

## BAB III

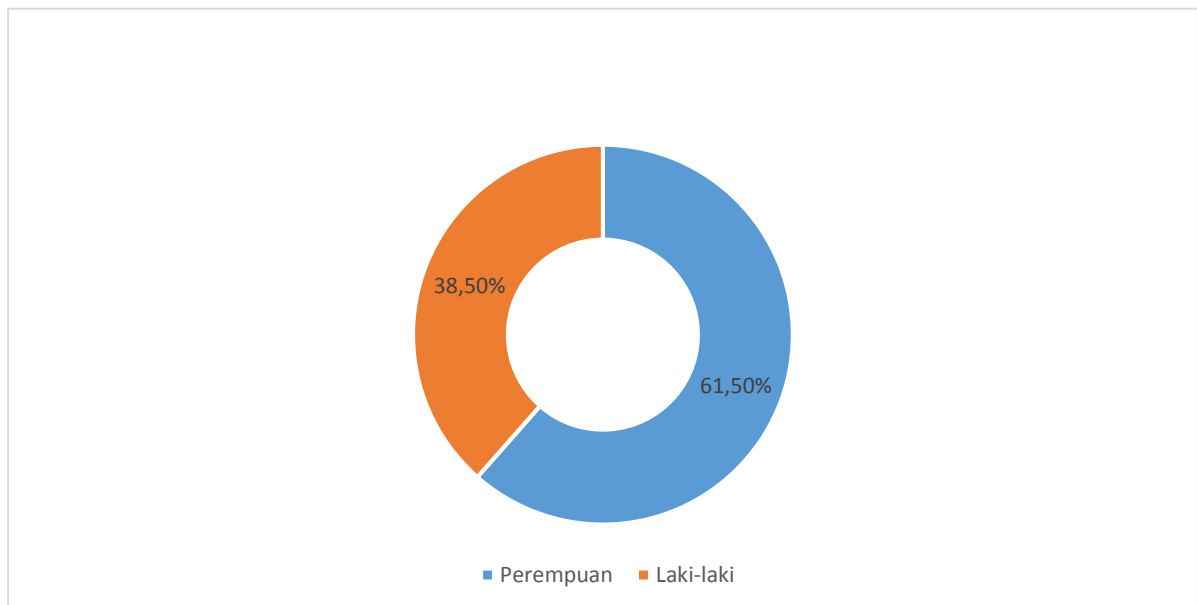
### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. Analisis Data

##### 1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa UMY aktif dan menggunakan *instagram* serta beberapa karakteristik tambahan seperti jumlah media sosial yang dimiliki dan berapa lama waktu responden memiliki *instagram*. Terdapat 403 responden yang ikut dalam penelitian ini. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada diagram 3.1.

**Diagram 3. 1 Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

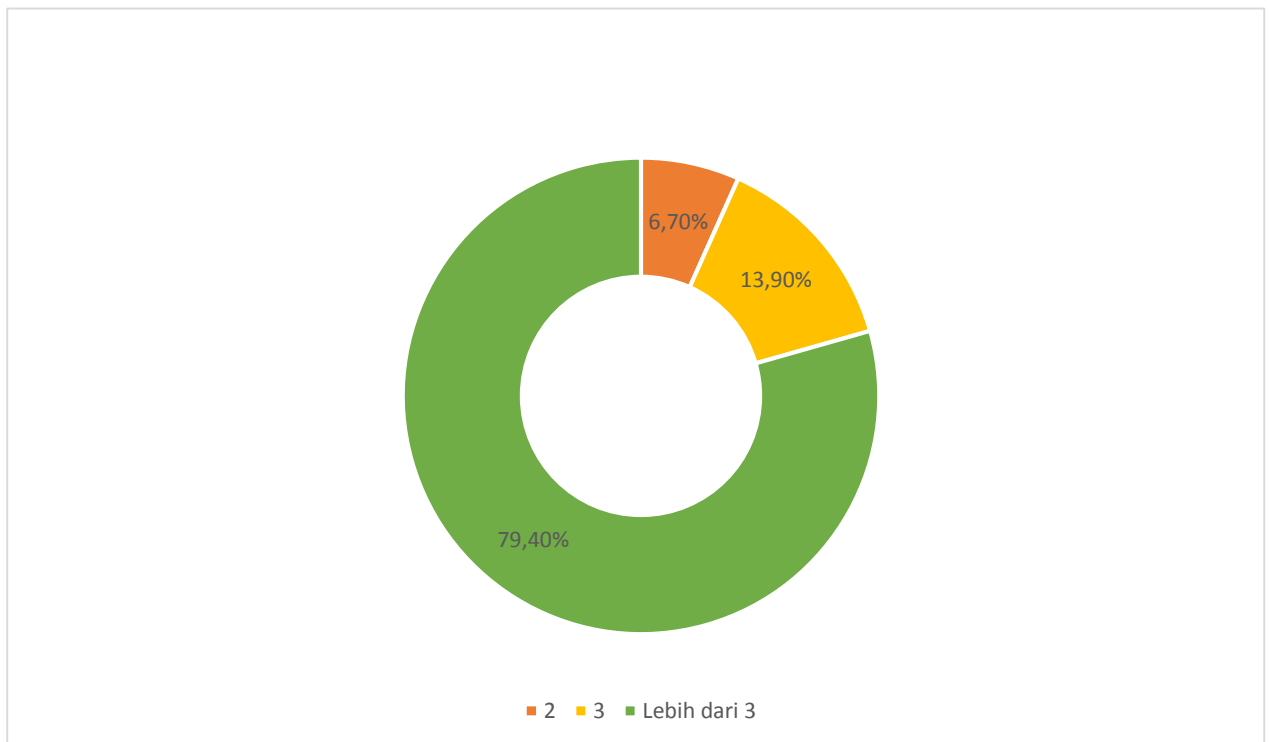


*Sumber : Data Primer 2016*

Pada diagram 3.1 menunjukkan jika sebanyak 248 responden (61,5%) dari total 403 responden adalah perempuan sementara responden laki-laki hanya berjumlah 155 responden (38,5%) dari jumlah total 403 responden.

Sementara itu untuk karakteristik responden berdasarkan jumlah media sosial yang dimiliki dapat dilihat pada diagram 3.2

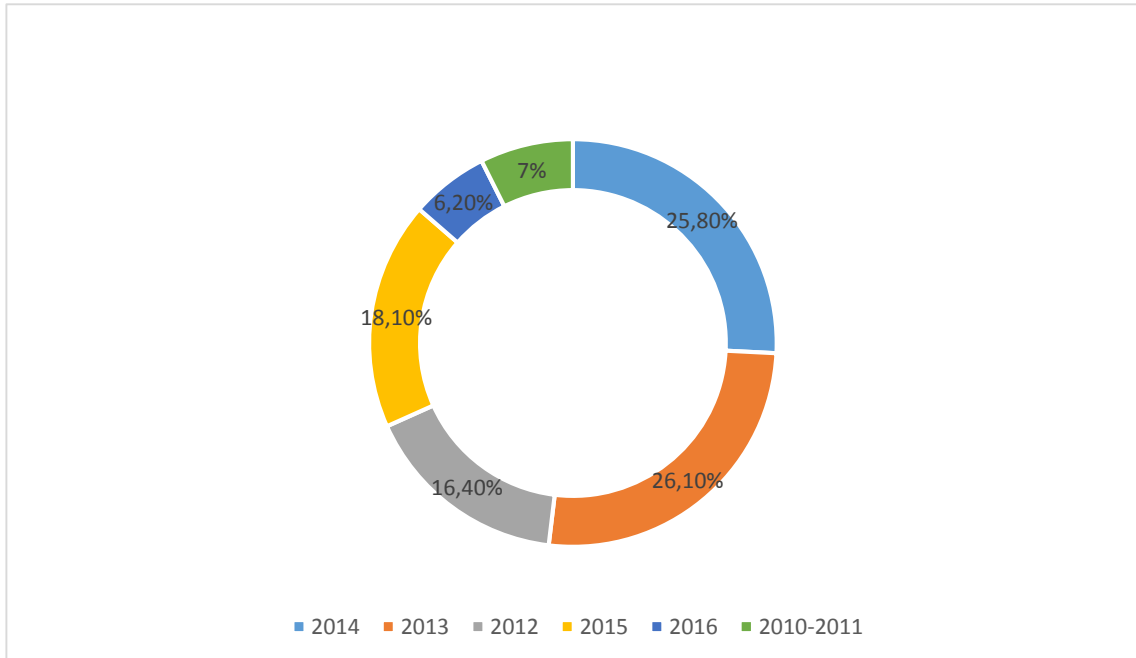
**Diagram 3. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Media Sosial yang dimiliki**



*Sumber : Data Primer 2016*

Pada diagram 3.2 menunjukkan bahwa dari 403 responden terdapat 320 responden (79,4%) memiliki media sosial lebih dari tiga, lalu sebanyak 56 responden (13,9%) hanya memiliki 3 media sosial dan sisanya sebanyak 27 responden (6,7%) memiliki 2 media sosial saja.

**Diagram 3. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Kepemilikan *instagram***



*Sumber : Data Primer 2016*

Diagram 3.3 menunjukkan jika sebanyak 105 (26,1%) responden dari 403 total responden telah menggunakan *instagram* sejak tahun 2013, lalu sebanyak 104 responden (25,8%) menggunakan *instagram* sejak tahun 2014 sedangkan pada tahun 2015 hanya ada 66 responden (16,4%), 73 responden (18,1%) pada tahun 2012 diikuti dengan 25 responden (6,2%) pada tahun 2016 dan sisanya pada jenjang tahun 2011 hingga 2010.

## B. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Pada penelitian ini terdapat 22 butir pernyataan yang akan diajukan kepada responden nantinya dalam bentuk kuisioner. Menurut Notoatmodjo dalam bukunya *Metodelogi Penelitian Kesehatan* (2010) mengatakan uji validitas dilakukan kepada responden dengan jumlah total paling sedikit sebanyak 20 orang yang mempunyai kriteria sebagai responden. Pada penelitian ini, peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas kepada Mahasiswa UII sebanyak 33 orang dengan alasan karakteristik responden yang hampir sama dengan karakteristik responden penelitian. Penelitian ini menggunakan uji validitas dengan rumus *Pearson Product Moment* dan *Alpha Cronbach* untuk reliabilitas serta menggunakan aplikasi SPSS versi 19 untuk *operating system windows*.

