

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Demografik Responden

Berdasarkan hasil survei daring yang telah dilakukan peneliti, 108 responden mengisi kuesioner penelitian. Penyebaran kuesioner dilakukan pada 23 Juli 2019 sampai 15 Agustus 2019 dengan menggunakan media *Google Form*. Teknis penyebaran kuesioner adalah sebagai berikut, pertama, peneliti membuat *link* (tautan) yang kemudian disebarluaskan ke berbagai grup *Whatsapp* dan *Line* mahasiswa UMY. Selain melalui grup, peneliti juga menyebarkan *link* dengan mengirim pesan pribadi yang berisikan *link* kuesioner penelitian kepada mahasiswa UMY yang peneliti kenal. Tabel 2.1 berikut adalah profil demografik dari 108 responden penelitian ini:

Tabel 4.1
Profil Demografik Responden

Jenis kelamin		
Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	30	27,8%
Perempuan	78	72,2%
Total	108	100,0%
Umur		
Kategori (tahun)	Jumlah	Persentase (%)
19	6	5,6%
20	8	7,4%
21	34	31,5%
22	40	37,0%
23	16	14,8%
24	4	3,7%
Total	108	100,0%

Sumber: Data Peneliti

Seperti yang terlihat di tabel 2.1, dari aspek jenis kelamin, mayoritas responden penelitian ini adalah perempuan, yaitu sebanyak 78 orang atau 72,2% dan sisanya sebanyak 20 orang atau 27,8% adalah laki laki. Selanjutnya, berdasarkan usia responden, mayoritas responden berusia 22 tahun yaitu sebanyak 40 orang (37%), kemudian disusul oleh responden berusia 21 tahun yang berjumlah 34 orang, responden berusia 23 tahun 16 orang, responden berusia 20 tahun 8 orang, responden berusia 19 tahun 6 orang dan responden berusia 24 tahun sebanyak 4 orang.

Persebaran profil demografik responden dalam penelitian ini mempunyai pola seperti yang terlihat pada tabel 4.1 karena beberapa alasan. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui *google form* pada berbagai aplikasi *chatting*. Lebih besarnya jumlah responden perempuan dari responden laki-laki karena perempuan biasanya mempunyai kemauan lebih besar untuk mengisi kuesioner dibanding laki-laki.

Jumlah responden terbesar berdasar usia berkisar di usia 21-23 tahun (90 orang). Besarnya jumlah reponden di sekitar rentan umur tersebut, menurut penulis, bisa disebabkan karena penyebaran kuesioner dilakukan kebanyakan di di grup-grup yang penulis tergabung di dalamnya sehingga responden yang mengisi terkonsentrasi di rentan umur tersebut.

Peneliti juga menanyakan asal fakultas dan program studi responden penelitian ini. Persebaran responden berdasarkan fakultas dan program studi dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2
Asal Fakultas dan Program Studi Responden

Fakultas	Program Studi	Total	Persentase
Fakultas Agama Islam	Ekonomi Perbankan Islam	2	1,85%
	Komunikasi dan penyiaran Islam	34	31,48%
Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ekonomi pembangunan	14	12,96%
	IPIEF	2	1,85%
	Manajemen	10	9,26%
Fakultas Hukum	Ilmu Hukum	8	7,41%
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Hubungan Internasional	8	7,41%
	Ilmu Komunikasi	2	1,85%
	Ilmu pemerintahan	2	1,85%
Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan	Pendidikan Dokter	2	1,85%
Fakultas Pendidikan Bahasa	Pendidikan Bahasa Inggris	2	1,85%
Fakultas Pertanian	Agribisnis	10	9,26%
	Agroteknologi	8	7,41%
Fakultas Teknik	Teknik mesin	2	1,85%
	Teknik sipil	2	1,85%
Total		108	100,00%

Sumber: Data peneliti

Berdasarkan tabel 4.2 di atas bahwa mayoritas dari responden berasal dari Fakultas Agama Islam yaitu sebanyak 36 orang atau sebesar 31,48%, diikuti oleh responden dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang berjumlah 26 orang atau sebesar 24,07% yang terdiri dari 14 orang dari program studi Ilmu Ekonomi, 1 orang dari prodi IPIEF, dan 10 orang dari program studi manajemen. Fakultas Pertanian 18 orang, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik 12 orang, Fakultas hukum 8 orang, Fakultas teknik 4 orang dan yang terakhir, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan sebanyak 2 orang.

