang dan semangat yang diberikan selama ini.
4. Teman-teman kuliahku (Dita, Jeje, Katarina dan semua teman-teman komunikasi 2013) terima kasih untuk kebersamaan yang menyenangkan.

5. Davis Purnomo, S.T. yang tersayang juga, terima kasih untuk perhatian, kesabaran dan dukungan yang diberikan dalam suka maupun duka.

Serta ucapan terima kasih penulis berikan kepada berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Disamping itu, penulis juga menyampaikan maaf yang sebesar-besarnya apabila dalam penyusunan skripsi ini penulis melakukan beberapa kesalahan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, maka penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 13 Maret 2019

Disa Chaesara

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xii
ABSTRACK.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.5. Kerangka Pemikiran dan Teori	12
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1.1. Media Sosial	22
2.1.2. Karakteristik Media Sosial	22
2.1.3. Jenis- Jenis Media Sosial.....	29
2.1.4. Sejarah Instagram	31
2.1.5. Instagram Stories	32
2.1.6. Generasi Millennials.....	35
2.1.7. Karakteristik Orang yang Mengaktualisasikan Diri	36

2.2.1. Penelitian Terdahulu.....	41
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian.....	43
3.2. Obyek Penelitian.....	44
3.3. Subyek Penelitian.....	44
3.4. Lokasi Penelitian.....	44
3.5. Sumber Data.....	44
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.7. Teknik Analisis Data.....	49
3.8. Uji Keabsahan Data	51
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Wilayah Penelitian.....	53
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	69
4.3. Pembahasan.....	123
BAB V. PENUTUP	
5.1. Kesimpulan.....	147
5.2. Saran.....	151
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif untuk meneliti pemanfaatan fitur *Instastories* sebagai bentuk aktualisasi diri pada generasi *millennials* di Universitas Atmajaya dan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”, Yogyakarta. Generasi *millennials* merupakan generasi yang lahir kisaran tahun 1981 sampai 2000. Salah satu media komunikasi yang digunakan melalui internet adalah sosial media. *Instastories* merupakan salah satu fitur yang ada di dalam media sosial bernama *Instagram*. Tujuan penelitian ini yang pertama yaitu, untuk mengetahui proses komunikasi yang terjadi dalam *Instastories*. Kedua, untuk mengetahui gambaran aktualisasi diri generasi *millennials* melalui *Instastories*. Terakhir, untuk mengetahui dampak-dampak *Instastories* bagi generasi *millennials*. Data yang diperoleh disajikan dalam bentuk uraian yang disusun secara detail dan sistematis. Sumber data yang dianalisis adalah hasil wawancara dengan narasumber yaitu mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta dan Universitas Atmajaya yang berada di daerah Babarsari, Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Instastories* memiliki beberapa fitur yang mampu membentuk aktualisasi diri penggunanya. Manfaat yang didapat yaitu pengguna *Instastories* mampu meningkatkan kreatifitas, menjalin komunikasi dengan kawan-kawan yang berada di media sosial dan menciptakan gaya hidup sesuai dengan perkembangan jaman.

Kata Kunci : *Generasi Millennial*, *Instastories*, Aktualisasi Diri

ABSTRACT

This research is descriptive qualitative research about utilization of the Instastories feature as form of self-actualization the millennials generation at Atmajaya University and Pembangunan Nasional “Veteran” University, Yogyakarta. Millenials generation is generation that grew up between 1981 until 2000 . One of the communication media used through the internet is social media. Instastories is one feature in Instagram. The purpose of this research is, First is to know communication process in the Instastories. Second, to know imagine of self-actualization in millennials generation from Instastories. Last, to know impact of Instastories for millennials generation. The data obtained is presented in the form of a description that is arranged in detail and systematically. The sources of the data analyzed were the results of interviews with informants, namely the students of the National Development University "Veteran" Yogyakarta and Atmajaya University in the Babarsari area, Yogyakarta. The results of the study indicate that Instastories has several features that are able to shape the user's self-actualization. The benefits obtained are that Instastories users are able to increase creativity, establish communication with friends on social media and create lifestyles in accordance with the times.

Keywords : Millennials Generation, Instastories, Self-Actualization

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media Sosial berkembang pesat dan telah berevolusi sejak pertama kali diciptakan. Pemikiran manusia yang berbeda-beda, keinginan yang tak sama serta kebutuhan dalam berkomunikasi membuat perubahan besar dalam memanfaatkan media sosial. Kebutuhan seseorang dalam menjalin hubungan sosial saat ini tidak lepas dari bantuan teknologi modern. Salah satu teknologi yang mudah ditemui sekarang adalah *smartphone* atau *seluler* pintar. Dewasa ini, orang-orang menggunakan *smartphone* untuk bersosial dalam dunia maya. Media sosial pada era ini biasanya berbentuk sebuah aplikasi. Setiap aplikasi memiliki manfaat yang berbeda dan mampu mengubah cara berkomunikasi antar individu dengan individu lainnya.

Menurut Meike dan Young (2012) mengartikan media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be shared-one to one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. Menurut Mandibergh (2012) media sosial adalah media yang mewadahi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*). Sedangkan menurut Van Dijk (2013) media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media

sosial bisa dilihat sebagai medium (*fasilitator*) *online* yang menguatkan hubungan antara pengguna sekaligus sebagai ikatan sosial (Nasrullah,2017:11). Dari berbagai definisi peneliti mengambil kesimpulan bahwa media sosial adalah *medium* yang terhubung secara *online* yang memungkinkan pengguna berkomunikasi dengan pengguna lain dan menjalin hubungan sosial secara *virtual*. Alur komunikasi pada model komunikasi massa tradisional dilakukan dari *sender* ke *receiver*, maka tidak ada lagi istilah *sender ke receiver* pada media sosial. Istilah tersebut berganti menjadi *user* yang memungkinkan semua orang dapat memproduksi pesan dan mengirimkan umpan balik secara langsung sehingga komunikasi tidak lagi berjalan satu arah melainkan dua arah. Media sosial juga melibatkan lima karakter yaitu *network, information, archive, interactivity, simulation of society, user generated content* (Nasrullah 2017:16). Salah satu konsepnya yaitu *network* atau jaringan menghubungkan komputer atau perangkat keras (*hardware*) lainnya. Koneksi diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung termasuk di dalamnya perpindahan data (Castells,2002; Gane & Beer 2008).

Berbicara tentang media sosial, maka tidak lepas dari keberadaan internet. Perkembangan masyarakat Indonesia dalam penggunaan internet sangat pesat. Pengguna internet aktif di Indonesia saat ini diperkirakan sekitar 30 juta atau sepuluh persen dari jumlah penduduk. Data APJII tahun 2017 dari total populasi penduduk indonesia 143,26 juta jiwa atau sebanyak 54,68% adalah penetrasi pengguna internet. Pulau Jawa menjadi salah satu wilayah pengguna internet terbesar sebanyak 57,70%. Berdasarkan karakter wilayah prosentasi pengguna

internet tertinggi yang dilakukan APJII dan *Teknopreneur* adalah wilayah *urban*. Angka -angka di atas dari tahun ke tahun bakal terus bertumbuh, karena ditopang oleh pemakai *mobile/* telepon *selular* dan internet yang besar. Seperti yang dikemukakan oleh Isparmo CEO dalam Data Statistik Pengguna Internet di Indonesia 2017 berdasarkan Survei APJII

Perkembangan teknologi komunikasi sudah maju, bahkan saat ini cakupan area komunikasi sudah *4G LTE*. Artinya saat ini keberadaan internet dapat menghubungkan seluruh orang di dunia dan dapat membuat pengiriman pesan semakin cepat dan tidak terbatas ruang dan waktu. Neuman Robinson mendefinisikan internet sebagai jaringan elektronik yang menghubungkan manusia dan informasi melalui komputer atau alat elektronik lainnya yang memungkinkan komunikasi dari orang ke orang (DiMaggio,2001 dalam Flew, 2008:307). Artinya media sosial terbentuk di dalam sebuah jaringan atau internet. Jaringan (*user*) dimediasi oleh perangkat teknologi seperti komputer, telepon genggam, atau tablet.

Pengguna internet rata-rata merupakan generasi *millenials*. Berdasarkan paper *The Urban Middle Class Millennials Indonesia* (2017), menunjukkan bahwa konsumsi internet generasi *millennials* jauh lebih tinggi dibandingkan generasi *Xer*, terutama di *younger millennials generation* usia 15-24 tahun. Artinya bahwa internet sudah menjadi kebutuhan pokok bagi generasi *millennials* untuk komunikasi dan aktualisasi diri. Seperti yang dikemukakan oleh Hasanuddin Ali

dan Lilik Purwandi dalam *The Urban Class Middle Class Millennials Indonesia : Financial and Online Behavior* tahun 2017.

Salah satu media sosial yang cukup populer di dunia adalah *Instagram*. Situs yang didirikan tahun 2010 oleh perusahaan *Burb, inc.* Kevin Systrom dan Mike Krieger bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai impiannya (Atmoko,2012:10). Aplikasi *Instagram* sebagai *tools* untuk fotografi digital. Tak heran pengguna *Instagram* dapat mengubah foto yang biasa menjadi menarik dengan sentuhan efek-efek yang telah disediakan.

Penelitian Cyberkreasi (2017) mayoritas pengguna *Instagram* adalah generasi *millennials* (Y) dan generasi Z. Penelitian Qmee (2014) mengatakan sekitar 67 ribu foto yang diunggah di akun *Instagram*. Pada tanggal 1 Mei 2012 pengguna menjadi 50 juta dan terus bertambah 5 juta tiap minggu. (Atmoko,2012:12). Saat ini *Instagram* telah resmi mendapatkan apresiasi dari *Apple Inc* dalam *app store* seperti masuk dalam *featured app*, *top free app*, untuk kategori fotografi, dan puncaknya diberi penghargaan sebagai *App Of The Year 2011*. *App store* adalah layanan katalog aplikasi digital yang disediakan oleh *Apple* untuk perangkat *IOS* yang terdiri dari *iphone*, *ipad touch*, dan, *ipad*. *Instagram* berasal dari dua kata “*instan*” dan “*gram*”. Arti dari kata *instan* adalah seperti kamera *polaroid* pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan” Sedangkan kata “*gram*” diambil dari telegram dimana cara kerja telegram adalah untuk mengirimkan informasi dengan cepat. Oleh karena itu, *Instagram* dapat mengunggah foto menggunakan jaringan internet agar informasi dapat dikirim

dengan cepat. Salah satu fitur unik media sosial *Instagram* adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera kodak *Instamatic* dan *Polaroid*. Seperti yang dikemukakan dalam artikel Sejarah dan Asal Mula Instagram tahun 2017.

Pada bulan April 2012, perusahaan mencatat partisipasi pengguna *Instagram* mencapai 30 juta pengguna. Pada 9 April 2012 *Instagram* resmi diakuisi *Facebook* sebesar 1 miliar. Setelah diakuisi *Facebook* pengguna *Instagram* semakin meningkat. Pada Mei 2013, *Instagram* memperkenalkan *tag photo* (penandaan foto). Pada bulan 2013, *Instagram* menambahkan *link* untuk melakukan *upload* foto atau video. Pada akhir Oktober 2013 *Instagram* menambahkan layanan obrolan pribadi bagi pengikut atau *followers* untuk mengirim foto atau video pribadi. Sebelum ini video hanya bisa dilakukan melalui suka dan komentar namun saat ini dapat mengirimkan konten pribadi. Fungsi *Instagram* sebagai *tools* fotografi mulai bergeser sejak dimunculkannya fitur *instastories* tahun 2016. Seperti yang dikemukakan dalam artikel Sejarah dan Asal Mula Instagram dalam tahun 2017.

Instastories adalah singkatan dari *Instagram Stories*. *Instagram Stories* merupakan salah satu fitur yang disediakan oleh aplikasi *Instagram*. Pada fitur ini terdapat beberapa inovasi baru. *Instastories* memungkinkan pengguna untuk mengirim foto dan video yang akan menghilang setelah 24 jam. Durasi video yang disediakan dalam fitur tersebut hanya sekitar 30 detik. Pengguna bisa mengunggah hal-hal yang dianggap menarik dalam bentuk gambar atau video

yang bisa direkam secara langsung melalui aplikasi atau arsip yang telah tersimpan di galeri *smartphone* penggunanya. Selain itu, *update* terbaru yang dilakukan *Instagram* untuk meningkatkan kualitas fitur *Instastories* yaitu terdapat fitur tambahan yaitu *Type*, *Live*, *Boomerang*, *Superzoom*, *Focus*, *Hands-Free* dan *Rewind*, *Face Filter*, *Swipe-up*, *Selfie*. *Focus* berfungsi mendeteksi wajah seseorang. *Type* digunakan untuk membagi cerita dengan bantuan tulisan dan *background* warna-warni. *Rewind* memunculkan efek unik gerak mundur kebelakang. *Handsfree* berfungsi merekam video. *Boomerang* memiliki efek gerak yang berulang-ulang sehingga foto terlihat lebih menarik. *Live* berfungsi merekam momen dan menyiarkannya secara langsung. *Hastag*, *sticker*, dan *gif* berfungsi untuk melakukan penambahan konten dinamis dan statis. *Swipe up* membantu seseorang menambahkan *link* yang diinginkan. *Face Filter* memunculkan filter-filter menarik saat pengambilan foto atau video. *Superzoom* memunculkan efek musik yang menegangkan Seperti yang dikemukakan dalam artikel Sejarah dan Asal Mula *Instagram* tahun 2017.

Fitur unggulan milik *Instagram*, *Instastories* menggaet 400 juta pengguna aktif harian. Jumlah ini dua kali lipat dari pengguna *Snapchat* yang lebih awal menawarkan *stories*. *Instagram* tak hanya merebut pengguna *snapchat* saja, tetapi juga meniru fitur-fitur di *snapchat*. Indonesia diklaim sebagai salah satu negara pembuat konten *instagram* paling banyak. Seperti yang dipaparkan oleh Jeko I. R dalam Orang Indonesia Paling Doyan Main *Instastories* tahun 2017. Hal ini pun diperkirakan akan terus meningkat setiap bulannya yang juga membuktikan

bagaimana jejaring sosial *Instastories* di Indonesia saat ini telah menjadi fenomena *trend* terkini.

Fitur-fitur *Instastories* yang beragam membuat seseorang mudah mengaktualisasikan diri di dunia maya. Para pengguna *Instastories* tidak menyadari dampak-dampak akibat penggunaan *Instastories* yang berlebihan. Dilansir *theconversation* (2018) dalam penelitiannya yang berfokus pada layanan yang ditawarkan di *Instagram* seperti berbagi foto, aktivitas sehari-hari, *InstaStories*, *InstagramLive*, komentar sampai *chatting* menggunakan fitur *direct message* menunjukkan sebanyak 70% *milennium* dewasa usia 18-24 tahun merasa terkait dengan *fear off missing out* (FoMo) atau kecemasan yang timbul akibat ketinggalan informasi di media sosial. Seperti yang dikemukakan oleh Frensen Salim, Universitas Gunadarma dalam Narsisme Visual bisa Berdampak Buruk bagi Kesehatan Mental tahun 2018. Tak hanya itu konten *GIF* yang disematkan di *Instastories* mendadak dihilangkan karena dinilai mengandung konten rasisme seperti sisipan kata sensitif. Seperti yang dikemukakan oleh Fatimah Kartini Bohang dalam *Instagram Mendadak Hapus Fitur GIF* tahun 2018.

Penelitian Cyberkreasi (2017) mengungkapkan sebagian besar pengguna *instagram* berasal dari kalangan mahasiswa. Semenjak muncul *Instastories* dan menyusul *InstaLive* ternyata fitur baru di *Instagram* serta habit para usernya, menjadikan *Instagram* sebagai sarang narsis. Penelitian yang dilakukan LendEDU membuktikan dari 10.000 anak dari generasi *millennials* 64% sepakat bahwa *Instagram* beserta fitur-fiturnya seperti *IG Live*, *Instastories* adalah media sosial paling narsis. Seperti yang dikemukakan dalam www.lampung.tribunnews.com

Hasil Survei Pengguna Instagram Paling Haus Perhatian Dibanding Media Sosial Lainnya tahun 2017.

Generasi *millennials* biasa disebut generasi Y adalah sekumpulan orang-orang yang lahir tahun 1981-2000. Menurut Lyons dalam jurnal teori perbedaan generasi oleh Yanuar Surya Putra tahun 2016, ungkapan generasi *millennials* dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, *SMS*, *instans messaging* dan media sosial, dengan kata lain generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era internet *booming* (Lyons,2004). Lebih lanjut (Lyons,2004) ciri-ciri generasi Y salah satunya pola komunikasinya sangat terbuka dibanding generasi sebelumnya, pemakai media sosial yang fanatik dan kehidupannya erat dengan teknologi.

Instagram adalah bagian dari kemajuan teknologi yang menyediakan salah satu fitur yang disebut *Instagram Stories* merupakan salah satu media sosial yang lagi *booming* di kalangan generasi *millennials* khususnya mahasiswa di Babarsari. Banyak mahasiswa menggunakan fitur *Instagram Stories* dalam mengaktualisasikan diri. Hal ini dikarenakan *Instagram Stories* sendiri menggunakan fitur-fitur menarik seperti menambahkan filter, membuat *boomerang*, dan *rewind* untuk membuat video mundur. Melalui *Instagram Stories* pengguna dalam hal ini generasi *millennials* dapat mengaktualisasikan diri melalui postingan, mengabadikan momen yang diinginkan maupun mengkomunikasikan aktivitas sehari-hari.

Menurut Sutrisno (2011) kebutuhan aktualisasi diri merupakan tingkat kebutuhan paling tinggi. Aktualisasi diri adalah kebutuhan tertinggi manusia yang menggerakkan semua kemampuannya dalam mencapai sesuatu untuk mendapatkan potensi yang dimilikinya dan dituangkan dalam suatu wadah yaitu fitur *Instagram stories*. *Instastories* banyak menyajikan fitur-fitur terbaru, sehingga penggunaannya secara kreatif dapat mengekspresikan semua momen yang diabadikan lewat fitur-fitur *instastories*.

Kemudahan dalam menggunakan *Instastories* juga menimbulkan banyak masalah. Salah satu contoh masalah terkait penggunaan fitur *Instastories* terjadi pada akun instagram @lucintaluna. Lucinta Luna merupakan salah satu artis Indonesia dengan *followers* lebih dari satu juta *followers* tersandung kasus terkait ucapannya saat melakukan *Live Instastories*. Lucinta memang terkenal karena kontroversi yang dilakukan dalam unggahan-unggahan instagramnya. Pada kasus *Live Stories* yang dilakukan oleh Lucinta Luna, dia secara sengaja menghina nama salah satu daerah di Indonesia yaitu kota Manokwari. Dilansir dalam berita liputan6.com, kasus penghinaan yang dilakukan artis Lucinta Luna membuat heboh media sosial dan telah diproses secara hukum. Warga Manokwari merasa dihina dan dilecehkan sehingga menuntut polisi untuk mengusut tuntas masalah tersebut. Tindakan yang telah dilakukan oleh Lucinta Luna juga membuat dirinya diserang oleh pengguna *Instagram*. Meskipun Lucinta Luna sudah meminta maaf, namun dia tetap mendapat kecaman dari para pengguna media sosial. Berdasarkan masalah tersebut, aktualisasi diri seseorang dapat menjadi buruk apabila tidak bijak dalam mengekspresikan diri di dunia maya, Seperti yang dikemukakan oleh Eka Laili

Rosidha dalam artikel Dianggap Menghina Manokwari, Lucinta Luna dituntut Rp 100 Miliar tahun 2018.

Pemanfaatan berbagai fitur yang disediakan pada sebuah aplikasi pada dasarnya bertujuan untuk mempermudah pengguna dalam mengkomunikasikan hal-hal yang diinginkan. Ikatan yang dibangun dalam media sosial membuat semua pengguna saling terhubung meskipun tidak saling mengenal pada dunia nyata. Kebebasan berpendapat di media sosial salah satunya pada *Instagram Stories* dapat terkontrol apabila diikuti dengan sikap dewasa. Masalah yang dialami oleh Lucinta Luna sebenarnya dapat dihindari apabila artis tersebut tidak mengejar popularitas melalui hal-hal kontroversi.

Aplikasi *instagram* semakin populer karena banyak digunakan oleh kaum *millennials*. Biasanya generasi *millennials* menggunakan media sosial untuk mencari informasi, sekedar sarana hiburan, belajar, dan alat untuk memperluas jaringan pertemanan (Heru Dwi Wahana,2015:15). Generasi *millennials* kelas menengah *urban* Indonesia adalah generasi yang *social media minded*, pernyataan ini didukung temuan riset *The urban middle class millennials* tahun 2017 oleh Hasanuddin Ali dan Lilik Purwandi. *Social media* menjadi sarana komunikasi dengan teman dan kolega. Selain itu media sosial juga menjadi sarana aktualisasi diri dan eksistensi.

Berdasarkan hal-hal di atas, maka penelitian ini mengambil fokus tentang pemanfaatan fitur *Instastories* dalam membentuk aktualisasi diri pada generasi *millennials* di Babarsari Yogyakarta. Generasi *millennials* dalam hal ini mahasiswa usia 18-24 tahun. Usia 18-24 tahun adalah usia remaja akhir yang merupakan masa

sturm and drang, masa penuh emosi, gejolak yang muncul karena adanya pertentangan nilai-nilai. Generasi *millennials* lahir sebagai penanda *millennium* baru, yang disebut-sebut kelompok demografi potensial, berpengaruh dan menjadi aset paling berharga bagi masa depan Indonesia (Najmuddin, 2018:19). Sedangkan bila dilihat sejarahnya Kota Yogyakarta adalah kota yang terus berkembang yang tetap mempertahankan *icon* sebagai Kota Pelajar. Predikat Kota Yogyakarta yang telah lama melekat, tidak hanya mencakup wilayah Yogyakarta bagian kota, namun juga merambat ke Kabupaten Sleman yang merupakan salah satu daerah yang memiliki keunggulan di banyak bidang seperti transportasi, bisnis, obyek wisata, dan pendidikan (Riyandi, 2016). Babarsari menjadi salah lokasi di Sleman yang menonjol dimana mampu menarik banyak orang melakukan kegiatan jangka panjang seperti berbisnis, dan menimba ilmu.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah tersebut di atas, maka rumusan masalah pokok penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

“Bagaimana pemanfaatan fitur *Instastories* dalam membentuk aktualisasi diri pada generasi *millennials* di Universitas Atmajaya dan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta ?”

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui proses komunikasi yang terjadi dalam *Instastories* ?
2. Untuk mengetahui gambaran aktualisasi diri generasi *millennials* melalui *Instastories* ?
3. Untuk mengetahui dampak -dampak *Instastories* bagi generasi *millennials*?

1.4 Manfaat Penelitian

Atas dasar permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka dapat ditetapkan bahwa tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi mengenai pemanfaatan fitur *instastories* pada generasi *millennials*. Selain itu diharapkan pula dapat menambah pengetahuan pustaka baik di tingkat program, studi fakultas maupun universitas.

- Manfaat Praktis

Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini antara lain dapat menjadi bahan referensi dan evaluasi khususnya di bidang Ilmu Komunikasi

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 *Computer Mediated Communication (CMC Theory)*

Menurut John December dalam karyanya berjudul *Computer Mediated Communication Social Interaction*, *Computer Mediated Communication* adalah proses komunikasi manusia dengan komputer melibatkan orang-orang berbeda dalam konteks yang terbatas, dan saling berkaitan dalam proses membentuk media untuk tujuan yang beraneka macam (1997:5). Jadi *Computer Mediated Communication* mempelajari bagaimana perilaku manusia dibentuk dan diubah melalui pertukaran informasi menggunakan media komputer. Menurut A.F.Wood dan M.J.Smith *Computer Mediated Communication* adalah segala bentuk komunikasi antar individu, individu dengan kelompok yang saling berinteraksi melalui *computer* dalam suatu jaringan internet (1997:4). Penelitian *Computer Mediated Communication* (CMC) berfokus terutama pada dampak sosial yang berbeda yang didukung teknologi komunikasi komputer.

Dalam konteks CMC, komputer yang dimaksudkan tidak hanya perangkat yang berbasis *personal computer* (PC) atau laptop, tetapi semua alat yang berbasis komputer, seperti PDA, *smartphone*, dll. Cakupan dari CMC termasuk didalamnya sistem obrolan *chatting*, *World Wide Web* (WWW), termasuk sistem tekstual, grafis, fotografi, audio, dan video disamping aspek-aspek *hyperlink*, CMC juga mencakup video seperti *Youtube*.

Bila dibandingkan dengan *face to face* maka *Computer Mediated Communication* merupakan bentuk komunikasi tidak langsung. Komunikasi dalam CMC lebih banyak yang berbentuk teks daripada berbentuk visual atau verbal.

CMC dalam bentuk visual atau verbal memang ada (seperti skype dan teleconference). Tetapi dalam bentuk teks lebih sering dijumpai seperti blog, forum diskusi, berbagai jejaring sosial, dsb.

Proses komunikasi dalam *CMC* berlangsung secara *Synchronous (real time)* dan *Asynchronous (delay)*. Proses komunikasi *Synchronous* sering dijumpai pada orang yang melakukan pembicaraan tatap muka (*face to face*), berbicara di telepon, atau diskusi tatap muka dimana partisipasinya dapat memberikan timbal balik secara langsung. Dalam *CMC* komunikasi yang bersifat *Synchronous* dapat dijumpai pada *chat room* dan *video message (Skype)*. Sedangkan proses komunikasi *Asynchronous* dalam *CMC* dijumpai misalnya saat mengirimkan surat elektronik (Email).

Ada tiga perspektif yang mengkaji tentang *computer mediated communication* seperti yang diungkapkan oleh Joseph Walther :

1. *Impersonal.*

Komunikasi impersonal dilakukan masif kepada khalayak dengan menggunakan media massa sebagai alat untuk menyampaikan pesan secara menyeluruh. Perspektif ini memandang bahwa komunikasi *online* kurang mendukung aspek personal karena saluran internet tidak mengakomodasi sinyal non verbal yang dibutuhkan dalam menjalin interaksi interpersonal. Dalam komunikasi tatap muka cenderung lebih banyak menggunakan bahasa non verbal untuk berkomunikasi seperti nada suara, raut muka, intonasi, jarak, dsb. Namun, komunikasi *online* sulit untuk menunjukkan tanda-tanda non verbal tersebut.

Perspektif ini kemudian memunculkan beberapa kritik yaitu munculnya petunjuk non verbal seperti *emoticon* dan *avatar*.

2. *Interpersonal*.

Perspektif ini merupakan jawaban dari perspektif impersonal. Secara sederhana perspektif komunikasi interpersonal mengungkapkan bahwa tidak adanya petunjuk non verbal dapat dijumpai dengan penyesuaian sikap Baik disadari atau tidak, dalam berkomunikasi masyarakat selalu menyesuaikan dengan faktor disekelilingnya. Model ini mengasumsikan komunikator pada *Computer Mediated Communication* didorong untuk mengembangkan hubungan sosial. Dalam prosesnya, komunikator berkomunikasi dengan orang asing hingga membentuk kesan sederhana melalui komunikasi secara tekstual. Berdasarkan kesan ini, mereka menguji asumsi satu sama lain dari waktu ke waktu hingga terkumpul dalam pengetahuan interpersonal dan menstimulir perubahan dalam komunikasi relasional antar pengguna *computer mediated communication*. Perbedaan utama pada *computer mediated communication* dan *face to face communication* adalah pada laju pertukaran informasi, bukan jumlah pertukaran informasi sosial.

3. *Hyperpersonal*

Komunikasi *hyperpersonal* dilakukan dengan media internet yang menurut masyarakat sosial lebih menarik bila dibandingkan dengan komunikasi *face to face*. Berbeda dengan perspektif sebelumnya yang mempermasalahkan ahasa non verbal. Perspektif ini justru menganggap bahwa tidak adanya non verbal justru membantu dalam berinteraksi. Komunikasi *hyperpersonal* terjadi ketika seseorang merasa

nyaman untuk mengekspresikan diri mereka sendiri dalam saluran komunikasi melalui media daripada komunikasi langsung.

1.5.2 Dampak *Computer Mediated Communication*

Berikut akan dijelaskan beberapa dampak yang mungkin ditimbulkan dari adanya kemajuan teknologi komunikasi khususnya dampak penggunaan internet dan komputer :

- Dampak Sosial Ekonomi

Dampak negatif adanya CMC yaitu mengurangi sifat sosial manusia karena cenderung lebih suka berhubungan lewat internet yang merupakan fasilitas utama media baru daripada bertemu secara langsung atau *face to face*. Dari sifat sosial yang berubah, dapat menyebabkan perubahan pola masyarakat dalam berinteraksi. Manusia menjadi malas untuk bersosialisasi dengan teman dan lingkungan sekitar.

Dengan fasilitas yang dimiliki media baru, di dunia yang serba canggih ini segala sesuatu dapat dilakukan dengan duduk di tempat tanpa perlu beranjak dari tempat duduk dan meninggalkan aktivitas seseorang. Memang menjadi lebih mudah tetapi orang. Memang terasa lebih mudah tetapi orang tidak peduli dengan rasa sosial (Larasati, 2010).

Selain dampak negatif, CMC juga memiliki dampak positif dimana komunikasi melalui media baru dapat mempermudah komunikasi antar individu-individu yang terpisah oleh jarak, karena pola komunikasi yang cenderung mudah, cepat, dan tidak memakan biaya yang mahal.

Dampak *CMC* dari sudut pandang ekonomi yaitu adanya perubahan gaya hidup masyarakat. Kemajuan teknologi *CMC* mengakibatkan berkembangnya *online shop* dimana orang dapat berbelanja apa yang dibutuhkan dan mencarinya melalui internet. Hal ini tentunya akan mempengaruhi keuntungan pedagang konvensional yang berjualan di pasar.