Rumus *Pearson Product Moment* :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r_{yx}$  = koefisien korelasi suatu butir / item

$n$  = jumlah subyek

$x$  = skor suatu butir / item

$y$  = skor total

**Tabel 3. 1 Daftar Pernyataan dan Hasil Uji Validitas**

No Pernyataan	Pearson Correlation	Sig. (2 Tailed)	Jumlah	Keterangan
Pernyataan No 1	,230	,190	34	Tidak Valid
Pernyataan No 2	,519(**)	,002	34	Valid
Pernyataan No 3	,436(**)	,010	34	Valid
Pernyataan No 4	,691(**)	,000	34	Valid
Pernyataan No 5	,735(**)	,000	34	Valid
Pernyataan No 6	,598(**)	,000	34	Valid
Pernyataan No 7	,619(**)	,000	34	Valid
Pernyataan No 8	,702(**)	,000	34	Valid
Pernyataan No 9	,538(**)	,001	34	Valid
Pernyataan No 10	,546(**)	,001	34	Valid
Pernyataan No 11	,416(*)	,014	34	Valid
Pernyataan No 12	-,020	,911	34	Tidak Valid
Pernyataan No 13	,367(*)	,033	34	Valid
Pernyataan No 14	,527(**)	,001	34	Valid
Pernyataan No 15	,633(**)	,000	34	Valid
Pernyataan No 16	,673(**)	,000	34	Valid
Pernyataan No 17	34	(a)	34	Valid
Pernyataan No 18	,313	,071	34	Tidak Valid
Pernyataan No 19	,827(**)	,000	34	Valid
Pernyataan No 20	,547(**)	,001	34	Valid
Pernyataan No 21	,533(**)	,001	34	Valid
Pernyataan No 22	,579(**)	,000	34	Valid

(\*) Korelasi Signifikan 0,05 (\*\*) Korelasi Signifikan 0,01

Sumber : Data Primer 2016 dan dihitung menggunakan SPSS 19

### Interpretasi Nilai r Validitas Menurut Arikunto

Tabel 3. 2 Interpretasi Nilai r Validitas Menurut Arikunto

Nilai r	Interpretasi
0,81 – 1,00	Sangat Tinggi
1,61 – 0,80	Tinggi
0,41 – 0,60	Cukup
0,21 – 0,40	Rendah
0,00 – 0,20	Sangat Rendah

Sumber : Rahmiendah (2013)

Nilai signifikansi yang diambil adalah  $p=0,05$  maka valid jika  $r \geq 0,05$  dengan r tabel batas valid 5% adalah 0,361. Berdasarkan hasil perhitungan pengujian validitas dari 22 pernyataan yang diajukan terdapat 3 pernyataan yang tidak valid yakni pertanyaan nomor 1, nomor 12 dan nomor 18. Ketiga pernyataan tersebut tidak akan diikuti sertakan untuk diajukan kepada responden. Penyebab lainnya mengapa pernyataan tersebut memiliki nilai rendah sehingga tidak valid adalah ada kemungkinan pernyataan yang diberikan mengandung makna ganda sehingga membingungkan responden.

Tahap selanjutnya sebelum mulai mengajukan kuisioner kepada responden adalah melakukan uji reliabilitas terhadap jumlah pernyataan yang telah lulus uji validitas sebelumnya. Pada uji reliabilitas ini, peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 19 untuk OS *Windows*. Hasil uji reliabilitas ini terdapat pada tabel 3.2 *Alpha Cronbach* berikut ini.

**Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas**

Cronbach's Alpha	N of Items
.706	19

Menurut Ghazali, Suatu instrumen dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi jika nilai koefisien yang diperoleh mencapai  $> 0,60$ . Berdasarkan tabel 3.2 menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas pada kuisoner ini memiliki reliabel sebesar 0,706 dan lebih dari 0,60 sehingga kuisoner ini sudah dapat diajukan kepada responden.

### **C. Analisis Data**

Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas pada kuisoner hingga menghasilkan 19 pernyataan yang valid dan reliabel untuk diajukan kepada responden yang berjumlah total 403 responden dengan pembagian indikator 5 butir untuk motif informasi, motif identitas diri dan motif hiburan sedangkan 4 butir pernyataan untuk motif intergitas dan interaksi sosial. Kuisoner dibagikan secara *online* dengan menggunakan fitur *google form* dimana responden akan diberikan tautan yang akan langsung mengacu pada *form* kuisoner. Selain menggunakan *online*, kuisoner juga dibagikan secara langsung kepada responden atau dalam bentuk lembaran pernyataan sebanyak 3 lembar. Sementara itu teknik yang digunakan untuk mengolah data menggunakan rumus statistik deskriptif mean, median dan modus dilengkapi dengan SPSS 22 untuk OS windows.

**1. Gambaran Keseluruhan Motif Menggunakan *instagram* pada Mahasiswa UMY**

Olah data yang pertama akan dilakukan pada data keseluruhan yakni gambaran keseluruhan motif yang mempengaruhi mahasiswa UMY dalam menggunakan *instagram*. Jumlah pernyataan yang diajukan berjumlah 19 butir pernyataan dan ditujukan kepada 403 responden. Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut data diketahui,

$$\text{Nilai Tertinggi} = 19$$

$$\text{Nilai Terendah} = 2$$

$$K = 9$$

$$P = 2$$

$$Bb = 11,5$$

$$Jf = 159$$

$$F1 = 17$$

$$F2 = 17$$

Lalu dari data di atas maka dapat dibentuklah tabel distribusi frekuensi sebagai berikut,

**Tabel 3. 4 Tabel Distribusi Frekuensi Gambaran Keseluruhan Motif yang Mempengaruhi Mahasiswa UMY dalam menggunakan *instagram***

Nilai Interval	Frekuensi	Nilai Tengah (t)	f.t	Batas Kelas	$\bar{X}$	X	f. X	$X^2$	$f.X^2$
2-3	2	2,5	5	3,5	12,5	-9	-18	81	162
4-5	11	4,5	49,5	4,5		-8	-88	64	704



6-7	20	6,5	130	6,5		-6	-120	32	640
8-9	48	8,5	408	8,5		-4	-192	16	768
10-11	78	10,5	819	10,5		-2	-156	4	312
<b>12-13</b>	<b>95</b>	<b>12,5</b>	<b>1187,5</b>	<b>12,5</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
14-15	78	14,5	1131	14,5		2	156	4	312
16-17	43	16,5	709,5	16,5		4	172	16	688
18-19	28	18,5	518	18,5		6	168	32	896
<b>TOTAL (<math>\Sigma</math>)</b>	<b>403</b>	<b>94,5</b>	<b>4957,5</b>	<b>95,5</b>			<b>-78</b>	<b>249</b>	<b>4482</b>

Sumber : Data primer 2016

Data pada tabel 3.4 di atas dapat digunakan untuk mencari mean, median, modus dan standar deviasi dari gambaran keseluruhan motif menggunakan rumus statistik deskriptif sebagai berikut,

$$\begin{aligned} \text{Mean} &= \frac{\Sigma(ft)}{\Sigma f} \\ &= \frac{4957,5}{403} \\ &= 12,29 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Modus (Mo)} &= Bb + p \left( \frac{\Sigma f_1}{f_1 + f_2} \right) \\ &= 11,5 + 2 \left( \frac{17}{17+17} \right) \\ &= 11,5 + 2 \left( \frac{17}{34} \right) \\ &= 12,5 \end{aligned}$$

$$\text{Median ( Me)} = Bb + p \left( \frac{1/2 n - jf}{\Sigma f} \right)$$

$$= 11,5 + 2 \left( \frac{1/2 \cdot 403 - 159}{95} \right)$$

$$= 11,5 + 2 \left( \frac{42,5}{95} \right)$$

$$= 12,4$$

$$= 12$$

$$\text{Standar Deviasi (S)} = \sqrt{\frac{\sum f \cdot x^2 - \frac{(\sum f \cdot X)^2}{\sum f}}{(\sum f)}}$$

$$= \sqrt{\frac{4482 - \frac{(-78)^2}{403}}{403}}$$

$$= \sqrt{11,149}$$

$$= 3,407$$

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas dapat diketahui jika nilai rata-rata atau mean untuk gambaran keseluruhan motif adalah sebesar 12,29 yang berada pada kelas interval 12 – 13. Nilai tengah atau median untuk data tersebut adalah sebesar 12,00 yang berada pada kelas interval 12-13, lalu Nilai modus atau nilai yang sering muncul pada data gambaran keseluruhan motif adalah sebesar 12,5 yang juga berada pada kelas interval 12-13. Sedangkan untuk standar deviasi atau simpangan baku pada data tersebut adalah sebesar 3,407.

Arikunto dan Suharsimi dalam bukunya *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (2006) menjelaskan bahwa sebuah data dapat dibagi menjadi

tiga kelompok kelas yakni rendah, sedang dan tinggi dengan kriteria sebagai berikut :

$X < Y - SD$  : Kriteria Rendah

$Y - SD \leq X \leq Y + SD$  : Kriteria Sedang

$X > Y + SD$  : Kriteria Tinggi

Keterangan :

X : Skor Keseluruhan Motif

Y : Skor Rata – Rata (Mean)

SD : Standar Deviasi ( Simpangan Baku)

**Tabel 3. 5 Pengelompokan Kriteria Responden Berdasarkan Keseluruhan Motif yang mempengaruhi Mahasiswa UMY dalam menggunakan *instagram***