Persebaran responden berdasarkan asal program studi ini mempunyai pola seperti yang tergambar dalam tabel 4.2 karena penyebaran data dilakukan di grup chat yang penulis tergabung yang merupakan grup chat yang berisi kebanyakan

mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Persebaran responden di atas didapat dari penyebaran kuesioner Non-Random yang dilakukan peneliti. Penyebaran non-random dipakai karena peneliti tidak mempunyai data lengkap tentang populasi penelitian. Konsekuensi dari penggunaan sampling *non-random* adalah kemiripan data dengan survei lain atau populasi berkurang.

Selain profil demografik dan asal fakultas dan program studi responden, pertanyaan mengenai kepemilikan akun Instagram dan penggunaannya juga disertakan dalam kuesioner, ringkasan jawaban responden mengenai pertanyaan-pertanyaan ini dapat dilihat pada tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4.3
Kepemilikan dan Penggunaan Instagram

Kepemilikan akun Instagram	Jumlah
Ya	108
Total waktu penggunaan Instagram dalam 1minggu ini	Jumlah
<=10 menit	20
>=3 jam	14
>1 jam -2 jam	14
>2 jam-3 jam	4
10-30 menit	32
31-60 menit	24
Total	108

Sumber: data peneliti

Berdasarkan tabel 4.3, semua atau 108 responden yang mengisi kuesioner mempunyai akun Instagram. Mayoritas dari responden, yaitu sebanyak 32 orang menggunakan Instagram selama 10-30 menit dalam satu minggu terakhir ini, 24 orang menggunakan Instagram selama 31-60 menit, 20 orang menggunakan Instagram kurang dari sama dengan 10 menit, 14 orang menggunakan Instagram lebih dari sama dengan 3 jam dalam satu minggu, 14 orang menggunakan

Instagram Instagram lebih dari satu jam sampai 2 jam dan sisanya yaitu 4 orang menggunakan Instagram lebih dari 2 jam sampai 3 jam dalam seminggu ini.

4.2 Gambaran umum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)



Gambar 4.1
Logo UMY

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta adalah salah satu perguruan tinggi di Yogyakarta yang beralamat di Kampus Terpadu Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya, Kasihan, Bantul, DI Yogyakarta. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terakreditasi "A" berdasarkan Keputusan BAN-PT No. 5237/SK/BAN-PT/Akred/PT/XII/2017.

Peningkatan kualitas SDM pengelola mendapat prioritas utama dalam pengembangan UMY. Oleh karena itu, setiap tahun UMY mengirimkan sekitar 20 hingga 30 tenaga pengajar untuk mengikuti studi lanjut, S2 dan S3, baik di dalam maupun di luar negeri, sehingga menciptakan lulusan yang unggul dan islami.

4.2.1 Tujuan Umum

Terwujudnya sarjana muslim yang berakhlak mulia, cakap, percaya diri, mampu mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi serta berguna bagi umat, bangsa dan kemanusiaan

4.2.2 Tujuan Khusus

Menguasai, mengembangkan dan mengamalkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dijiwai oleh nilai kemanusiaan, akhlakul karimah dan etika yang bersumber pada ajaran Islam serta memupuk keikhlasan, melaksanakan amar ma'ruf nahi munkar yang relevan dengan kebutuhan pembangunan bangsa;