- Dampak Psikologis

Dampak psikologis yang terjadi dengan adanya *CMC* di antaranya kurangnya sosialisasi yang dilakukan individu dalam masyarakat, sehingga seseorang cenderung suka menyendiri dan lebih senang menghabiskan waktunya dengan *smartphone*. Kurangnya sosialisasi dengan lingkungan sekitar mengakibatkan munculnya sikap egoistis terhadap individu, kemudian adanya ketergantungan terhadap komputer, merasa tidak percaya diri dan gelisah ketika tidak berinteraksi dengan *smartphone*.

Berikut ada beberapa dampak psikologis yang bisa ditimbulkan oleh penggunaan *CMC*.

a) *Antisocial Behaviour*

Merupakan bentuk perilaku yang berlawanan dengan norma sosial yang berlaku di masyarakat, meliputi pelanggaran hukum dan perilaku menyimpang.

b) *Computer Anxiety*

Computer anxiety sering disebut *cyberphobia* dan *computerphobia*, adalah ketakutan akan komputer itu sendiri. Hal ini dapat mengakibatkan vertigo dan keringat dingin. Ketakutan misalnya takut merusak bila menekan tombol yang salah, cemas akan efek sosial pada komputer, dan ketakutan pada kegagalan

pribadi. Phobia ini banyak diderita oleh wanita, dan orang-orang yang memiliki kemampuan matematika yang kurang baik.

c) *Addiction*

Kemampuan komputer untuk memberikan tampilan audio visual bagi penggunanya menghasilkan hasil yang bervariasi. Seperti contohnya permainan game *virtual*, membuat penggunanya merasa penasaran dan ingin mencoba terus sampai mencapai apa yang diharapkan. Hal ini yang mengakibatkan perilaku adiktif atau kecanduan pada komputer atau internet sehingga menjadikan komputer seperti candu sehingga mereka kurang bersosialisasi dan kurang memiliki sikap toleransi.

Kaitan Teori *Computer Mediated Communication (CMC)* dengan judul peneliti *Instastories Sebagai Bentuk Aktualisasi Diri Generasi Millennials (Studi Deskriptif Pemanfaatan Fitur Instastories pada Generasi Millennials di Babarsari, Yogyakarta)*” adalah teori ini dapat digunakan untuk menjelaskan proses komunikasi yang dimediasi oleh komputer. Dalam hal ini proses komunikasi melalui pemanfaatan fitur *Instastories* dalam membentuk aktualisasi diri generasi *millennials*. Selain itu kemampuan *Instastories* yang bernuansa audio visual dapat menimbulkan dampak tersendiri bagi penggunanya khususnya generasi *millennials*.

1.5.3 Teori Aktualisasi Diri

Aktualisasi diri adalah kebutuhan naluriah pada manusia untuk melakukan yang terbaik yang ia bisa. Menurut konsep hierarki kebutuhan (*hierarchy of needs*)

yang diungkapkan Abraham Maslow ada lima kebutuhan yang harus dipenuhi, yaitu :

a. Kebutuhan Fisiologis (*Physiological Needs*)

Kebutuhan fisiologis adalah kebutuhan yang mempunyai kekuatan atau pengaruh paling besar dari semua kebutuhan. Kebutuhan fisiologis berbeda dengan kebutuhan-kebutuhan lainnya, setidaknya dalam dua hal penting. Pertama, kebutuhan fisiologis adalah satu-satunya kebutuhan yang dapat terpenuhi atau setidaknya atau bahkan selalu terpenuhi. Kedua, kebutuhan fisiologis adalah kemampuannya untuk muncul kembali (*recurring nature*). Contoh: makan.

b. Kebutuhan Keamanan (*Safety Needs*)

Ketika seseorang telah memenuhi kebutuhan fisiologis, mereka akan termotivasi dengan kebutuhan akan keamanan. Contoh: keamanan fisik, stabilitas, ketergantungan, perlindungan dan kebebasan akan kekuatan-kekuatan yang mengancam seperti perang, terorisme, penyakit, rasa takut, kecemasan, bahaya, kerusuhan, dan bencana alam. Kebutuhan akan hukum, keamanan, dan keteraturan juga merupakan kebutuhan akan keamanan (Maslow, 1970). Kebutuhan akan keamanan berbeda dengan kebutuhan fisiologis dalam hal ketidakmungkinan kebutuhan fisiologis terpenuhi secara berlebihan. Orang-orang tidak akan pernah benar-benar terlindungi dari meteor, kebakaran, banjir, atau peristiwa berbahaya lainnya.

c. Kebutuhan Akan Cinta dan Keberadaan (*love and belongingness needs*)

Setelah memenuhi kebutuhan fisiologis akan keamanan, mereka menjadi termotivasi oleh kebutuhan akan cinta dan keberadaan (*love and belongingness needs*), seperti keinginan untuk berteman ; keinginan untuk mempunyai pasangan dan anak; kebutuhan untuk menjadi bagian dari sebuah keluarga, perkumpulan, lingkungan masyarakat atau negara. Cinta dan keberadaan juga mencakup beberapa aspek dari seksualitas dan hubungan dengan manusia lain dan juga kebutuhan untuk memberi dan mendapatkan cinta (Maslow, 1970).

d. Kebutuhan Akan Penghargaan (*esteem needs*)

Setelah orang-orang memenuhi kebutuhan akan cinta dan keberadaan, mereka bebas untuk mengejar kebutuhan akan penghargaan (*esteem needs*) yang mencakup penghormatan diri, kepercayaan diri, kemampuan, dan penghargaan diri yang dihargai tinggi oleh orang lain. Penghargaan diri adalah perasaan pribadi seseorang bahwa dirinya bernilai atau bermanfaat dan percaya diri. Penghargaan diri menggambarkan sebuah keinginan untuk memperoleh kekuatan, pencapaian, atau keberhasilan, kecukupan, penguasaan, dan kemampuan.

e. Kebutuhan Akan Aktualisasi Diri (*Self-Actualizations Needs*).

Ketika kebutuhan di level rendah tercukupi, orang secara otomatis beranjak ke level berikutnya. Tetapi setelah kebutuhan akan penghargaan terpenuhi orang tidak selalu bergerak ke level aktualisasi diri. Kebutuhan akan Aktualisasi Diri mencakup pemenuhan diri, sadar akan potensi diri, dan keinginan untuk menjadi kreatif mungkin (Maslow 1970).

Selain lima kebutuhan diatas, menurut Maslow ada tiga kebutuhan lainnya yaitu *estetika*, *kognitif*, dan *neurotik*. Terpenuhinya kebutuhan estetika dan kognitif sejalan dengan tercapainya kesehatan psikologis, sementara kurang terpenuhinya kedua kebutuhan berakibat munculnya hal-hal patologis. Namun, kebutuhan *neurotik* mengarah pada munculnya hal-hal patologis, baik jika kebutuhan ini terpenuhi maupun tidak terpenuhi.

- Kebutuhan Estetika

Orang-orang dengan kebutuhan estetika yang kuat menginginkan lingkungan yang indah dan teratur dan ketika kebutuhan ini tidak terpenuhi, mereka merasa sakit sama halnya dengan orang-orang yang tidak terpenuhi kebutuhan konatifnya. Orang-orang lebih menyukai sesuatu yang indah daripada sesuatu yang jelek dan bahkan mereka mengalami sakit fisik maupun psikologi jika dipaksa untuk tinggal di lingkungan yang kotor dan tidak teratur (Maslow, 1970).

- Kebutuhan Kognitif

Sebagian besar orang mempunyai keinginan untuk mengetahui, memecahkan misteri, memahami, dan menjadi penasaran. Maslow (1970) menyebut keinginan-keinginan ini sebagai kebutuhan kognitif (*cognitive needs*).

- Kebutuhan Neurotik

Pemenuhan kebutuhan konatif, estetika, dan kognitif merupakan dasar tercapainya kesehatan fisik dan psikologis seseorang. Jika kebutuhan-kebutuhan tersebut tidak terpenuhi maka akan mengarah akan penyakit. Akan tetapi ketuhan neurotik hanya mengarah pada stagnasi dan penyakit (Maslow,1970).

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1.1. Media Sosial

Keberadaan media sosial pada dasarnya merupakan bentuk yang tidak jauh berbeda dengan keberadaan dan cara kerja komputer. Tiga bentuk bersosial, seperti pengenalan, komunikasi, dan kerjasama bisa dianalogikan dengan cara kerja komputer yang juga membentuk sebuah sistem sebagaimana adanya sistem di individu dan masyarakat. Bentuk-bentuk itu merupakan lapisan di mana lapisan pertama menjadi dasar untuk terbentuknya lapisan lainnya, pengenalan adalah dasar untuk berkomunikasi dan komunikasi merupakan dasar untuk melakukan kerjasama. Di dalam *web* atau jaringan komputer (internet) ada sebuah sistem hubungan antar pengguna yang bekerja berdasarkan teknologi komputer yang saling terhubung. Juga keterhubungan antar pengguna itu juga sekaligus membentuk semacam jaringan layaknya masyarakat di dunia *offline* lengkap dengan tatanan, nilai, struktur, sampai pada realitas sosial ; konsep ini dipandang bisa dipahami sebagai *techno social system* (Fuchs, 2014 :44). *Techno social system* adalah sebuah sistem sosial yang terjadi dan berkembang dengan perantara sekaligus keterlibatan perangkat teknologi.

2.1.2. Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial tidak jauh berbeda dengan media siber (*cyber*) dikarenakan media sosial merupakan salah satu *platform* dari media siber. Namun demikian menurut Nasrullah (2015) media sosial memiliki karakter khusus, yaitu :

1. Jaringan (*Network*)

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Namun, sebagaimana ditekankan oleh Castells (2002), struktur atau organisasi sosial yang terbentuk di internet yang terbentuk berdasarkan jaringan informasi yang pada dasarnya beroperasi berdasarkan teknologi informasi dalam mikroelektronik. Jaringan yang terbentuk antar pengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam, atau *tablet*.

Karakter media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata (*offline*) antar pengguna itu saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk saling terhubung secara mekanisme teknologi. Walaupun jaringan sosial di media sosial terbentuk melalui perangkat teknologi, internet tidak sekedar alat atau (*tools*). Internet juga memberikan kontribusi terhadap munculnya ikatan sosial di internet, nilai-nilai dalam masyarakat *virtual*, sampai pada struktur sosial secara *online*.

2. Informasi (*Informations*)

Pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan informasi menjadi semacam komoditas masyarakat informasi (*informations*

society). Informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi yang menjadikan informasi itu komoditas bernilai sebagai bentuk baru dari kapitalisme yang dalam pembahasan sering disebut dengan istilah seperti *informational* (Castells, 2004), serta pengetahuan atau *knowing* (Thrift, 2005 dalam Gane & Beer, 2008).

Bahkan, Castells (2010) memberikan lima karakteristik dasar informasi dan kehadiran teknologi informasi yang semakin merambah dalam segi-segi kehidupan masyarakat (lihat Sugiharti, 2014 :62-63), yakni :

- Informasi merupakan bahan baku ekonomi ;
- Teknologi informasi memberikan pengaruh terhadap masyarakat maupun individu ;
- Teknologi informasi memberikan kemudahan dalam pengelolaan informasi yang memungkinkan logika jaringan diterapkan dalam institusi maupun proses ekonomi ;
- Ketika teknologi informasi dan logika jaringan tersebut diterapkan memunculkan fleksibilitas yang lebih besar dengan konsekuensi bahwa proses, organisasi, dan lembaga ekonomi dengan mudah dibentuk dan terus menerus diciptakan ;
- Teknologi individu telah mengerucut menjadi suatu sistem yang terpadu.

3. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat

apapun. Sebagai contoh dengan adanya arsip foto-foto yang disebarluaskan di *Instastories* dapat disimpan bahkan dengan mudahnya diakses. Foto tersebut tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, maupun tahun. Inilah kekuatan media sosial, sebagai bagian dari media baru, yang tidak hanya bekerja berdasarkan jaringan atau informasi semata, tetapi juga memiliki arsip. Dalam rangka teknologi komunikasi, arsip mengubah cara menghasilkan, mengakses, hingga menaruh informasi. “Teknologi *online* telah mengubah kemungkinan-kemungkinan baru dari penyimpanan gambar (bergerak atau diam) suara, juga teks, yang secara meningkat dapat diakses secara massal dan dari mana pun, kondisi ini terjadi karena pengguna hanya memerlukan sedikit pengetahuan teknis untuk menggunakannya” (Gane & Beer, 2008).

4. Interaksi (*interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antarpengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*followers*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, seperti tanda jempol (*love*) di *Instastories*. Sebuah video yang diunggah di laman *YouTube* bisa jadi menandakan banyak komentar bukan dari pengguna yang sengaja mengunjungi laman *YouTube*, melainkan melalui *platform* lainnya. Bisa jadi informasi video itu dibagi (*share*) melalui media sosial lain, di situs pribadi, di *broadcast* melalui aplikasi pesan, seperti *Blackberry Messenger*.

Mengutip pernyataan Steven Graham (2004), Gane & Beer menyatakan bahwa interaksi merupakan proses yang terjadi di antara pengguna dan perangkat teknologi. Kehadiran teknologi dan perangkatnya telah menjadi bagian yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari-hari bahkan telah menjadi semacam apa yang disebut ‘*digital technologies have becomes integral parts of our everyday lives*’. Perangkat teknologi telah meremediasi ke dalam ruang dan waktu, tempat kerja dan rumah, sampai pada segala sisi kehidupan yang khalayak sendiri terkadang tidak bisa lagi secara sadar membedakan mana kehidupan nyata (*offline*) dan mana yang tidak (*online*) Gane & Beer, 2008:89).

Dalam *The Language of New Media*, Lev Manovich (2001) bahkan menyatakan dua tipologi untuk mendekati kata interaksi dalam perspektif media baru, yakni tipe terbuka (*open*) dan tipe tertutup (*closed*). Dalam tipe terbuka pengguna memiliki kebebasan menentukan bagaimana tipe jaringan tertutup, khalayak disodorkan dalam pilihan-pilihan selayaknya jalan yang setiap belokan yang akan membawa pada arah dan tujuan berbeda. Kondisi ini menempatkan khalayak ketika mengakses media baru untuk memilih secara bebas pilihan-pilihan yang diberikan sesuai dengan apa yang diinginkan.

5. Simulasi (*Simulation*) Sosial

Sementara untuk memahami makna simulasi, bisa ditelusuri dari karya Jean Baudrillard, *Simulations and Simulacra* (1994). Baudrillard mengungkapkan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan yang *real* di benak masyarakat semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu. Kondisi ini disebabkan oleh imajinasi yang disajikan media secara terus-menerus. Khalayak seolah-olah tidak

bisa membedakan antara yang nyata dan yang ada di layar. Khalayak seolah-olah berada di antara realitas dan ilusi sebab tanda yang ada di media sepertinya telah terputus dari realitas. Di media sosial interaksi yang ada memang menggambarkan bahkan mirip dengan realitas, akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi dan terkadang berbeda sama sekali. Misalnya di media sosial identitas menjadi cair dan bisa berubah-ubah. Perangkat media sosial memungkinkan siapapun untuk menjadi siapa saja, bahkan bisa menjadi pengguna yang berbeda sekali dengan realitasnya, seperti pertukaran identitas jenis kelamin, hubungan perkawinan, sampai pada foto profil (lihat Bell, 2001; Hutchison & Mitchell, 2009; Turkle, 2005; Wood & Smith, 2005).

6. Konten Oleh Pengguna (*User Generated Content*)

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content* (UGC). Term ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun.

UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi (Lister et al., 2003: 221).

7. Penyebaran (*share/sharing*)

Penyebaran yang terjadi di media sosial terbagi menjadi dua jenis. *Pertama*, melalui konten. Di media sosial konten ini tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain. Tentu

secara otomatis program yang ada di tiap-tiap *platform* media sosial juga menyebarkan setiap konten yang telah terpublikasi dalam jaringan tersebut. Uniknya, konten tidak hanya sebatas pada apa yang telah terunggah. Konten di media sosial yang disebarakan tersebut juga memungkinkan untuk berkembang dengan tambahan data, revisi informasi, komentar sampai pada opini menyetujui apa tidak.

Praktek pengembangan dan penyebaran konten di media sosial bisa dilihat sebagai bentuk dari upaya individu sebagai pengguna media sosial dan anggota masyarakat *offline*. Ada beberapa alasan mengapa karakter penyebaran menjadi penting untuk media sosial, di antaranya:

- Upaya membagi informasi yang dianggap penting kepada anggota komunitas (media) sosial lainnya.
- Menunjukkan posisi atau keberpihakan khalayak terhadap sebuah isu atau informasi yang disebarakan.
- Konten yang disebarakan merupakan sarana untuk menambah informasi atau data baru lainnya sehingga konten menjadi semakin lebih lengkap (*crowdsourcing*).

Kedua, melalui perangkat. Penyebaran melalui perangkat bisa dilihat bagaimana teknologi menyediakan fasilitas untuk memperluas jaringan konten, misalnya tombol *share* di *YouTube* yang berfungsi menyebarkan konten video, baik ke *platform* media sosial lainnya maupun media internet lainnya.

2.1.3. Jenis- Jenis Media Sosial

Menurut Nasrullah (2015) setidaknya ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni :

a.) *Social Networking*

“Situs jejaring sosial adalah media sosial yang paling populer. Media sosial tersebut memungkinkan anggota untuk berinteraksi satu sama lain. Interaksi terjadi tidak hanya pada pesan teks, tetapi juga termasuk foto dan video yang mungkin menarik perhatian pengguna lain. Semua *posting* (publikasi) merupakan *real time*, memungkinkan anggota untuk berbagi informasi seperti apa yang sedang terjadi” (Saxena, 2014). Contoh keberadaan *social networking* adalah *Facebook*, *Instagram*.

b.) *Blog*

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi, baik tautan web lain, informasi, dan sebagainya. Istilah *blog* berasal dari kata “*weblog*”, yang pertama kali diperkenalkan oleh John Berger pada 1997 merujuk pada jurnal pribadi *online* (Nasrullah, 201: 29). (Saxena, 2014). Contoh: *blogger*.

c.) *Microblogging*

Tidak berbeda dengan jurnal *online (blog)*, *microblogging* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan

aktivitas serta atau pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya *Twitter* yang hanya menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter. Contoh media sosial dalam kategori *microbloging* adalah *twitter*.

d.) *Media Sharing*

Situs berbagi (*media sharing*) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi, mulai dari dokumen (*file*), video, audio, gambar, dan sebagainya. “adalah situs media sosial yang memungkinkan anggota untuk menyimpan dan berbagi gambar, *podcast*, dan video secara *online*. Kebanyakan dari media sosial ini adalah gratis meskipun beberapa juga mengenakan biaya keanggotaan, berdasarkan fitur dan layanan yang mereka berikan (Saxena, 2014). Beberapa contoh media berbagi ini adalah *YouTube*, *Flickr*, *Photo bucket*, atau *Snapfish*.

e.) *Social Bookmarking*

Penanda sosial atau *social bookmarking* merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara *online*. Beberapa situs *social bookmarking* yang populer adalah *Delicious.com*, *StumbleUpon*, *Digg.com*, *Reddit.com*, dan untuk di Indonesia adalah *Lintas Me*.

f.) *Wiki*

Media sosial selanjutnya adalah *wiki* atau media konten bersama. Media sosial ini merupakan situs yang merupakan hasil kolaborasi dari para penggunaannya. Mirip

dengan kamus atau ensiklopedi, *wiki* menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan, tentang satu kata.

Kata *wiki* merujuk pada media sosial *Wikipedia* yang populer sebagai media kolaborasi konten bersama. Situs *wiki* hanya menyediakan perangkat lunak yang bisa dimasuki oleh siapa saja untuk mengisi, menyunting, bahkan mengomentari sebuah laman yang dijelaskan. Gilmor mengutip definisi dari situs *WhatIs.com*, menjelaskan “*Wiki* merupakan media atau situs web yang secara program memungkinkan para penggunanya berkolaborasi untuk membangun secara bersama.

2.1.4. Sejarah *Instagram*

Instagram didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada 06 Oktober 2010. Awal mulanya *instagram* dibentuk oleh perusahaan Burb INC. Burb INC adalah perusahaan yang hanya fokus pada perkembangan aplikasi *smartphone*.. Burb INC memiliki fokus terlalu banyak di dalam *HTML Mobile (Hiper Text Markup Language)*. Kemudian Kevin Systrom dan Mike Krieger selaku *CEO (Chief Executive Officer)* memutuskan untuk fokus pada satu hal saja (Lubis, 2014:51). Perusahaan Burb Inc membuat versi prototipe pertama yang berfokus di foto saja. Versi Burbn yang sudah final dapat digunakan pada *iphone* dan *android*. Terdapat banyak kekurangan di aplikasi tersebut kemudian Kevin Systrom dan Mieke Krieger mengurangi fitur yang ada dan hanya berfokus pada bagian foto komentar, dan kemampuan menyukai sebuah foto.

Instagram berasal dari dua kata “*instan*” dan “*gram*”. Arti dari kata *instan* adalah seperti kamera *polaroid* pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan” Sedangkan kata “*gram*” diambil dari telegram dimana cara kerja telegram adalah untuk mengirimkan informasi dengan cepat. Oleh karena itu, *Instagram* dapat mengunggah foto menggunakan jaringan internet agar informasi dapat dikirim dengan cepat. Keunikan *instagram* adalah efek-efek filter yang dihasilkan oleh aplikasi ini. *Instagram* banyak penggunanya karena kemudahannya berbagi foto dimana pengguna dapat mengubah warna, dan memberi kesan foto yang berbeda. Tujuan dibuatnya *Instagram* tidak hanya aplikasi foto melainkan sebuah cara berkomunikasi lewat gambar (Atmoko, 2012:13)

Demi menjaga popularitasnya, *Instagram* terus menerus melakukan *upgrade* pada aplikasinya, salah satunya adalah fitur *Instastories*. *Instastories* adalah fitur yang memungkinkan pengguna dapat mengirim foto dan video yang menghilang setelah 24 jam. Fitur ini mendorong masyarakat membuat dan menshare *content* lebih banyak lagi pada *platform*.

2.1.5. *Instagram Stories*

Untuk mendorong pengguna agar membagikan konten lebih banyak, *Instagram* menciptakan fitur terbaru yang dinamakan *Instagram Stories* atau biasa disebut *Snapgram*. Fitur ini diperkenalkan 18 Oktober 2016, yang memungkinkan berbagi foto dan video yang menghilang setelah 24 jam. Seperti yang dikemukakan

oleh Basmal Fagiansyah dalam Sudah Tujuh Tahun, Simak Perjalanan Instagram dari Awal Sampai Sekarang tahun 2017.

(Berikut adalah fitur-fitur yang ada di *Instastories* :

- *Focus*

Fitur *focus* yang terlihat di sebelah *superzoom*, di bawah tombol rekam ini memungkinkan pengguna untuk menggabungkan *background* gambar hingga terkesan bokeh. Tidak hanya disediakan di kamera belakang tetapi juga kamera depan (*selfie*). *Focus* juga bisa diterapkan di video. Fitur *focus* ini bekerja setiap saat untuk mendeteksi wajah dalam bidikan.

- *Type*

Fitur *Stories* yang juga disukai pengguna *Instagram* adalah *type*. Fitur dengan tulisan dan *background* warna-warni ini biasanya digunakan untuk membagikan cerita. Fitur *type* digunakan untuk berbagi cerita dengan menggunakan bantuan tulisan dan *background* yang berwarna-warni. Jenis huruf pun bisa dipilih sesuai keinginan penggunannya. Contoh: *strong, modern, neon, typewriter*.

- *Rewind*

Fitur *rewind* bisa memunculkan efek untuk gerak mundur ke belakang

- *Hands free*

Instastories juga menghadirkan fitur *hands free mode*. Fitur ini memudahkan seseorang yang hendak merekam video, yang mana tidak perlu menekan tombol secara terus menerus.

- *Boomerang*

Fitur boomerang memiliki efek gerak yang berulang- ulang sehingga foto terlihat lebih dinamis. Kini fitur *Boomerang* dilengkapi *face filter* sehingga membuat video *stories* semakin menarik.

- *Live*

Fitur ini mampu merekam momen hingga satu jam dan menyiarkannya secara langsung.

- *Hastag, Location, Sticker, Gif*

Fitur ini memberikan *tag* berupa lokasi, jam, hingga suhu pada sebuah foto di *stories*. *Sticker* juga dapat diubah ukuran sesuai selera.

- *Swipe Up*

Fitur *swiper up* membantu mencantumkan tautan ke laman yang dituju.

- *Face Filter*

Mirip dengan fitur *snapchat*, *face filter* bisa mengubah wajah seseorang saat membuat foto atau video dengan filter wajah hewan atau filter menarik lainnya.

- *Superzoom*

Instagram juga mempunyai fitur *superzoom* pada fitur *stories*. Fitur ini memiliki efek memperbesar obyek alias zoom in ke level selanjutnya. Kamu bisa mendramatisir objek video menggunakan fitur ini karena ada latar musik menegangkan yang disisipkan. Dengan menggunakan *superzoom* postingan terasa lebih dramatis karena ada sisipan latar musik menegangkan.

2.1.6. Generasi *Millennials*

Generasi adalah sebuah kelompok yang terdiri atas individu dengan kisaran umur yang sama dan mengalami peristiwa sejarah yang sama dalam periode waktu yang sama (Ryder, 1965). Borodin, Smith, dan Bush (2010); Schullery (2013) menyatakan pula orang-orang yang berasal dari generasi yang sama mempunyai kesamaan pengalaman seperti kultur, politik, ekonomi, peristiwa dunia, bencana alam, dan teknologi, sehingga membentuk pandangan, nilai, pilihan, dan kepercayaan yang sama. Hal serupa dinyatakan oleh Kupperschmidt (2000) bahwa generasi merupakan orang yang lahir di kisaran waktu yang sama dan berbagi pengalaman sejarah atau kehidupan sosial yang signifikan serta membentuk pandangan dan perspektif.

Menurut Idrus, Ng, dan Jee (2014), menyatakan bahwa yang lahir setelah tahun 1980 memasuki kelompok generasi Y. Young et al (2014) secara lebih spesifik menyatakan bahwa generasi Y adalah generasi yang lahir pada kisaran 1981-2000. Generasi Y juga memiliki nama lain seperti *Net Generation*, *Echo*

Boomers, N-Geners, Nexters, Internet Generation, Millennials (Dimitriou, 2015), *GenerationMe*, dan *Digital Natives* (Schullery, 2013). Generasi ini lahir di era kemajuan teknologi (Domitriou, 2015). Generasi ini menggunakan kemajuan teknologi untuk berkomunikasi, di samping tatap muka, seperti melalui pengiriman pesan atau email, dan melalui berbagai media sosial (Young et al., 2014), sehingga memungkinkan mereka memiliki pergaulan yang luas dengan beragam orang di seluruh dunia (Roebuck, Smith & Haddaoui, 2013).

Adapun ciri-ciri generasi Y atau biasa dikenal generasi *millennials* adalah karakteristik masing-masing individu berbeda, tergantung dimana ia dibesarkan, strata ekonomi, dan sosial keluarganya, pola komunikasinya sangat terbuka dibanding generasi-generasi sebelumnya, pemakai media sosial yang fanatik dan kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi, sehingga mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya, memiliki perhatian yang lebih terhadap kekayaan.

2.1.7. Karakteristik dari Orang-orang yang Mengaktualisasikan Diri

Maslow (1970) membuat daftar 16 karakteristik sementara yang merupakan ciri-ciri orang yang mengaktualisasi diri sampai batasan tertentu, yaitu :

1. Persepsi yang lebih efisien dari kenyataan.

Mereka yang mengaktualisasikan diri dapat mengenali kepalsuan dengan baik, Mereka dapat membedakan antara ketulusan dan kepalsuan, tidak hanya pada

orang lain tetapi juga pada tulisan, karya seni, dan musik. Selain itu, orang-orang yang mengaktualisasikan diri juga tidak takut dan lebih nyaman terhadap hal-hal yang tidak diketahui.

2. Penerimaan akan diri, Orang lain, dan Hal-hal Alamiah

Orang-orang yang mengaktualisasikan diri dapat menerima diri sendiri apa adanya. Dengan cara yang sama juga menerima orang lain, baik itu kelebihan dan kekurangan serta tidak merasa terancam dengan kelebihan orang lain.

3. Spontanitas, Kesederhanaan, dan Kealamiann

Orang-orang yang mengaktualisasikan diri merupakan orang-orang yang spontan, sederhana, dan alami. Mereka tidak takut ataupun malu mengekspresikan kebahagiaan, kekaguman, kegairahan, kesedihan, kemarahan dan emosi-emosi kuat.

4. Berpusat pada masalah

Orang-orang yang mengaktualisasikan diri membuka wawasan jauh terhadap diri mereka sendiri. Mereka tidak peduli hal-hal yang tidak penting dan tidak serius. Persepsi yang realistis memungkinkan individu membedakan dengan jelas hal-hal yang penting dan tidak penting

5. Kebutuhan akan Privasi

Orang-orang yang mengaktualisasikan diri mempunyai ciri memisahkan diri yang memungkinkan untuk menjadi diri sendiri tanpa menjadi kesepian. Mereka bisa mendapat kesenangan dari kesendirian dari privasi.

6. Kemandirian

Orang-orang yang mengaktualisasikan diri merupakan orang-orang yang mandiri dan bergantung pada diri mereka sendiri untuk bertumbuh walaupun di masa lalunya pernah menerima cinta dan rasa aman dari orang lain. Oleh karena itu, mereka lebih mampu membuat pilihan-pilihan yang bertanggung jawab.

7. Penghargaan yang Selalu Baru

Maslow menulis bahwa “orang-orang yang mengaktualisasikan diri mempunyai kapasitas yang luar biasa untuk menghargai hal-hal dari kehidupan lagi dan lagi, secara baru dan polos.dengan kekaguman, kesenangan, keterkejutan, dan bahkan kebahagiaan yang berlebih” (hlm 163).