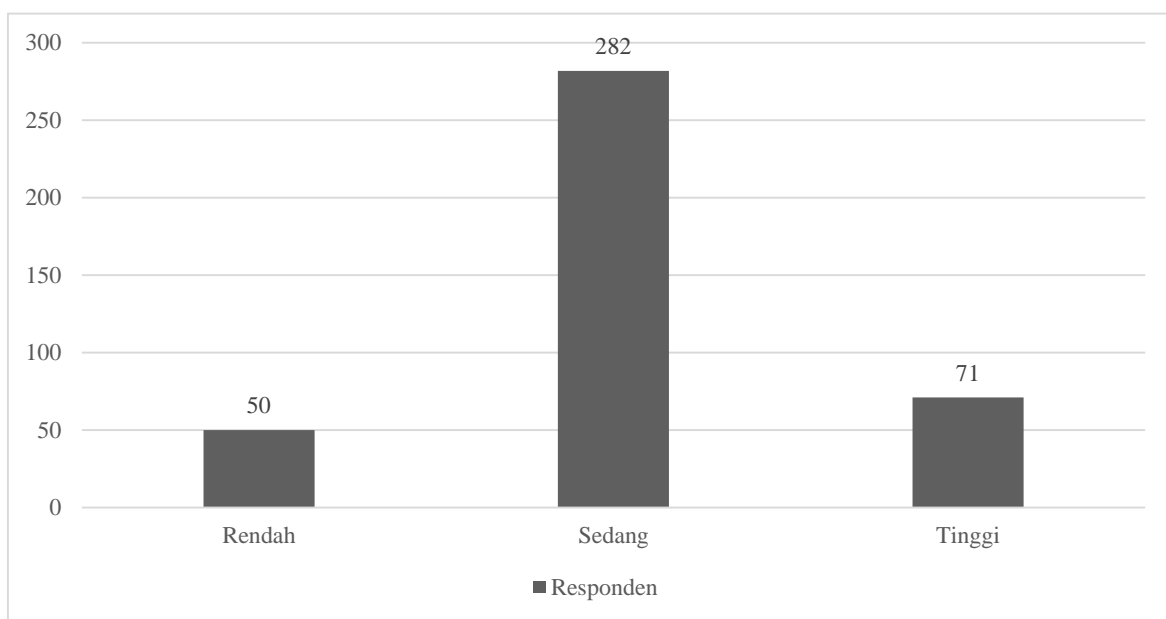
Skor Motif Keseluruhan	Kriteria	Jumlah Responden	Persentase (%)
$X < 8,883$	Rendah	50 Orang	12,4 %
$8,883 \leq X \leq 15,697$	Sedang	282 Orang	70,0 %
$X > 15, 697$	Tinggi	71 Orang	17,6 %

*Sumber : Data Primer 2016*

Tabel 3.5 menjelaskan bahwa sebanyak 50 responden (12.4%) berada pada kriteria rendah atau hanya memiliki sedikit motif yang mempengaruhi mereka dalam menggunakan *instagram*. Kemudian sebanyak 282 responden (70,0%) berada pada kriteria sedang di mana mereka yang berada pada kriteria ini memiliki beberapa motif yang cukup mempengaruhi mereka dalam menggunakan

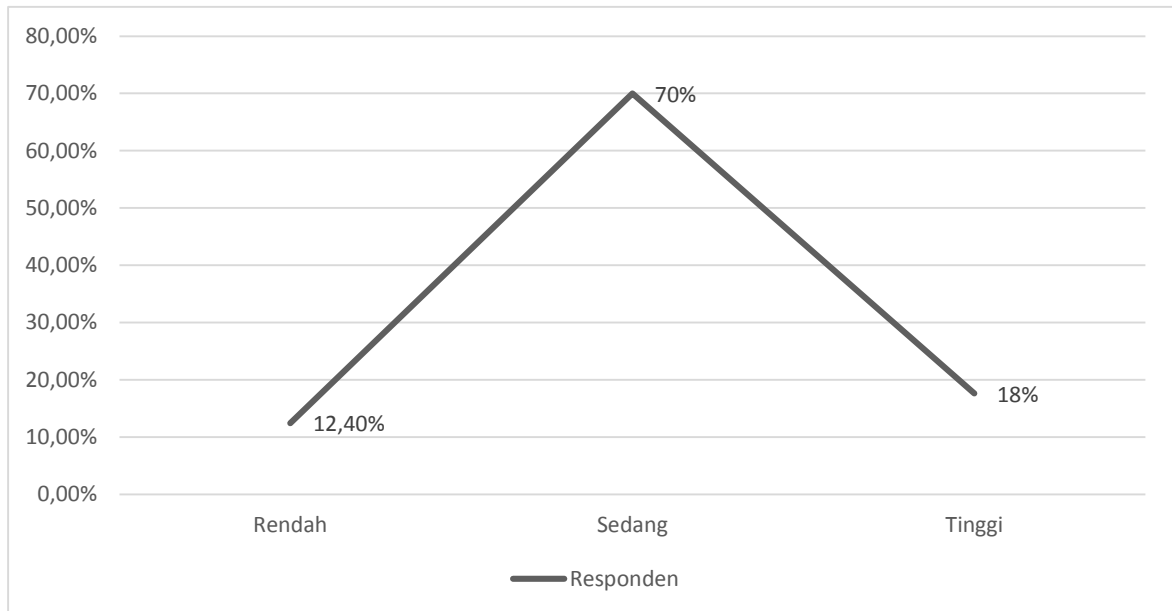
*instagram* sementara sebanyak 71 responden (17,6%) berada pada kriteria tinggi yang artinya mereka mempunyai hampir keseluruhan motif mempengaruhi mereka dalam menggunakan *instagram*. Data pada tabel 3.5 tersebut dapat dijadikan diagram histogram dan poligon sebagai berikut ,

**Diagram 3. 4 Histogram Hasil Pengolahan Data Tingkat Motif yang Mempengaruhi Mahasiswa UMY dalam Menggunakan *instagram***



*Sumber : Data Primer 2016*

**Diagram 3. 5 Persentase Hasil Pengolahan Data Tingkat Motif yang Mempengaruhi Mahasiswa UMY dalam Menggunakan *instagram***



*Sumber : Data Primer 2016*

## **2. Gambaran Motif Informasi**

Setelah mengolah data secara keseluruhan, pengolahan data selanjutnya adalah mengolah data berdasarkan masing-masing kategori motif untuk bisa mengetahui motif apa saja yang paling mempengaruhi responden dan motif apa yang kurang mempengaruhi responden dan motif pertama yang akan diolah adalah Motif Informasi. Cara pengolahan data sama seperti pengolahan data keseluruhan hanya saja untuk jumlah pernyataan yang dihitung berjumlah 5 pernyataan yakni pernyataan nomor 1 sampai 5 dengan penilaian 1 untuk setiap jawaban Ya dan 0 untuk setiap jawaban Tidak. Berdasarkan pengolahan data tersebut maka diketahui,

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 0

$$K = 9$$

$$P = 1$$

$$Bb = 4,5$$

$$Jf = 257$$

$$F1 = 30$$

$$F2 = 0$$

Data tersebut kemudian diolah menjadi data tabel distribusi frekuensi sebagai berikut ini,

**Tabel 3. 6 Tabel Distribusi Frekuensi Gambaran Motif Informasi**

Nilai Interval	Frekuensi	Nilai Tengah (t)	f.t	Batas Kelas	$\bar{X}$	X	f.X	$X^2$	$f.X^2$
0	5	0	0	-0,5	4,5	-5	-25	25	125
1	22	1	22	0,5		-4	-88	16	352
2	37	2	74	1,5		-3	-111	9	333
3	77	3	231	2,5		-2	-154	4	308
4	116	4	464	3,5		-1	-116	1	116
<b>5</b>	<b>146</b>	<b>5</b>	<b>730</b>	<b>4,5</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
6	0	6	0	5,5		1	0	1	0
7	0	7	0	6,5		2	0	4	0
8	0	8	0	7,5		3	0	9	0
<b>TOTAL</b> ( $\Sigma$ )	<b>403</b>	<b>36</b>	<b>1521</b>	<b>31,5</b>		<b>-9</b>	<b>-494</b>	<b>69</b>	<b>1234</b>

Sumber : Data Primer 2016

Data pada tabel 3.6 di atas dapat digunakan untuk mencari mean, median, modus dan standar deviasi dari gambaran keseluruhan motif menggunakan rumus statistik deskriptif sebagai berikut,

$$\begin{aligned} \text{Mean} &= \frac{\sum(ft)}{\sum f} \\ &= \frac{1521}{403} \\ &= 3,77 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Modus (Mo)} &= Bb + p \left( \frac{\sum f_1}{f_1 + f_2} \right) \\ &= 4,5 + 1 \left( \frac{30}{30 + 146} \right) \\ &= 4,7 \\ &= 5 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Median ( Me)} &= Bb + p \left( \frac{1/2 n - jf}{\sum f} \right) \\ &= 4,5 + 1 \left( \frac{1/2 \cdot 403 - 257}{403} \right) \\ &= 4,3 \\ &= 4 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Standar Deviasi (S)} &= \sqrt{\frac{\sum f \cdot x^2 - \frac{(\sum f \cdot X)^2}{\sum f}}{(\sum f)}} \\ &= \sqrt{\frac{1234 - \frac{(-494)^2}{403}}{403}} \end{aligned}$$

$$= \sqrt{\frac{628,5}{403}}$$

$$= 1,250$$

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 3.6 didapatkan hasil Nilai Rata-Rata (Mean), Nilai tengah (Median), Nilai yang sering muncul ( Modus) dan Simpangan Baku (Standar deviasi) untuk data tersebut. Nilai Rata-rata (mean) untuk motif informasi sebesar 3, kemudian nilai tengah (median) untuk data tersebut sebesar 4,00 lalu untuk nilai yang sering muncul (modus) pada data tersebut adalah sebesar 5 dan untuk simpangan baku (standar deviasi) pada data motif informasi adalah sebesar 1,250.

Langkah selanjutnya dalam pengolahan data ini adalah menentukan kriteria kelompok responden menggunakan ketentuan yang sama dengan ketentuan pada data keseluruhan motif yang nantinya akan dituangkan dalam bentuk tabel dan diagram berupa histogram dan poligon.