1. Melaksanakan program pendidikan Ahli Madya, Sarjana, Pascasarjana dan Profesi yang menghasilkan lulusan yang memenuhi kebutuhan dunia kerja baik nasional maupun internasional
2. Menghasilkan penelitian dan karya Ilmiah yang menjadi rujukan pada tingkat nasional dan internasional
3. Mengembangkan kehidupan masyarakat akademik yang ditopang oleh nilai-nilai Islam yang menjunjung tinggi kebenaran, keadilan, kejujuran, kesungguhan dan tanggap terhadap perubahan
4. Menciptakan iklim akademik/academic atmosphere yang dapat menumbuhkan pemikiran-pemikiran terbuka, kritis-konstruktif dan inovatif
5. Menyediakan sistem layanan yang memuaskan bagi pemangku kepentingan/ stakeholders
6. Menyediakan sumber daya dan potensi universitas yang dapat diakses oleh perguruan tinggi, lembaga-lembaga pemerintah swasta, industri, dan masyarakat luas untuk mendukung upaya-upaya pengembangan bidang agama Islam, sosial, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kesehatan dan budaya di Indonesia

7. Mengembangkan jaringan kerjasama dengan berbagai institusi nasional maupun internasional untuk memajukan pendidikan, penelitian, manajemen dan pelayanan;
8. Menghasilkan lulusan yang memiliki integritas kepribadian dan moralitas yang islami dalam konteks kehidupan individual maupun sosial.

Saat ini UMY memiliki 9 fakultas, yaitu:

1. Fakultas Agama Islam
2. Fakultas Ekonomi
3. Fakultas Hukum
4. Fakultas Isipol
5. Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan
6. Fakultas Pertanian
7. Fakultas Teknik
8. Fakultas Pendidikan Bahasa
9. Program Vokasi

Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta:

1. Program Studi Magister Manajemen
2. Program Studi Magister Studi Islam
3. Program Studi Magister Ilmu Pemerintahan
4. Program Studi Magister Manajemen Rumah sakit
5. Program Studi Magister Keperawatan
6. Program Studi Magister Ilmu Hubungan Internasional

7. Program Doktor

4.3 Statistik Deskriptif Indikator (Skala) Penelitian

Terdapat 2 variabel dalam penelitian ini, kedua variabel ini diukur menggunakan 15 indikator yang diadopsi dari penelitian terdahulu. Intensitas Penggunaan Instasrory (IP) diukur dengan menggunakan 8 indikator yang dikembangkan oleh Ellison et al (2007). 8 indikator ini diukur menggunakan gabungan antara skala likert 5 titik dan pilihan tentang waktu penggunaan Instagram dan jumlah *follower* yang ada di akun Instagram responden. Sementara itu, eksistensi diri diukur dengan menggunakan 15 indikator yang dikembangkan oleh Jones & Crandall (2007) yang semuanya diukur menggunakan skala likert 5 titik. Berikut adalah hasil dari analisis deskriptif dari respon 108 responden dalam penelitian ini:

Table 4.4
Statistik Deskriptif Indikator Penelitian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IP1	108	3	8	7.41	1.401
IP2	108	1	6	2.93	1.581
IP3	108	1	5	3.02	.875
IP4	108	1	4	2.70	.812
IP5	108	1	5	2.91	.912
IP6	108	2	5	2.89	.857
IP7	108	1	5	3.26	.951
IP8	108	1	5	2.61	.975
ED	108	1	5	2.74	.931
ED2	108	1	5	3.57	.997
ED3	108	1	5	3.30	1.035
ED4	108	1	5	2.50	1.037
ED5	108	1	5	3.06	1.012
ED6	108	1	5	3.81	1.006
ED7	108	1	5	3.43	1.052
ED8	108	1	5	3.50	1.106
ED9	108	1	5	3.78	.857
ED10	108	1	5	4.06	.936
ED11	108	1	5	3.85	.895
ED12	108	1	5	3.52	.837
ED13	108	1	5	3.96	.885
ED14	108	1	5	3.26	1.080
ED15	108	1	5	3.74	.825
Valid N (listwise)	108				