8. Pengalaman Puncak

Ketika Maslow melakukan penelitian terhadap orang-orang yang mengaktualisasikan diri, ia menemukan fakta, orang-orang ini mengalami pengalaman-pengalaman yang tak terduga, dan perasaan-perasaan. Hal-hal yang tidak terduga tersebut seperti hilangnya rasa takut, kecemasan, dan konflik, serta lebih mencintai, menerima, dan bersikap spontan.

Pengalaman puncak tidak dimotivasi, tidak diusahakan, dan tidak diharapkan selama terjadinya pengalaman ini. Seseorang tidak membutuhkan sesuatu, tidak menginginkan sesuatu, dan tidak merasakan kekurangan. Selain itu, Maslow (1964) mengatakan, “Pengalaman puncak hanya dilihat sesuatu yang indah, diinginkan, menyenangkan, dan sebagainya, serta tidak pernah dianggap sebagai sesuatu yang jahat dan tidak diinginkan” (hlm 163). Maslow juga meyakini bahwa pengalaman puncak seringkali mempunyai efek yang bertahan lama pada kehidupan seseorang.

9. *Gemeinschaftgefühl*.

Orang-orang yang mengaktualisasi diri memiliki *Gemeinschaftgefühl*, istilah yang digunakan oleh Adler untuk menggambarkan ketertarikan sosial, perasaan kemasyarakatan, atau perasaan satu dengan semua orang. Secara lebih spesifik, Maslow (1970) menyatakan bahwa orang-orang yang mengaktualisasikan diri “Kadangkala merasa sedih, terganggu, dan bahkan marah, dengan kekurangan yang dimiliki seseorang yang tidak spesial” (hlm 166), namun mereka tetap merasa dekat dengan orang tersebut.

10. Hubungan Interpersonal yang Kuat

Terkait dengan *Gemeinschaftgefühl* adalah sebuah ciri spesial dari hubungan interpersonal yang melibatkan perasaan mendalam dan kuat bagi individu. Orang-orang yang mengaktualisasikan diri mempunyai perasaan sayang terhadap orang pada umumnya, tetapi teman-teman dekat hanya terbatas. Mereka tidak perlu harus berteman dengan semua orang, tetapi mempunyai hubungan interpersonal

yang kuat dan mendalam dengan orang lain. Orang-orang yang mengaktualisasikan diri lebih memilih hubungan yang saling membutuhkan daripada satu sisi.

11. Struktur Karakter Demokratis

Orang-orang yang mengaktualisasikan diri bisa ramah, bisa ramah dan perhatian dengan orang lain tanpa memandang kelas sosial, warna kulit, usia maupun jenis kelamin, dan bahkan terkadang tidak sadar dengan perbedaan tersebut.

12. Diskriminasi antara cara dan tujuan

Orang-orang yang mengaktualisasikan diri mengetahui dengan jelas perbuatan yang benar dan perbuatan yang salah Individu melihat pada tujuan daripada cara dan mempunyai kemampuan yang tidak bisa dalam membedakan keduanya. Hal-hal yang biasanya dilakukan seperti makan, olahraga dianggap sebagai tujuan aktualisasi diri.

13. Rasa Humor yang Filosofis

Karakteristik yang dimiliki oleh orang yang mengaktualisasikan diri adalah rasa humor. Lelucon yang dibuat oleh orang-orang yang mengaktualisasikan diri terjadi secara alamiah berdasarkan situasi yang ada.

14. Kreatifitas

Semua orang yang diteliti oleh Maslow adalah orang-orang yang kreatif. Bahkan, Maslow mengatakan bahwa kreatifitas dan aktualisasi diri mungkin

merupakan satu hal yang sama. Tidak semua orang yang mengaktualisasikan diri kreatif dalam bidang seni, tetapi semuanya kreatif di bidangnya masing-masing.

15. Tidak Mengikuti Enkulturasasi

Karakteristik yang diidentifikasi Maslow adalah ketidakmauan untuk mengikuti apa yang diharuskan kultur (enkulturasi). Orang-orang yang mengaktualisasikan diri dapat menjadi diri sendiri, tidak membuang energi untuk melawan kebiasaan dan peraturan dalam masyarakat yang tidak penting, misalnya cara berpakaian yang umum di masyarakat, tatanan rambut.

2.1.8. Penelitian Terdahulu

1. Skripsi Pengaruh Instagram Stories Terhadap Eksistensi Diri di Kalangan Siswa- Siswi SMA 1 Makassar.

Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Syahnaz Hazisah pada tahun 2017 ini menggunakan metode kuantitatif jenis deskriptif. Hasil penelitian yang didapat oleh Dwi Syahnaz Hazisah adalah bahwa tidak ada pengaruh antara *instagram stories* dengan eksistensi diri, meskipun tidak ada pengaruh antara *Instagram* dengan eksistensi diri tetapi terdapat hubungan namun lemah antara variabel X (*instagram stories*) dengan variabel Y (eksistensi diri). Adapun 3 faktor yang mendorong dalam memanfaatkan *instagram stories* yaitu jenis kelamin, umur, dan jenis telepon genggam.

Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *instagram stories* terhadap eksistensi diri, dan mengetahui

faktor-faktor yang mempengaruhi siswa-siswi dalam memanfaatkan *instagram stories*.

Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan Saudari Dwi Syahnaz Hazisah adalah terletak pada pembahasan, subjek, lokasi dan metode penelitian. Sedangkan persamaannya terletak di obyek penelitian

2. Skripsi Pengaruh Fitur *Instagram Stories* Terhadap Kepuasan Mahasiswa Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bandar Lampung Angkatan 2015-2016.

Penelitian yang dilakukan oleh Enny Nur Cahyani pada tahun 2018 ini menggunakan metode kuantitatif jenis survei. Hasil penelitian yang didapat oleh Enny Nur Cahyani adalah bahwa ada pengaruh antara fitur *instagram stories* dengan tingkat kepuasan mahasiswa dan terdapat hubungan yang cukup berarti antara variabel X (*fitur instagram stories*) dengan variabel Y (*kepuasan mahasiswa*). Adapun 3 faktor yang mendorong dalam memanfaatkan *instagram stories* yaitu jenis kelamin, umur, dan jenis telepon genggam.

Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh fitur *instagram stories* terhadap tingkat kepuasan.

Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan Saudari Enny Nur Cahyani adalah terletak pada pembahasan, subjek, lokasi dan metode penelitian. Sedangkan persamaannya terletak di obyek penelitian.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, tindakan dan lain-lain ; secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moelong, 2011 : 6).

Jenis penelitian kualitatif menggunakan kualitatif deskriptif dimana data yang disampaikan dalam bentuk verbal, lebih menekankan persoalan kontekstual dan tidak terikat dengan perhitungan angka-angka, ukuran yang bersifat empiris. Data umumnya dalam bentuk narasi, gambar-gambar. Data dapat diperoleh melalui wawancara, observasi, rekaman, dan lain sebagainya. Peneliti akan mengumpulkan fakta dari hasil wawancara, observasi, dan studi pustaka yaitu melalui artikel, ataupun jurnal di media *online* berkenaan dengan studi deskriptif pemanfaatan fitur *instastories* dalam membentuk aktualisasi diri pada generasi *millennials*. Peneliti akan mendeskripsikan secara rinci fakta-fakta dari hasil wawancara, observasi dan studi pustaka.

3.2. Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah pemanfaatan fitur *instastories* dalam membentuk aktualisasi diri

3.3. Subyek Penelitian

- Generasi *Milennial* dalam hal ini mahasiswa.
- Memiliki rentang usia 18-24 tahun
- Memiliki *smartphone* jenis *android* atau *iphone*.
- Memiliki *account instagram*
- Menggunakan *Instastories* dan aktif di akunnya setidaknya-tidaknya enam bulan.

Hal ini ditujukan agar informan telah familiar menggunakan *Instastories* agar pengalaman menggunakan media ini lebih terdali.

3.4. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat berlangsungnya penelitian atau tempat pengambilan data berlangsung di Universitas Atmajaya Yogyakarta dan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

3.5. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari responden utama. Data yang didapat dari responden ini berupa hasil wawancara, yang akan diwawancarai adalah Generasi *millennial* yang memiliki rentang usia 18-24 tahun memiliki *smartphone* jenis *android* atau *iphone*, memiliki tingkat konsumsi internet diatas 3 jam, memiliki *account instagram*, dan aktif menggunakan *Instastories* setidaknya dalam 6 bulan. Selain itu narasumber yang berkaitan dengan penelitian agar dapat menambah wawasan dan memperkuat masalah yang berkaitan. Semua data yang ada untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan fitur *Instastories* sebagai bentuk aktualisasi diri pada generasi *millennials* di Universitas Atmajaya dan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Selain wawancara hasil data dapat diperoleh melalui observasi atau pengamatan langsung. Dalam penelitian ini observasi dilakukan secara tak partisipan yaitu peneliti tidak terjun dalam kegiatan yang dilakukan oleh subyek penelitian agar tidak mengganggu aktivitas sehingga secara alamiah dapat mengetahui pemanfaatan fitur *Instastories* dalam membentuk aktualisasi diri generasi *millennials* di Universitas Atmajaya dan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”Yogyakarta. Narasumber peneliti yang berasal dari Universitas Atmajaya Yogyakarta adalah Vincentius Guruh Utama, Bayu Kresna Murti, Fajar Saputro. Narasumber peneliti yang berasal dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta adalah Andita Gusti Nur Utami, Dinda Charmantika Putri, Epa Nur Fitriana. Selain responden utama peneliti juga melakukan wawancara pada narasumber yang sudah berpengalaman seorang psikolog dan dosen Ilmu Komunikasi dan berhubungan dengan penelitian,

hal ini dimaksudkan untuk memperkuat penelitian diantaranya Novi Ernilawaty S.Psi,m,Psi,Psikolog dan Fajar Junaedi S. Sos., M.Si.

Peneliti juga mengumpulkan data melalui studi pustaka. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data yang diarahkan pada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung proses pengumpulan data sudah terlebih dahulu melakukan studi pustaka untuk mencari informasi yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Peneliti melakukan pencarian informasi melalui berita *online*, artikel *online*, jurnal *online* di internet maupun skripsi yang berkaitan dengan pemanfaatan fitur *Instastories* dalam membentuk aktualisasi diri generasi *millennials* menjadi bahan dalam penelitian ini.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung untuk melengkapi informasi yang telah didapatkan melalui data primer yaitu wawancara, observasi, maupun studi pustaka dengan mencari sumber- sumber lainnya untuk mendapatkan informasi tambahan yang mendukung penelitian misalnya literatur, artikel, maupun situs internet yang berkenaan dengan penelitian ini. Data sekunder digunakan sebagai data pendukung dari data primer. Peneliti mengumpulkan data sekunder seperti studi pustaka, observasi, artikel internet maupun jurnal *online* yang berhubungan dengan pemanfaatan fitur *Instastories* dalam membentuk aktualisasi diri pada generasi *millennials*.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

3.6.1. Observasi

Observasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti pengamatan atau peninjauan secara cermat. Secara detail, observasi adalah pengamatan terhadap suatu obyek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian (Satori & Komariah, 2009: 105). Sebenarnya observasi adalah kegiatan yang setiap saat dilakukan. Dengan menggunakan panca indera setiap individu, sering mengamati keadaan yang terjadi disekitarnya.

Secara garis besar metode observasi dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu partisipan dan non partisipan. Observasi partisipan adalah peneliti merupakan bagian dari kelompok yang diteliti, sedangkan observasi non partisipan adalah peneliti bukan merupakan bagian dari kelompok yang diteliti, kehadiran peneliti hanya sebagai pengamat kegiatan.

Adapun observasi yang dilakukan peneliti termasuk dalam jenis observasi non partisipan atau partisipasi pasif, yaitu peneliti datang ketempat yang diamati tetapi peneliti tidak ikut dalam kegiatannya.

Dari teknik ini peneliti ingin memperoleh gambaran data tentang pemanfaatan fitur *Instastories* dalam membentuk aktualisasi diri generasi *Milennials* di Universitas Atmajaya dan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

3.6.2. Wawancara

Menurut Estenberg (2002) wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan melalui makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2014 :231). Secara sederhana wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab. Wawancara dalam penelitian kualitatif bersifat mendalam (*in-dept interview*) karena ingin mengeksplorasi informasi secara jelas. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti, dan mencatat informasi yang diberikan oleh informan.

Dalam wawancara mendalam ini, pewawancara tidak dapat mengontrol respon informan, artinya informan bebas memberikan jawaban. Dalam penelitian ini yang akan diwawancarai secara mendalam oleh peneliti atau menjadi narasumber berkaitan dengan permasalahan yang ada yaitu generasi *millennial* yang merupakan mahasiswa memiliki batasan usia 18-24 tahun, memiliki *smartphone* jenis *android* atau *iphone*, serta memiliki *account instagram*. Menggunakan *Instastories* dan aktif di akunnya setidaknya enam bulan. Hal ini ditujukan agar informan telah familiar menggunakan *Instastories* agar pengalaman menggunakan media ini lebih terdapat. Narasumber peneliti merupakan mahasiswa yang berasal dari Universitas Atmajaya Yogyakarta yaitu Vincentius Guruh Utama, Bayu Kresna Murti, Fajar Saputro. Narasumber peneliti yang berasal dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta yaitu Andita Gusti Nur Utami, Dinda Charmantika Putri, Epa Nur Fitriana. Tujuan

pewawancara melakukan wawancara pada generasi *millennials* agar memperoleh gambaran mengenai proses komunikasi yang terjadi di *Instastories*, mengetahui gambaran aktualisasi diri di *Instastories*, dan mengetahui dampak-dampak *Instastories* bagi generasi *millennials*. Hal ini dilakukan karena peneliti menggunakan triangulasi sumber data dalam validitas data dalam penelitian.

3.6.3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi lewat buku, majalah, koran, dan literatur lainnya yang bertujuan untuk membentuk suatu landasan teori. Penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan sumber kepustakaan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian.

3.7. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bervariasi, dan dilakukan secara terus menerus. Dalam hal analisis data kualitatif, Bogdan menyatakan bahwa *“Data analysis is the process of systematically searching and aranging the interview transcript, fieldnotes, and other material that you accumulate to increase your own understanding of them and to enable you to present what you have discovered to others”* (Sugiyono,2014 :244). Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan- bahan lainnya, sehingga mudah untuk dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Berdasarkan jenis penelitian ini, yaitu penelitian kualitatif metode deskriptif, dengan mengumpulkan data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang berkaitan dengan subyek penelitian yang kemudian diolah. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles and Huberman (1984) mengemukakan bahwa analisis dalam penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktifitas dalam analisis data kualitatif yaitu *data reduction, data display dan conclusion drawing/verification* (Sugiyono,2014 :246) :

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok memfokuskan pada hal -hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Mereduksi data dapat mempermudah peneliti untuk melihat mana data yang penting dan data yang tidak penting.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka selanjutnya adalah menyajikan atau mendisplay data. Data penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian, bagan, hubungan antar kategori, dan lainnya. Akan

tetapi yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

c. *Conclusion Drawing/ Verification* (Kesimpulan dan verifikasi)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dapat berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Akan tetapi, apabila kesimpulan awal didukung oleh bukti-bukti yang kuat dan valid saat peneliti datang ke lapangan dan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan kredibel.

3.8. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Menurut penelitian kualitatif, suatu realitas itu bersifat majemuk, atau ganda, dinamis, atau selalu berubah, sehingga tidak ada yang konsisten, dan berulang seperti semula (Sugiyono, 2014 :269). Tetapi perlu diketahui bahwa kebenaran realitas data menurut penelitian kualitatif tidak bersifat tunggal, tetapi jamak, dan bergantung pada persepsi individu tersebut.

Metode triangulasi digunakan dalam penelitian kualitatif karena terbukti mampu mengurangi bias dan meningkatkan kredibilitas penelitian. Norman K Denkin mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai

metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda (Rahardjo,2010) triangulasi meliputi empat hal yaitu triangulasi metode, triangulasi antar- peneliti, triangulasi sumber data, dan triangulasi teori. Penelitian ini menggunakan triangulasi yaitu teknik penelitian keabsahan data untuk memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data tersebut untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber data yaitu cara untuk menuntun peneliti menggunakan sumber data dari berbagai sumber yang tersedia. Artinya sumber data akan lebih maksimal jika data diperoleh dari sumber yang berbeda, dan diharapkan dapat saling mendukung dan dapat saling melengkapi. Dalam hal ini dibedakan pada perbedaan sumber data bukan pada teknik pengumpulan datanya. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber datanya adalah generasi *millennial* dengan persyaratan usia 18-24 tahun, memiliki *smartphone* jenis *android* atau *iphone*, mempunyai *account instagram* serta menggunakan *Instastories* dan aktif di akunnya setidaknya enam bulan. Hal ini ditujukan agar informan telah familiar menggunakan *Instastories* agar pengalaman menggunakan media ini lebih terdapat,serta studi pustaka melalui artikel, jurnal, maupun referensi yang terkait dengan topik pemanfaatan *Instastories* dalam membentuk aktualisasi diri generasi *millennials*, Hal ini bertujuan untuk memperoleh gambaran komprehensif mengenai bagaimana proses komunikasi melalui memanfaatkan fitur *Instastories* dalam membentuk aktualisasi diri generasi *millennials*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Wilayah Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Wilayah Babarsari, Yogyakarta

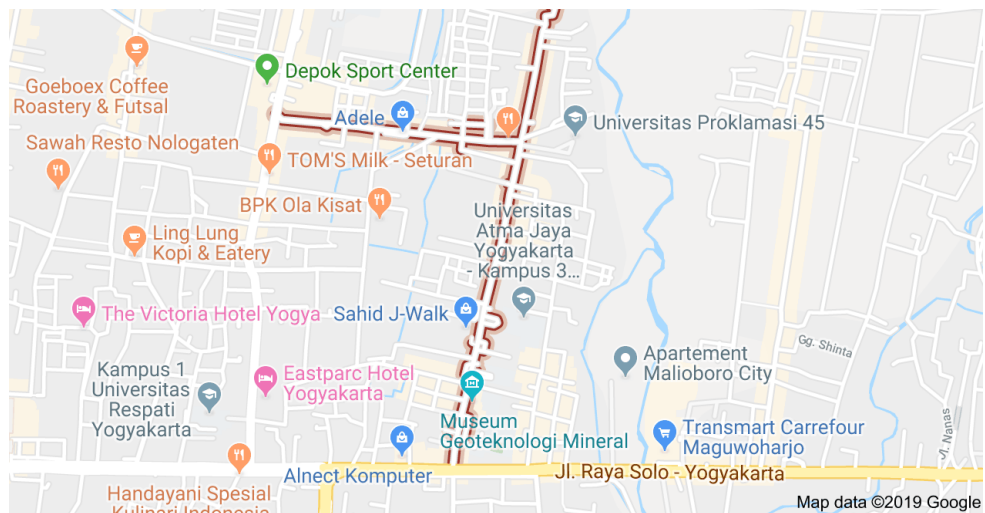
Lokasi Penelitian di dua universitas yang berada di Wilayah Babarsari, Yogyakarta yaitu Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta (UPN), Universitas Atmajaya Yogyakarta (UAJY). Letak geografis Jalan Babarsari berada di paling ujung Timur desa Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman. Menurut Kepala Dusun Tambakbayan, Wododo M. (dalam <http://news.viva.co.id>) sebelumnya Babarsari merupakan daerah yang terdiri atas wilayah hutan yang bernama Jangkarang terletak di sebelah barat Sungai Tambakbayan dan selatan Selokan Mataram. Karena letak sungai yang lebih rendah, Jangkarang ini menjadi hutan yang tidak produktif, baru setelah diresmikannya Bumi Perkemahan (Buper) Babarsari oleh Presiden Soeharto tahun 1972 di sebelah utara hutan Jangkarang. Nama Jalan Babarsari diambil dari nama kampung di Pedukuhan Tambak Bayan, yaitu Babarsari.

Perkembangan pesat wilayah Babarsari dari hutan tidak produktif menjadi pusat hingar bingar di Jogja terjadi sejak berdirinya bangunan Kampus II Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta tahun 1976. Kemudian menyusul pembangunan beberapa kampus lainnya yang berjumlah 10 Perguruan

Tinggi. Berkembang juga fasilitas penunjangnya seperti pusat pembelanjaan, kos-kosan, hingga berbagai macam hiburan.

Modernisasi pun berkembang semenjak adanya pembangunan kampus dan beberapa fasilitas lain di Wilayah Babarsari. Kehadiran kampus dan beberapa fasilitas penunjangnya justru didukung oleh masyarakat Dusun Tambakbayan. Pembangunan beberapa kampus di Wilayah Babarsari membuat masyarakat membuka kos untuk dihuni masyarakat yang berasal dari daerah. Namun data mahasiswa yang tinggal di sekitar Wilayah Babarsari tidak jelas karena pemilik kos yang seharusnya melapor jika ada mahasiswa yang tinggal di daerah tersebut justru tidak melakukannya.

4.1.2. Fasilitas Umum, Sarana, dan Prasarana



Gambar 4.1 Peta Wilayah Babarsari

Sepanjang Wilayah Babarsari terdapat fasilitas umum, sarana dan prasarana yang cukup lengkap antara lain kos, warung makan, warnet (Satria Net,

Cha Net, dan Caca Net), waralaba (Indomaret, dan Alfamart), ruko (Ruko Raflessia Babarsari), supermarket (Citrouli), hotel (Sahid Raya Hotel), Mall (Sahid J-Walk), rumah sakit (Rumah Sakit Lokapala), sekolah (SD N Babarsari, dan SMA N 1 Babarsari), perguruan tinggi (Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Universitas Pembangunan Nasional“Veteran” Yogyakarta, Universitas Proklamasi 45 Yogyakarta, Sekolah Tinggi Teknologi Nasional Yogyakarta, Sekolah Tinggi Teknologi Nuklir, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan, dan Akademi Keperawatan Wiyata Husada), bank (Bank Mandiri), tempat beribadah (gereja dan masjid), halte bus Trans Jogja, pom bensin, serta kantor pos.

4.1.3 Profil Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Lahir pada tanggal 27 September 1965, Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY) merupakan lembaga pendidikan tinggi swasta yang didirikan oleh kaum awam Katolik, di bawah perlindungan Santo Albertus Magnus, dan dikelola oleh Yayasan Slamet Rijadi Yogyakarta. Pendirian lembaga pendidikan ini berdiri dengan tujuan ikut serta mencerdaska kehidupan bangsa melalui pendidikan yang berdimensi serta berorientasi global. Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Cabang Yogyakarta melepaskan diri dari Universitas Katolik Indonesia Atmajaya di Jakarta pada tanggal 31 Agustus 1973 dan berdiri sendiri.

Atma Jaya diambil dari Bahasa Sansekerta, arti Atma yaitu jiwa, sedangkan Jaya berarti unggul, sehingga arti Atma Jaya adalah jiwa yang unggul. Sejak awal UAJY memiliki cita-cita menyelenggarakan pendidikan tinggi dengan

keunggulan dengan pendidikan nilai-nilai moral yang tinggi. UAJY memiliki 6 fakultas dengan 11 program studi S-1, dan 5 program S-2, termasuk 4 program studi S-1 kelas Internasional. UAJY juga didukung oleh 6 Guru Besar, 206 Master, serta 6 Sarjana sebagai pengajar tetap. Selain itu UAJY didukung pula oleh dosen luar biasa dari para ahli maupun praktisi menurut bidangnya, baik dari dalam maupun luar negeri. Semua program S-1 dan S-2 telah terakreditasi BAN-PT (Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi).

UAJY memiliki tujuan untuk menumbuhkembangkan komunitas akademik secara cermat dan kritis dalam rangka membantu melindungi, meningkatkan harkat dan martabat manusia serta warisan budaya melalui pendidikan dan pengajaran, penelitian serta pengabdian masyarakat dan berbagai pelayanan lain yang diberikan pada komunitas setempat, nasional, dan internasional dengan semangat pelayanan dalam cahaya kebenaran. (Universitas Atma Jaya Yogyakarta, www.uajy.ac.id).

4.1.4 Visi dan Misi Universitas Atmajaya

Visi

Menjadi Komunitas Atma Jaya Yogyakarta yang berjiwa unggul, inklusif, dan humanis, serta mampu memberi sumbangan pada kualitas kehidupan yang lebih baik melalui pelayanan dalam cahaya kebenaran.

Misi

Memberikan sumbangan pada peningkatan dan kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi, dan profesional yang bermanfaat bagi martabat manusia melalui karya yang unggul dalam bidang pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat dengan semangat pelayanan dalam cahaya kebenaran (Universitas Atma Jaya Yogyakarta, www.uajy.ac.id).

4.1.5 Struktur Organisasi UAJY

Rektor

Dr. Gregorius Sri Nurhartanto, S.H., LL.M.

Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Sistem Informasi

The Jin Ai, S.T., M.T., Dr.Eng.

Wakil Rektor 2 Bidang Administrasi, Keuangan, dan Sumber Daya Manusia

H. Andre Purwanugraha, S.E., M.B.A.

Wakil Rektor 3 Kemahasiswaan, Alumni dan Kerja Sama

R. Sigit Widiarto, S.H., LL.M.

(Universitas Atmajaya Yogyakarta, www.uajy.ac.id).

4.1.6 Program Pendidikan S-1

Fakultas	Program Studi
Teknobiologi	Biologi
Ekonomi	Manajemen

	Akutansi Ilmu Ekonomi Manajemen Internasional Akutansi Internasional
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Ilmu Komunikasi Sosiologi
Teknik	Teknik Arsitektur Teknik Sipil Teknik Sipil Internasional
Hukum	Ilmu Hukum
Teknologi Industri	Teknik Industri Teknik Informatika Teknik Industri Internasional

Sumber: Universitas Atmajaya Yogyakarta, www.uajy.ac.id)

4.1.7 Lokasi Kampus

Fakultas Teknik UAJY beralamatkan di Kampus II Gedung Thomas Aquinas, Jalan Babarsari No. 44 Yogyakarta. Universitas Atmajaya Yogyakarta, www.uajy.ac.id).

4.1.8 Profil Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Berdasarkan data yang diperoleh dari Tata Usaha UPN “Veteran” Yogyakarta, universitas ini didirikan oleh Menteri urusan Veteran RI, Chaerul Saleh, pada tanggal 8 Oktober 1958 tentang pendirian APN “Veteran” Yogyakarta.

Tanggal 30 Juli 1965 APN “Veteran” Yogyakarta ditingkatkan menjadi Perguruan Tinggi Pembangunan Nasional (PTPN) “Veteran”. Berdasarkan surat keputusan Menhankam /Pangab Nomor : Skep /1555/XI/1977 PTPN “Veteran” diubah nama menjadi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta (UPN “Veteran Yogyakarta”). Kemudian pada tanggal 1 April 1955 UPN “Veteran” Yogyakarta berubah status dari Perguruan Tinggi Kedinasan (PTK) dibawah Depkanham menjadi Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di bawah YKPBS berdasarkan keputusan Menhankam Nomor. Kep/ 03/ II/ 1993 tanggal 27 Februari 1993, dan Keputusan Bersama Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI dan Menteri Pertahanan Keamanan RI Nomor : tanggal 27 November 1994. Pada 06 Oktober 2014 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” kembali menjadi Perguruan Tinggi Negeri (PTN) di bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, yang diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia ke-6, Bapak Prof Dr Susilo Bambang Yudhoyono di Surabaya.

UPN “Veteran” Yogyakarta memiliki sesanti “Widya Mwat Yasa” yang memiliki makna “menuntut ilmu guna diabdikan kepada negara dengan hati yang suci bersih serta tulus dan ikhlas.” Nilai utama UPN “Veteran” adalah disiplin, kejuangan, dan kreativitas yaitu nilai yang ditanamkan kepada para mahasiswa sehingga lulusan UPN “Veteran” diharapkan memiliki keunggulan dibanding dengan lulusan perguruan tinggi lain. (Tata Usaha FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta Yogyakarta, 2014).

4.1.9 Visi dan Misi UPN “Veteran” Yogyakarta

Visi

- Menjadi Universitas Pionir Pembangunan yang dilandasi jiwa bela negara di era global

Misi

- Menghasilkan lulusan yang berdaya saing global dan berjiwa bela negara melalui pembelajaran berkualitas.
- Mengembangkan konsepsi ilmu pengetahuan, teknologi, Sains, dan kemanusiaan melalui Pengembangan Program Studi/ proses belajar mengajar dan pengayaan keilmuan.
- Meningkatkan kualitas penelitian melalui program terencana, terintegrasi, dan berkelanjutan.
- Meningkatkan kualitas pengabdian kepada masyarakat melalui penguatan kerjasama antar institusi pendidikan, industri, serta pemerintah.
- Mengembangkan tata kelola universitas yang baik melalui manajemen mandiri, modern, dan berkelanjutan dalam bidang SDM, keuangan, Sarana dan Prasarana, serta TIK yang terintegrasi.

4.1.10 Struktur Organisasi

Rektor

Dr. Mohamad Irhas Effendi, M.S

Wakil Bidang Akademik

Prof. Dr. Ir Sari Bahagiarti K, M.sc

Wakil Bidang Umum dan Keuangan

Dr. Drs. Susanta, M.Si

Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama

Dr.Ir. Singgih Saptono

Sumber : Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
www.upnyk.ac.id

4.1.11 Program Pendidikan S-I

Fakultas	Program Studi
Teknologi Mineral	Teknik Geologi Teknik Perminyakan Teknik Pertambangan Teknik Lingkungan Teknik Geofisika
Teknologi Industri	Teknik Kimia Teknik Industri Teknik Informatika
Pertanian	Agribisnis Argoteknologi
Ekonomi	Akutansi Manajemen Ilmu Ekonomi
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Hubungan Internasional Administrasi Bisnis

Sumber : Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, www.upnyk.ac.id

4.1.12 Lokasi Kampus

FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta beralamatkan di Jalan Babarsari 2 Tambakbayan, Yogyakarta (Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, www.upnyk.ac.id).