$X < Y - SD$  : Kriteria Rendah

$Y - SD \leq X \leq Y + SD$  : Kriteria Sedang

$X > Y + SD$  : Kriteria Tinggi

Keterangan :

X : Skor Keseluruhan Motif

Y : Skor Rata – Rata (Mean)

SD : Standar Deviasi ( Simpangan Baku)



**Tabel 3. 7 Pengelompokan Kriteria Responden Berdasarkan Motif Informasi**

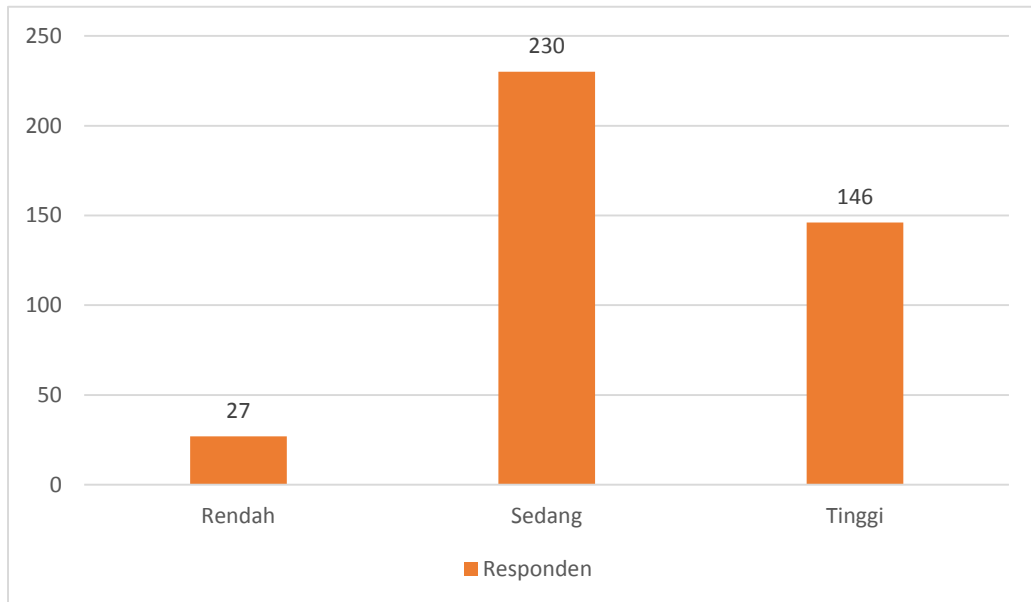
<b>Skor Motif Informasi</b>	<b>Kriteria</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
<b><math>X &lt; 2,52</math></b>	Rendah	27 Orang	6,7 %
<b><math>2,52 \leq X \leq 5,02</math></b>	Sedang	230 Orang	57,1 %
<b><math>X &gt; 5,02</math></b>	Tinggi	146 Orang	36,2 %

*Sumber : Data Primer 2016*

Tabel 3.7 menjelaskan bahwa dari 403 responden sebanyak 27 responden (6,7%) berada pada kriteria rendah pada motif informasi mampu mempengaruhi mereka dalam menggunakan media sosial khususnya *instagram*. Kemudian sebanyak 146 responden (36,2%) mendapatkan kriteria tinggi pada motif informasi sangat mempengaruhi mereka sementara pada kriteria sedang mempunyai jumlah responden paling banyak yakni sebesar 230 responden (57,1%). Data pada tabel ini juga turut menjelaskan hasil pada gambaran motif seluruhnya dimana ebagian besar responden menggunakan *instagram* karena dipengaruhi oleh beberapa motif di mana salah satunya adalah motif informasi.

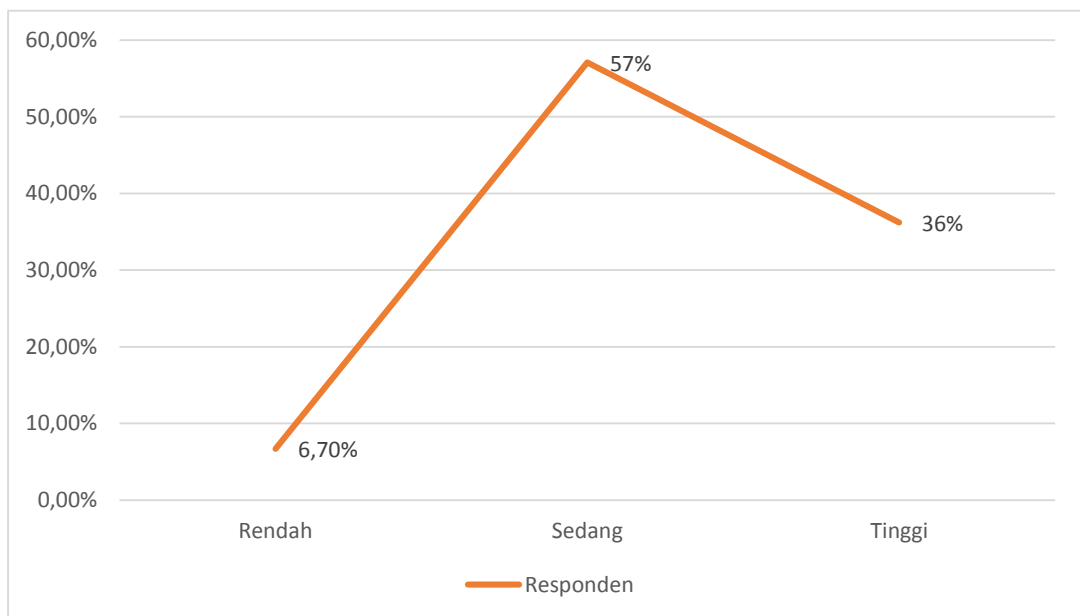
Selanjutnya, data pada tabel 3.7 tersebut dibentuk ke dalam diagram histogram dan poligon sebagai berikut,

**Diagram 3. 6 Hasil Pengolahan Data Pada Motif Informasi**



*Sumber : Data Primer*

**Diagram 3. 7 Persentase Hasil Pengolahan Data Motif Informasi**



*Sumber : Data primer 2016*

### 3. Gambaran Motif Identitas Diri

Motif kedua yang akan diolah untuk diketahui seberapa besar pengaruhnya kepada responden adalah motif identitas diri. Terdapat 5 pernyataan yakni pernyataan nomor 6 sampai 10 dengan penilaian 1 untuk setiap jawaban Ya dan 0 untuk setiap jawaban Tidak. Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diketahuilah,

$$\text{Nilai Tertinggi} = 5$$

$$\text{Nilai Terendah} = 0$$

$$K = 9$$

$$P = 1$$

$$Bb = 2,5$$

$$Jf = 208$$

$$F1 = 3$$

$$F2 = 40$$

Selanjutnya melalui data tersebut dibentuklah tabel distribusi frekuensi untuk motif identitas diri sebagai berikut ini,

**Tabel 3. 8 Tabel Distribusi Frekuensi Gambaran Motif Identitas Diri**

Nilai Interval	Frekuensi	Nilai Tengah (t)	f.t	Batas Kelas	$\bar{X}$	X	f.X	$X^2$	$f.X^2$
0	52	0	0	-0,5	2,5	-3	-156	9	468
1	69	1	69	0,5		-2	-138	4	276
2	87	2	174	1,5		-1	-87	1	87
<b>3</b>	<b>90</b>	<b>3</b>	<b>270</b>	<b>2,5</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

4	50	4	200	3,5		1	50	1	50
5	55	5	275	4,5		2	110	4	220
6	0	6	0	5,5		3	0	9	0
7	0	7	0	6,5		4	0	16	0
8	0	8	0	7,5		5	0	25	0
<b>TOTAL</b> ( $\Sigma$ )	<b>403</b>	<b>36</b>	<b>988</b>	<b>31,5</b>		<b>9</b>	<b>-221</b>	<b>69</b>	<b>1101</b>

Sumber : Data Primer 2016

Data pada tabel 3.8 di atas kemudian digunakan untuk mencari mean, median, modus dan standar deviasi dari gambaran keseluruhan motif menggunakan rumus statistik deskriptif sebagai berikut,

$$\begin{aligned} \text{Mean} &= \frac{\Sigma(ft)}{\Sigma f} \\ &= \frac{988}{403} \\ &= 2,45 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Modus (Mo)} &= Bb + p \left( \frac{\Sigma f_1}{f_1 + f_2} \right) \\ &= 2,5 + 1 \left( \frac{3}{3+40} \right) \\ &= 2,7 \\ &= 3 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Median (Me)} &= Bb + p \left( \frac{1/2 n - jf}{\Sigma f} \right) \\ &= 2,5 + 1 \left( \frac{1/2 \cdot 403 - 208}{403} \right) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
&= 2,4 \\
&= 2 \\
\text{Standar Deviasi (S)} &= \sqrt{\frac{\sum f \cdot x^2 - \frac{(\sum f \cdot X)^2}{\sum f}}{(\sum f)}} \\
&= \sqrt{\frac{1101 - \frac{(-221)^2}{403}}{403}} \\
&= \sqrt{\frac{979,9}{403}} \\
&= 1,561
\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut diketahuilah nilai rata-rata (mean), nilai tengah (median), nilai yang sering muncul (modus) dan simpangan baku (standar deviasi) untuk motif identitas diri. Nilai rata-rata (mean) pada data tersebut adalah sebesar 2,45 kemudian nilai tengah (median) untuk data motif identitas diri adalah sebesar 2,00. Nilai yang sering muncul (modus) pada data tersebut adalah sebesar 3 dan simpangan baku (standar deviasi) untuk data ini adalah sebesar 1,561. Langkah selanjutnya adalah memasukkan data tersebut ke dalam pengelompokan kriteria responden dengan aturan yang sama dengan motif sebelumnya yang nantinya akan dituangkan dalam bentuk tabel dan diagram histogram serta diagram poligon.

$X < Y - SD$  : Kriteria Rendah

$Y - SD \leq X \leq Y + SD$  : Kriteria Sedang

$X > Y + SD$  : Kriteria Tinggi

Keterangan :

X : Skor Keseluruhan Motif

Y : Skor Rata – Rata (Mean)

SD : Standar Deviasi ( Simpangan Baku)

**Tabel 3. 9 Pengelompokan Kriteria Responden Berdasarkan Motif Identitas Diri**

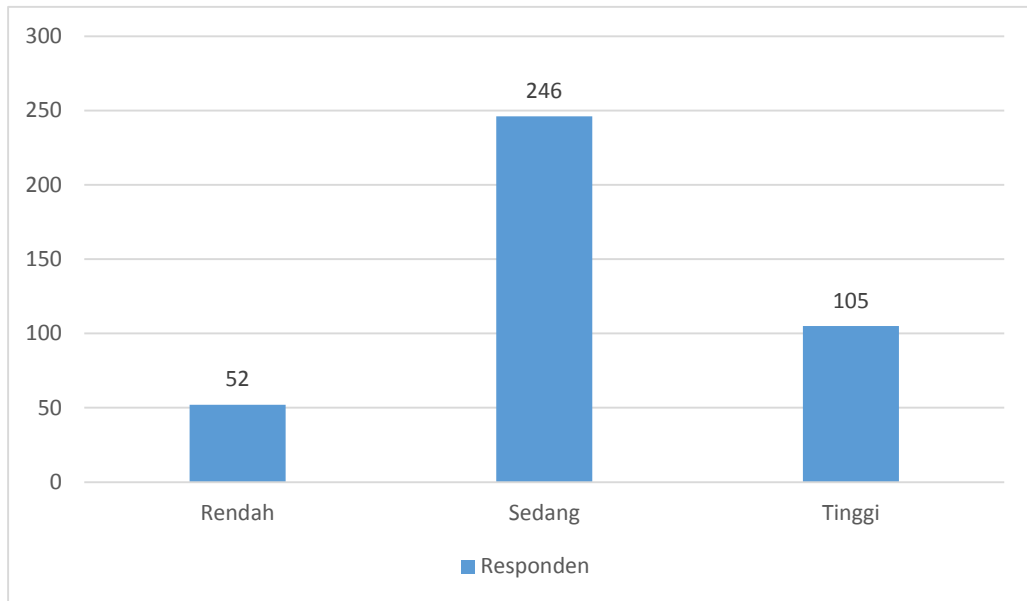
<b>Skor Motif Identitas Diri</b>	<b>Kriteria</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
<b><math>X &lt; 0,9</math></b>	Rendah	52 Orang	12,9 %
<b><math>0,9 \leq X \leq 4,011</math></b>	Sedang	246 Orang	61,0 %
<b><math>X &gt; 4,011</math></b>	Tinggi	105 Orang	26,1 %