Sumber: Data peneliti

Tabel 4.4 di atas menunjukkan persebaran data dari 23 indikator yang digunakan untuk mengukur dua variabel penelitian ini. 8 indikator IP menunjukkan distribusi data yang cukup minim dengan kisaran deviasi standar di antara 0,812-1,581. Dua indikator pertama dari IP merupakan pertanyaan mengenai waktu penggunaan Instagram story dalam seminggu terakhir dan jumlah *follower*. Indikator IP3 sampai IP8 merupakan indikator yang berisi pernyataan mengenai apa yang pengguna rasakan saat menggunakan Instagram story.

Dari nilai rata-rata IP1 dapat disimpulkan bahwa *follower* yang dimiliki 108 responden dalam penelitian ini berkisar antara 300 sampai dengan lebih dari 350 *follower*. IP2 merupakan pertanyaan mengenai waktu yang digunakan untuk menggunakan Instagram story dalam kurun waktu seminggu terakhir. Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa mayoritas responden menggunakan Instagram story selama 10-30 menit. Respon untuk IP3 sampai IP8 ada di rata-rata sekitar 2,61 sampai 3,02 yang menunjukkan mayoritas respon menjawab di antara titik kedua (tidak setuju), titik ketiga (netral) dan titik keempat (setuju).

Respon untuk variabel untuk eksistensi diri diukur menggunakan skala likert 5 titik. Terdapat 15 pernyataan yang diisi oleh responden dengan menggunakan skala likert. Jika dibandingkan dengan persebaran respon indikator intensitas penggunaan media sosial, respon pada indikator eksistensi diri lebih tersebar. Persebaran data yang lebih tinggi dapat dilihat pada nilai deviasi standar yang berkisar antara 0,825 sampai 1,106, sementara itu rata-rata responden menjawab 15 indikator berkisar 2,5-4,06.

Tabel 4.5
Persebaran Jawaban Responden untuk indikator Intensitas Penggunaan (IP)

Nomor	Indikator	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju (%)	Tidak Setuju	tidak setuju (%)	Netral	Netral (%)	Setuju	Setuju (%)	Sangat Setuju	Sangat Setuju (%)	Total	Total (%)
IP3	Melihat Instagram story adalah bagian dari aktivitas harianku.	2	1,85%	30	27,78%	44	40,74%	28	25,93%	4	3,70%	108	100,00%
IP4	Saya bangga mengatakan pada orang bahwa saya adalah bagian dari komunitas tatistic (<i>user tatistic</i>).	6	5,56%	38	35,19%	46	42,59%	18	16,67%	0	0,00%	108	100,00%
IP5	Melihat Instagram story merupakan bagian dari rutinitas	4	3,70%	34	31,48%	42	38,89%	24	22,22%	4	3,70%	108	100,00%

Nomor	Indikator	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju (%)	Tidak Setuju	tidak setuju (%)	Netral	Netral (%)	Setuju	Setuju (%)	Sangat Setuju	Sangat Setuju (%)	Total	Total (%)
	harianku.												
IP6	Saya merasa kurang informasi jika saya tidak membuka tatistic Story.	0	0,00%	44	40,74%	34	31,48%	28	25,93%	2	1,85%	108	100,00%
IP7	Saya merasa saya adalah bagian dari komunitas pengguna Instagram.	6	5,56%	14	12,96%	40	37,04%	42	38,89%	6	5,56%	108	100,00%
IP8	Saya akan sedih jika tatistic story dan tatistic tidak beroperasi	16	14,81%	30	27,78%	44	40,74%	16	14,81%	2	1,85%	108	100,00%

Nomor	Indikator	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju (%)	Tidak Setuju	tidak setuju (%)	Netral	Netral (%)	Setuju	Setuju (%)	Sangat Setuju	Sangat Setuju (%)	Total	Total (%)
	lagi.												
	Total	34	5,25%	190	29,32%	250	38,58%	156	24,07%	18	2,78%	648	100,00%