4.1.12 Deskripsi Singkat Profil Informan dan Narasumber

Berikut adalah profil informan yang berasal dari Universitas Atmajaya, Yogyakarta :

- Informan 1 (Vicentius Guruh Utama, Laki-laki, 22 tahun, Mahasiswa)

Informan pertama adalah Vincetius Guruh Utama berusia 22 tahun, yang merupakan mahasiswa jurusan teknik sipil, Universitas Atmajaya Yogyakarta semester 7. Informan pertama memiliki postur badan tinggi, kurus, dan berkulit putih. Informan berasal dari Cilacap, adalah anak tunggal dan saat ini tinggal di Seturan Selain sibuk kuliah, informan juga ingin berwirausaha sehingga sedang mempersiapkan sebuah kedai kopi yang rencananya dibuka bulan desember. Informan memiliki hobi futsal, dan saat ini masih aktif dalam UKM Sepak Bola di kampusnya. Hal itu membawa informan menjuarai beberapa pertandingan sepak bola antar kampus. Informan memiliki kepribadian ekstrovet sehingga memiliki hubungan interpersonal yang cukup baik dengan teman-temannya. Hanya saja ia cukup pemilih ketika harus berbicara masalah pribadi. Informan hanya memiliki beberapa sahabat yang diyakininya benar-benar mengerti dirinya. Sifat orang tua

yang terlalu *over protective* membuat ia tidak memiliki hubungan dekat dengan orang tuanya.

- **Informan 2 (Bayu Kresna Murti, Laki-Laki, 22 tahun, Mahasiswa)**

Informan kedua adalah Bayu Kresna Murti, berusia 22 tahun dan merupakan mahasiswa jurusan Ilmu Ekonomi, Universitas Atmajaya, Yogyakarta. Informan kedua berambut gondrong, berkulit sawo matang, dan berpenampilan sederhana. Informan berasal dari Pacitan, adalah anak kedua dari dua bersaudara, dan saat ini tinggal di Tambak boyo. Selain sibuk menyelesaikan jenjang SI, ia juga mengikuti UKM sepak bola di kampus. Sejak dulu informan menyukai sepak bola sehingga menjadikannya sebagai hobi. Menurutnya penting sekali menjaga kesehatan badan dengan melakukan olahraga rutin tiap pekan. Informan memiliki kepribadian ekstrovet, sehingga hampir semua teman-teman sesama jurusan mengenalnya. Tetapi, informan memiliki kesulitan bila harus beradaptasi dengan orang yang baru saja dikenalnya. Informan membutuhkan waktu menyesuaikan diri dengan orang lain. Ia juga pemilih tentang sahabat. Hanya ada dua sahabat yang telah menjalin hubungan belasan tahun dengannya Informan memiliki hubungan baik dengan orang tuanya, terutama Ibunya. Sehingga ia cukup sedih ketika Ibunya meninggal dunia tahun 2017. Jarak umur yang terpaut jauh dengan saudara kandung membuat informan kurang memiliki hubungan dekat dengan kakaknya. Informan menggunakan *instastories* sesuai dengan kebutuhan.

- **Informan 3 (Fajar Saputro, Laki-Laki, 21 tahun, Mahasiswa)**

Informan keenam adalah Fajar Saputro berusia 21 tahun adalah mahasiswa teknik industri, Universitas Atmajaya. Informan berkulit putih, berkacamata yang merupakan keturunan Cina. Informan berasal dari Kudus adalah anak kedua dari tiga bersaudara, dan saat ini tinggal di Seturan. Selain sibuk menyelesaikan pendidikannya, ia adalah seorang atlet badminton. Saat SMP ia masuk dalam club Badminton. Informan juga pernah menjuarai turnamen di beberapa kota. Informan memiliki kepribadian supel, sehingga memiliki banyak teman. Ia tidak membedakan gender. Informan juga memiliki sahabat yang berasal dari Jakarta.

Informan memiliki hubungan baik dengan saudara-saudaranya, dan juga ibunya. Informan tidak memiliki hubungan baik dengan ayahnya. Sejak kecil orangtua informan telah bercerai. Perceraian yang dialami orang tua berdampak pada kepribadian informan. Informan mengakui dirinya mudah terbawa emosi. Hampir tiap menit informan mengakses *instastories*. Ia tidak bisa lepas dari *smartphone*.

Berikut adalah profil informan yang berasal dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta :

- **Informan 4 (Andita Gusti, Perempuan, 23 tahun, Mahasiswi)**

Informan pertama bernama Andita Gusti Nur Utami berusia 23 tahun yang merupakan mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi, UPN Veteran Yogyakarta semester akhir yang sedang menyelesaikan skripsi. Ia mengenakan hijab, dan berpenampilan feminim. Informan berasal dari Cilacap adalah anak tunggal dan

saat ini tinggal di Seturan. Kesibukan Informan adalah menyelesaikan skripsi, sehingga ia tidak terlalu aktif dalam kegiatan organisasi di kampus, tetapi informan mempunyai pengalaman magang di sebuah pabrik bangunan, PT Holcim di Cilacap. Ia memiliki hobi menggunakan *game online* serta pernah mengikuti kepanitiaan lomba *Mobile Legends* di Cilacap. Informan memiliki hubungan baik dengan orangtuanya terutama Ayahnya. Sehingga informan cukup sedih, dan terpukul ketika ayahnya meninggal dunia tahun 2017. Informan dikenal ekstrovert, sangat supel, dan mudah bergaul. Hal itu yang membuat informan memiliki banyak teman dari berbagai kampus. Ia hanya memilih sahabat yang sudah mengerti dirinya sejak kecil. Saat waktu senggang, informan cukup sering menggunakan *instastories*.

- Informan 5 (Dinda Charmantika Putri, Perempuan, 23 Tahun, Mahasiswi)

Informan kelima adalah Dinda Charmantika, usia 23 tahun adalah mahasiswi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional yang baru saja menyelesaikan studinya. Ia mengenakan hijab, berkulit sawo matang, dan berpenampilan sederhana. Informan merupakan orang asli Jogja anak ketiga dari tiga bersaudara, dan saat ini tinggal di baciro. Selain mempersiapkan wisuda, ia juga bekerja sebagai *consultant* di NASA sebuah perusahaan yang menjual bermacam-macam produk seperti, kesehatan, kecantikan dan pertanian. Kesibukannya yang padat membuat ia tidak memiliki pengalaman organisasi di kampus. Informan memiliki kelemahan dalam melakukan komunikasi langsung dengan teman-temannya, sehingga ia terbata-bata dalam berbicara. Informan juga

membutuhkan waktu untuk bersosialisasi dengan teman-temannya. Hal itu tidak membuat informan *down*, ia terus-menerus menjalin relasi dengan teman-temannya. Informan juga selektif memilih sahabat. Ia mempunyai beberapa sahabat perempuan yang baginya mengerti dirinya. Informan juga setiap hari menggunakan *instastories*, hampir semua fitur ia gunakan. Menurut Informan *instastories* membantunya dalam mengekspresikan diri. Informan memiliki hubungan baik dengan keluarga inti. Ia sering menceritakan masalah pribadi ke Ibu dan saudara-saudaranya.

- **Informan 6 (Epa Nur Fitriana, Perempuan, 20 tahun, Mahasiswa)**

Informan keenam adalah Epa Nur Fitriana berusia 20 tahun adalah mahasiswa teknik informatika, Universitas Pembangunan Nasional. Informan menggunakan hijab, berkulit putih, dan berpenampilan sederhana. Informan berasal dari Majalengka, Jawa Barat adalah anak kedua dari tiga bersaudara. Ayah informan bekerja sebagai pembuat cireng, sedangkan ibunya hanya ibu tangga. Saat ini informan kos di daerah Janti, Yogyakarta. Kebanyakan teman-teman informan berasal dari lingkungan kampus, dikarenakan ia sering menghabiskan waktunya untuk mengerjakan tugas kuliah. Informan memiliki hobi naek gunung. Selain sibuk kuliah, ia juga membantu orang tua berjualan cireng. Biasanya informan membuat cireng sebelum berangkat kuliah, dan menitipkannya di kampus. Informan memiliki hubungan baik dengan keluarganya, terutama adiknya. Informan memiliki saudara kembar, dimana adiknya sangat mirip dengannya. Informan merasa memiliki ikatan batin dengan kembaranya, sehingga ia tidak segan-segan menceritakan masalah pribadi kepada adiknya. Informan juga telah

menganggap adiknya seperti sahabat. Informan sering mengabadikan momen bersama teman-temannya melalui *instastories*.

Berikut adalah profil narasumber yang berasal dari Psikolog Wiloka Workshop dan Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta :

- **Novi Ernilawaty S.Psi, m, Psi, Psikolog (Psikolog Wiloka Workshop)**

Novi Ernilawaty lahir di Riau, 26 November 1989 adalah seorang psikolog klinis di Wiloka Workshop Yogyakarta. Wiloka Workshop adalah sebuah lembaga yang bertujuan memfasilitasi pengembangan diri melalui kebiasaan hidup sehat, baik secara fisik maupun psikologis. Beliau menamatkan pendidikannya di Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada, kemudian melanjutkan pendidikan di Magister Psikologi Profesi Bagian Klinis di Perguruan Tinggi yang sama. Psikolog Klinis menangani masalah-masalah psikologis, meningkatkan penyesuaian diri, dan mengembangkan kapasitas pribadi. Selain menjadi Psikolog *Sit In* di Wiloka Workshop, Yogyakarta, beliau juga bekerja sebagai psikolog di salah satu Puskesmas Yogyakarta. Beliau juga aktif mengisi dan menulis artikel di media *online* terkait dengan tema-tema pengembangan diri.

- **Fajar Junaedi S.Sos.,M.Si. (Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).**

Fajar Junaedi lahir di Madiun, 20 Mei 1979 merupakan dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Beliau baru saja menamatkan pendidikan S3 di Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta. Fajar

Junaedi sempat meraih penghargaan sebagai dosen dengan publikasi terbaik (2011), penghargaan Aspikom untuk metode pembelajaran inovatif (2013), dan presenter terbaik dalam Comicos UAJY. Beliau juga aktif menulis buku dan menjadi pembicara dalam berbagai kegiatan ilmiah. Beberapa bukunya berjudul Komunikasi Massa (2007), Membuat Film Dokumenter, Sebuah Panduan Praktis (2011), Menyulap Kekalahan : Operasi Militer Amerika Serikat dalam Televisi dan Film Hollywood (2012), Jurnalisme dan Reportase Televisi (2012) Bonek :Komunitas Suporter dan Terbesar di Indonesia (2012), Media Parenting (2013), Komunikasi Media : Teori, Aplikasi, dan Strategi di Indonesia dan Manajemen Media (sedang naik cetak). Selain itu beliau juga menulis buku dalam ranah Ilmu Komunikasi bersama kolega-koleganya seperti Komunikasi 2.0 : Teoritisasi dan Implikasi (2011), Media Literasi dan Kearifan Lokal (2012), dan beberapa buku lainnya. Beberapa tulisannya banyak mengangkat kajian tentang suporter sepak bola dan politik telah dipresentasikan dalam beberapa konferensi dan diterbitkan proceeding akademis, yaitu pertama, Konflik Multikultur di Balik Gemerlap Sepakbola (2008) yang dipresentasikan dalam Koferenasi Nasional Kajian Media dan Komunikasi di Universitas Airlangga Surabaya dan dipublikasikan dalam buku Transformasi Industri Media dan Komunikasi di Indonesia (2008). Kedua, Anak Muda, Suporter, Media Sosial.

4.2. Deskripsi Hasil Penelitian

4.2.1 Proses Komunikasi di Instastories

Bagian ini akan menjabarkan penemuan penelitian terkait penggunaan *Instastories* informan yang meliputi frekuensi mengakses *Instastories*, fitur di *Instastories*, aktivitas yang dilakukan di *Instastories*, pertimbangan *viewers* di *Instastories*.

a. Penggunaan *Instastories*

Informan pertama akrab dipanggil Vincent telah memiliki *account instagram* selama 5 tahun. Informan pertama memiliki *iphone* sehingga ia mengakses *Instastories* setiap saat, namun ia hanya mengakses *Instastories* sesuai dengan keinginan hatinya.

Informan kedua akrab dipanggil Bayu telah memiliki *account instagram* selama 1 tahun. Informan mengakses *Instastories* menggunakan *android*. Berbeda dengan informan yang lainnya, baginya media sosial penuh dengan pencitraan. Namun seiring berjalannya waktu, *instastories* memudahkan ia untuk mengkomunikasikan aktivitasnya sehari-hari. Frekuensi informan mengakses *Instastories* bergantung pada kesibukan. Saat liburan atau senggang informan kedua dapat seharian membuka *Instastories*. Namun, ketika sedang banyak aktivitas ia bahkan tidak membuka *Instastories* sama sekali.

Informan ketiga akrab dipanggil Fajar. Ia memiliki *account instagram* tahun 2018, dan aktif menggunakan *Instastories* sejak 07 maret 2018. Informan

ketiga mengakses *Instastories* menggunakan *iphone*. Ia membuka *Instastories* setiap hari, tetapi dalam jangka waktu yang tidak terlalu lama.

Informan keempat akrab dipanggil Dita telah memiliki *account instagram* selama 4 tahun kemudian aktif menggunakan *Instastories* tahun 2016. Informan keempat membuka *Instastories* menggunakan *android*. Frekuensi informan mengakses *Instastories* bergantung pada kesibukan. Saat liburan atau senggang informan Dita dapat seharian membuka *Instastories*. Namun, ketika sedang banyak aktivitas ia bahkan tidak membuka *Instastories* sama sekali.

Informan kelima akrab disapa Dinda telah memiliki *account instagram* selama 4 tahun, dan aktif menggunakan *Instastories* tahun 2016. Informan membuka *Instastories* menggunakan *android*. Informan kelima jarang membuka *instastories* ketika berada di luar rumah, Namun sangat sering mengakses *instastories*, karena adanya koneksi internet di rumahnya.

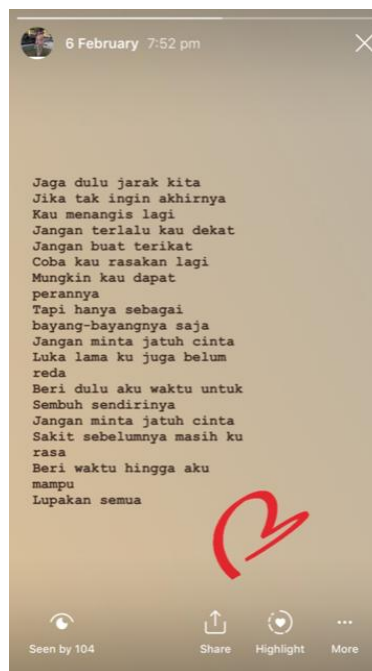
Informan keenam akrab dipanggil Epa telah memiliki *account instagram* selama 2 tahun, dan aktif menggunakan *Instastories* tahun 2016. Informan keenam membuka *Instastories* menggunakan *android*. Informan sangat sering membuka *Instastories*. Informan Epa mengungkapkan, ketika melakukan *update status*, rasa penasarannya timbul untuk membuka *instastories* dan melihat siapa saja orang-orang yang telah melihat *storiesnya*.

b). Penggunaan Fitur di *Instastories*

Instastories dalam *Instagram* memudahkan penggunaannya dalam membagikan konten atau informasi tertentu terhadap sesama pengguna sosial

media tersebut. *Snapgram* atau istilah dari *Instastories* memiliki berbagai macam fitur yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna. Aplikasi tersebut menyediakan 19 fitur yang diantaranya yaitu :

1. *Type*



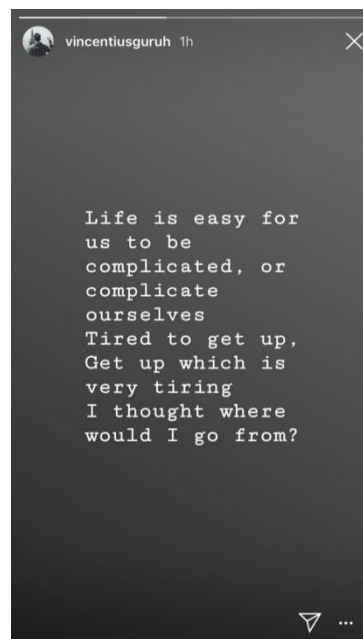
Gambar 4.2 Fitur Teks

Sumber : Instagram, 2019

Type merupakan salah satu fitur dalam *Instastories* yang memudahkan pengguna *Instastories* mengekspresikan sesuatu lewat tulisan. Fitur *type* diperkenalkan pada 01 Februari 2018.

Fitur *type* menyediakan 4 jenis huruf atau *font*, diantaranya *Modern*, *Neon*, *Typewriter*, dan *strong*. Selain itu, menyediakan pilihan *background* dengan varian gradasi. Jenis *font* dapat diterapkan pada seluruh fitur yang ada di *Instastories*.

Dari keenam informan yang ada, hanya informan Vincent dan Epa yang menggunakan fitur *type*. Informan Vincent mengungkapkan, fitur *type* pernah digunakan saat dirinya menulis kata-kata bijak. Sedangkan informan Dita, Bayu, Dinda, dan Fajar jarang menggunakan *type* karena teks diterapkan di fitur lain *Instastories*.



Gambar 4.3 Typewriter Instagram

Sumber : Instagram 2019

Di dalam gambar di atas adalah salah satu penggunaan fitur *teks* yang digunakan informan Vincent. Informan Vincent menulis kata-kata berbahasa asing dengan gaya penulisan *typewriter*.

Keenam informan memiliki kesamaan mengekspresikan diri lewat tulisan pada *postingan Instastories*. Namun penggunaan dan pemanfaatan teks pada tiap postingan narasumber berbeda-beda, informan kebanyakan memberi teks pada isi *storiesnya*. Namun demikian Informan pertama Vincent, dan informan kedua

Bayu menggunakan *teks* untuk menyampaikan sesuatu yang ingin disampaikan melalui *Instastories*, sehingga dapat diketahui oleh pengguna *Instagram* lainnya.

Informan ketiga Fajar dan informan keempat Dita menggunakan teks untuk mencurahkan isi hatinya, dan kebersamaan bersama teman-temannya. Namun informan keempat Dita menggunakan *background* hitam ketika sedang galau. Kemudian menggunakan teks untuk menulis puisi atau umpatan. Informan kelima Dinda menggunakan teks untuk menggambarkan situasi dan kondisi tertentu. Selain itu informan juga menggunakan *font-font* tertentu di *Instastories*. Baginya jenis *font* yang ada di *Instastories* *alay* dan menarik. Informan keenam Epa menggunakan teks untuk menyatakan aktivitas yang dilakukan sehari-hari. Selain itu ia menggunakan teks ketika mendapat *quotes-qoutes* menarik. Seperti yang diungkapkan informan Epa,

“Teks itu biasanya saya gunakan saat sedang kuliah. Saat dosen selesai ngajar itu saya sering mendapatkan kata-kata entah itu kata-kata mutiara, atau kata-kata bijak. Biasanya saya ambil, saya tulis, lalu saya kembangkan sendiri, dengan bahasa saya. Dan itu sudah beberapa kali, setiap saya dapat kata-kata yang bagus dari dosen, yaudah saya tulis dan nanti saya *posting* seperti itu, atau saya simpen dulu. Bisa dibilang maksudnya 70 % untuk mengingatkan diri sendiri 30 % saya ada harapan untuk berbagi ke orang lain.” (Wawancara 11 November 2018).

Semua fitur yang terdapat di *instastories* dapat diberikan teks. Tidak hanya pada *type*, fitur *normal*, *boomerang*, *superzoom*, *rewind* dan lain-lain dapat diberi teks. Teks juga bisa diselipkan pada *snap* yang berupa foto ataupun video. Sehingga sering ditemui pada beberapa *instastories* yang diunggah terdapat video yang diberikan teks.

2. *Live Story*



Gambar 4.4 Fitur Live Stories

Sumber : Instagram 2019

Live Stories merupakan salah satu fitur dalam *Instastories* yang memudahkan pengguna *Instastories* merekam momen yang diinginkan dengan durasi waktu yang lama. Fitur video *live* diluncurkan pada November 2018. Fitur ini dimanfaatkan oleh pengguna untuk menayangkan video secara langsung. Saat *live video* berlangsung, pengguna dapat melihat orang-orang yang tergabung dalam *live video*. Saat melakukan *live streaming*, *followers* dapat berkomunikasi dengan memberi komentar dan dapat dibaca oleh *followers* lainnya.. Tidak seperti

aplikasi lainnya, rekaman *livestories* dapat menghilang setelah 24 jam. Hanya tiga informan dari enam informan yang menggunakan *Live Stories*. Informan ketiga Fajar menggunakan *Live Stories* untuk pamer dan bersama dengan teman-teman lama.

Informan kelima sering menggunakan *Live Stories* untuk meningkatkan rasa percaya diri. Selain itu, ia menggunakan *Live stories* untuk mengetahui orang-orang yang memperhatikan dirinya. Seperti yang dijelaskan informan kelima Dinda,

“Iya mba, paling seminggu beberapa kali soalnya kan untuk ngepoin temenku kan mba, jadi orang tuh kepoin “ngapain sih *live stories*, orang ngepoin kita gitu, aku pakai *ig live supaya* percaya diri ku biar meningkat gitu.” (Wawancara 11 November 2018)

Namun informan keempat menggunakan *Live stories* hanya saat momen tertentu. Sehingga ia jarang menggunakan *Live stories*. Seperti ungkapan informan kelima Andita yang menggunakan siaran langsung saat momen *all you can eat sushi*.

Informan Vincent dan Bayu jarang menggunakan *Insta Live* karena tidak percaya diri dilihat langsung banyak orang. Bahkan informan keenam Epa tidak pernah menggunakan *Live Stories* karena malu, dan tidak ada yang melihat *live storiesnya*. Selain itu adanya hal-hal yang tak terduga.

3. *Normal*



Gambar 4.5 Fitur Normal

Sumber : Instagram 2019

Normal merupakan salah satu fitur dalam *Instastories*. Fitur *normal* memudahkan pengguna *Instastories* merekam momen yang diinginkan dengan durasi waktu yang lama, dan mengupload foto yang diinginkan.

Keenam informan memiliki kesamaan menggunakan fitur *normal* pada postingan *Instastories*. Namun penggunaan dan pemanfaatan fitur *normal* pada tiap postingan informan berbeda-beda. Hal tersebut terungkap melalui hasil

wawancara dengan informan. Informan pertama Vincent mengungkapkan bahwa ia lebih senang menggunakan fitur normal dalam bentuk video.

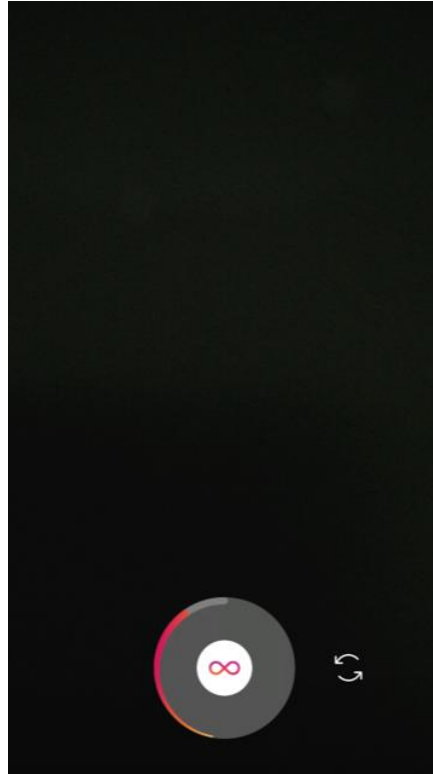
Kesamaan menggunakan fitur *normal* untuk mengupload video juga diungkapkan oleh informan kelima Dinda. Pada fitur ini juga bisa dilengkapi dengan *stiker*, *teks*, *location* ataupun fitur-fitur lain yang disediakan oleh *Instagram stories*.

Berbeda dengan Informan keempat Dita, fitur *normal* biasanya digunakan untuk mengunggah foto. Baik foto yang diambil secara langsung atau yang sudah tersimpan pada galeri sebelumnya. Menurutnya, foto lebih menarik untuk diupload daripada video.

Senada dengan pernyataan informan keempat Dita, informan keenam Epa yang menggunakan fitur *normal* untuk mengunggah foto lalu diberi *caption* atau filter yang menarik di *Instastories*.

Sedangkan informan kedua Bayu dan informan ketiga Fajar hanya menggunakan *normal* ketika mengunggah foto di *Instastories*. Namun informan Fajar menggunakan fitur *normal* ketika sedang bersama teman-temannya atau mengikuti kegiatan kampus.

4. *Boomerang*



Gambar 4.6 Fitur Boomerang

Sumber : Aplikasi Instagram 2018

Boomerang merupakan salah satu fitur dalam *Instastories* yang memudahkan pengguna *Instastories* merekam momen dengan efek gerak yang berulang-ulang sehingga terlihat dinamis. Fitur *boomerang* dirilis pada sejak 6 November 2018. Fitur ini dimanfaatkan oleh pengguna untuk membuat gambar GIF atau *Graphics Interchange Format*.

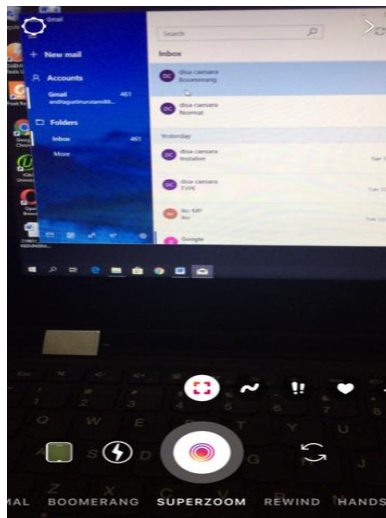
Hampir semua informan menyukai fitur *boomerang*. Informan kedua Bayu dan keenam Epa sama-sama menyukai *boomerang* karena lucu. Selain itu, informan keenam menggunakan *boomerang* untuk memperbaiki suasana hati yang

tidak stabil. Sehingga dapat menghibur dirinya. Seperti yang diungkapkan informan Epa,

“Biasanya kalo lagi *badmood*, dan *bête* aku pakai boomerang, kan fitur boomerang tuh diulang-ulang saya merasa lucu aja bisa untuk menghibur diri” (Wawancara 11 November 2018).

Informan pertama Vincent dan informan ketiga Fajar menggunakan *boomerang* saat tidak ada kegiatan atau iseng. Senada dengan Vincent, Fajar, dan Epa, informan keempat Dita mengungkapkan boomerang lebih disukai daripada fitur lainnya di *Instastories*. Namun informan kelima tidak menyukai *boomerang*, karena tidak terlalu tertarik menggunakan.

5. *Superzoom*



Gambar 4.7 Fitur Superzoom

Sumber : Aplikasi Instagram 2018

Superzoom merupakan salah satu fitur dalam *Instastories* yang memudahkan pengguna *Instastories* untuk membuat video *close up*, dramatis. Fitur *superzoom* sendiri memiliki *zoom-in* selama 3 detik dan seringkali dibarengi suara serta

animasi. *Superzoom* dirilis pada 27 Oktober 2017. Kini fitur *superzoom* mengalami peningkatan versi dengan sepuluh variasi diantaranya *hearts*, *paparazzi*, *bounce*, *suprise*, *dramatic*, *fire*, *bummer*, *tv programme*, *nope*, *beats*. Fitur ini dimanfaatkan oleh pengguna untuk menciptakan efek-efek menegangkan.

Diantara enam informan yang ada, hanya informan pertama Vincent dan informan kedua Bayu yang menyukai *superzoom*. Informan pertama Vincent mengungkapkan efek lucu yang dihasilkan *superzoom*.

Pernyataan yang sama juga dilontarkan informan kedua Bayu yang menyukai *superzoom* karena mempunyai keunikan tersendiri. Seperti pernyataanya ketika diwawancarai.

“Biasanya aku pakai *hashtag*, *sticker*, *lokasi* dan *mention*. Kalau *hashtag* tuh pas ada *event*, kalau *sticker* tuh biasanya ada *caption* ku kasih *sticker*, *location* itu pas lagi di jalan.” (Wawancara 02 November 2018).

Namun informan Dita, Fajar, Dinda, dan Epa tidak terlalu menyukai *superzoom* karena tidak tertarik menggunakannya. Selain itu informan keenam Epa menganggap *superzoom* terlalu berlebihan.

6. *Rewind*



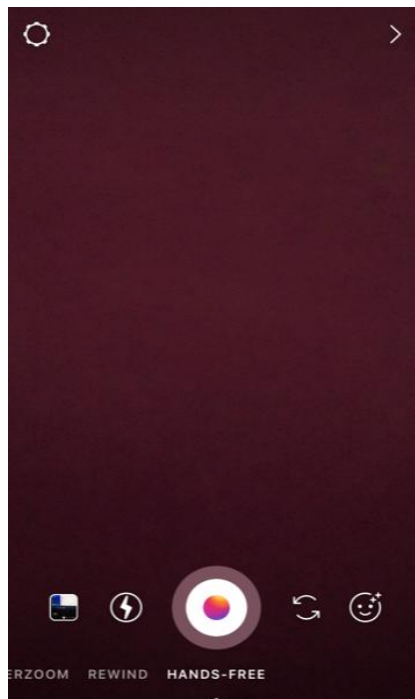
Gambar 4.8 Fitur *Rewind*

Sumber : Aplikasi Instagram 2018

Rewind adalah salah satu fitur yang mempermudah pengguna *Instastories* membuat video yang berjalan mundur. Fitur *rewind* diluncurkan pada pertengahan Mei 2017. Fitur ini hampir mirip dengan *boomerang*. Bedanya, jika *boomerang* melakukan gerakan mengulang sedangkan gerakan dalam *rewind* akan memperlihatkan gerakan mundur saat diupload. Diantara enam informan yang ada, hanya informan kedua Bayu yang menggunakan fitur *rewind*. Menurutnya fitur *rewind* unik dan lucu. Ia menggunakan *rewind* saat tidak ada kegiatan. Berbeda

dengan informan Bayu, informan Epa tidak pernah menggunakan *rewind* karena terlalu berlebihan. Sedangkan informan Vincent, Fajar,Dita, dan Dinda tidak terlalu menyukai *rewind*.