*Sumber : Data primer 2016*

Pada tabel 3.9 digambarkan bahwa sebanyak 52 responden (12,9%) mendapatkan kriteria rendah pada motif ini. Pada kriteria tinggi terdapat sebanyak 105 responden (26,1%) yang benar-benar mendapat pengaruh dari motif identitas diri dalam motif mereka dan sebanyak 246 responden (61,0%) berada pada kriteria sedang dimana artinya motif identitas diri termasuk ke dalam salah satu motif yang turut mempengaruhi mereka dalam menggunakan *instagram*.

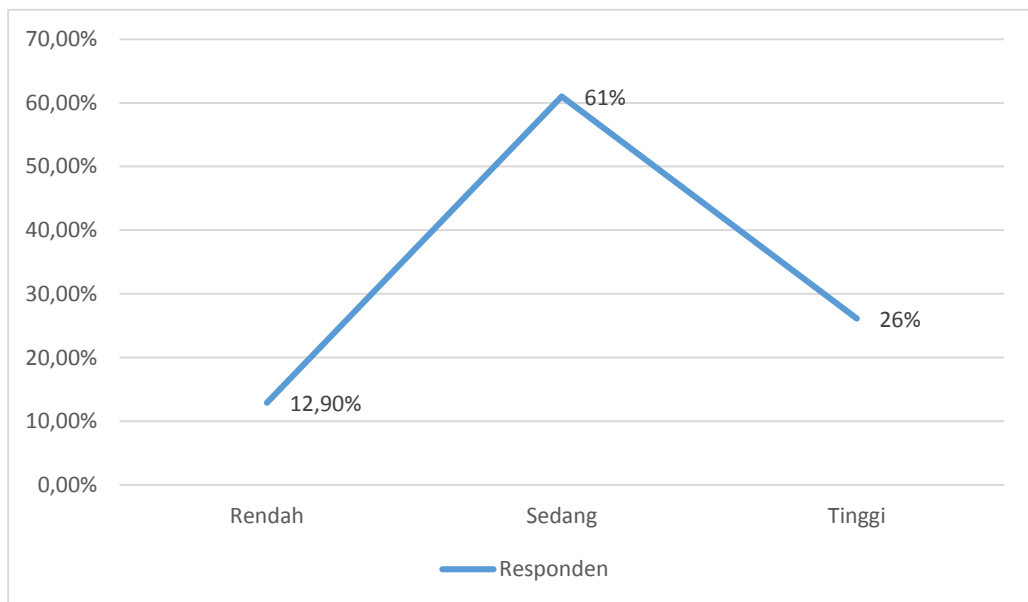
Selanjutnya data pada tabel 3.9 tersebut digambarkan dalam bentuk diagram histogram dan poligon sebagai berikut,

**Diagram 3. 8 Hasil Pengolahan Data Pada Motif Identitas Diri**



*Sumber : Data Primer 2016*

**Diagram 3. 9 Persentase Hasil Pengolahan Data Motif Identitas Diri**



*Sumber : Data Primer*

#### 4. Gambaran Motif Hiburan

Data selanjutnya yang akan diolah adalah data dari Motif Hiburan. Pada motif hiburan terdapat 5 butir pernyataan dimulai dari nomor 11 hingga nomor 15 dengan penilaian 1 untuk setiap jawaban Ya dan 0 untuk setiap jawaban Tidak. Berdasarkan pengolahan data tersebut maka dapat diketahui,

$$\text{Nilai Tertinggi} = 5$$

$$\text{Nilai Terendah} = 0$$

$$K = 9$$

$$P = 1$$

$$Bb = 3,5$$

$$Jf = 193$$

$$F1 = 12$$

$$F2 = 78$$

Selanjutnya menggunakan data tersebut dibentuklah tabel distribusi frekuensi untuk motif hiburan sebagai berikut,

**Tabel 3. 10 Tabel Distribusi Frekuensi Gambaran Motif Hiburan**

Nilai Interval	Frekuensi	Nilai Tengah (t)	f.t	Batas Kelas	$\bar{X}$	X	f.X	$X^2$	$f \cdot X^2$
0	1	0	0	-0,5	3,5	-4	-4	16	16
1	11	1	11	0,5		-3	-33	9	99
2	49	2	98	1,5		-2	-98	4	196
3	132	3	396	2,5		-1	-132	1	132
<b>4</b>	<b>144</b>	<b>4</b>	<b>576</b>	<b>3,5</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
5	66	5	330	4,5		1	66	1	66



6	0	6	0	5,5		2	0	4	0
7	0	7	0	6,5		3	0	9	0
8	0	8	0	7,5		4	0	16	0
<b>TOTAL (Σ)</b>	<b>403</b>	<b>36</b>	<b>1411</b>	<b>31,5</b>		<b>0</b>	<b>-201</b>	<b>60</b>	<b>509</b>

*Sumber : Data Primer 2016*

Langkah selanjutnya adalah mencari nilai mean, median, modus dan standar deviasi untuk motif hiburan menggunakan data pada tabel 3.10 sehingga diperoleh hasil seperti di bawah ini,

$$\begin{aligned} \text{Mean} &= \frac{\Sigma(ft)}{\Sigma f} \\ &= \frac{1411}{403} \\ &= 3,5 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Modus (Mo)} &= Bb + p \left( \frac{\Sigma f_1}{f_1 + f_2} \right) \\ &= 3,5 + 1 \left( \frac{12}{12 + 78} \right) \\ &= 3,6 \\ &= 4 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Median ( Me)} &= Bb + p \left( \frac{1/2 n - jf}{\Sigma f} \right) \\ &= 3,5 + 1 \left( \frac{1/2 \cdot 403 - 193}{403} \right) \\ &= 3,7 \\ &= 4 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
\text{Standar Deviasi (S)} &= \sqrt{\frac{\sum f \cdot x^2 - \frac{(\sum f \cdot X)^2}{\sum f}}{(\sum f)}} \\
&= \sqrt{\frac{509 - \frac{(-201)^2}{403}}{403}} \\
&= \sqrt{\frac{408,75}{403}} \\
&= 1,008
\end{aligned}$$

Melalui hasil pengolahan data di atas dapat diketahui jika nilai mean atau nilai rata-rata untuk motif hiburan adalah sebesar 3,50 lalu untuk nilai median atau nilai tengah pada data tersebut adalah sebesar 4,00. Nilai Modus atau nilai yang sering muncul pada motif hiburan diperoleh sebesar 4 dan untuk standar deviasi atau simpangan baku untuk ini adalah sebesar 1,008. Selanjutnya data tersebut digunakan untuk membuat kelompok kriteria responden dengan ketentuan yang sama dengan motif – motif sebelumnya dimana hasil akhirnya akan dibentuk dalam tabel dan diagram baik diagram histogram ataupun poligon.

$X < Y - SD$  : Kriteria Rendah

$Y - SD \leq X \leq Y + SD$  : Kriteria Sedang

$X > Y + SD$  : Kriteria Tinggi

Keterangan :

- X : Skor Keseluruhan Motif
- Y : Skor Rata – Rata (Mean)
- SD : Standar Deviasi ( Simpangan Baku)

**Tabel 3. 11 Pengelompokan Kriteria Responden Berdasarkan Motif Hiburan**

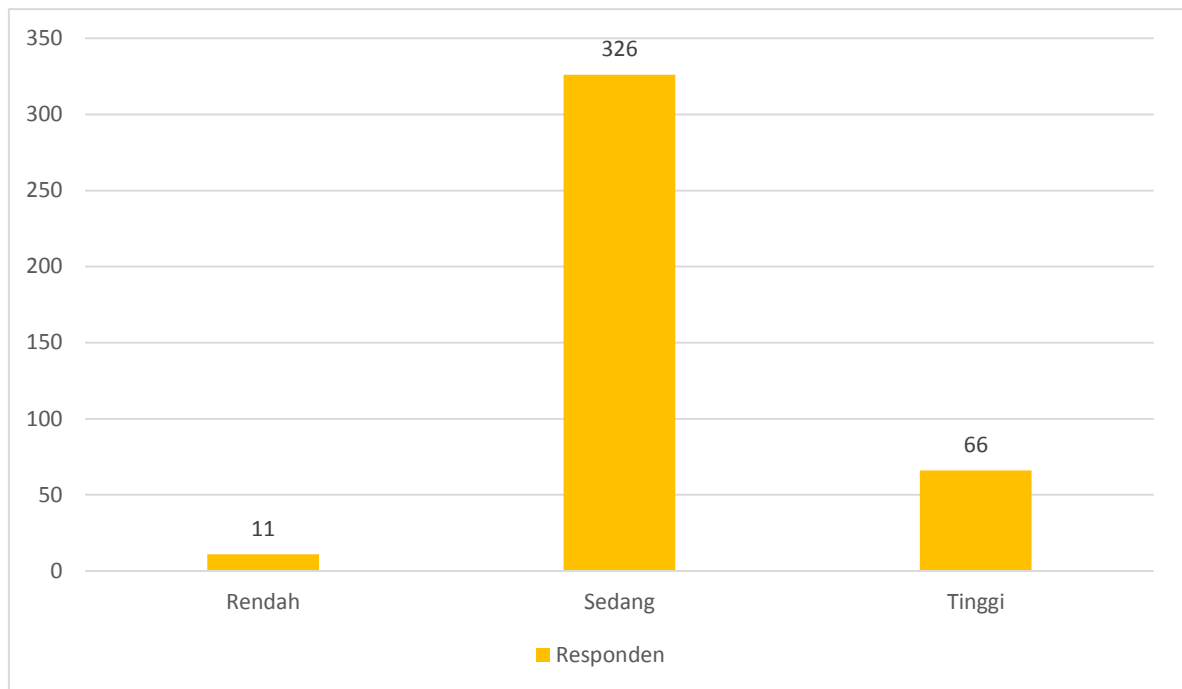
Skor Motif Hiburan	Kriteria	Jumlah Responden	Persentase (%)
$X < 2,49$	Rendah	12 Orang	2,9 %
$2,49 \leq X \leq 4,508$	Sedang	325 Orang	80,7 %
$X > 4,508$	Tinggi	66 Orang	16,4 %

*Sumber : Data Primer 2016*

Pada tabel 3.11 digambarkan bahwa sebanyak 12 responden (2,9%) termasuk ke dalam kriteria rendah yang berarti bahwa motif hiburan tidak terlalu mempengaruhi mereka dalam menggunakan media sosial khususnya *instagram*. Sementara itu sebanyak 325 responden (80,7%) mendapatkan kriteria sedang dalam motif hiburan dimana bagi mereka motif hiburan cukup mempengaruhi mereka dalam menggunakan media sosial dan sebanyak 66 responden (16,4%) termasuk ke dalam kriteria tinggi yakni di mana motif hiburan termasuk ke dalam salah satu motif yang mempengaruhi mereka dalam menggunakan media sosial *instagram*.