Berdasarkan data yang tersaji di tabel 4.5, IP3 didominasi dengan jawaban netral dengan jumlah 44 respon atau sebesar 40,74%, sementara itu, sebanyak 46 orang atau 42,59% menjawab netral untuk IP4. Respon IP5 didominasi juga oleh jawaban netral IP6 didominasi dengan jawaban tidak setuju dengan jumlah respon sebesar 44 respon atau sebesar 40,74%. Selanjutnya IP7 didominasi dengan respon setuju yaitu sebanyak 42 orang atau sebesar 38,89% dan yang terakhir IP8 didominasi dengan jawaban netral sebesar 44 orang atau 40,74%.

Tabel 4.6
Persebaran Jawaban Responden untuk indikator Eksistensi Diri (ED)

Nomor	Indikator	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju (%)	Tidak Setuju	tidak setuju (%)	Netral	Netral (%)	Setuju	Setuju (%)	Sangat Setuju	Sangat Setuju (%)	Total	Total (%)
ED1	Saya tidak malu mengungkapkan apa yang saya rasakan.	10	9,26%	32	29,63%	44	40,74%	20	18,52%	2	1,85%	108	100,00%
ED2	Saya tidak merasa harus melakukan apa yang orang lain harapkan saya lakukan.	4	3,70%	10	9,26%	32	29,63%	44	40,74%	18	16,67%	108	100,00%
ED3	Saya percaya bahwa orang pada dasarnya baik dan dapat dipercaya.	8	7,41%	10	9,26%	44	40,74%	34	31,48%	12	11,11%	108	100,00%
ED4	Saya merasa bebas untuk marah pada orang yang saya cintai.	22	20,37%	28	25,93%	44	40,74%	10	9,26%	4	3,70%	108	100,00%

Nomor	Indikator	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju (%)	Tidak Setuju	tidak setuju (%)	Netral	Netral (%)	Setuju	Setuju (%)	Sangat Setuju	Sangat Setuju (%)	Total	Total (%)
ED5	Saaya tidak meminta persetujuan orang lain atas apa yang saya lakukan.	6	5,56%	20	18,52%	58	53,70%	10	9,26%	14	12,96%	108	100,00%
ED6	Saya menerima kelemahan saya sendiri.	6	5,56%	0	0,00%	30	27,78%	44	40,74%	28	25,93%	108	100,00%
ED7	Saya bisa menyukai orang tanpa harus menyetujui semua pikiran dan tindakan mereka.	8	7,41%	6	5,56%	42	38,89%	36	33,33%	16	14,81%	108	100,00%
ED8	Saya tidak takut gagal.	4	3,70%	16	14,81%	34	31,48%	30	27,78%	24	22,22%	108	100,00%
ED9	Saya mencoba menganalisis dan menyederhanakan hal-hal yang terkesan rumit.	4	3,70%	0	0,00%	30	27,78%	56	51,85%	18	16,67%	108	100,00%

Nomor	Indikator	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju (%)	Tidak Setuju	tidak setuju (%)	Netral	Netral (%)	Setuju	Setuju (%)	Sangat Setuju	Sangat Setuju (%)	Total	Total (%)
ED10	Lebih baik menjadi diri sendiri daripada menjadi populer.	4	3,70%	0	0,00%	20	18,52%	46	42,59%	38	35,19%	108	100,00%
ED11	Saya memiliki misi dalam kehidupan yang saya dan berdedikasi pada misi tersebut.	4	3,70%	0	0,00%	28	25,93%	52	48,15%	24	22,22%	108	100,00%
ED12	Saya dapat mengungkapkan perasaan saya bahkan ketika itu dapat mengakibatkan konsekuensi yang tidak diinginkan.	2	1,85%	8	7,41%	40	37,04%	48	44,44%	10	9,26%	108	100,00%