7. *Hands-Free*



Gambar 4.9 Fitur Handsfree

Sumber : Aplikasi Instagram 2018

Hands-Free memudahkan pengguna *Instastories* dalam merekam momen yang diinginkan. Durasi yang diberikan hanya 30 detik. Perbedaan dengan fitur *normal* adalah, *handsfree* akan merekam dengan sekali tekan dengan durasi yang telah ditentukan. Sedangkan fitur Normal mengharuskan pengguna menekan tombol sesuai dengan durasi yang diinginkan pengguna itu sendiri. Diantara enam informan yang ada hanya tiga informan yang menggunakan *handsfree*. Informan pertama lebih suka *upload video*. Sehingga *handsfree* dapat mengabadikan video

hanya dengan sekali tekan. Seperti ungkapan informan Vincent. Pernyataan yang sama juga dilontarkan informan Bayu, Andita dan informan Fajar yang mengungkapkan dibandingkan fitur *normal*, *handsfree* lebih mudah digunakan ketika harus merekam video

Berbeda dengan informan Dinda yang memiliki kebiasaan menggunakan *normal* saat upload *video*. Informan Andita mengungkapkan keberadaan fitur *handsfree* yang masih baru. Sehingga ia terbiasa menggunakan fitur *normal*. Namun informan keenam jarang menggunakan *handsfree*, dan hanya menggunakan sesuai dengan kebutuhannya. Informan Epa mengatakan,

“Pernah pakai *handsfree* tapi jarang sih, pakainya juga seperlu dimana ada momen penting misal lagi ada acara di kampus gitu.” (Wawancara 11 November 2018)

8. *Face Filter*



Gambar 4.10 Fitur Face Filter

Sumber : Aplikasi Instagram 2018

Fitur ini merupakan fitur yang memiliki daya tarik sendiri. *Face filters* yang disediakan dalam *Instastories* membuat pengguna dapat menggunakan filter-filter foto atau video yang menarik. *Face filter* adalah fitur di *Instastories* yang diluncurkan pada tahun 2017. Fitur ini memanfaatkan teknologi augmented reality. Filter yang disediakan juga sangat beragam dan selalu *update* setiap aplikasi *instagram* melakukan pembaharuan. Kini fitur *face filter* mengalami peningkatan versi dengan 53 efek filter wajah. Dari enam informan yang ada hanya tiga informan yang menggunakan *face filter*. Kebanyakan *Face filter* digunakan informan wanita. Informan Dita menggunakan *face filter* untuk *selfie*. Sehingga foto yang di *upload* terlihat menarik. Informan Dinda dan Epa sama-sama menggunakan *Instastories* selain untuk mencoba, dan saat sedang tidak ada kerjaan. Namun informan Epa hanya menggunakan *face filter* dalam kondisi tertentu saja.



Gambar 4.11 Instastories tentang Face Filter

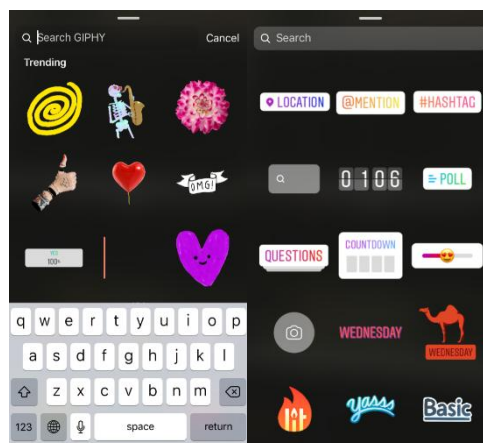
Sumber : Aplikasi Instagram 2019

Di dalam gambar diatas adalah salah satu postingan *Instastories* informan keempat Andita Gusti dimana ia mengatakan menggunakan foto dan menggunakan *face filter* agar terlihat menarik. Melalui *Instastories* informan Andita Gusti menunjukkan penggunaan *face filter Bunny by Instagram*. Berikut kesamaan *Instastories* Andita Gusti dengan pernyataannya bahwa,

“Aku paling suka pakai boomerang, itu aku suka banget.. teks juga tapi lebih suka boomerang. Kalau boomerang lucu sih bisa bolak-balik gitu” (Informan ketiga) kadang sih pakai sticker apa *GIF* gitu di foto *selfie* biar lucu aja biar gak polos aja foto doang buat apa makanya aku kasih sticker Untuk hastag aku jarang make ya untuk di *instastories*, tapi kalau location always aku selalu pakai buat pamer apalagi kalau lagi di tempat makan. “Woi aku lagi disini guys gitu. Aku kalau pakai *mention* pas ada temen-temen aku tag nama IG temen-temen aku, biasanya kalau lagi nongkrong bareng kayak gitu. (Wawancara 11 November 2018)

Berbeda dengan informan wanita, informan Vincent, dan informan Bayu tidak menggunakan *face filter* karena merasa malu. Informan Vincent mengungkapkan tidak semestinya cowok menggunakan *face filter*. Selain itu informan Fajar menganggap *face filter* terlalu berlebihan.

9. *Hastag, Location, Mention, Sticker dan GIF*



Gambar 4.12 Fitur Hastag, Location, Mention, GIF
Sumber : Aplikasi Instagram 2018

Fitur *Hashtag* yang tersedia dalam *Instastories* memudahkan pengguna dalam memakai tagar yang sesuai dengan konten *stories*-nya. Fungsi dari *hashtag* adalah untuk mengelompokkan konten. *Hashtag* dapat digunakan pada postingan berupa teks, foto, video, *event*, dll. Selain *Hashtag*, terdapat fitur *Location* yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna *Instastories* dalam memberikan *tag* lokasi. Hal tersebut juga membantu *viewers* *stories*-nya untuk mengetahui lokasi terkini dirinya. Fitur *hashtag* dan *location* memiliki kesamaan dalam mempermudah pengguna *Instastories* mencari konten yang diinginkan.

Informan kelima Dinda menggunakan *hashtag* saat menghadiri *event* dan *location* untuk memberitahu sebuah tempat kepada *followers*-nya. Informan Bayu dan Informan Dita menggunakan *location*, tetapi jarang menggunakan *hashtag*. Informan Dita dan Bayu mengungkapkan *location* digunakan untuk pamer dan memberitahu keberadaan dirinya.

Berbeda dengan informan Vincent yang jarang sekali menggunakan *hashtag* dan *location*. Informan Vincent mengungkapkan *hashtag* digunakan ketika berada di tempat-tempat tertentu.

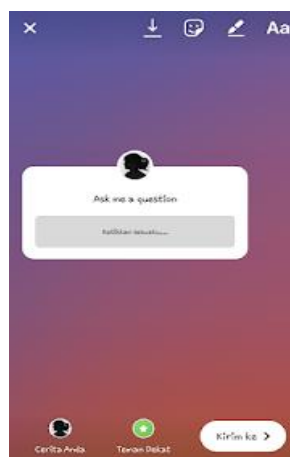
Instastories juga memberikan fitur *Mention* yang memudahkan pengguna untuk memberi *tag* nama akun *instagram* lain pada *stories*-nya. Sedangkan *Sticker* dalam *Instastories* membuat pengguna dapat menghiasi *stories*-nya dengan berbagai *sticker* pada foto atau video yang diunggah dan ukurannya bisa dirubah sesuai selera. Salah satu fitur yang hampir mirip dengan *sticker* yaitu GIF. *Graphics Interchange Format* atau yang sering dimunculkan dalam logo GIF pada

Instastories ini berisi kumpulan gambar seperti *sticker* yang dapat bergerak. Gambar tersebut dapat ditempel pada foto dan video yang akan diunggah di *stories instagram*.

Kehadiran fitur *mention* dan *GIF* juga dimanfaatkan oleh pengguna *Instagram* dalam mengupload sesuatu di *Instastories*. Semua informan menggunakan fitur *mention* yang digunakan untuk melakukan *tag* teman-temannya saat bersama dengan dirinya. Namun informan Dita menggunakan *mention* saat berada di tempat-tempat tertentu. Informan Epa menggunakan *mention* ketika sedang melakukan kegiatan di kampus.

Informan keempat Andita menjelaskan alasannya menggunakan fitur *GIF*, ia mengatakan, *sticker* dan *GIF* digunakan ketika mengupload foto *selfie*. Sehingga terlihat lucu dan menarik.

10. *Ask Me Questions*



Gambar 4.13 Fitur Ask Me Question

Sumber : Aplikasi Instagram 2018

Fitur Ask Me Question diluncurkan pada Juni 2018. Fitur ini memberikan kesempatan bagi *followers* untuk mengajukan pertanyaan kepada pemilik *account* Instagram. Informan kelima menggunakan *Ask Me Question* untuk melihat orang-orang yang memperhatikan dirinya. Salah satu informan Dinda Charmantika Putri menggunakan *Ask Me Question* mengatakan,

“aku kan kadang pake Q&A terus ada yang comment lewat DM, aku sih malah suka, kalau komen jarang sih kebanyakan mereka yang comment aku. Kalau aku suka pake Q&A aku pengen liat seberapa orang ngepoin aku.” (11 November 2018).

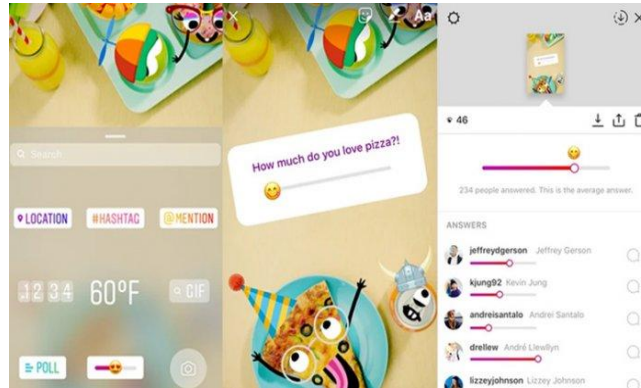
Informan pertama pernah menggunakan *Questions & Ask*. Namun jarang menggunakan fitur tersebut dikarenakan *update* yang lambat.

Informan ketiga Fajar hanya sekali menggunakan *Questions&Ask*. Ia mengakui banyak yang bertanya pada dirinya. Namun informan jarang menggunakan *Questions &Ask*.

Informan Dita pernah menggunakan *Questions &Ask*. Ia mengakui banyak yang bertanya pada dirinya. Namun informan enggan menjawab pertanyaan dari pengguna *Instagram* lainnya. Sehingga jarang menggunakan *Questions &Ask*.

Berbeda dengan informan Vincent, Fajar, dan Dinda dan Dita. Informan keenam Epa tidak pernah menggunakan *Questions &Ask*. Ia melihat banyak teman-teman di akun instagramnya menggunakan *Questions &Ask*. Baginya fitur tersebut tidak menarik dan malu bila hanya diabaikan pengguna *Instastories* lainnya. Sedangkan informan Bayu tidak tertarik menggunakan *Questions & Ask*

11. *Emoji Slider*



Gambar 4.14 Fitur *Emoji Slider*

Sumber : Aplikasi Instagram 2018

Fitur ini muncul pada *update* aplikasi *Instagram* pada 10 Mei 2018. *Emoji Slider* memudahkan pengguna untuk memberikan peringkat dengan menggunakan emoji terhadap *stories* yang dilihat. Fitur ini berfungsi untuk memberikan *feedback* berupa sebuah penilaian akan suatu hal. Semakin ke kanan, artinya skala penilaian yang didapatkan semakin tinggi. Sebaliknya semakin ke kiri artinya *vote* yang didapatkan akan semakin rendah. Dari keenam informan hanya informan Dita dan Dinda yang pernah menggunakan *Emoji Slider*. Informan Dita pernah sekali menggunakan *emoji slider*. Ia menggunakan saat mengunggah foto makanan di *Instastories*. Lalu ia meminta pendapat pada *viewers* nya melalui *emoji slider*.

Senada dengan informan Dita, informan Dinda menggunakan *Emoji Slider* untuk meminta pendapat memilih barang. Ia menggunakan *emoji slider* ketika memilih barang di *mall*. Namun informan Bayu menggunakan *emoji slider* di saat

tertentu. Ia menggunakan *emoji slider* saat adanya pertandingan sepak bola. Namun Informan Fajar, Vincent, Epa, belum pernah menggunakan *Emoji Slider* karena tidak terlalu menyukai fitur tersebut.

12. Polling



Gambar 4.15 Fitur Polling

Sumber : Aplikasi Instagram 2018

Polling digunakan untuk melakukan pemungutan suara dalam *Instastories*. Biasanya, fitur ini dimanfaatkan oleh beberapa penggunanya ketika bingung untuk menentukan pilihan dan meminta pendapat kepada viewersnya. Fitur *polling* dan *emoji slider* memiliki kesamaan memberikan pendapat mengenai *konten* yang diunggah pengguna *Instagram*. Namun fitur *polling* hanya bisa memberikan dua pilihan dalam bentuk teks. Diantara keenam hanya informan yang menggunakan

fitur *polling* yang digunakan ketika meminta pendapat tentang acara pertandingan sepak bola. Namun informan lainnya jarang menggunakan fitur *polling*.

13. *Save*



Gambar 4.16 Fitur *Save*

Sumber : Aplikasi Instagram 2018

Save berfungsi untuk menyimpan foto dan video yang telah dikirimkan atau *diupload* di *Instastories*. Jika sebelumnya fitur *save* hanya bisa digunakan sebelum memposting di *Instastories*. Saat ini fitur *save* bisa digunakan ketika sudah mengunggah konten statis ataupun dinamis di *Instastories*. Dari keenam informan yang ada hanya dua informan yang menggunakan fitur *save*. Informan keenam Epa menggunakan fitur *save* untuk menyimpan dan mengupload kembali foto atau video di media sosial lainnya. Seperti pernyataan informan Epa ketika diwawancarai,

“Saya juga sering menggunakan fitur *save*, setiap yang saya *posting* biasanya saya *save*. Kan untuk media sosial sendiri saya gak cuman punya *Instagram* ya. Nah cuman fitur-fitur yang paling banyak untuk memposting itu di *Instagram*. Dan saya biasanya pengen memposting itu di media sosial lain ibaratnya dengan kegiatan yang sama. Soalnya orang-orang yang ada di dalamnya itu berbeda, orang-orang yang ada di media sosial yang ini, dengan yang di media sosial lainnya. Ya walaupun ada sebagian orang yang sama. Tetapi ada tetep yang beda.” (Wawancara 11 November 2018).

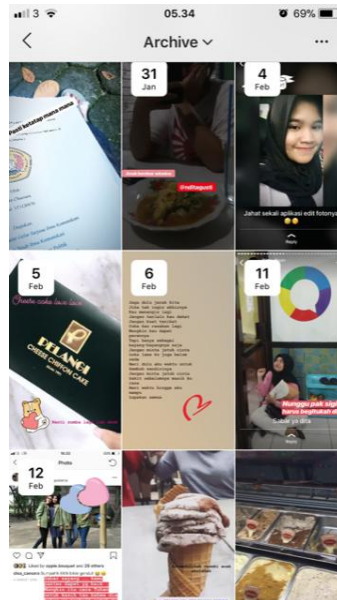
Penyataan serupa juga diungkapkan informan Dita yang menggunakan fitur *save*. Ia menggunakan fitur *save* ketika menyukai foto atau video yang di *posting* di *Instastories*.

Namun informan kedua Bayu jarang menggunakan *save*. Ia berpendapat terlalu sering menggunakan *save* bisa memenuhi galeri di hpnya. Seperti yang diungkapkan informan Bayu ketika diwawancarai,

“Karna kan hapeku *android* kan mba, jadi memorinya lebih cepet *full* gitu. Biasanya sih kalo udah *full* cepet nge *hang*. Jadi ga pernah pakai fitur *save*, udah *double-double* tambah penuh memori. Apalagi kalo video kan biasanya berat jadinya menuh-menuhin memori saya.” (Wawancara 02 November 2018)

Berbeda dengan informan Vincent, Fajar, dan Dinda. Ia mengakui bahwa foto atau video langsung disebarluaskan ke *Instastories*.

14. *Archive*



Gambar 4.17 Fitur Archive
Sumber : Aplikasi Instagram 2018

Fitur ini bekerja secara pasif dan otomatis menyimpan *stories* yang sudah melewati batas 24 jam. Kelebihan *archive* foto atau video yang telah diunggah dapat dilihat, disimpan, ataupun diunggah kembali ke media sosial lainnya. Selain itu sudah tertera tanggal bulan dan tahun pengguna mengupload di *Instastories*. Namun keenam informan tidak tahu adanya fitur *archive*. Selain itu semua informan tidak tahu *icon* fitur *archive*, dan tidak tahu penggunaan *archive*.

Senada dengan informan Epa, informan lainnya tidak mengetahui keberadaan fitur *archive* yang ada di *Instastories*.

15. Highlights



Gambar 4.18 Fitur Highlights

Sumber : Aplikasi Instagram 2018

Highlights dapat dimanfaatkan oleh pengguna *Instastories* untuk menyimpan *stories* yang diinginkan dan dan dikelompokkan dalam tema yang sama. Fitur ini otomatis akan muncul di bagian *profile* setiap pengguna *Instagram*. Dari keenam informan hanya informan, Vincent, Dita, dan Dinda yang menggunakan *highlights*.

Informan Dita menggunakan *highlights* untuk menyimpan momen langka. Sedangkan informan Dinda menggunakan *highlights* untuk menyimpan kenangan, dan menyampaikan informasi seperti promo dan produk-produk yang tersedia di NASA.

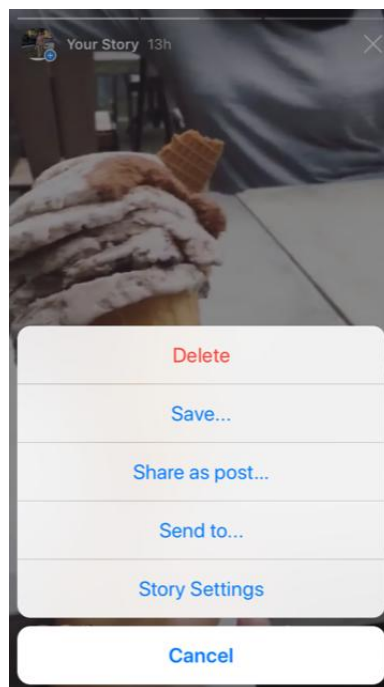
“Iya kalo aku kan jualan produk jadi kalau ada promo apa gitu, kadang kujadiin highlights.” (Wawancara 11 November 2018).

Berbeda dengan informan Vincent yang hanya sekali menggunakan *highlights*. Saat itu ia hanya ingin mencoba *highlights*.

Informan lainnya belum pernah mencoba *highlights*. Informan Bayu belum pernah mencoba *highlights* karena tidak adanya momen yang tepat.

Hal yang serupa juga digunakan informan Fajar dan Epa yang mengungkapkan tidak pernah menggunakan *highlights*. Informan Epa tidak pernah menggunakan *highlights*, karena tidak terlalu berminat menggunakan *highlights*. Ia berpendapat bahwa kegiatannya cukup didokumentasikan dan tidak perlu dipajang di *Highlights*.

16. *Share a Post*



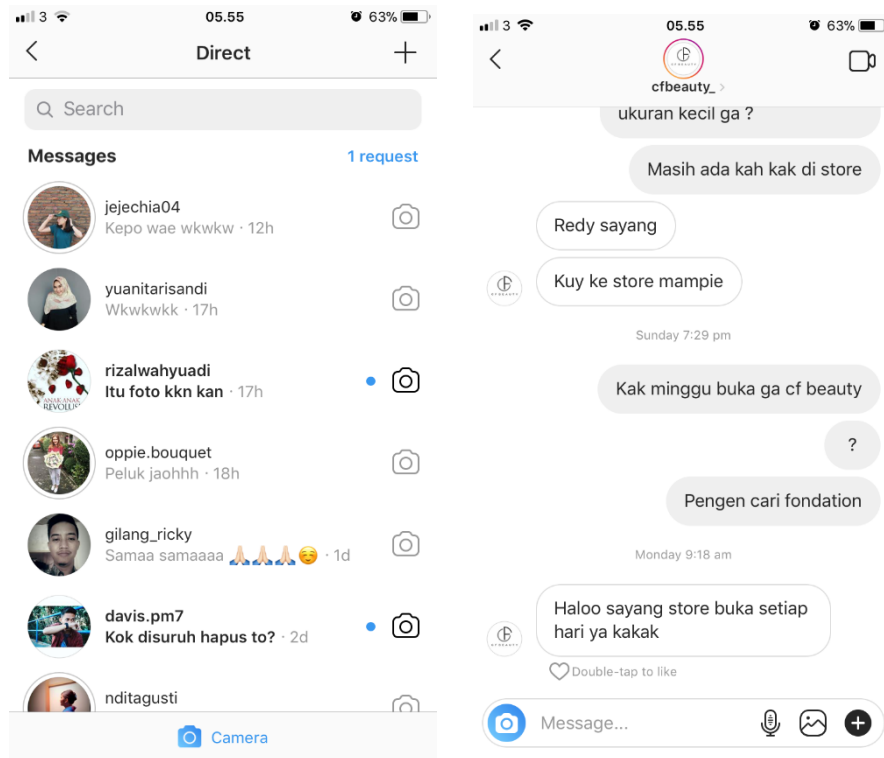
Gambar 4.19 Fitur Share a Post
Sumber : Aplikasi Instagram 2018

Fitur ini memudahkan pengguna untuk mengirim ulang *stories* ke instagram atau ke akun lain. Dari keenam informan hanya informan Vincent, Fajar dan Dita yang menggunakan *share a post*. Informan Vincent mengungkapkan *share as post* digunakan ketika melihat postingan temannya yang men-*tag* dirinya, kemudian ia membagikan ulang di *storiesnya*.

Senada dengan informan Vincent, informan Dita yang juga menggunakan *repost*. Namun ia mengungkapkan *share a post* yang di *repost* ulang ke *Instastoriesnya* sesuai dengan keinginan dirinya.

Informan Vincent dan Fajar pernah menggunakan *share a post*. Namun ia hanya memanfaatkannya berdasarkan situasi dan kondisi yang ada. Informan lainnya tidak pernah menggunakan *repost*. Informan Dinda dan Bayu tidak pernah menggunakan *repost* karena tidak terlalu penting. Informan Epa menganggap *repost* terlalu berlebihan.

17. Direct Message



Gambar 4.20 Fitur Direct Message

Sumber : Aplikasi Instagram 2019

Instagram menyediakan fitur *Direct Message* yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna untuk mengirim pesan atau mengomentari *stories* akun lain. *Direct message* dilengkapi dengan fasilitas *add photo*, GIF, pesan suara dan *emoticon love*. Fitur *direct message* bisa digunakan sebagai sarana bertukar pesan baik melalui *Instastories* atau *Instagram*. Semua informan menggunakan *direct message* melakukan pengiriman pesan dalam bentuk tertulis maupun *emoticon*. Namun informan dia jarang memberikan komentar di *Instastories* orang lain. Biasanya ia meninggalkan pesan dalam bentuk *emoticon*. Informan Bayu

seimbang dalam melakukan komentar melalui *direct message*. Teman-temannya juga sering memberikan komentar melalui *direct message*.

Sedangkan, informan Epa belum pernah mengomentari *instastories* orang lain melalui *direct message*. Namun teman-temannya sering meninggalkan komentar di *Instastories* miliknya. Seperti yang dikatakan informan Epa,

Informan Vincent hanya menggunakan *direct message* berdasarkan situasi dan kondisi. Ia menggunakan *direct message* bila melihat postingan temannya tentang lokasi-lokasi yang bagus untuk dikunjungi.

Informan Dinda jarang menggunakan *direct message*. Namun karena ia sering memanfaatkan *Questions & Ask*, teman temannya sering mengomentari dirinya. Jawaban dari *Questions & Ask* akan otomatis masuk melalui *direct mesagge* atau yang disingkat DM.

Informan Fajar jarang menggunakan *direct message*. Namun teman-temannya sering menanggapi postingan tentang curahan hati miliknya di *Instastories*. Seperti pernyataan informan Fajar ketika diwawancarai,

“Kadang aku yang *comment*, kadang orang lain juga yang *comment*, lebih ke perasaan sih semisal update kata-kata sedih, terus temen tuh comment kenapa kok sedih. Kalau aku sendiri biasanya comment tentang lokasi di *instastories* orang lain.” (Wawancara 02 November 2018).

18. Video Call



Gambar 4.21 Fitur Video Call

Sumber : Aplikasi Instagram 2019

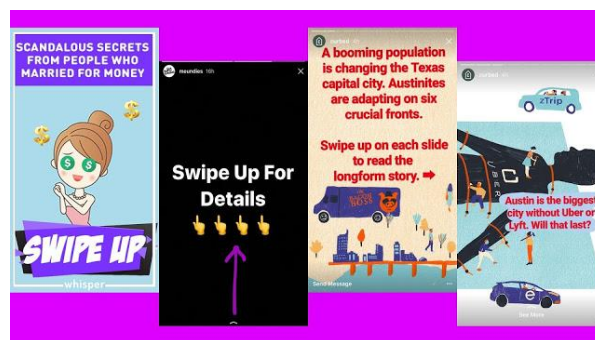
Fitur ini terdapat di dalam *direct message*. *Video call* memudahkan pengguna *Instastories* untuk melakukan panggilan video dengan pemilik akun lain. Semua informan tidak pernah menggunakan *video call* karena lebih nyaman berinteraksi

melalui aplikasi *chatting*. Salah satu informan hanya menggunakan *video call* di aplikasi *chatting*. Seperti yang dikatakan informan Vincent,

“Kalo *video call* lewat *instastories* belum pernah, lagipula kan udah ada kek *line*, wa gitu mba, jadi lebih nyaman pake itu.” (Wawancara 11 November 2018).

Sedangkan informan Dita, Fajar, Bayu, Epa tidak pernah menggunakan *video call* karena dianggap kurang *popular*.

19. *Swipe Up*



Gambar 4.22 Fitur *Swipe Up*

Sumber : Aplikasi Instagram 2019

Fitur *swipe up* adalah fitur yang berfungsi untuk menambahkan *link* yang diinginkan, sehingga memungkinkan seseorang untuk menuju halaman *web* yang disematkan pemilik *account*. Dari keenam informan yang ada hanya informan Bayu yang menggunakan *swipe up*. Ia menggunakan *swipe up* untuk menambah wawasan. Salah satu informan Bayu Kresna Murti menjelaskan,

“Biasanya juga *swipe up* mba, soalnya langsung menghubungkan ke *link* gitu, soalnya kan aku suka baca berita ya jadi pas buka *Instastories* orang

lain kadang ada yang make swipe up langsung menuju ke halaman web.” (Wawancara 02 November 2018).

Namun informan Dita beranggapan bahwa fitur *swipe up* tidak terlalu penting. Informan Fajar berpendapat bahwa *swipe up* hanya dimanfaatkan untuk berjualan seperti *online shop*.

Informan Epa dan Dinda tidak pernah menggunakan *swipe up* karena tidak mengerti cara penggunaannya. .

Keenam informan memiliki kesamaan terkait penggunaan fitur di *Instastories* yaitu *teks*. Masing-masing informan menggunakan *teks* ketika melakukan *upload* foto maupun video di *Instastories*. Informan Andita dan Dinda selalu memberi *teks* pada postingan *Instastories*. *Teks* digunakan untuk memberitahu apa yang sedang ia rasakan. Namun informan Dinda menggunakan *teks* saat melakukan aktivitas. Informan Dita dan Fajar juga mengungkap curahan hati dalam bentuk *teks*. Sedangkan informan Vincent menggunakan *teks* saat terjadi hal-hal lucu. Informan Vincent sering mengunggah konten dalam bentuk video dan menuliskan *teks* di *Instastories*. Informan pertama Vincent mengungkapkan video jauh lebih *real* dan lebih mengungkapkan keadaan seseorang yang sebenarnya.

Informan Bayu menggunakan *teks* di saat tertentu karena ia jarang melakukan *update* status. Informan keenam Epa biasanya menggunakan *teks* untuk menulis kata-kata bijak agar dapat menginspirasi orang lain di *Instastories*. Informan pertama Vincent mengungkapkan video jauh lebih *real* dan lebih mengungkapkan keadaan seseorang yang sebenarnya.

c). **Aktivitas yang Dilakukan di *Instastories***

Keenam informan memiliki kesamaan terkait aktivitas yang dilakukan di *Instastories*. Aktivitas itu adalah memperbaharui status, melihat update status terbaru dari teman-teman, menambah teman, dan berkomunikasi dengan teman-teman. Namun demikian informan kedua jarang memperbaharui status. Informan keempat menggunakan *instastories* untuk memberitahu informasi, curhat dan kegiatan makan. Sebagaimana pernyataan informan atas nama informan Andita Gusti,

“Aku suka banget makan, aku hobi makan juga.. kemanapun aku nemu tempat makan lucu, tempat makan yang unik yang tempatnya juga bagus, mesti aku upload di *Instastories*. Aku kalo lagi makan cuman pengen nunjukin ke *viewers* ini lho aku lagi makan, ini tempatnya enak, aku cuman pengen menginformasikan ini”. Selain itu aku *screenshot* berita berita, *screenshot* hal-hal lucu sih. Curhat sih biasanya layar hitam kita ketik sendiri kata-katanya. Galau (Wawancara 11 November 2018).

Informan pertama Vincent menggunakan *Instastories* untuk menyebarkan hal-hal lucu dan musik. Namun informan satu hanya menggunakan *Instastories* berdasarkan keadaan tertentu. Ia juga mengungkapkan tidak pernah mengungkapkan sesuatu tentang kesedihan.