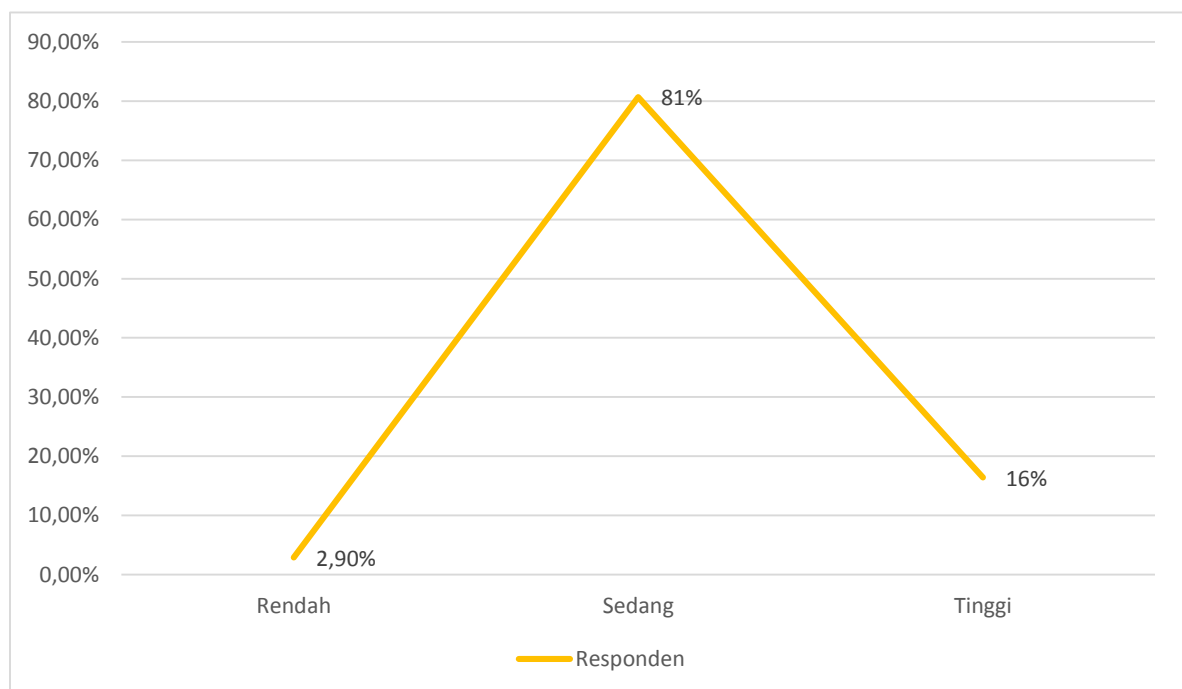
Selanjutnya data pada tabel 3.11 akan dituangkan dalam bentuk diagram histogram dan poligon sebagai berikut,

**Diagram 3. 10 Hasil Pengolahan Data Pada Motif Hiburan**



*Sumber : Data Primer 2016*

**Diagram 3. 11 Persentase Hasil Pengolahan Data Motif Hiburan**



*Sumber : Data Primer 2016*

## 5. Gambaran Motif Integritas dan Interaksi Sosial

Motif terakhir yang akan diolah adalah motif integritas dan interaksi sosial. Pada motif ini terdapat 4 pernyataan yang tertera pada pernyataan nomor 16 sampai 19 dengan sistem penilaian nilai 1 untuk setiap jawaban Ya dan 0 untuk setiap jawaban tidak. Berdasarkan data tersebut maka dapat diketahui,

$$\text{Nilai Tertinggi} = 4$$

$$\text{Nilai Terendah} = 0$$

$$K = 9$$

$$P = 1$$

$$Bb = 2,5$$

$$Jf = 168$$

$$F1 = 49$$

$$F2 = 43$$

Selanjutnya menggunakan data di atas dibentuklah tabel distribusi frekuensi untuk motif integrasi dan interaksi sosial sebagai berikut,

**Tabel 3. 12 Tabel Distribusi Frekuensi Gambaran Motif Integrasi dan Interaksi Sosial**

Nilai Interval	Frekuensi	Nilai Tengah (t)	f.t	Batas Kelas	$\bar{X}$	X	f.X	$X^2$	$f.X^2$
0	25	0	0	-0,5	<b>2,5</b>	-3	-75	9	225
1	53	1	53	0,5		-2	-106	4	212
2	90	2	180	1,5		-1	-90	1	90
<b>3</b>	<b>139</b>	<b>3</b>	<b>417</b>	<b>2,5</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
4	96	4	384	3,5		1	96	1	96

5	0	5	0	4,5		2	0	4	0
6	0	6	0	5,5		3	0	9	0
7	0	7	0	6,5		4	0	16	0
8	0	8	0	7,5		5	0	25	0
<b>TOTAL (<math>\Sigma</math>)</b>	<b>403</b>	<b>36</b>	<b>1034</b>	<b>31,5</b>		<b>9</b>	<b>-175</b>	<b>69</b>	<b>623</b>

*Sumber : Data Primer 2016*

Kemudian dengan menggunakan data pada tabel 3.12 tentukan berapa nilai mean, median, modus dan standar deviasi untuk motif tersebut sebagai mana yang tertera di bawah ini,

$$\begin{aligned} \text{Mean} &= \frac{\Sigma(ft)}{\Sigma f} \\ &= \frac{1034}{403} \\ &= 2,57 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Modus (Mo)} &= Bb + p \left( \frac{\Sigma f_1}{f_1 + f_2} \right) \\ &= 2,5 + 1 \left( \frac{49}{49 + 43} \right) \\ &= 3,0 \\ &= 3 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Median (Me)} &= Bb + p \left( \frac{1/2 n - jf}{\Sigma f} \right) \\ &= 2,5 + 1 \left( \frac{1/2 \cdot 403 - 168}{403} \right) \\ &= 2,7 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
&= 3 \\
\text{Standar Deviasi (S)} &= \sqrt{\frac{\sum f \cdot x^2 - \frac{(\sum f \cdot X)^2}{\sum f}}{(\sum f)}} \\
&= \sqrt{\frac{623 - \frac{(-175)^2}{403}}{403}} \\
&= \sqrt{\frac{547,01}{403}} \\
&= 1,166
\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil pengolahan tabel 3.12, maka dapat diketahui nilai untuk mean atau nilai rata-rata pada motif yang bersangkutan adalah sebesar 2,57 kemudian nilai tengah atau median untuk data tersebut adalah sebesar 3,00. Lalu nilai untuk modus atau nilai yang sering muncul pada data motif ini adalah sebesar 3 dan untuk standar deviasi atau simpangan baku untuk data tersebut adalah sebesar 1,166. Langkah selanjutnya adalah menentukan kriteria responden menjadi tiga kelompok yakni rendah, sedang dan tinggi menggunakan hasil pengolahan data tersebut. Menggunakan ketentuan yang sama dengan ketiga motif sebelumnya, hasil dari pengelompokan tersebut nantinya akan disajikan dalam bentuk tabel dan dituangkan dalam bentuk diagram baik histogram ataupun diagram poligon.

$X < Y - SD$  : Kriteria Rendah

$Y - SD \leq X \leq Y + SD$  : Kriteria Sedang

$X > Y + SD$  : Kriteria Tinggi

Keterangan :

X : Skor Keseluruhan Motif

Y : Skor Rata – Rata (Mean)

SD : Standar Deviasi ( Simpangan Baku)

**Tabel 3. 13 Pengelompokan Kriteria Responden Berdasarkan Motif Integrasi dan Interaksi Sosial**

<b>Skor Motif Integrasi dan Interaksi Sosial</b>	<b>Kriteria</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
<b><math>X &lt; 1,404</math></b>	Rendah	25 Orang	6,2 %
<b><math>1,404 \leq X \leq 3,736</math></b>	Sedang	282 Orang	70 %
<b><math>X &gt; 3,736</math></b>	Tinggi	96 Orang	23,8 %