Nomor	Indikator	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju (%)	Tidak Setuju	tidak setuju (%)	Netral	Netral (%)	Setuju	Setuju (%)	Sangat Setuju	Sangat Setuju (%)	Total	Total (%)
ED13	Saya merasa bertanggung jawab untuk membantu seseorang yang membutuhkan bantuan saya.	4	3,70%	0	0,00%	20	18,52%	56	51,85%	28	25,93%	108	100,00%
ED14	Saya tidak khawatir akan ketidaksanggupan saya dalam beberapa hal	6	5,56%	20	18,52%	36	33,33%	32	29,63%	14	12,96%	108	100,00%
ED15	Saya dicintai karena saya memberikan cinta	2	1,85%	0	0,00%	42	38,89%	44	40,74%	20	18,52%	108	100,00%
Total Respon		94	5,80%	150	9,26%	544	33,58%	562	34,69%	270	16,67%	1620	100,00%

Sumber: Data peneliti

Tabel 4 .5 menyajikan persebaran jawaban responden untuk skala pengukuran dari eksistensi diri. Terdapat 108 respon untuk setiap pertanyaan atau indikator, jika ditotal berarti ada 1620 respon untuk skala pengukuran eksistensi diri. Secara umum, dari respon kelima belas skala eksistensi, mayoritas respon menjawab setuju (4) pada kelima belas pertanyaan, yaitu sebesar 562 respon atau 34,69 persen.

Jika persebaran per indikator diamati, untuk ED1 mayoritas responden menjawab netral, yaitu sebesar 40,74 persen. Mayoritas responden menjawab pilihan setuju untuk ED2 yaitu sebesar 40,74 persen. Respon untuk ED3 didominasi dengan jawaban netral yaitu sebesar 44 respon atau 40,74 persen. ED4 juga didominasi jawaban netral dengan persentase yang sama dengan ED3. 53,70 persen responden menjawab netral untuk indikator ED5. Respon untuk ED6 cukup beragam, namun jawaban terbanyak ada pada respon setuju yaitu sebanyak 44 respon atau 44,74 persen.

Respon terbanyak untuk ED7 adalah pada pilihan netral yaitu sebesar 42 respon atau sebesar 38,89%. Indikator atau skala ED8 didominasi dengan jawaban netral yaitu sebesar 31,48%, ED9 didominasi dengan jawaban setuju sebesar 56 respon atau sebesar 51,85%. Mayoritas responden memilih pilihan setuju pada ED10 dengan persentase sebesar 42,59% atau 46 respon, ED11 didominasi oleh jawaban setuju yaitu sebesar 52 respon atau 48,15%.

Respon dari skala ED12 sampai ED15 juga didominasi dengan jawaban setuju. ED12 mempunyai jawaban setuju sebesar 48 responden atau 44,44%, ED13 mempunyai jawaban setuju sebesar 51,85% atau sebesar 56 respon dan hanya indikator ED14 yang jawaban terbanyaknya adalah netral.

4.4 Validitas dan Reliabilitas Variabel Penelitian

Validitas dan reliabilitas variabel merupakan faktor penting dalam penelitian mengenai perilaku manusia (Gozali,2017). Validitas dan reliabilitas yang dimaksud di sini adalah validitas dan reliabilitas dari indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Indikator yang tidak memenuhi standar validitas dan reliabilitas akan menimbulkan bias dalam penelitian (Neuman, 2014). Analisis validitas dan reliabilitas dilakukan menggunakan SPSS.

Dalam penelitian ini, peneliti berasumsi bahwa *content validity* dalam penelitian ini sudahlah terpenuhi karena penelitian ini merupakan replikasi. Selanjutnya, *convergence validity* yang merupakan bagian dari *construct validity* diuji dengan menggunakan *pearson correlation analysis* dengan menggunakan SPSS.