Informan ketiga dan kelima dan keenam sama-sama menggunakan *Instastories* untuk membagikan aktivitas sehari-hari. Selain itu informan ketiga dan kelima juga mencurahkan isi hatinya di *Instastories*. Namun informan kelima

lebih mengutamakan pertemanan. Informan keenam hanya memposting hal-hal penting.

d). Pertimbangan Viewers di Instastories

Masing-masing informan memiliki jumlah *viewers* yang berbeda-beda. Informan kedua Bayu dan kelima Dinda memperbolehkan siapa saja melihat *Instastories* karena apa yang dibagikan adalah sesuatu yang positif dan memang penting untuk dipublikasikan. Sedangkan informan lainnya menyembunyikan *storiesnya* dari orang-orang terdekat. Informan kedua Bayu mempunyai rata-rata *viewers* 110-200 orang. Informan pertama Vincent hanya mengkonfirmasi saudara dan teman-temannya di *Instastories*. Pada keadaan tertentu ia menyembunyikan *stories* dari mantannya. Informan Vincent memiliki rata-rata *viewers* 250 orang. Informan pertama Vincent hanya mengkonfirmasi saudara dan teman-temannya. Ia menyembunyikan *stories* dari orang tua. Informan Vincent mengatakan,

“Keluarga tak *hidden*, soalnya waktu itu kan aku pernah , waktu pertama kali di jogja kan maen sama anak-anak. Aku maen jam 10 malem aku *upload* pas jamannya *bbm*, jadi kena tegur, jadi aku kayak rasa risih gitu lho jadi apapun kegiatanku, apa kontrolnya dan kontrolnya orang tua kan, ya waktu awal-awal dilepas orangtua kan pasti orang tua khawatir kayak berlebihan bagi aku, walaupun bagi orangtua wajar. Sebenarnya maen juga gak terlalu sering cuman orang tua kan mikirnya “ oh maen terus. Aku gak suka direwel. Aku sih yaudah mikirnya wajar, walau dimarahin kan sebagai pengingat kan, kalau terlalu direwel ya aku harus tetep kesel” (Wawancara 02 November 2018).

Informan keenam Epa memiliki rata-rata *viewers* 60-90 orang. Ia hanya mengkonfirmasi teman-temannya. Informan Epa menyembunyikan *stories* dari

kakaknya. Informan Epa mengungkapkan ketika dirinya mengupload kegiatan naik gunung, kakaknya mengomentari dirinya dan dianggap hanya bermain saja. Sehingga informan Epa menyembunyikan *stories* dari kakak kandungnya.

Informan ketiga Fajar memiliki rata-rata *viewers* 150-200 orang. Ia hanya mengkonfirmasi teman-temannya. Informan menyembunyikan *stories* dari kakak dan adiknya. Informan Fajar mengungkapkan ketika dirinya mengupload keberadaannya di tempat-tempat nakal. Kakak dan adiknya pernah menegur dirinya melalui pesan di *Instastories*. Sehingga informan Fajar menyembunyikan *stories* dari kakak dan adiknya.

Namun informan Bayu dan Dinda sama sama tidak menyembunyikan postingan *Instastories* terhadap siapapun. Informan kedua meyakini apa yang dibagikan di *Instastories* adalah memang perlu diketahui orang lain. Selain itu informan kelima tidak ingin ribet, sehingga postingan di *Instastories* dapat dilihat semua orang.

4.2.2 Bentuk Aktualisasi Diri Generasi *Milennials* di *Instastories*

Peneliti akan menyampaikan hasil penelitian terkait bagaimana bentuk-bentuk aktualisasi diri generasi *millennials* di *Instastories*. Sebagaimana konsep hierarki kebutuhan (*hierarchy of needs*) oleh Abraham Maslow (1954) ada lima kebutuhan dasar manusia. Salah satu kebutuhan yang berada di level tertinggi adalah kebutuhan aktualisasi diri. Kebutuhan akan aktualisasi diri dapat dicapai ketika kebutuhan-kebutuhan yang lebih rendah telah terpenuhi. Kebutuhan

akan aktualisasi diri adalah cara seseorang untuk mencapai tujuan tertentu, sadar akan semua potensi diri, dan keinginan untuk menjadi sekreatif mungkin. Aktualisasi diri dapat diterapkan dalam suatu wadah fitur *instagram stories*. Bentuk-bentuk aktualisasi diri seseorang dapat dilihat dari karakteristik dasar seseorang yang mengaktualisasikan dirinya.

Informan pertama Vincent memahami aktualisasi diri sebagai menunjukkan diri kita ke orang lain atau publik. Informan pertama meyakini bahwa postingan seseorang di *instastories* adalah bagian dari aktualisasi diri. Menurutnya seseorang dapat menunjukkan bakat atau potensi dalam diri lewat sebuah postingan di *Instastories*. Terkadang informan Vincent menunjukkan kemampuannya bermain sepak bola melalui *Instastories*.

Informan kedua Bayu memahami aktualisasi diri sebagai situasi yang terjadi saat ini. Namun ia berpendapat bahwa postingan di *Instastories* tidak terlalu mencerminkan aktualisasi diri, sebab apa yang terjadi di dunia maya belum tentu benar-benar sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.

Informan ketiga Fajar memahami aktualisasi diri sebagai hal positif yang dimiliki seseorang. Informan ketiga meyakini bahwa postingan di *Instastories* adalah bagian dari aktualisasi diri, sebab seseorang dapat berbagi hal-hal yang dilakukan sehari-hari melalui *Instastories*.

“Iya, kalau menurut ku sih instastories adalah bagian dari aktualisasi diri karena kita sharing kegiatan kita, sharing perasaan kita, gimana orang bisa nanggapi kita, apa sih sisi positif yang bisa diambil” (Wawancara 02 November 2018).

Informan keempat Dita memahami aktualisasi diri sebagai bakat yang dimiliki seseorang. Informan Dita meyakini bahwa postingan seseorang di *Instastories* adalah bagian dari aktualisasi diri. Menurutnya seseorang bisa menunjukkan kemampuan dan mengembangkan bakat melalui *Instastories*. Selain itu *Instastories* memungkinkan seseorang untuk menjalin relasi lebih banyak dengan orang lain. Informan keempat Andita Gusti meyakini bahwa,

“Oh ya jelas, kalau pake instastory tuh bukan aktualisasi diri keknya ga cocok ya. Aktualisasi diri kan sama aja kita nunjukin bakat kita nunjukin kemampuan kita kan lewat *Instastories* tuh gampang banget . Jadi kek misalnya aku punya bakat apa sih bisa maen games *Mobile Legends* lah contoh simpelnya, aku upload aja di *Instastories* prestasi aku gimana di games, biasanya sih gitu kalo aku mau manfaatin *Instastories*. Mayan lah buat pamer hahaha” (Wawancara 11 November 2018).

Informan kelima Dinda memahami aktualisasi diri sebagai usaha seseorang agar dihargai di dunia maya. Namun ia berpendapat bahwa postingan di *Instastories* tidak terlalu mencerminkan aktualisasi diri. Informan menekankan adanya perbedaan karakter yang terjadi baik di dunia maya maupun dunia nyata.

Informan keenam Epa memahami aktualisasi diri sebagai usaha seseorang menjadi versi terbaik dirinya dengan terus menerus mengoptimalkan potensi dirinya. Informan kelima meyakini bahwa postingan di *Instastories* adalah bagian dari aktualisasi diri. Menurutnya, ia bisa menunjukkan kemampuan dirinya dan kemudian mengabadikannya melalui *Instastories*. Informan keenam Epa Nur Fitriana menyampaikan

“Kalau menurut saya sendiri iya. Sebenarnya kan bisa dibilang memposting kegiatan itu aktualisasi diri, dimana saya sudah melakukan kegiatannya ya itu dokumentasinya. Dokumentasinya ibaratnya berbagi dengan orang lain. Nah terkadang juga saya sering berbagi kata-kata

semangat seperti itu. Nah itu bagian dari kemampuan yang saya miliki, saya membuat cerita, atau membuat kata-kata untuk orang lain seperti itu.” (Wawancara 11 November 2018).

Berdasarkan hasil wawancara terhadap kedua narasumber dapat disimpulkan bahwa *Instastories* dapat membantu seseorang dalam proses mengaktualisasikan dirinya. Hal ini dibuktikan dari pernyataan Psikolog Novi Ernilawati, S.Psi,m,Psi,Psikolog (Psikolog Wiloka Workshop).

“Bisa, jika keinginannya (*needs*) nya adalah kebutuhannya adalah dia memiliki *needs* yang besar untuk menjadi *center of attention*, karena dia bisa mengembangkan dirinya dengan menunjukkan dirinya.” (Wawancara 23 Desember 2018).

Selain itu dosen Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta Fajar Junaedi S.Sos.,M.Si. menambahkan,

“Jadi apa yang ditampilkan orang di *Instastories* itu kan menampilkan hal yang *real*. *Instastories* berkaitan dengan yang terjadi 1 kali 24 jam, seringkali yang saya lihat adalah sesuatu yang mewakili ekspresi penggunaannya.” (Wawancara 19 November 2018).

a. Kreativitas

Kreativitas menjadi bagian yang penting untuk dapat mengaktualisasikan diri secara maksimal. Beberapa informan menyadari potensi diri dan bakat yang dimiliki sehingga terus menerus mengembangkan kemampuannya Informan pertama, ketiga, keempat, dan keenam memiliki bakat khusus. Informan pertama mengakui dirinya sering pergi ke kedai kopi bersama teman-teman, sehingga muncul ide untuk membuat sebuah usaha kedai kopi bersama teman-temanya. Saat ini informan pertama sedang melakukan persiapan terhadap usaha kedai kopinya. Keahliannya dalam membuat *art coffee* sering ia *posting* di *Instastories*



Gambar 4.23 Instastories tentang Art Coffee

Sumber : Aplikasi Instagram 2019

Di dalam gambar di atas adalah salah satu postingan *Instastories* informan pertama Vincent dimana ia mengatakan ingin membuat sebuah kedai kopi. Melalui *Instastories* Vincent menunjukkan pembuatan *art coffe*. Ia menambahkan teks di dalamnya “Susah memang”. Sesuai dengan pernyataan Vincent yang berkata,

“Hobi futsal, kalau kesibukan lagi belajar bikin kopi-kopi, gitu buat usaha. Hobi saya dulu rutin dijalani, kalau sekarang udah jarang soalnya mulai sibuk. Untuk usaha bikin kedai kopi gitu tempatnya udah ada, untuk memulai persiapan dari 1 bulan ini ya kalau memungkinkan ya bulan desember bisa bukak. Saya bukan gak suka jadi bawahan mba, tapi kalau berwirausaha saya jadi bebas berekspresi, “ini lho produkku”. Jadi kita tuh lebih kreatif mengumpulkan produk, walaupun produk-produk yang ada sekarang ya cuman gitu gitu aja. Cuman kan pasti ada inovasinya.” (Wawancara 02 November 2018).

Informan ketiga memiliki bakat dalam bidang olahraga bulu tangkis. Saat masih SD, informan mengikuti club badminton, dan berhasil menjuarai beberapa perlombaan bulutangkis. Terkadang ia menunjukkan kemampuan dirinya bermain bulutangkis melalui *Instastories*.

Informan keempat memiliki kemampuan *IQ* yang tinggi, sehingga pernah mendapatkan beasiswa di luar kota. Selain itu informan keempat juga memiliki komunitas *games online*, dan menjadi panitia lomba games. ISaat ini informan Dita menyukai *games Mobile Legends*. Keahliannya dalam bermain *games online* sering ditunjukkan di *Instastories*.

Informan keenam mempunyai bakat memasak. Informan belajar memasak dari ayahnya yang mempunyai usaha cireng. Informan mengakui dirinya mempunyai pribadi yang mandiri dan tangguh. Hampir setiap hari informan memasak cireng dan ia menitipkan cireng di kampus. Informan juga memiliki hobi naek gunung. Selain memposting aktivitas sehari-hari, ia juga memposting dirinya sedang mendaki melalui *Instastories*.

Informan kedua Bayu dan informan kelima Dinda memiliki kesibukan kuliah. Kedua informan sama sama memiliki hobi olahraga. Namun informan Dinda memiliki hobi bulutangkis, dan hanya menjalankan hobinya sesuai keinginan hatinya, Informan Bayu rutin berolahraga seminggu sekali. Ia memiliki hobi sepak bola dan sering memposting saat bermain sepak bola di *Instastories*. Sebagaimana pernyataannya ketika diwawancarai,

“Olahraga kayak futsal itu hobiku, kalau kesibukan saya sekarang kuliah, karna saya ikut komunitas futsal jadi rutin seminggu sekali. Biasanya kalau ikut futsal sering dapat undangan dari kampus lain, kalau aku kan tergabung di tim yang jurusan, tapi ada juga tingkat fakultas juga ada, kalau Atmajaya kan UKM, dan pernah ikut UKM juga sih mbak (Wawancara 02 November 2018).

b. Penerimaan Diri yang Positif.

Kemampuan seseorang dalam melakukan sesuatu sangatlah penting dan diutamakan sebagai penerimaan diri yang positif. Semua informan menyadari bahwa tidak ada orang yang sempurna. Setiap orang memiliki kelemahan dan kelebihan masing-masing. Perbedaan karakter yang ada membuat seseorang memiliki sudut pandang yang berbeda tentang bagaimana ia memahami diri sepenuhnya. Informan Vincent, Bayu, Fajar, Dita dan Epa memiliki kelebihan mudah bergaul dengan siapa saja. Namun informan Vincent lebih selektif dalam bergaul dengan orang lain. Informan Dita mengakui dirinya kurang sabar, sehingga pernah mengalami kesalahpahaman dengan temannya hingga bermusuhan. Kemudian informan akur kembali dengan temannya. Sedangkan informan Vincent memiliki tingkat kepercayaan diri yang rendah dalam situasi tertentu. Informan pertama Vincent memahami kekurangan diri sendiri dengan baik sehingga dapat mengatasi kekurangan tersebut. Informan Vincent pernah mengalami kesalahpahaman dengan temannya karena terlambat menonton film.

Informan Bayu memiliki kelebihan mudah bergaul dengan orang lain. Sebaliknya informan kedua membutuhkan waktu untuk beradaptasi dengan orang lain. Informan dapat mengatasi kelemahannya dengan baik. Biasanya informan

berinisiatif untuk menyapa atau memulai obrolan dengan orang lain. Tak jarang informan Bayu juga mengalami kesalahpahaman dengan orang lain. Ia sudah tersenyum dari kejauhan namun temannya tidak merasa disapa olehnya.

Informan Dinda memiliki kesulitan dalam berbicara secara langsung. Sehingga mudah terbata-bata dalam berbicara. Informan mengakui bahwa kekurangannya dapat menjadikan dirinya tidak percaya diri. Informan mengatasi kelemahannya dengan berbicara di media sosial. Informan kelima mengakui *Instastories* dapat membantunya lebih percaya diri tampil di depan publik.

“Kelebihannya kalo udah kenal dinilai orang sering becanda, terus sering gojekin orang, ngusilin orang. Kalau kelemahannya susah adaptasi sama orang, sosialisasi kurang. Untuk mengatasi kekurangan saya, saya sering berbaur dengan orang lain. Kadang masalah yang terjadi dengan kelemahan saya, saya jadi kurang percaya diri.” (Wawancara 11 November 2018).

Informan keenam memiliki kelemahan mudah cemas dan mudah percaya dengan orang lain. Sehingga informan lebih mengutamakan kebutuhan orang lain dibandingkan dengan kebutuhan diri sendiri. Informan mengatasi kelemahannya dengan berhati-hati dalam mengambil keputusan.

Informan ketiga memiliki kelemahan mudah terbawa emosi. Informan keenam mempunyai pengalaman masa lalu yang buruk. Sejak kecil orang tua informan telah bercerai. Menurut informan ayahnya sering berlaku kasar pada ibunya. Sehingga informan merasa perlu melindungi ibunya. Informan mengatasi kelemahan dengan melakukan kontrol diri. Informan sering mencurahkan isi hatinya melalui *Instastories*.

c. Hubungan Interpersonal

Orang-orang yang dapat mengaktualisasikan dirinya memiliki hubungan interpersonal yang melibatkan perasaan mendalam dan kuat bagi individu. Orang-orang yang mengaktualisasikan dirinya dengan baik tidak harus berteman dengan semua orang. Informan pertama mempunyai teman di lingkungan kampus dan di luar kampus. Informan pertama menjalin hubungan baik dengan laki-laki dan perempuan. Informan pertama cenderung seimbang dalam berteman. Menurutnya berteman dengan laki-laki bisa membawa dirinya ke arah positif atau negatif. Sedangkan perempuan dapat menjadi teman untuk berkeluh kesah.

Informan kedua Bayu memiliki banyak teman di dalam kampus maupun di luar kampus. Namun ia hanya memiliki satu orang sahabat laki-laki. Menurutnya sahabat adalah seseorang yang mengerti diri kita sebenarnya.

Informan ketiga Fajar memiliki banyak teman di kampus maupun di luar kampus. Informan sering menghabiskan waktu di dalam kampus, dan mengikuti pertandingan bulutangkis. Selain dapat menyalurkan hobinya, ia juga mendapatkan teman-teman baru yang memiliki hobi serupa. Informan dapat berteman dengan siapa saja. Informan sering menggunakan *Instastories* guna mengabadikan momen bersama teman-temannya. Terkadang informan ketiga menggunakan *live stories* bersama dengan teman-temannya. Informan ketiga Fajar Saputro menyampaikan,

“Banyak, anak atma juga ada, temen-temen SMA, di atmajaya kan ada 4 kampus, ada fakultas FTI, dan semua anak fakultas FTI, sudah saya anggap sebagai teman, salin kenal satu sama lain, ada dita juga anak UPN.

Sahabat juga ada, anak kampus Jakarta, cowok partner Badminton. Kalau dalam berteman saya seimbang sih, ya laki-laki ya perempuan, gak mau beda-bedain orang, banyak teman mau cewek atau cowok itu bagus (Wawancara 02 November 2018).

Informan keempat memiliki sahabat yang berasal dari Cilacap. Informan pertama memiliki banyak teman. Ia berteman dengan laki-laki dan perempuan. Namun ia memilih seseorang yang dapat memberi pengaruh positif bagi dirinya. Informan keempat mempunyai teman-teman yang berasal dari lingkungan kampus maupun di luar kampus. Informan lebih banyak berteman dengan laki-laki daripada perempuan. Informan keempat sering membagikan aktivitas jalan-jalan bersama teman-temannya melalui *Instastories*. Informan pertama memiliki sahabat laki-laki dan perempuan. Keduanya berasal dari Cilacap.

Informan Dinda memiliki hubungan baik dengan teman-temannya. Saat ini ia masih menjalin relasi dengan teman-teman lamanya. Namun informan hanya memiliki beberapa sahabat karena takut dikhianati. Informan memiliki sahabat yang berasal dari luar kampusnya. Informan lebih banyak berteman dengan perempuan. Informan Dinda beranggapan bahwa menjalin persahabatan dengan perempuan jauh lebih mengerti keadaan seorang perempuan, dibandingkan dengan laki-laki yang biasanya bersikap cuek.

Informan keenam sering menghabiskan waktu bersama teman-temannya. Kebanyakan ia memiliki teman-teman yang berasal dari lingkungan kampus. Informan pernah memiliki sahabat yang berasal dari lingkungan kampusnya. Namun karena terjadi pengkhianatan dalam hubungan persahabatan. Informan

menjadikan hal itu sebagai pembelajaran untuk berhati-hati dalam memilih sahabat. Saat ini informan lebih memilih menceritakan masalah pribadinya kepada saudara kembarnya. Informan menggunakan *Instastories* untuk membagikan kegiatannya bersama teman-teman kampus.

d. Kadar Konflik yang Tinggi

Peneliti menemukan bahwa kebebasan dalam menyampaikan pendapat dan mengekspresikan diri di *Instastories* menimbulkan konflik atau kesalahpahaman antar pengguna *Instastories* lainnya sehingga menimbulkan kerengangan hubungan dengan orang-orang di sekitar. Semua informan mengakui pernah mengalami masalah dengan sesama pengguna *Instastories*. Informan pertama, kelima, dan keenam memiliki kesamaan tentang masalah percintaan. Informan pertama terkena masalah dengan *status Instastories* yang diposting temannya. Informan mengakui sempat bertengkar karena postingan di *Instastories* yang dibuat temannya.

Informan Dinda mengatakan pernah memposting foto bersama dengan teman laki-laknya di *Instastories*. Kemudian orang lain mengira gebetan. Namun informan segera memberikan penjelasan kepada orang yang bersangkutan bahwa foto yang diposting di *Instastories* hanya sebatas teman saja.

Selain itu informan Epa menceritakan bahwa ia pernah memposting tentang pacarnya di *Instastories*. Informan keenam hanya ingin menunjukkan bahwa dirinya diperhatikan dan berterima kasih atas pemberian pacarnya melalui *Instastories*. Namun mantan pacar cowoknya malah menegurnya karena sering

memposting kegiatan bersama pacarnya sekarang. Informan mengatakan bahwa kegiatan yang diposting di *Instastories* adalah haknya. Apapun yang diposting melalui *Instastories* tidak bermaksud menyakiti hati orang lain.

Informan Bayu, Fajar, dan Dita mengatakan pernah menyindir seseorang melalui *Instastories*. Informan kedua pernah mengatakan tidak terlalu menyukai orang tersebut, sehingga menyindir melalui *Instastories*. Informan menceritakan bahwa orang yang disindirnya merasa ikut tersindir dengan postingan yang dibuatnya. Namun tidak secara langsung mengirim pesan. Sebaliknya melakukan hal yang serupa dengan membuat postingan di *Instastories*.

Informan ketiga Fajar pernah mengalami saling menyindir dengan temannya melalui *Instastories*. Namun karena ia tidak terlalu ambil pusing dengan sindiran tersebut. Informan langsung memblokir pertemanan di *Instastories* dengan orang tersebut.

Informan Dita mengakui pernah jengkel dengan temannya. Ia bercerita bahwa temannya menyindir dirinya lewat *Instastories*. Bahkan sindiran itu terang-terangan ditujukan kepada dirinya dimana menyebut nama *account Instagram* dan disebarluaskan di *Instastories*.

e) **Spontanitas**

Peneliti menemukan bahwa adanya sikap spontanitas melalui postingan yang dibagikan di *Instastories*. Informan tidak malu malu dalam mengekspresikan diri dan menumpahkan apa yang dirasakan melalui *Instastories*. Informan pertama

mengatakan ia sering memposting musik, momen dimana ada kejadian yang lucu., dan kebersamaan dengan teman-temannya. Selain itu informan pertama sering menunjukkan bakatnya dalam bermain *games Mobile Legends* di *Instastories*. Informan menceritakan ia langsung memposting hal yang baginya lucu di *Instastories*. Informan pernah memposting temannya yang berasal dari Cilacap. Saat itu ia mengabadikan momen video temannya yang berbicara dengan logat *ngapak* dan langsung membagikannya di *Instastories*. Kemudian teman-temannya banyak yang mengirimkan pesan dan menganggap itu sangat lucu. Menurutnya gaya bicara *ngapak* memiliki keunikan tersendiri.

Informan kedua Bayu jarang menggunakan *Instastories* biasanya menggunakan *Instastories* bila sedang melakukan kegiatan tertentu atau aktivitas sehari-hari. Biasanya informan mengabadikan kegiatan di kampusnya, saat ia sedang makan, atau saat sedang berada di tempat tertentu.

Informan ketiga Fajar termasuk aktif menggunakan *Instastories*. Informan ketiga biasanya tidak malu-malu dalam mengekspresikan perasaannya melalui tulisan di *Instastories*. Informan mengakui menjadikan *Instastories* sebagai tempat curhat. Selain itu ia menggunakan *Instastories* ketika sedang melakukan kegiatan kampus, seperti seminar. Informan juga menggunakan *Instastories* untuk membagikan informasi. Informan ketiga, Fajar mengatakan,

“Kegiatan ku, apa yang aku rasain, kadang bentuknya teks, kadang juga *sharing-sharing* informasi, curhatan, misal aku ikut seminar terus *update Instastories*” (Wawancara 02 November 2018).

Informan keempat Andita Gusti memiliki hobi makan, sehingga ia sering memberitahukan keberadaan lokasi dimana ia sedang makan. Informan mengakui bahwa ia ingin menginformasikan tempat makan yang unik bagi pengikutnya di *Instastories*. Selain itu ia hobi bermain *games*. Informan juga sering menggunggah prestasinya di dunia *games* seperti *Mobile Legends*. Terkadang informan juga mencurahkan perasaannya melalui *Instastories*. Tak jarang ia juga menginformasikan berita, berita dan menggunggah hal-hal lucu.



Gambar 4.24 Instastories tentang Curahan Hati

Sumber : Aplikasi Instagram 2019

Di dalam gambar diatas adalah salah satu postingan *Instastories* informan keempat Andita Gusti dimana ia mencurahkan apa yang sedang dialaminya melalui *Instastories*. Sesuai dengan pernyataan Dita yang berkata,

“Aku suka banget makan, aku hobi makan juga.. kemanapun aku nemu tempat makan lucu, tempat makan yang unik yang tempatnya juga bagus, mesti aku upload di *Instastories*. Aku kalo lagi makan cuman pengen nunjukin ke *viewers* ini lho aku lagi makan, ini tempatnya enak, aku cuman pengen menginformasikan ini”. Selain itu aku *screenshoot* berita berita, *screenshoot* hal-hal lucu sih. Curhat sih biasanya layar hitam kita ketik sendiri kata-katanya. Galau hahaha”(Wawancara 11 November 2018).

Informan kelima Dinda sering mengabadikan aktivitasnya sehari-hari melalui Aktivitas-aktivitas yang diposting seperti makan, berbagi cerita. Informan juga mencurahkan keadaan yang dirasakan melalui *Instastories*. Informan sangat mengutamakan hubungannya dengan teman-temannya.

Informan keenam Epa menggunakan *Instastories* ketika ia sedang mengikuti kegiatan di kampus. Kegiatan yang biasa ia posting di *Instastories* adalah rapat, seminar atau ketika sedang menghadiri sebuah acara. Menurutnya ia hanya mengunggah momen yang penting untuk dibagikan di *Instastories*.

4.2.3. Dampak-Dampak Instastories

Penelitian ini menggunakan teori *CMC* yaitu komunikasi yang diperantai oleh komputer. Sebagaimana yang dijelaskan esensi teori *Computer Mediated Communication* yang dikemukakan A.F. Wood dan M.J Smith terutama pada dampak sosial yang berbeda yang didukung oleh teknologi komunikasi komputer. Berikut adalah dampak penggunaan *Instastories*.

a). Dampak Positif

1. Tempat Mencurahkan Isi Hati

Dalam hal ini *Instastories* membantu seseorang menyampaikan apa yang dirasakan kepada orang lain misal curahan isi hati. Curahan isi hati biasanya dilakukan untuk meluapkan emosi yang dirasakan seseorang. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Fajar Saputro, *Instastories* dapat membantu seseorang menyampaikan sesuatu yang tidak bisa disampaikan secara langsung ke orang lain.

2. Mempublikasikan Aktivitas Sehari

Fitur yang ada di *Instastories* membantu seseorang mempublikasikan segala aktivitas yang dilakukan sehari-hari. Hal ini memudahkan untuk mengetahui hal-hal apa saja yang dilakukan seseorang. Sebagaimana yang dikatakan informan Epa Nur Fitriana,

“Kalau dampak *Instastories* yang saya rasakan ya mba fitur *Instastories* membantu mempublikasikan kegiatan saya gitu, mempublikasikan ke orang-orang bahwa saya mempunyai kegiatan ini, kadang mempunyai acara ini, acara besar, jadi panitia, dsb. Pngen mendapatkan penghargaan dari orang ‘’ (Wawancara 11 November 2018).

3. Menambah Pengetahuan

Sebagaimana yang diungkapkan oleh informan Bayu Kresna Murti, adanya fitur *swipe up* memudahkan pengguna untuk saling terhubung ke dalam situs web yang diinginkan. Atas dasar hal tersebut peneliti menyimpulkan bahwa *Instastories* dapat menambah pengetahuan bagi penggunanya.

4. Menggali Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan dalam menciptakan sesuatu. *Instastories* membantu seseorang dalam mengkreasikan keahlian sehingga dapat dibagikan di

Instastories. Sebagaimana yang dikatakan informan Fajar Saputo yang mengungkapkan ketika dirinya membuat *poster* dan kemudian di *posting* di *Instastories*. Berdasarkan hasil pengamatan, peneliti menemukan bahwa informan lainnya juga menunjukkan kemampuannya dalam mengekspresikan diri melalui *Instastories*. Hal ini mendorong seseorang untuk melakukan hal-hal baru tanpa mengenal rasa takut. Seperti yang ditunjukkan informan Vincent yang berkeinginan membuat kedai kopi. Kemampuannya dalam membuat *art coffee* terus menerus digali. Kreativitas yang dimiliki Vincent dalam pembuatan *art coffee* ditunjukkan dalam postingan di *Instastories*.

5. Perubahan Gaya Hidup Positif

Kemajuan perangkat teknologi yang semakin berkembang dapat menimbulkan perubahan gaya hidup seseorang. *Instagram* dengan kemampuan audio visual menciptakan medium untuk melakukan penyebaran konten yang akan senyap setelah 24 jam . Penyebaran konten tidak hanya sebatas apa yang terunggah tetapi juga melalui perangkat yang digunakan. Berbeda dengan media sosial lainnya. *Instastories* memiliki 19 fitur dan membantu seseorang dalam mengekspresikan dirinya yang mungkin tidak dapat direalisasikan di dunia nyata. Salah satu informan Dinda mengungkapkan memiliki kelemahan dalam melakukan komunikasi langsung dengan orang lain. Ia mengakui *Instastories* dapat membantu dirinya dalam melakukan komunikasi verbal dengan

memanfaatkan fitur-fitur yang ada di *Instastories*. Sehingga *Instastories* dapat digunakan sebagai sarana berbicara di depan publik.

b). Dampak Negatif

1. Lupa Waktu

Instastories dapat diakses selama 24. jam, sehingga memungkinkan seseorang melakukan *update status*, atau melihat *Instastories* orang lain. Seperti yang dialami informan keenam Epa, ia sering mengakses dan menggunakan *Instastories* di waktu senggang. Selain itu informan Epa juga sering membuka *Instastories* untuk memastikan siapa saja yang *update status* di *Instastories*. Sehingga ia merasa telah menghabiskan banyak waktu untuk mengakses *Instastories*.