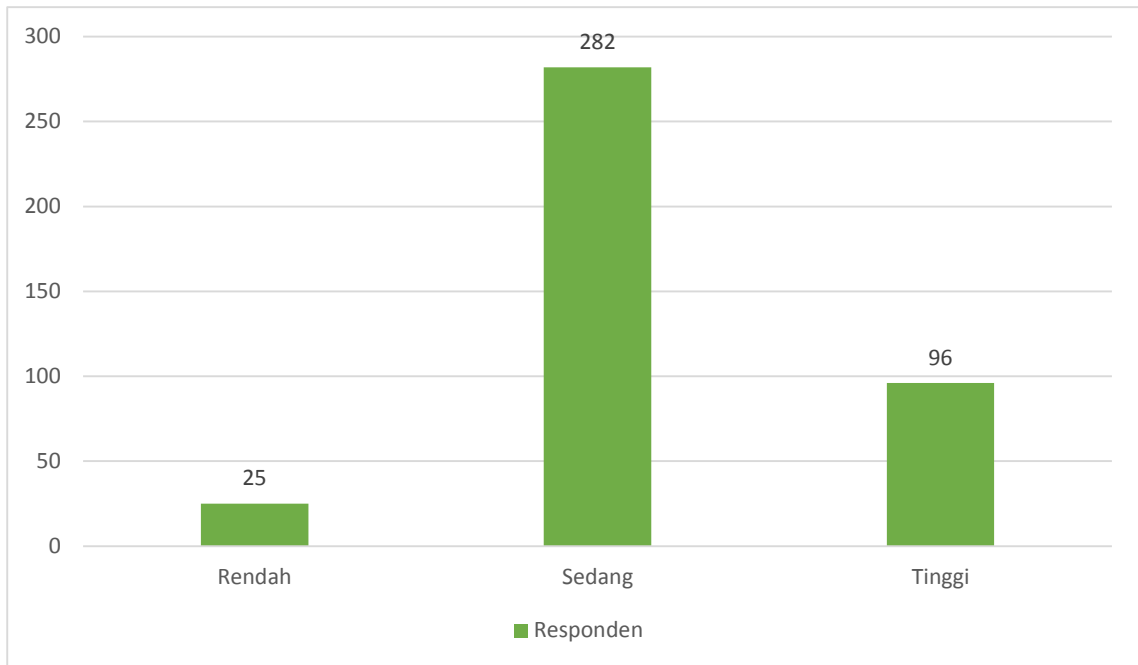
*Sumber : Data Primer 2016*

Tabel 3.13 menggambarkan tiga tingkatan kriteria responden dalam motif integritas dan interaksi sosial. Sebanyak 25 responden (6,2%) termasuk ke dalam kriteria rendah atau bisa dikatakan jika motif tersebut tidak terlalu mempengaruhi mereka dalam menggunakan media sosial. Kemudian sebanyak 282 responden (70%) mendapatkan kriteria sedang, di mana pada kriteria ini bagi mereka motif tersebut cukup mempengaruhi mereka dalam menggunakan media sosial. Lalu sebanyak 96 responden (23,8%) termasuk ke dalam kriteria tinggi atau bisa dikatakan jika mereka sangat dipengaruhi oleh motif tersebut dalam menggunakan media sosial.

Selanjutnya data pada tabel 3.13 kemudian disajikan dalam bentuk diagram histogram dan diagram poligon sebagai berikut,

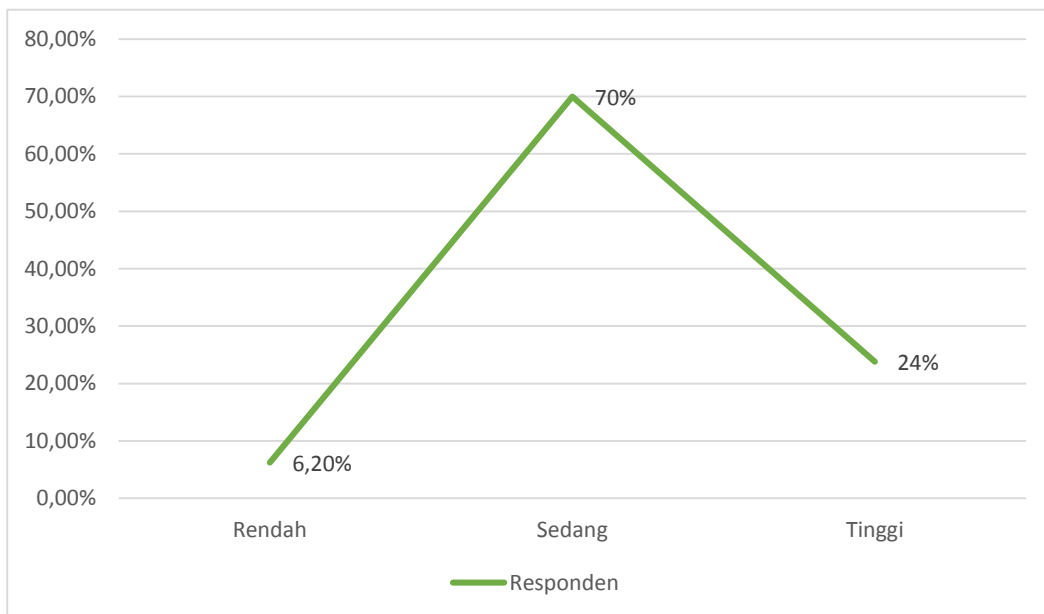


**Diagram 3. 12 Hasil Pengolahan Data Pada Motif Integrasi dan Interaksi Sosial**



*Sumber : Data Primer 2016*

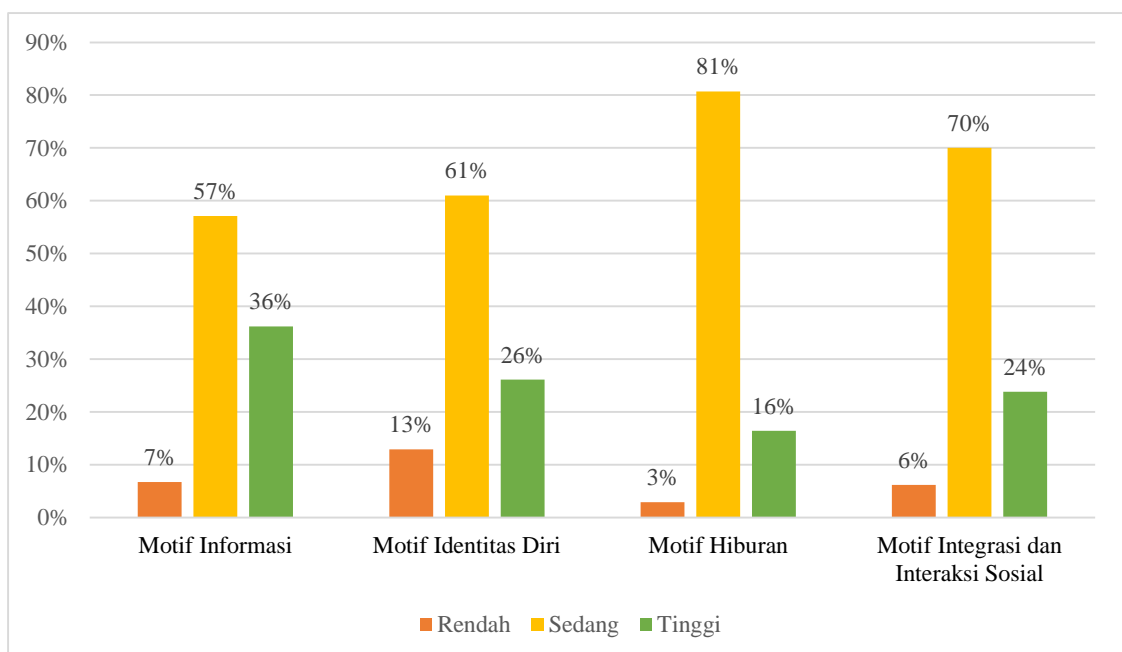
**Diagram 3. 13 Persentase Hasil Pengolahan Data Motif Integrasi dan Interaksi Sosial**



*Sumber data : Data Primer 2016*

Sehingga keempat motif tersebut jika digambarkan dalam bentuk diagram maka dapat diketahui motif apa saja yang paling banyak mempengaruhi mahasiswa UMY dalam menggunakan *instagram* seperti yang tertera pada diagram 3.14 berikut.

**Diagram 3. 14 Persentase Motif yang Mempengaruhi Mahasiswa UMY dalam Menggunakan *instagram***



Sumber : Data Primer 2016

Pada diagram 3.14 menjelaskan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori sedang pada setiap motif yang ada. Meskipun demikian, pada posisi pertama motif yang paling mempengaruhi responden dalam menggunakan *instagram* adalah motif hiburan. Hal ini dapat dilihat bahwa sebanyak 81% responden berada pada motif tersebut diikuti dengan motif integrasi dan interaksi sosial pada posisi kedua dengan perolehan 70% responden. Sementara itu pada posisi ketiga ditempati oleh motif identitas diri dengan perolehan 61% responden

dan pada posisi terakhir motif yang kurang mempengaruhi responden dalam menggunakan *instagram* adalah motif informasi dengan perolehan 57% saja.

## **D. Pembahasan**

### **1. Karakteristik Responden**

Penelitian ini dilakukan dengan memberikan kuisioner yang memiliki 19 butir pernyataan dengan opsi jawaban ya atau tidak lalu dibagikan kepada total responden sebanyak 403 orang dengan karakteristik responden merupakan mahasiswa aktif UMY dan menggunakan *instagram*. Data yang telah diterima kemudian diolah menggunakan SPSS versi 22 untuk mengetahui nilai tengah, nilai rata-rata, nilai yang paling sering muncul dan simpangan baku pada setiap motifnya untuk kemudian mengelompokkan responden berdasarkan tiga kriteria yakni kriteria rendah, kriteria sedang dan kriteria tinggi sehingga dapat diketahui seberapa besar pengaruh motif tersebut kepada responden.

Pada saat penelitian dilakukan karakteristik responden dibedakan lagi menjadi tiga karakteristik sehingga tidak hanya karakteristik utama yakni mereka yang menggunakan *instagram* dan mahasiswa aktif UMY. Ketiga karakteristik tersebut adalah pengelompokan berdasarkan jenis kelamin, jumlah media sosial yang dimiliki serta lama waktu mereka mempunyai *instagram*. Berdasarkan hasil pengolahan data untuk kelompok jenis kelamin ditemukan bahwa sebanyak 248 responden (61,5%) dari total 403 responden berjenis kelamin perempuan sementara jenis kelamin laki-laki hanya sebanyak 155 responden (38,5%) saja. Sementara itu pada kelompok jumlah media sosial yang dimiliki sebanyak 320

responden (79,4%) memiliki lebih dari tiga media sosial, lalu sebanyak 56 responden (13,9%) memiliki tiga media sosial dan sebanyak 27 responden (6,7%) hanya memiliki dua media sosial saja.

Kemudian pada kelompok waktu mempunyai *instagram* sebagian besar responden atau sebanyak 105 responden (26,1%) menjawab jika mereka menggunakan *instagram* sejak tahun 2013, lalu sebanyak 104 responden (25,8%) menjawab jika mereka mulai menggunakan *instagram* sejak tahun 2014, sementara itu sebanyak 66 responden (16,4%) mengaku mereka mulai menggunakan *instagram* sejak tahun 2015, lalu sebanyak 73 responden (18,1%) mulai menggunakan pada tahun 2012 diikuti dengan 25 responden (6,2%) pada tahun 2016 dan sisanya mengaku mulai menggunakan *instagram* pada rentang tahun 2011 hingga 2010.