Analisis validitas yang dilakukan adalah analisis menggunakan korelasi antara indikator dengan rata-rata indikator dari variabel tersebut. Suatu indikator dianggap valid jika nilai korelasi indikator tersebut dengan rata-rata variabel tersebut bernilai positif dan signifikan (Sekaran,2015). Suatu nilai korelasi dianggap signifikan apabila nilai p-value dari indikator tersebut bernilai kurang dari 0,05. Berikut adalah kriteria pengujian validitas dari indikator; 1) Indikator dianggap tidak valid jika nilai p-value dari koefisien korelasi $\geq 0,05$; indikator dianggap valid jika nilai p-value dari koefisien korelasi $< 0,05$. Tabel 4.5 dan 4.6 menunjukkan nilai korelasi dari indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur kedua variabel penelitian.

Tabel 4.7
Nilai R Indikator Variabel Intensitas Penggunaan Instagram

Variabel	Nilai r	p-value
IP1	.638	0,00
IP2	.698	0,00
IP3	.658	0,00
IP4	.470	0,00
IP5	.695	0,00
IP6	.643	0,00
IP7	.686	0,00
IP8	.488	0,00

Sumber: Data peneliti

Tabel 4.5 menunjukkan nilai korelasi (nilai R) dari delapan indikator yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur intensitas penggunaan Instagram story pada Mahasiswa UMY. Nilai R yang diperoleh adalah nilai korelasi antara indikator dengan rata—rata nilai variabel tersebut. Nilai R dari variabel Intensitas Penggunaan Instagram story berkisar antara 0,470 sampai 0,698. Semua nilai R bertanda positif.

Nilai p-value dari IP1-IP8 bernilai 0,00. Nilai p-value ini harus dibandingkan dengan nilai alpha yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini nilai alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05. Nilai alpha sebesar 0,05 merupakan nilai alpha yang digunakan dalam penelitian sosial (Gozali,2017). Berdasarkan perbandingan nilai alpha dan nilai *p-value* semua nilai R dari indikator variabel IP signifikan dan bertanda positif, maka dapat disimpulkan bahwa kedelapan indikator variabel IP merupakan indikator yang valid.

Tabel 4.8
Nilai R Indikator Variabel Eksistensi Diri

Indikator	Nilai R	P-Value
ED1	.447**	0,00
ED2	.513**	0,00
ED3	.497**	0,00
ED4	.211**	0,00
ED5	.566**	0,00
ED6	.844**	0,00
ED7	.625**	0,00
ED8	.568**	0,00
ED9	.703**	0,00
ED10	.726**	0,00
ED11	.856**	0,00
ED12	.652**	0,00
ED13	.792**	0,00
ED14	.545**	0,00
ED15	.662**	0,00

Sumber: Data peneliti

Setelah melakukan uji validitas untuk variabel IP, pengujian variabel Eksistensi Diri (ED) juga dianalisis dengan cara yang sama. Pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa nilai kelimabelas indikator bertanda positif. Nilai P-value dari kelimabelas indikator bernilai 0,000. Nilai p-value dari kelimabelas indikator ED lebih kecil dari 0,05 (5%). Nilai P-value yang lebih kecil 0,05 menandakan bahwa nilai R atau koefisien korelasi dari kelimabelas indikator variabel ED signifikan. Nilai R kelimabelas indikator yang signifikan positif menandakan bahwa indikator-indikator ED merupakan indikator yang valid.

Setelah validitas dari dua variabel telah dianalisis, reliabilitas variabel juga harus dianalisis. Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu

instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Ghozali, 2011). Perhitungan cronbach alpha dilakukan menggunakan SPSS. Suatu konstruk dikatakan mempunyai reliabilitas yang memadai apabila nilai cronbach alpha nya sama dengan atau lebih besar dari 0,7 (Hair, 2014). Tabel 4.7 menunjukkan nilai Cronbach alpha dari kedua variabel dalam penelitian ini.