2. Hoaks

Konten foto dan video berdasarkan berita palsu (*hoaks*) sangat mudah disebarkan oleh *stories Instagram*. Seperti yang diungkapkan oleh informan Bayu Kresna Murti akun yang mengupload stories membuat seseorang perlu memilah kembali informasi yang dibaca. Tetapi ia merasa *hoaks* pada *Instastories* belum terlalu dirasakan.

3. Meningkatkan kesalahpahaman

Penggunaan *Instastories* dapat menimbulkan kesalahpahaman. Kesalahpahaman dapat terjadi karena ketidakmampuan seseorang dalam memahami keadaan seseorang. Selain itu dampak yang terjadi tergantung dari pengguna *Instastories*. Kesalahpahaman bisa menimbulkan persepsi baik secara positif maupun negatif. Sebagaimana yang diungkapkan Vincentius Guruh Utama, ia sering melihat teman-temannya mengunggah *postingan* di *Instastories* sedang berada di club malam. Ia berpikir bahwa temannya adalah salah satu anak nakal dan boros sehingga harus dijauhi atau tidak perlu menjalin hubungan yang sangat dekat. Padahal, hal yang di *upload* di *Instastories* tidak selalu sesuai dengan kenyataan atau persepsi viewersnya. Bisa jadi, teman Vincent merupakan pekerja *part time* yang sedang bekerja di club malam.

4. Kecanduan

Seperti yang diperoleh dari hasil wawancara bahwa proses komunikasi yang terjadi di *Instastories* mengakibatkan ketergantungan bagi penggunanya. *Instastories* memiliki keunikan tampilan audio visual, sehingga dapat menyebabkan timbulnya rasa penasaran bagi penggunanya. Hal ini mengakibatkan adanya perilaku adiktif atau kecanduan atau kecanduan pada komputer atau internet sehingga menjadikan komputer seperti candu sehingga mereka kurang bersosialisasi dan kurang memiliki sikap toleransi. Seperti ungkapan informan Dita, Fajar, Vincent, dan Epa yang ketergantungan dengan

Instastories. Keempat informan mengakui bahwa *Instastories* tidak dapat dilepaskan dalam kehidupan sehari-hari. Bahkan peneliti menemukan ketergantungan pada perangkat teknologi yang digunakan seperti *smartphone*. Seperti yang diungkapkan informan yang Epa setiap hari mengakses *Instastories* dan setiap ia memegang hp.

5. Perubahan Gaya Hidup Negatif

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dapat menimbulkan perubahan gaya hidup baik positif maupun negatif. Perubahan menuju arah negatif mampu mengubah karakter seseorang. Seperti yang diungkapkan oleh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta Fajar Junaedi, bahwa apa yang ditampilkan di *Instastories* adalah sesuatu yang mewakili ekspresi pengguna. Fakta bahwa yang diposting di *Instastories* adalah bagian dari kegiatan atau aktivitas yang dilakukan sehari-hari. Maka ada kecenderungan rasa saling bersama antar sesama pengguna *Instastories*. Hal ini dibuktikan oleh informan Andita Gusti dan Fajar yang mengatakan bahwa *Instastories* digunakan untuk pamer.

4.3. Pembahasan

Analisis data yang didapatkan dari hasil penelitian di lapangan, generasi *millennials* merupakan generasi yang menggunakan teknologi untuk berkomunikasi disamping komunikasi tatap muka. Salah satunya teknologi komunikasi yang digunakan adalah *Instagram Stories*. *Instagram Stories*

merupakan salah satu bagian dari media sosial *Instagram* yang banyak digunakan generasi *millennials*. Sebagian besar generasi *millennials* menggunakan *platform* media sosial ini digunakan untuk berkomunikasi dengan orang lain, menambah teman, tempat berkarya, berbagi informasi, bahkan menyampaikan pemikiran dan perasaan seseorang. Selain itu generasi *millennials* menggunakan *Instastories* untuk mengabadikan aktivitas yang dilakukan sehari-hari dan untuk mempromosikan produk.

Fitur unggulan milik *Instagram*, *Instastories* menggaet 400 juta pengguna aktif harian. Jumlah ini dua kali lipat dari pengguna *Snapchat* yang lebih awal menawarkan *stories*. *Instagram* tak hanya merebut pengguna *snapchat* saja, tetapi juga meniru fitur-fitur di *snapchat*. Indonesia diklaim sebagai salah satu negara pembuat konten *instagram* paling banyak. Seperti yang dikemukakan oleh Jeko I. R dalam Orang Indonesia Paling Doyan Main *Instagram Stories* tahun 2017. Hal ini pun diperkirakan akan terus meningkat setiap bulannya yang juga membuktikan bagaimana jejaring sosial *Instastories* di Indonesia saat ini telah menjadi fenomena *trend* terkini.

Sebagai media sosial yang banyak digunakan generasi *millennials*, fitur yang ditawarkan *Instastories* tidak luput dari masalah *fear off missing out* (FoMo) atau kecemasan yang timbul akibat ketinggalan informasi di media sosial serta menjadikan *habit* para *user*nya sebagai sarang narsis. Dilansir *theconversation* (2018) dalam penelitiannya yang berfokus pada layanan yang ditawarkan di *instagram* seperti berbagi foto, aktivitas sehari-hari, *InstaStories*, *InstagramLive*, komentar sampai *chatting* menggunakan fitur *direct message* menunjukkan

sebanyak 70% millennium dewasa usia 18-24 tahun merasa terkait dengan *fear off missing out* (FoMo) atau kecemasan yang timbul akibat ketinggalan informasi di media sosial. Seperti yang dikemukakan oleh Frensen Salim, Universitas Gunadarma dalam Narsisme Visual di *Instagram* bisa Berdampak Buruk bagi Kesehatan Mental tahun 2018. Tak hanya itu konten *GIF* yang disematkan di *Instastories* mendadak dihilangkan karena dinilai mengandung konten rasisme seperti sisipan kata sensitif. Seperti yang dikemukakan oleh Fatimah Kartini Bohang dalam *Instagram Mendadak Hapus Fitur GIF* tahun 2018.

Penelitian Cyberkreasi (2017) mengungkapkan sebagian besar pengguna *Instagram* berasal dari kalangan mahasiswa. Semenjak muncul *Instastories* dan menyusul *instaLive* ternyata fitur baru di *instagram* serta habit para usernya, menjadikan *instagram* sebagai sarang narsis. Penelitian yang dilakukan LendEDU membuktikan dari 10.000 anak dari generasi *millennials* 64% sepakat bahwa *Instagram* beserta fitur-fiturnya seperti *IG Live*, *Instastories* adalah media sosial paling narsis. Seperti yang dikemukakan dalam www.lampung.tribunnews.com Hasil Survei Pengguna Instagram Paling Haus Perhatian Dibanding Media Sosial Lainnya tahun 2017.

Salah satu kasus nyata terkait pemanfaatan fitur *Instastories* terjadi pada akun @lucinta luna. Lucinta Luna adalah artis Indonesia yang memiliki *followers* lebih dari satu juta *followers*, tersandung kasus terkait ucapannya yang tidak sengaja menghina nama salah satu daerah di Indonesia yaitu Manokwari saat melakukan *Live Instagram*. Warga Manokwari merasa dihina dan dilecehkan sehingga menuntut polisi untuk mengusut tuntas masalah tersebut. Tindakan yang

telah dilakukan oleh Lucinta Luna juga membuat dirinya diserang oleh pengguna *Instagram*. Meskipun Lucinta Luna sudah meminta maaf, namun dia tetap mendapat kecaman dari para pengguna media sosial. Meskipun konten GIF tetap diperbaharui di *Instastories*, masalah terkait pemanfaatan fitur-fitur yang ada di *Instastories* akan selalu ada. Seperti yang dikemukakan oleh Eka Laili Rosidha dalam Dianggap Menghina Manokwari, Lucinta Luna dituntut Rp 100 Miliar tahun 2018.

Masalah yang terjadi dengan pemanfaatan fitur *Instastories* dialami oleh generasi *millennials*. Permasalahan yang ditemukan berkaitan dengan proses komunikasi penggunaannya. Berdasarkan hasil analisis peneliti, dalam proses komunikasi yang terjadi di *Instastories* terdapat poin-poin yang meliputi frekuensi mengakses *Instastories*, pemanfaatan fitur di *Instastories*, aktivitas di *Instastories*, pertimbangan *viewers* di *Instastories*.

Proses komunikasi dalam *Instastories* salah satunya adalah Frekuensi dalam penggunaan *Instastories*. Peneliti menemukan bahwa frekuensi mengakses *Instastories* tiap individu berbeda-beda. Berdasarkan pengamatan peneliti, salah satu informan yang bernama Vincent mengakses *Instastories* sesuai dengan keinginan hatinya. Perbedaan ini ditemukan pada Informan Bayu dan Dita dalam mengakses *Instastories*. Kedua narasumber tersebut menggunakan *Instastories* bergantung pada kesibukan aktivitasnya. Namun informan Dita mengakui kesibukan dapat mempengaruhi dirinya dalam mengakses *Instastories*.

Perbedaan frekuensi dalam menggunakan *Instastories* juga ditemukan pada semua narasumber peneliti. Berdasarkan hasil pengamatan, peneliti menemukan bahwa Informan Fajar mengakses *Instastories* setiap hari, tetapi dalam jangka waktu yang tidak terlalu lama. Lalu, informan Dinda mengakses *Instastories* berdasarkan adanya dukungan koneksi jaringan yang memadai. Sedangkan, Informan Epa sangat sering mengakses *Instastories*, saat dirinya melakukan *update status*. Sehingga rasa penasarannya timbul untuk sering membuka *Instastories*. Berdasarkan hasil analisis peneliti melihat bahwa dalam frekuensi mengakses *Instastories* yang dilakukan generasi *millennials* dipengaruhi oleh kegiatan penggunaannya.

Instastories dalam *Instagram* memiliki berbagai fitur yang dapat digunakan oleh penggunaannya. Fitur-fitur tersebut memiliki kegunaan dan fungsi yang berbeda-beda. *Instastories* tidak hanya memberikan konten hiburan berdasarkan pemanfaatan fitur-fitur, melainkan juga digunakan untuk kegiatan lain. Penyebaran konten yang terjadi di *Instastories* bukan saja sebatas apa yang diunggah, tetapi penyebaran dapat terjadi melalui adanya tombol *plus* atau tombol *send to* yang bermanfaat untuk membatasi penerima *stories*. *Instastories* menjadi medium untuk saling terhubung melalui perangkat teknologi, sehingga memungkinkan terjadinya interaksi di dalamnya. Beberapa aktivitas yang dilakukan di *Instastories* yaitu memperbaharui status, melihat *update status* terbaru dari teman-temannya, menambah teman, dan berkomunikasi dengan teman-temannya. Aktivitas yang dilakukan generasi *millennials* melalui proses komunikasi yang terjadi di *Instastories* diawali dengan tahapan *impresonal*

dimana pemanfaatan fitur-fitur di *Instastories* seperti *GIF*, *Face Filter*, *boomerang*, *superzoom*, *rewind*, *emoticon* maupun foto yang diabadikan melalui sebuah postingan digunakan untuk mengganti peranan bahasa non verbal dan untuk menarik perhatian *followers*. Seperti yang diungkapkan oleh informan Dinda, Vincent, dan Dita yang sering menggunakan fitur *boomerang*. Namun penggunaan fitur lainnya juga sering diterapkan pada postingan yang sama. Seperti yang dilakukan informan Andita Gusti yang sering melakukan *selfie* yang diberi *face filter* agar postingan foto dirinya terlihat indah dan menarik.. Namun perbedaan ditemukan pada informan Epa yang lebih sering menggunakan fitur *type*. Pada tahapan kedua yaitu tahapan interpersonal yaitu generasi *millennials* mengekspresikan dirinya dan menciptakan kesan kepada *followers* dengan melakukan *update status* dan saling berkomentar menggunakan fitur *direct message* melalui *Instastories* berupa *likes*, *comment*, *share*. Peneliti menemukan bahwa terdapat perbedaan penggunaan fitur *direct message*. Seperti pada informan Andita Gusti yang sering meninggalkan *emoticon* dan *sticker* pada postingan *Instastories* orang lain. Namun informan Dinda dan Fajar yang jarang menggunakan *direct message*. Informan Vincent hanya menggunakan fitur *direct message* berdasarkan situasi dan kondisi tertentu. Berbeda dengan informan Epa tidak pernah menggunakan fitur *direct message*. Pertukaran pesan melalui fitur *direct message* ditujukan pada sesama pengguna *Instastories*. Sehingga komunikasi interpersonal yang terjalin melalui *computer mediated communication* setara dengan komunikasi interpersonal tatap muka atau *face to face*. Namun peneliti menemukan adanya kesalahpahaman melalui postingan yang diunggah

beberapa informan. Seperti yang dialami oleh informan Vincent, Dinda, dan Epa yang memiliki kesamaan tentang masalah percintaan. Sedangkan informan Bayu mengungkapkan rasa tidak suka pada seseorang melalui postingan *Instastories*. Sehingga komunikasi interpersonal melalui *computer mediated communication* belum mampu menggantikan komunikasi interpersonal *face to face*. Tahapan terakhir yaitu tahapan *hyperpersonal* dimana seseorang merasa nyaman mengespresikan dirinya dalam saluran komunikasi melalui *Instastories*. Peneliti menemukan hanya informan Dinda yang mengungkapkan memiliki kelemahan dalam melakukan komunikasi langsung. Ia menganggap *Instastories* dapat membantu dirinya dalam melakukan komunikasi tidak langsung melalui pemanfaatan fitur-fitur di *Instastories*. Tetapi peneliti melihat komunikasi *face to face* atau tatap muka masih lebih efektif karena tanpa menggunakan media dalam menyampaikan pesan. Selain itu dapat melihat secara langsung reaksi komunikan sehingga meminimalisir adanya kesalahpahaman. Hasil analisis peneliti menemukan beberapa fitur dalam *Instastories* yang paling sering digunakan oleh generasi *millennials* adalah *normal*, *boomerang*, *direct message location*, *mention*. Fitur-fitur tersebut sering digunakan karena membantu proses mengekspresikan diri dalam bentuk tanda-tanda verbal maupun nonverbal. Sehingga dapat meningkatkan aktualisasi diri seseorang. Fitur yang jarang digunakan adalah generasi *millennials* adalah *share a post*, *swipe up* dan *emoji slider*. Fitur yang tidak pernah digunakan adalah *video call* dan *archive*. Peneliti menemukan fitur *archive* tidak pernah digunakan generasi *millennials* karena kurangnya informasi terkait fitur tersebut.

Peneliti melihat bahwa setiap narasumber memiliki perbedaan dalam aktivitasnya. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, Informan Bayu jarang memperbaharui status dalam *Instastories*, hal ini berbanding terbalik dengan Informan Andita yang setiap hari *mengupdate* status dan memanfaatkan *Instastories* untuk memberitahu informasi, curhat, dan *me-review* makanan. Informan Vincent menggunakan *Instastories* untuk menyebarkan hal-hal lucu, dan musik. Informan Fajar, Dinda, dan Epa menggunakan *Instastories* untuk membagikan aktivitas sehari-hari. Selain itu informan Fajar dan Epa menggunakan *Instastories* untuk mencurahkan isi hatinya di *Instastories*. Artinya, *Instastories* tidak hanya digunakan untuk untuk mengupload foto dan video, melainkan, peneliti melihat bahwa *Instastories* digunakan generasi *millennials* untuk mencurahkan isi hati seseorang dan dapat digunakan sebagai wadah mendokumentasikan aktivitas yang dilakukan sehari-hari.

Salah satu kelebihan *Instastories* adalah pengguna dapat melihat *viewers* di *Instastoriesnya*. Berdasarkan hasil analisis peneliti menemukan bahwa rata-rata *viewers* informan adalah orang-orang terdekat seperti teman-temannya, saudara kandungnya. Namun sebagian menyembunyikan *Instastories* dari keluarganya. Sebagaimana Informan Vincent mempunyai rata-rata *viewers* sebanyak 250 orang. Ia hanya mengkonfirmasi teman-temannya dan menyembunyikan *stories* dari orang tuanya. Informan Fajar mempunyai rata-rata *viewers* sebanyak 150-200 orang. Ia hanya mengkonfirmasi teman-temannya. Informan menyembunyikan *stories* dari kakak dan adiknya. Informan Dita memiliki `rata-rata *viewers* sebanyak 200 orang. Ia hanya mengkonfirmasi teman-temannya dan saudaranya.

Pada keadaan tertentu, ia menyembunyikan *stories* dari mantannya. Informan Epa memiliki rata-rata *viewers* sebanyak 60-90 orang. Ia hanya mengkonfirmasi teman-temannya. Pada keadaan tertentu, ia menyembunyikan *Instastories* dari mantan-mantannya. Informan Bayu memiliki rata-rata *viewers* sebanyak 110-200. Informan Dinda memiliki rata-rata *viewers* memiliki rata-rata *viewers* 100 orang. Namun informan Bayu dan Dinda tidak menyembunyikan *Instastories* dari teman-temannya. Kedua informan tersebut beranggapan bahwa apa yang dibagikan di *Instastories* adalah hal-hal yang penting dibagikan di *Instastories*. Peneliti melihat bahwa pertimbangan *viewers* yang dilakukan generasi *millennials* didasarkan situasi dan kondisi tertentu. Hal ini dikarenakan generasi *millennials* membutuhkan ruang untuk mencurahkan segala sesuatu yang dialami di dunia nyata yang merupakan bagian dari proses mengekspresikan dirinya. Dalam menyampaikan cerita di *Instastories*, pengguna juga memerlukan batasan privasi, misalnya dengan membatasi jumlah penonton *stories Instagramnya*.

Sebagaimana konsep hierarki kebutuhan (*hierarchy of needs*) oleh Abraham Maslow (1954) ada empat kebutuhan yang harus terpenuhi sebelum mencapai aktualisasi diri. Generasi *Millennials* beranggapan telah memenuhi kebutuhan-kebutuhan di level sebelumnya. Generasi *Millennials* telah memenuhi kebutuhan sandang, pangan, papan, dan kebutuhan lainnya. Kebutuhan akan aktualisasi diri adalah kemampuan seseorang untuk mengekspresikan dan mengenali potensi dirinya untuk menjadi versi terbaik dirinya. Aktualisasi diri dituangkan dalam wadah fitur *Instagram Stories*.

Bentuk-bentuk aktualisasi diri dapat dilihat dari karakteristik dasar orang yang mengaktualisasikan diri. Generasi *millennials* memiliki pandangan-pandangan yang berbeda tentang aktualisasi diri yang dalam hal ini dituangkan dalam wadah *Instastories*. Informan pertama Vincent memahami aktualisasi diri sebagai menunjukkan diri kita ke orang lain atau publik. Informan pertama meyakini bahwa postingan seseorang di *instastories* adalah bagian dari aktualisasi diri. Menurutnya seseorang dapat menunjukkan bakat atau potensi dalam diri lewat sebuah postingan di *Instastories*. Informan kedua Bayu memahami aktualisasi diri sebagai situasi yang terjadi saat ini. Namun ia berpendapat bahwa postingan di *Instastories* tidak terlalu mencerminkan aktualisasi diri, sebab apa yang terjadi di dunia maya belum tentu benar-benar sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Informan ketiga Fajar memahami aktualisasi diri sebagai hal positif yang dimiliki seseorang. Informan ketiga meyakini bahwa postingan di *Instastories* adalah bagian dari aktualisasi diri, sebab seseorang dapat berbagi hal-hal yang dilakukan sehari-hari melalui *Instastories*.

Informan keempat Dita memahami aktualisasi diri sebagai bakat yang dimiliki seseorang. Informan Dita meyakini bahwa postingan seseorang di *Instastories* adalah bagian dari aktualisasi diri. Menurutnya seseorang bisa menunjukkan kemampuan dan mengembangkan bakat melalui *Instastories*. Selain itu *Instastories* memungkinkan seseorang untuk menjalin relasi lebih banyak dengan orang lain. Informan kelima Dinda memahami aktualisasi diri sebagai usaha seseorang agar dihargai di dunia maya. Namun ia berpendapat bahwa

postingan di *Instastories* tidak terlalu mencerminkan aktualisasi diri. Informan menekankan adanya perbedaan karakter yang terjadi baik di dunia maya maupun dunia nyata. Informan keenam Epa memahami aktualisasi diri sebagai usaha seseorang menjadi versi terbaik dirinya dengan terus menerus mengoptimalkan potensi dirinya. Informan kelima meyakini bahwa postingan di *Instastories* adalah bagian dari aktualisasi diri. Menurutnya, ia bisa menunjukkan kemampuan dirinya dan kemudian mengabadikannya melalui *Instastories*. Menurut kedua narasumber yaitu Psikolog Novi Ernilawati, S.Psi, M.Psi, Psikolog (Psikolog Wiloka Workshop) postingan di *Instastories* bisa dikatakan aktualisasi diri jika keinginannya (*needs*)nya adalah kebutuhannya adalah dia memiliki *needs* yang besar untuk menjadi *center of attention*, karena dia bisa mengembangkan dirinya dengan menunjukkan dirinya. Selain itu dosen Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Fajar Junaedi S.Sos., M.Si. menambahkan, apa yang ditampilkan orang di *Instastories* itu menampilkan hal yang *real*. *Instastories* berkaitan dengan yang terjadi 1 kali 24 jam, seringkali yang terlihat adalah sesuatu yang mewakili ekspresi penggunaannya. Peneliti melihat bahwa *postingan* yang dilakukan generasi *millennials* di *Instastories* adalah bagian dari proses mengaktualisasikan diri dengan menunjukkan potensi-potensi diri yang diekspresikan melalui fitur-fitur *Instastories*. Proses mengaktualisasikan diri diabadikan dan divisualisasikan dalam bentuk konten foto atau video.

Ada beberapa karakteristik aktualisasi yang harus dimiliki seseorang dalam aktualisasi diri. Pertama adalah kreativitas, hal ini menjadi bagian penting untuk dapat mengaktualisasikan diri secara maksimal. Peneliti menemukan

kreatifitas didasarkan dari bagaimana individu mengenali potensi diri masing-masing. Di dalam wadah *Instastories* generasi *millennials* tidak malu-malu dalam mengekspresikan diri dan menampilkan versi terbaik diri sendiri. Aktivitas yang dilakukan sehari-hari adalah bagian dari cara generasi *millennials* mengenali kemampuan yang dimiliki. Beberapa informan menyadari potensi diri dan sadar untuk terus mengembangkan kemampuannya. Informan Vincent mengakui dirinya sering pergi ke kedai kopi bersama teman-teman, sehingga muncul ide untuk membuat sebuah usaha kedai kopi bersama teman-temannya. Saat ini informan pertama sedang melakukan persiapan terhadap usaha kedai kopinya. Keahliannya dalam membuat *art coffee* sering ia *posting* di *Instastories*. Informan ketiga memiliki bakat dalam bidang olahraga bulu tangkis. Saat masih SD, informan mengikuti club badminton, dan berhasil menjuarai beberapa perlombaan bulutangkis. Terkadang ia menunjukkan kemampuan dirinya bermain bulutangkis melalui *Instastories*.

Informan keempat memiliki kemampuan *IQ* yang tinggi, sehingga pernah mendapatkan beasiswa di luar kota. Selain itu informan keempat juga memiliki komunitas *games online*, dan menjadi panitia lomba games. Saat ini informan Dita menyukai *games Mobile Legends*. Keahliannya dalam bermain *games online* sering ditunjukkan di *Instastories*. Informan keenam mempunyai bakat memasak. Informan belajar memasak dari ayahnya yang mempunyai usaha cireng. Informan mengakui dirinya mempunyai pribadi yang mandiri dan tangguh. Hampir setiap hari informan memasak cireng dan ia menitipkan cireng di kampus. Informan juga

memiliki hobi naek gunung. Selain memposting aktivitas sehari-hari, ia juga memposting dirinya sedang mendaki melalui *Instastories*.

Informan kedua Bayu dan informan kelima Dinda memiliki kesibukan kuliah. Kedua informan sama sama memiliki hobi olahraga. Namun informan Dinda memiliki hobi bulutangkis, dan hanya menjalankan hobinya sesuai keinginan hatinya, Informan Bayu rutin berolahraga seminggu sekali. Ia memiliki hobi sepak bola dan sering memposting saat bermain sepak bola di *Instastories*. Berdasarkan hasil observasi peneliti melihat bahwa generasi *millennials* sering mempublikasikan aktivitasnya sehari-hari di *Instastories*. Tak hanya itu *postingan* di *Instastories* juga menunjukkan kelebihan yang merupakan cara generasi *millennials* dalam meningkatkan kreativitas dirinya di depan orang lain.

Kedua yaitu penerimaan diri yang positif. Penerimaan diri yang positif adalah cara seseorang menerima kelemahan dan kelebihan sebagai bagian dari potensi diri. Semua informan menyadari tidak ada yang sempurna. Setiap orang memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing. Perbedaan karakter yang ada membuat generasi *millennials* memiliki sudut pandang yang berbeda tentang bagaimana memahami diri sepenuhnya. Informan Vincent, Bayu, Fajar, Dita dan Epa memiliki kelebihan mudah bergaul dengan siapa saja. Namun informan Vincent lebih selektif dalam bergaul dengan orang lain. Informan Dita mengakui dirinya kurang sabar, sehingga pernah mengalami kesalahpahaman dengan temannya hingga bermusuhan. Kemudian informan akur kembali dengan temannya. Sedangkan informan Vincent memiliki tingkat kepercayaan diri yang rendah dalam situasi tertentu. Informan pertama Vincent memahami kekurangan

diri sendiri dengan baik sehingga dapat mengatasi kekurangan tersebut. Informan Vincent pernah mengalami kesalahpahaman dengan temannya karena terlambat menonton film. Namun keduanya dapat kembali berteman baik

Informan kedua memiliki kelebihan mudah bergaul dengan orang lain. Sebaliknya informan kedua membutuhkan waktu untuk beradaptasi dengan orang lain. Informan dapat mengatasi kelemahannya dengan baik. Biasanya informan berinisiatif untuk menyapa atau memulai obrolan dengan orang lain. Tak jarang informan Bayu juga mengalami kesalahpahaman dengan orang lain. Ia sudah tersenyum dari kejauhan namun temannya tidak merasa disapa olehnya.

Informan kelima memiliki kesulitan dalam berbicara secara langsung. Sehingga mudah terbata-bata dalam berbicara. Informan mengakui bahwa kekurangannya dapat menjadikan dirinya tidak percaya diri. Informan mengatasi kelemahannya dengan berbicara di media sosial. Informan kelima mengakui *Instastories* dapat membantunya lebih percaya diri tampil di depan publik.

Informan keenam memiliki kelemahan mudah cemas dan mudah percaya dengan orang lain. Sehingga informan lebih mengutamakan kebutuhan orang lain dibandingkan dengan kebutuhan diri sendiri. Informan mengatasi kelemahannya dengan berhati-hati dalam mengambil keputusan.

Informan ketiga memiliki kelemahan mudah terbawa emosi. Informan keenam mempunyai pengalaman masa lalu yang buruk. Sejak kecil orang tua informan telah bercerai. Menurut informan ayahnya sering berlaku kasar pada ibunya. Sehingga informan merasa perlu melindungi ibunya. Informan mengatasi

kelemahan dengan melakukan kontrol diri. Informan sering mencurahkan isi hatinya melalui *Instastories*.

Ketiga adalah Hubungan Interpersonal. Orang-orang yang dapat mengaktualisasikan dirinya memiliki hubungan Interpersonal yang melibatkan perasaan mendalam dan kuat bagi individu. Orang-orang yang mengaktualisasikan dirinya dengan baik tidak harus berteman dengan semua orang. Informan pertama mempunyai teman di lingkungan kampus dan di luar kampus. Informan pertama menjalin hubungan baik dengan laki-laki dan perempuan. Informan pertama cenderung seimbang dalam berteman. Menurutnya berteman dengan laki-laki bisa membawa dirinya ke arah positif atau negatif. Sedangkan perempuan dapat menjadi teman untuk berkeluh kesah.

Informan kedua Bayu memiliki banyak teman di dalam kampus maupun di luar kampus. Namun ia hanya memiliki satu orang sahabat laki-laki. Menurutnya sahabat adalah seseorang yang mengerti diri kita sebenarnya. Informan ketiga Fajar memiliki banyak teman di kampus maupun di luar kampus. Informan sering menghabiskan waktu di dalam kampus, dan mengikuti pertandingan bulutangkis. Selain dapat menyalurkan hobinya, ia juga mendapatkan teman-teman baru yang memiliki hobi serupa. Informan dapat berteman dengan siapa saja. Informan sering menggunakan *Instastories* guna mengabadikan momen bersama teman-temannya. Terkadang informan ketiga menggunakan *live stories* bersama dengan teman-temannya.

Informan Dita memiliki sahabat yang berasal dari Cilacap. Informan pertama memiliki banyak teman. Ia berteman dengan laki-laki dan perempuan. Namun ia memilih seseorang yang dapat memberi pengaruh positif bagi dirinya. Informan keempat mempunyai teman-teman yang berasal dari lingkungan kampus maupun di luar kampus. Informan lebih banyak berteman dengan laki-laki daripada perempuan. Informan keempat sering membagikan aktivitas jalan-jalan bersama teman-temannya melalui *Instastories*. Informan pertama memiliki sahabat laki-laki dan perempuan. Keduanya berasal dari Cilacap.

Informan Dinda memiliki hubungan baik dengan teman-temannya. Saat ini ia masih menjalin relasi dengan teman-teman lamanya. Namun informan hanya memiliki beberapa sahabat karena takut dikhianati. Informan memiliki sahabat yang berasal dari luar kampusnya. Informan lebih banyak berteman dengan perempuan. Informan Dinda beranggapan bahwa menjalin persahabatan dengan perempuan jauh lebih mengerti keadaan seorang perempuan, dibandingkan dengan laki-laki yang biasanya bersikap cuek.