Tabel 4.9
Reliabilitas Variabel Penelitian

Variables	Cronbach Alpha
IP	0,76
ED	0,876

Sumber: Data peneliti

Berdasarkan tabel 4.7, IP mempunyai nilai Cronbach Alpha sebesar 0,76. Nilai Cronbach Alpha IP mempunyai nilai yang lebih besar dari 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator variabel IP merupakan indikator yang reliabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini. Selanjutnya, nilai Cronbach alpha dari variabel ED adalah 0,876. Nilai Cronbach Alpha ini lebih tinggi dari 0,7 sehingga variabel ED beserta indikator-indikatornya lolos uji reliabilitas dan dapat digunakan untuk pengujian hipotesis.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan alat analisis korelasi *pearson*. Dua angka yang dikorelasikan adalah nilai rata-rata dari skor indikator IP dan ED. Hipotesis dalam penelitian ini terbukti apabila H1 diterima. Merujuk kembali ke Bab 2, H1 diterima apabila nilai p-value dari koefisien korelasi antara IP dan ED kurang dari 5% dan bernilai positif.

Perhitungan nilai korelasi antara kedua variabel penelitian dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 21. Tabel 4.8 berikut adalah keluaran dari

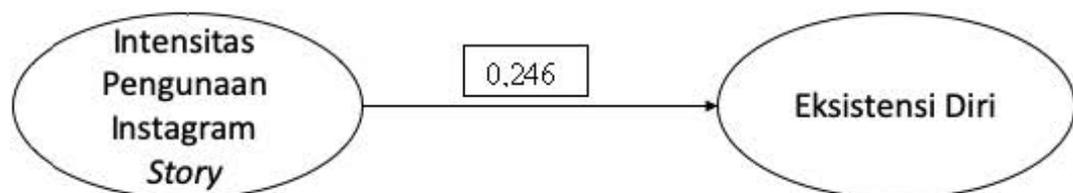
analisis korelasi yang dilakukan.

Tabel 4.10
Nilai Korelasi antara Intensitas Penggunaan Instagram story dan Eksistensi Diri

Keterangan	Nilai Korelasi	P-Value
Korelasi antara IP dan ED	0,246	0,01

Sumber: Data peneliti

Hasil uji korelasi tersaji di tabel 4.8, nilai korelasi antara IP dan ED adalah 0,246 dengan nilai p-value sebesar 0,01. Nilai korelasi antara IP dan ED bertanda positif dan nilai P-valuenya lebih kecil dari 0,05 (5%). Berdasarkan nilai p-valuenya, nilai korelasi antara IP dan ED dapat disimpulkan sebagai nilai korelasi yang positif signifikan. Nilai korelasi antara IP dan ED yang positif signifikan menandakan diterimanya H1 penelitian ini. Terbuktinya H1 penelitian ini mempunyai arti bahwa Intensitas Penggunaan Instagram story terbukti mempengaruhi tingkat eksistensi diri penggunanya. Berikut adalah penggambaran hasil penelitian ini dalam bentuk kerangka konseptual yang sudah ditambah dengan nilai korelasi yang muncul.



Gambar 4.2
Hasil Penelitian
 Sumber: data peneliti

Temuan dari penelitian ini memberikan dukungan pada teori MGT yang mengemukakan bahwa seseorang menggunakan sosial media karena ingin

mendapatkan sesuatu. Pada konteks penelitian ini, penghargaan yang pengguna Instagram *Story* cari adalah peningkatan eksistensi diri mereka. Penghargaan yang dirasakan oleh pengguna adalah banyaknya *view* yang mereka punya dari satu Instagram *Story* yang pengguna tersebut buat. Perhargaan lain yang dirasakan pengguna yang pengguna rasakan adalah bertambahnya jumlah *follower* jika instastory mereka dilihat oleh orang yang belum mem-*follow* pengguna tersebut. Temuan penelitian ini juga mendukung temuan Hayumi (2015) yang juga menemukan efek positif dari penggunaan media sosial terhadap eksistensi diri seseorang.