Informan Epa sering menghabiskan waktu bersama teman-temannya. Kebanyakan ia memiliki teman-teman yang berasal dari lingkungan kampus. Informan pernah memiliki sahabat yang berasal dari lingkungan kampusnya. Namun karena terjadi pengkhianatan dalam hubungan persahabatan. Informan menjadikan hal itu sebagai pembelajaran untuk berhati-hati dalam memilih sahabat. Saat ini informan lebih memilih menceritakan masalah pribadinya kepada saudara kembarnya. Informan menggunakan *Instastories* untuk membagikan

kegiatannya bersama teman-teman kampus. Peneliti melihat generasi *millennials* memiliki hubungan interpersonal yang baik dengan teman-temannya. Tetapi mereka memilih orang-orang tertentu ketika menceritakan masalah pribadinya. Sehingga kecenderungan dalam bersahabat adalah dengan orang-orang yang dapat mengerti bagaimana keadaan yang dialami.

Keempat yaitu kadar konflik yang tinggi. Peneliti menemukan kebebasan dalam mengekspresikan diri menimbulkan konflik atau kesalahpahaman terhadap sesama pengguna *Instastories* sehingga menimbulkan kerenggangan hubungan dengan orang-orang sekitar. Informan Vincent, Dinda, dan Epa memiliki kesamaan tentang masalah percintaan. Informan Vincent terkena masalah dengan postingan *Instastories* yang diposting temannya. Sehingga menimbulkan pertengkaran akibat postingan yang dibuat tersebut. Informan Dinda pernah memposting foto bersama teman laki-lakinya di *Instastories*. Kemudian orang lain mengira gebetan. Namun informan Dinda segera memberikan penjelasan kepada orang yang bersangkutan bahwa foto yang di *posting* di *Instastories* hanya sebatas teman saja. Selain itu informan Epa pernah memposting foto bersama pacarnya. Informan Epa hanya ingin menunjukkan bahwa dirinya diperhatikan dan berterima kasih atas pemberian pacarnya melalui *Instastories*. Namun mantan pacar cowoknya menegurnya karena terlalu sering memposting kegiatan bersama pacarnya. Informan mengatakan bahwa kegiatan yang diposting di *Instastories* adalah haknya. Apapun yang diposting melalui *Instastories* tidak bermaksud menyakiti hati orang lain. Informan Bayu, Fajar, dan Dita pernah menyindir seseorang melalui *Instastories*. Informan Bayu mengakui tidak menyukai orang

tersebut, sehingga menyindir melalui *Instastories*. Informan Bayu menceritakan bahwa orang yang disindirnya merasa ikut tersindir dengan postingan yang dibuatnya, namun tidak secara langsung mengirim pesan. Sebaliknya melakukan hal yang serupa dengan membuat postingan di *Instastories*. Informan Fajar pernah mengalami saling menyindir dengan temannya melalui *Instastories*. Namun karena ia tidak terlalu ambil pusing dengan sindiran tersebut. Informan langsung memblokir pertemanan di *Instastories* dengan orang tersebut. Informan Andita mengakui pernah jengkel dengan temannya. Ia bercerita bahwa temannya menyindir dirinya melalui *Instastories*. Bahkan sindiran tersebut terang-terangan ditujukan kepada dirinya dimana menyebut nama *account Instagram* dan disebarluaskan di *Instastories*.

Terakhir dalam karakteristik aktualisasi diri yaitu spontanitas. Peneliti menemukan bahwa adanya sikap spontanitas melalui postingan yang dibagikan di *Instastories*. Informan tidak malu-malu dalam mengekspresikan diri dan menumpahkan apa yang dirasakan melalui *Instastories*. Informan pertama mengatakan ia sering memposting musik, momen dimana ada kejadian yang lucu, dan kebersamaan dengan teman-temannya. Selain itu informan pertama sering menunjukkan bakatnya dalam bermain games *Mobile Legends* di *Instastories*. Informan menceritakan ia langsung memposting hal yang baginya lucu di *Instastories*. Informan pernah memposting temannya yang berasal dari Cilacap. Saat itu ia mengabadikan momen video temannya yang berbicara dengan logat *ngapak* dan langsung membagikannya di *Instastories*. Kemudian teman-temannya

banyak yang mengirimkan pesan dan menganggap itu sangat lucu. Menurutnya gaya bicara *ngapak* memiliki keunikan tersendiri.

Informan kedua Bayu jarang menggunakan *Instastories* biasanya menggunakan *Instastories* bila sedang melakukan kegiatan tertentu atau aktivitas sehari-hari. Informan ketiga Fajar termasuk aktif menggunakan *Instastories*. Informan ketiga biasanya tidak malu-malu dalam mengekspresikan perasaannya melalui tulisan di *Instastories*. Informan mengakui menjadikan *Instastories* sebagai tempat curhat. Selain itu ia menggunakan *Instastories* ketika sedang melakukan kegiatan kampus, seperti seminar. Informan juga menggunakan *Instastories* untuk membagikan informasi.

Informan keempat memiliki hobi makan, sehingga ia sering memberitahukan keberadaan lokasi dimana ia sedang makan. Informan mengakui bahwa ia ingin menginformasikan tempat makan yang unik bagi pengikutnya di *Instastories*. Selain itu ia hobi bermain game. Informan juga sering menggunggah prestasinya di dunia games seperti *Mobile Legends*. Terkadang informan juga mencurahkan perasaannya melalui *Instastories*. Tak jarang ia juga menginformasikan berita, berita dan menggunggah hal-hal lucu.

Informan kelima Dinda sering mengabadikan aktivitasnya sehari-hari melalui Aktivitas-aktivitas yang diposting seperti makan, berbagi cerita. Informan juga mencurahkan keadaan yang dirasakan melalui *Instastories*. Informan sangat mengutamakan hubungannya dengan teman-temannya. Sehingga ia kerap menggunggah kegiatannya bersama teman-temannya. Informan kelima, Dinda

mengatakan, Informan keenam Epa menggunakan *Instastories* ketika ia sedang mengikuti kegiatan di kampus. Kegiatan yang biasa ia posting di *Instastories* adalah rapat, seminar atau ketika sedang menghadiri sebuah acara. Menurutnya ia hanya mengunggah momen yang penting untuk dibagikan di *Instastories*.

Berkaitan dengan teori CMC atau *Computer Mediated Communication* dalam penelitian ini dijelaskan A.F Wood dan M.J Smith merupakan komunikasi yang diperantarai oleh media komputer. Penelitian CMC berfokus terutama pada dampak sosial yang berbeda yang didukung teknologi komunikasi komputer. Salah satu bentuk kemajuan teknologi adalah *Instastories*. Selain itu kemampuan *Instastories* yang bernuansa audio visual dapat menimbulkan dampak tersendiri bagi penggunaannya khususnya generasi *millennials*. Dampak penggunaan *Instastories* terbagi menjadi dua :

a). Dampak Positif

1. Tempat Mencerahkan Isi Hati. *Instastories* membantu seseorang menyampaikan apa yang dirasakan kepada orang lain. Curahan isi hati biasanya dilakukan untuk meluapkan emosi yang dirasakan seseorang. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Fajar Saputro, *Instastories* dapat membantu seseorang menyampaikan sesuatu yang tidak bisa disampaikan secara langsung ke orang lain.

2. Mempublikasikan Aktivitas Sehari-hari. Fitur yang ada di *Instastories* membantu seseorang mempublikasikan segala aktivitas yang dilakukan sehari-hari. Hal ini memudahkan untuk mengetahui hal-hal apa saja yang

dilakukan seseorang. Seperti yang diungkapkan informan Epa, *Instastories* dapat membantu mempublikasikan suatu kegiatan. Kegiatan yang dilakukan seperti acara di kampus. Sehingga ia merasa mendapatkan penghargaan dari orang lain.

3. Menambah Pengetahuan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh informan Bayu Kresna Murti, adanya fitur swipe up memudahkan pengguna untuk saling terhubung ke dalam situs web yang diinginkan. Atas dasar hal tersebut peneliti menyimpulkan bahwa *Instastories* dapat menambah pengetahuan bagi penggunanya.

4. Menggali Kreativitas. *Instastories* membantu seseorang dalam mengkreasikan keahlian sehingga dapat dibagikan di *Instastories*. Kreativitas adalah kemampuan dalam menciptakan sesuatu Sebagaimana yang dikatakan informan Fajar Saputo yang mengungkapkan ketika dirinya membuat *poster* dan kemudian di *posting* di *Instastories*. Berdasarkan hasil pengamatan, peneliti menemukan bahwa informan lainnya juga menunjukkan kemampuannya dalam mengekspresikan diri melalui *Instastories*. Hal ini mendorong seseorang untuk melakukan hal-hal baru tanpa mengenal rasa takut. Seperti yang ditunjukkan informan Vincent yang berkeinginan membuat kedai kopi. Kemampuannya dalam membuat *art coffee* terus menerus digali. Kreativitas yang dimiliki Vincent dalam pembuatan *art coffee* ditujukan dalam postingan di *Instastories*.

5. Perubahan Gaya Hidup Positif. Kemajuan perangkat teknologi yang semakin berkembang dapat menimbulkan perubahan gaya hidup seseorang. *Instagram* dengan kemampuan audio visual menciptakan medium untuk melakukan

penyebaran konten melalui pemanfaatan fitur Instastories. Penyebaran konten tidak hanya sebatas apa yang terunggah tetapi juga melalui perangkat yang digunakan. Berbeda dengan media sosial lainnya. *Instastories* memiliki 19 fitur dan membantu seseorang dalam mengekspresikan dirinya yang mungkin tidak dapat direalisasikan di dunia nyata. Salah satu informan Dinda mengungkapkan memiliki kelemahan dalam melakukan komunikasi langsung dengan orang lain. Ia mengakui *Instastories* dapat membantu dirinya dalam melakukan komunikasi secara tidak langsung dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di *Instastories*. Sehingga *Instastories* dapat digunakan sebagai sarana berbicara di depan publik. Adapun dampak negatif penggunaan *Instastories* yang dirasakan generasi millennials

b). Dampak Negatif

1. Lupa Waktu. *Instastories* dapat diakses selama 24. jam, sehingga memungkinkan seseorang melakukan *update status*, atau melihat *Instastories* orang lain. Seperti yang dialami informan keenam Epa, ia sering mengakses dan menggunakan *Instastories* di waktu senggang. Selain itu informan Epa juga sering membuka *Instastories* untuk memastikan siapa saja yang *update status* di *Instastories*. Sehingga ia merasa telah menghabiskan banyak waktu untuk mengakses *Instastories*.

2. *Hoaks*. Konten foto dan video berdasarkan berita palsu (*hoaks*) sangat mudah disebarkan oleh *stories Instagram*. Seperti yang diungkapkan oleh informan Bayu Kresna Murti akun yang mengupload *stories* membuat seseorang perlu memilah

kembali informasi yang dibaca. Tetapi ia merasa *hoaks* pada *Instastories* belum terlalu dirasakan.

3. Meningkatkan kesalahpahaman. Penggunaan *Instastories* dapat menimbulkan kesalahpahaman. Kesalahpahaman dapat terjadi karena ketidakmampuan seseorang dalam memahami keadaan seseorang. Selain itu dampak yang terjadi tergantung dari pengguna *Instastories*. Kesalahpahaman bisa menimbulkan persepsi baik secara positif maupun negatif. Sebagaimana yang diungkapkan Vincentius Guruh Utama, ia sering melihat teman-temannya mengunggah *postingan* di *Instastories* sedang berada di club malam. Ia berpikir bahwa temannya adalah salah satu anak nakal dan boros sehingga harus dijauhi atau tidak perlu menjalin hubungan yang sangat dekat. Padahal, hal yang di *upload* di *Instastories* tidak selalu sesuai dengan kenyataan atau persepsi viewersnya. Bisa jadi, teman Vincent merupakan pekerja *part time* yang sedang bekerja di club malam.

4. Kecanduan. Proses komunikasi yang terjadi di *Instastories* mengakibatkan ketergantungan bagi penggunanya. *Instastories* memiliki keunikan tampilan audio visual, sehingga dapat menimbulkan rasa penasaran bagi penggunanya. Hal ini mengakibatkan adanya perilaku adiktif atau kecanduan pada komputer atau internet sehingga menjadikan komputer seperti candu sehingga mereka kurang bersosialisasi dan kurang memiliki sikap toleransi (Larasati 2010). Seperti ungkapan informan Dita, Fajar, Vincent, dan Epa yang ketergantungan dengan *Instastories*. Keempat informan mengakui bahwa *Instastories* tidak dapat dilepaskan dalam kehidupan sehari-hari. Bahkan peneliti

menemukan ketergantungan pada perangkat teknologi yang digunakan seperti *smartphone*. Seperti yang diungkapkan informan yang Epa setiap hari mengakses *Instastories* dan setiap ia memegang hp.

5. Perubahan Gaya Hidup Negatif. Perkembangan teknologi yang semakin pesat dapat menimbulkan perubahan gaya hidup baik positif maupun negatif. Perubahan menuju arah negatif mampu mengubah karakter seseorang. Seperti yang diungkapkan oleh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta Fajar Junaedi, bahwa apa yang ditampilkan di *Instastories* adalah sesuatu yang mewakili ekspresi pengguna. Fakta bahwa yang diposting di *Instastories* adalah bagian dari kegiatan atau aktivitas yang dilakukan sehari-hari. Maka ada kecenderungan rasa saling bersama antar sesama pengguna *Instastories*. Hal ini dibuktikan oleh informan Andita Gusti dan Fajar yang mengatakan bahwa *Instastories* digunakan untuk pamer.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pemanfaatan fitur *Instastories* sebagai bentuk aktualisasi diri generasi *millennials*, serta berdasarkan uraian dan pembahasan yang dipaparkan pada bab-bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. *Instastories* sebagai bentuk dunia baru dalam berkomunikasi dan mengaktualisasikan diri merupakan salah satu bagian dari media sosial *Instagram* yang digunakan untuk berkomunikasi dan berbagi informasi serta mendapatkan informasi tentang aktivitas ataupun peristiwa yang dialami para pengguna *Instastories* juga dapat digunakan sebagai wadah mencurahkan isi hati seseorang serta ajang mempromosikan produk-produk tertentu sebagai upaya berwirausaha dan berbisnis guna dijadikan solusi memecahkan masalah perekonomian. Proses Komunikasi di *Instastories* berlangsung secara *real time* dimulai dari penggunaan *Instastories*, dimana frekuensi mengakses *Instastories* dipengaruhi oleh kegiatan yang dilakukan generasi *millennials*. Fitur-fitur *Instastories* yang sering digunakan generasi *millennials* adalah *normal*, *boomerang*, *direct message location*, *mention*. Fitur-fitur tersebut sering digunakan karena membantu proses mengekspresikan diri dalam bentuk tanda-tanda verbal maupun nonverbal. Namun fitur *archive* tidak pernah digunakan generasi *millennials* karena kurangnya informasi terkait

fitur tersebut. Aktivitas yang dilakukan generasi *millennials* di *Instastories* adalah memperbaharui status, melihat *update status* terbaru dari teman-temannya, menambah teman, dan berkomunikasi dengan teman-temannya. Aktivitas yang dilakukan generasi *millennials* melalui proses komunikasi yang terjadi di *Instastories* diawali dengan tahapan *impresonal* dimana pemanfaatan fitur-fitur di *Instastories* seperti *GIF*, *Face Filter*, *boomerang*, *superzoom*, *rewind*, *emoticon* maupun foto yang diabadikan melalui sebuah postingan digunakan untuk mengganti peranan bahasa non verbal dan untuk menarik perhatian *followers*. Pada tahapan kedua yaitu tahapan interpersonal yaitu generasi *millennials* mengekspresikan dirinya dan menciptakan kesan kepada *followers* dengan melakukan *update status* dan saling berkomentar menggunakan fitur *direct message* melalui *Instastories* berupa *likes*, *comment*, *share*. Pertukaran pesan melalui fitur *direct message* ditujukan pada sesama pengguna *Instastories*. Sehingga komunikasi interpersonal yang terjalin melalui *computer mediated communication* setara dengan komunikasi interpersonal tatap muka atau *face to face*. Namun peneliti menemukan adanya kesalahpahaman melalui postingan yang diunggah beberapa informan. Sehingga komunikasi interpersonal melalui *computer mediated communication* belum mampu menggantikan komunikasi interpersonal *face to face*. Tahapan terakhir yaitu tahapan *hyperpersonal* dimana seseorang merasa nyaman mengespresikan dirinya dalam saluran komunikasi melalui *Instastories*. Namun komunikasi *face to face* atau tatap muka masih lebih efektif karena tanpa menggunakan media dalam menyampaikan pesan. Selain itu dapat melihat secara langsung reaksi komunikan sehingga meminimalisir adanya

kesalahpahaman. *Instastories* memiliki kelebihan dimana pengguna dapat melihat siapa saja *viewers* di *Instastories*. Sehingga pertimbangan *viewers* dilakukan pengguna dalam kondisi tertentu dengan membatasi jumlah penonton di *Instastories*.

2. Bentuk aktualisasi diri melalui *Instagram Stories* generasi *millennials* terlihat dari munculnya keberanian, keterbukaan, dan rasa percaya diri, sebagai wujud dari sifat kreatif dalam diri generasi *millennials*. Selain itu, muncul perasaan dan pikiran terbuka dalam menyampaikan sesuatu tanpa merasa malu dan menyembunyikannya sebagai reaksi spontanitas saat menghadapi suatu peristiwa atau kejadian. Kebebasan dalam menyampaikan pendapat dan mengekspresikan diri menimbulkan konflik antar pengguna *Instastories* lainnya. Generasi *millennials* menyadari adanya ketidaksempurnaan dalam diri masing-masing. Ketidaksempurnaan itu sebagai kemampuan menerima kelebihan dan kekurangan sebagai wujud penerimaan diri yang positif. Generasi *millennials* memiliki kemampuan beradaptasi dengan baik. Generasi *millennials* tidak membedakan pertemanan antar laki-laki maupun perempuan. Generasi *millennials* cenderung berhati-hati dalam memilih teman. Adanya kesalahan yang pernah ia lakukan merupakan pengalaman sebagai pembelajaran kedepannya. Generasi *millennials* memilih sahabat berdasarkan kebersamaan dan kecocokan antar satu dengan lainnya. Sehingga memiliki hubungan interpersonal yang melibatkan perasaan satu dengan lainnya.

3. Adapun dampak-dampak yang ditimbulkan melalui komunikasi yang termediasi oleh kemajuan *Instastories* adalah dampak-dampak penggunaan

Instastories berbeda-beda bagi penggunanya. *Instastories* dapat menimbulkan dampak positif dimana penggunaan *Instastories* membantu seseorang menyampaikan apa yang dirasakan kepada orang lain. Fitur yang ada di *Instastories* membantu seseorang mempublikasikan segala aktivitas yang dilakukan sehari-hari. Hal ini memudahkan untuk mengetahui hal-hal apa saja yang dilakukan oleh seseorang. Fitur *swipe up* memudahkan pengguna untuk terhubung ke situs web yang diinginkan sehingga membantu seseorang mendapatkan pengetahuan. *Instastories* membantu seseorang dalam menunjukkan kreativitas yang diposting melalui *Instastories*. Selain itu *Instastories* digunakan sebagai sarana berbicara di depan umum. Sehingga dapat menimbulkan perubahan gaya hidup positif bagi pengguna *Instastories*. Namun adanya *Instastories* juga menimbulkan dampak negatif seperti adanya konten foto dan video berdasarkan berita palsu atau *hoaks* sangat mudah disebarkan oleh *stories Instagram*. Sehingga dapat meningkatkan kesalahpahaman antar sesama pengguna *Instastories*. Kemampuan *Instastories* yang berbasis audio visual mendorong pengguna untuk menghabiskan banyak waktu serta kecanduan mengakses *Instastories*. Generasi *Millennials* memposting kegiatan atau aktivitas yang dilakukan sehari-hari di *Instastories*. Kegiatan yang dilakukan sehari-hari berhubungan dengan perilaku gaya hidup seseorang seperti pamer.

Hasil akhir peneliti menarik kesimpulan bahwa *postingan* yang dilakukan generasi *millennials* di *Instastories* adalah bagian dari proses mengaktualisasikan diri dengan menunjukkan potensi-potensi diri yang diekspresikan melalui fitur-fitur *Instastories*.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, penulis menyampaikan saran berkaitan dengan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi *Instagram* agar menciptakan fitur-fitur *Instastories* yang modern supaya *platform* media sosial ini digemari dan banyak digunakan oleh generasi *millennials*.
2. Bagi generasi *millennials* agar lebih bijak dalam menggunakan *Instastories* terutama dalam menyebarkan informasi serta menganalisa informasi yang didapatkan melalui *Instastories*.
3. Bagi penelitian selanjutnya agar lebih menambah referensi untuk kelengkapan data penelitian berkaitan dengan aktualisasi diri pengguna *Instastories* di kalangan generasi muda dan diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber serta subyek agar hasil penelitian yang diperoleh lebih kompleks. Perlunya persiapan dalam proses pengambilan dan pengumpulan serta segala sesuatunya sehingga penelitian dapat terlaksana lebih baik. Peneliti selanjutnya diharapkan ditunjang pula dengan wawancara serta subyek dengan kriteria lebih tepat dan berpengalaman sesuai dengan kriteria tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Arikunto, Suharsimi, 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Feist, Jess dan Feist, Gregory J. 2017, *Teori Kepribadian, Theories Of Personality Buku 1 Edisi 7, Jakarta: Salemba Humanika*
- Hidayat, Dede Rahmat, 2011, *Psikologi Kepribadian dan Konseling* , Ghalia : Indonesia Bogor
- Moelong, Lexy J. 2010, *Metode Penelitian Kualitatif*, Remaja Karya CV, Bandung.
- Najmuddi, Eddy, 2018, *Respon Gerakan Islam Cinta Terhadap Ideologi Keagamaan di Kalangan Generasi Millennial*, Jakarta: PustaPedia.
- Nasrullah, Rulli, 2017, *Media Sosial :Perspektif Budaya dan Teknologi*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Riswandi, 2009, *Ilmu Komunikasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Rohmadi, Arif, 2016, *Tips produktif Ber-Sosial Media*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&P*. Bandung: Alfabeta.
- Wiryanto, 2005, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Gramedia Widiasarana, Jakarta

Sumber Jurnal :

Ali, Hasanuddin dan Purwandi Lilik. 2017 *The Urban Middle Class Millennials Indonesia: Financial and Online Behavior*. Dalam <http://alvara-strategic.com/wp-content/uploads/whitepaper/The-Urban-Middle-Class-Millennials.pdf>.

Ali, Hasanuddin dan Purwandi Lilik. 2017 *Indonesia 2020: The Urban Class Millennials*. Dalam jurnal https://www.researchgate.net/publication/314448735_Indonesia_2020_The_Urban_Middle_Class_Millennials

Arnus Sri, Hadijah, 2015 *Computer Mediated Communication (CMC), Pola Baru Berkomunikasi* Dalam Jurnal <http://ejournal.iainkendari.ac.id/al-munzir/article/download/744/680>

Hazisah, Dwis, 2017. *Pengaruh Instagram Stories Terhadap Eksistensi Diri di Kalangan Siswa-Siswi SMAN 1 Makassar* Dalam <http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/25734/Dwi%20SYAHNAZ%20HAZISAH%2014.pdf?sequence=1>

Sukmaputri, HE. 2016 *Konsep Generasi* dalam jurnal <http://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/10553/2/>

Surya Putra, Yanuar, 2016, *Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi* Dalam Jurnal <http://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/viewFile/142/133>

Widiarini, Maya, 2012. *Trust Pada Individu Yang Menjalinkan Hubungan Interpersonal Melalui Jejaring Sosial (Studi Pemaknaan Konsep Hubungan Trust Oleh Dewasa Muda yang Menjalinkan Hubungan Percintaan melalui Facebook*. Dalam <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20280857-Maya%20Widiarini.pdf>

Sumber Internet :

<https://apjii.or.id/survei2017/download/RINal9zEPDcQeS2uwpmvAoUgrdnV7G>
diakses pada 02 Juli 2018 pukul 10.45 WIB.

<https://www.blingdigital.com/sejarah-asal-mula-instagram/> diakses pada 10
September 2018 pukul 22.31 WIB.

<https://celebgramme.com/10-fitur-instagram-stories-ini-sukses-menambah-followers.html> // diakses pada 05 September 2018 pukul 15.13 WIB.

<https://theconversation.com/narsisme-visual-di-instagram-bisa-berdampak-buruk-bagi-kesehatan-mental-91317> // diakses pada 01 Oktober 2018 pukul 07.14

<http://lampung.tribunnews.com/amp/2017/04/06/hasil-survei-penggima-instagram-paling-haus-perhatian-dibanding-media-sosial-lainnta> // diakses pada 20
Oktober 2018 pukul 20.19 WIB.

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3037227/orang-indonesia-paling-doyan-main-instagram-stories> // diakses pada 01 Oktober 2018 pukul 22.00.

<http://isparmo.web.id/2018/08/01/data-statistik-pengguna-internet-di-indonesia-2017-berdasarkan-survey-apjii/> // Diakses pada 21 Oktober 2018 pukul 13.10

<https://tekno.kompas.com/read/2018/03/11/18140087/instagram-mendadak-hapus-fitur-gif-ada-apa> // diakses pada 01 Januari 2018 pukul 23.06.

<http://id.gamehubs.com/article.php?id=sudah-7-tahun,-simak-perjalanan-instagram-dari-awal-sampai-sekarang> // Diakses pada 17 September 2018 pukul 09.30.

https://id.wikipedia.org/wiki/Universitas_Pembangunan_Nasional_%22Veteran%22_Yogyakarta // Diakses pada 12 Maret 2018 pukul 19.31.

<https://www.idntimes.com/tech/trend/amp/jcnd/instagram-rilis-fitur-type-di-instagram-stories-c1c2> // diakses pada 16 Februari 2018 pukul 20.00

LAMPIRAN

Interview Guide

Pertanyaan ditunjukkan kepada generasi millennials (mahasiswa)

1. Jelaskan identitas diri anda ? (Nama, Tempat Tinggal, Asal, Orangtua, riwayat sekolah)
2. Siapa orangtua kandung anda ?
3. Bagaimana hubungan anda dengan keluarga inti ?
4. Apa alasan anda kuliah di Yogyakarta?
5. Apa kelemahan dan kelebihan anda ?
6. Apa pendapat kalian tentang generasi millennials ?
7. Apa hobi dan kesibukan anda sekarang ?
8. Sejak kapan mempunyai account *Instagram* ?
9. Sejak kapan menggunakan fitur *Instastories*? Jelaskan
10. Mengapa Anda tertarik menggunakan fitur instastories ? Jelaskan
11. Apa tujuan anda menggunakan fitur *instastories* ?
12. Menurut anda, apa yang dimaksud aktualisasi diri
13. Menurut anda, apakah yang anda lakukan di instastories adalah bagian dari aktualisasi diri ? Jelaskan
14. Hal-hal apa saja yang anda publikasikan di *Instastories* ?
15. Hal-hal apa saja yang diperhatikan ketika memposting sesuatu ?
16. Siapa teman dekat anda ?

17. Apa status hubungan anda saat ini ? Jelaskan
18. Fitur-fitur apa yang sering anda gunakan di *Instastories* ? Jelaskan
19. Mengapa, anda lebih menyukai fitur yang telah disebutkan ?
20. Berapa rata-rata *viewers* di *instastories* ? jelaskan
21. Apakah anda melakukan pertimbangan terhadap orang-orang yang boleh melihat *stories* anda?
22. Apakah anda sering melakukan *direct message* lewat *instastories* ? Jelaskan
23. Bentuk komunikasi seperti apa yang dilakukan di *direct message* ?
24. Berapakah anda membuka *instastories* dalam sehari ?
25. Seberapa sering anda menggunakan fitur *instastories* dalam sehari ?
26. Bagaimana dengan fitur-fitur baru *instagram stories* seperti *boomerang*, *rewind*, *superzoom*, *swipe-up*, *Q&A* ?
27. Kapan momen-momen yang digunakan untuk memanfaatkan fitur *instagram stories* ? Jelaskan
28. Apakah anda menggunakan fitur *instagram live* ?
29. Kapan momen-momen yang digunakan untuk melakukan siaran langsung ?
30. Apa tujuan anda menggunakan fitur *instagram live* ?
28. Hal-hal apa saja yang anda bagikan di *IG Live* ?
29. Siapa saja *viewers IG Live* anda ?
30. Apa saja komentar-komentar di *instagram live* ?
31. Hal-hal apa aja yang tidak anda sukai ketika mengirim pesan/memposting di *instastories* ?

32. Dapatkah anda dalam sehari tidak membuat/ tidak mengikuti stories *instagram* ?
33. Apakah anda pernah jengkel dengan sesama pengguna *instagram stories* ?
34. Menurut anda, apakah postingan di *Instastories* menunjukkan keadaan sebenarnya yang dialami seseorang ?
35. Pernahkah yang anda posting di *Instastories* menimbulkan masalah ?
36. Bagaimana perasaan anda ketika yang anda posting menimbulkan suatu masalah ?
37. Masalah yang terjadi itu berupa masalah dengan diri sendiri atau melibatkan orang lain
38. Bagaimana penyelesaiannya setelah apa yang anda posting di *Instastories* menimbulkan masalah ?
39. Apa dampak positif dengan adanya fitur *Instastories* di kehidupan kalian sehari-hari
40. Apa dampak negatif fitur *instastory* di kehidupan kalian sehari-hari ?
41. Feedback yang anda dapatkan, melalui postingan yang kalian bagikan di *instastories*?
42. Menurut anda efektif atau tidak dengan adanya fitur *instastories*, jelaskan alasannya
43. Menurut anda bagaimana tipe-tipe pengguna *instastories* khususnya anak muda jaman sekarang
44. Bagaimana perbedaan ketika mereka berkomunikasi di *instastories* dengan di dunia nyata