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut dapat dilihat jika perempuan lebih banyak mendominasi penelitian ini daripada responden laki-laki. Padahal menurut survei yang dilakukan oleh Samsung Inggris pada tahun 2013 bahwa sekitar 20% dari 2000 responden yang mengikuti survei tersebut menyatakan jika laki-laki lebih gemar mengambil foto dirinya sendiri ketimbang perempuan yang hanya mendapatkan persentase sebanyak 17,0% saja. Pada penelitian ini juga diungkapkan jika kaum hawa memang lebih suka mengunggah foto-foto mereka melalui *smartphone* ke media sosial yang mereka miliki ketimbang para kaum adam.

Perbedaan ini bisa dipengaruhi dengan perubahan budaya, pergeseran *stereotype* atau pengaruh lingkungan sekitar. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ulya Rahmanita beserta rekan-rekannya mengenai Perbedaan Kecendrungan Narsistik antara Laki-laki dan Perempuan Pengguna Jejaring Sosial *instagram* mengungkapkan bahwa tidak ada perbedaan besar dari kecendrungan narsistik kaum laki-laki dan perempuan dalam menggunakan *instagram*. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa hal seperti pengaruh lingkungan, pergeseran makna kegunaan media sosial dan perubahan budaya.

Grant dalam Mazman dan Uzluel (2011) mengungkapkan bahwa jejaring sosial sebagian besar digunakan oleh remaja dan dewasa awal sebagai penghubung kepribadian mereka dengan orang lain dan untuk menghubungkan mereka dengan teman-teman, menunjukkan kepada dunia siapa mereka dan siapa orang terdekat mereka serta siapa saja yang memiliki pemikiran yang sama dengan mereka. Hal yang sama juga ditulis oleh Buffardi dan Campbell dalam penelitian mereka *Narcissism and Social Networking Websites* (2008) mengatakan bahwa para pengguna media sosial biasanya bertujuan untuk mempromosikan diri mereka melalui unggahan atau postingan-postingan mereka.

Sementara itu perbedaan jumlah media sosial yang dimiliki serta perbedaan tahun responden menggunakan *instagram* dapat dipengaruhi oleh budaya yang dinamakan budaya massa. Rasyadian dalam tulisannya yang berjudul *Jejaring Sosial : Ruang Besi pada Konstruksi Inovasi dan Identitas Budaya Massa* mengatakan yang dimaksud dengan budaya massa adalah budaya yang terjadi ketika seseorang ‘ikutannya’ menggunakan suatu media karena orang

lain menggunakan media tersebut dan memberikan kepuasan padanya sehingga ia memutuskan untuk turut menggunakan media tersebut.

Hal ini dapat dilihat dengan perbedaan tahun menggunakan *instagram* dengan jumlah media sosial yang mayoritas dimiliki oleh responden. Sebagian besar responden memiliki media sosial lebih dari tiga sementara tahun awal mereka menggunakan *instagram* adalah pada tahun 2013. Ini menunjukkan jika para responden mulai menggunakan *instagram* ketika media sosial tersebut mulai booming dikalangan mereka yakni berkisar antara tahun 2013 hingga 2014 padahal *instagram* sendiri mulai pertama kali berdiri adalah pada akhir tahun 2010. Dengan adanya budaya massa ini tidak menutup kemungkinan satu atau dua tahun lagi *instagram* akan ditinggalkan penggunaanya jika sudah ada media sosial baru yang mampu menarik perhatian khalayak.

## **2. Motif Menggunakan *instagram* Pada Mahasiswa UMY**

Menurut M. Nur Ghufro dan Rini Rismawita S dalam bukunya Teori-Teori Psikologi (2012) mengatakan yang dimaksud dengan motif adalah sebuah dorongan yang sudah terikat pada suatu tujuan. Motif menunjukkan hubungan sistematis antara suatu respon dengan keadaan tertentu yang menghasilkan sebuah perilaku untuk mencapai tujuan serta mendapatkan kepuasan. Harold Koontz (1980) mengatakan bahwa motif adalah suatu keadaan yang berasal dari dalam diri seseorang yang mampu memberikan kekuatan untuk melakukan atau mewujudkan suatu tindakan agar mencapai tujuan ( Alex Sobur, 2003 : 267).

Menurut Ahmadi (2002) motif adalah dorongan yang sudah terikat pada suatu tujuan. Dorongan tersebut biasanya bersifat bawaan dan merupakan hasil dari proses belajar. Motif yang ada pada diri setiap manusia merupakan sebuah dorongan, keinginan, hasrat dan tenaga penggerak yang berasal dari dalam diri seseorang tersebut sehingga mereka mampu melakukan sesuatu agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Sehingga jika disimpulkan maka motif adalah sebuah dorongan yang terikat pada suatu tujuan dimana dorongan tersebut bisa berupa hasrat, keinginan, tenaga ataupun respon yang berasal dari dalam diri manusia sehingga mereka mampu melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan yang diharapkan ( Agus Pribadi dan kawan-kawan, 2011 : 51)

Pada hakikatnya semua tingkah laku manusia mempunyai motif baik yang disadari maupun tidak oleh manusia itu sendiri. Sama halnya dengan ketika seseorang ingin menggunakan suatu media maka akan ada motif yang mempengaruhi mereka untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Motif dalam mengkonsumsi media antara satu individu dengan individu lainnya berbeda-beda tergantung apa tujuan mereka menggunakan dan memilih media tersebut meskipun kecil kemungkinan mereka akan mendapatkan kepuasan yang setimpal dengan apa yang mereka harapkan. Menurut Mc Quail ada empat motif yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan media yaitu motif informasi, motif identitas diri, motif hiburan serta motif integrasi dan interaksi sosial.

Pada hasil keseluruhan motif menggunakan *instagram* pada Mahasiswa UMY diperoleh bahwa dari 403 responden sebanyak 50 responden (12,4%) berada pada kriteria rendah. Ini berarti dari keempat motif yang ada, responden

pada kriteria ini hanya dipengaruhi oleh satu sampai dua motif saja. Kemudian sebanyak 282 responden (70%) berada pada kriteria sedang. Hal ini menunjukkan bahwa dari keempat motif yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan media, para responden tersebut mempunyai setidaknya 3 motif yang mempengaruhi mereka dalam menggunakan *instagram*. Sementara itu pada kriteria tinggi terdapat 71 responden (17,6%) yang artinya mereka mempunyai empat motif ketika mereka memutuskan untuk menggunakan *instagram*.

Hasil temuan ini menunjukkan bahwa ada motif yang mempengaruhi mahasiswa UMY dalam menggunakan *instagram* meskipun mereka tidak dipengaruhi oleh keempat motif secara keseluruhan namun setidaknya ada sebanyak tiga motif turut mempengaruhi mereka dalam menggunakan *instagram*. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui jika ada motif yang mempengaruhi mahasiswa UMY dalam menggunakan *instagram* namun masih dalam kategori sedang. Hal ini bisa disebabkan karena mahasiswa UMY sebagai pengguna *instagram* adalah juga merupakan seorang khalayak aktif media berpendapat jika *instagram* belum mampu memenuhi kebutuhan mereka akan suatu hal. Pada teori *uses and gratification* diungkapkan bahwa suatu khalayak dikatakan aktif jika mereka menggunakan suatu media karena mempunyai tujuan tertentu lalu media tersebut harus bisa memenuhi kebutuhan mereka.

Khalayak aktif disini adalah mereka yang mempunyai pemaknaan sendiri terhadap suatu hal yang mereka peroleh dari media sesuai dengan apa yang mereka pahami. Biasanya hal ini dapat dipengaruhi dengan perbedaan tingkat pendidikan, latar belakang budaya bahkan perbedaan status sosial. Fajar Junaedi



dalam tulisannya Komunikasi Massa, Pengantar Teoritis mengatakan bahwa ada lima karakter seseorang agar bisa dikatakan ia merupakan khalayak aktif yakni Selektif (*Selectivity*), Utilitarianisme (*Utilitarianism*), Intensionalitas (*Intensionalism*), Keikutsertaan (*Involvement*) dan Tidak mudah dibujuk atau dipengaruhi (*Impervious o influence*) (Anindhitya, 2012 : 8-10).

Jika seorang khalayak media memilih menggunakan media berdasarkan tujuan tertentu atau selektif dalam memilih media kemudian tujuannya memilih media tersebut karena media itu dianggap mampu memenuhi kebutuhannya yang kemudian ia tidak menelan begitu saja informasi yang ia dapatkan dari media namun memikirkannya terlebih dahulu juga tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang tidak jelas asalnya maka seseorang tersebut sudah termasuk ke dalam khalayak aktif media.

Fatma Laili Khoirun Nida dalam penelitiannya mengenai Persuasi dalam Media Komunikasi Massa pada tahun 2014 mengungkapkan dalam teori *uses and gratification* terdapat 3 motif yang mempengaruhi khalayak dalam menggunakan media sehingga mereka dapat dikatakan sebagai khalayak aktif yakni :

a. Motif Kognitif

Motif ini menekankan pada kebutuhan manusia akan informasi dan kebutuhan untuk mencapai ideasional tertentu, bertambahnya pengetahuan, meningkatkan atau membangun kepercayaan akan sesuatu, menambah keterampilan atau informasi lainnya.

b. Motif Afektif

Motif ini menekankan pada perubahan yang dirasakan seseorang ketika ia menggunakan media. Motif ini erat hubungannya dengan perasaan, sikap dan emosi

c. Motif *Behavioral*

Motif ini merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati setelah melihat media.

Kaitan ketiga motif tersebut dengan tingkat motif mahasiswa UMY dalam menggunakan *instagram* hanya pada kategori sedang adalah mahasiswa yang notabeneanya adalah seorang khalayak aktif media mereka tentu saja menginginkan suatu media yang mampu memenuhi rasa keingintahuan mereka akan suatu hal, jika media tersebut dirasa kurang atau bahkan tidak bisa memuaskan rasa keingintahuan mereka maka bukan suatu hal yang aneh jika mereka akan mencari media lainnya yang mampu memuaskan mereka , begitu juga dengan *instagram*. Ketika mereka menggunakan *instagram* dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan mereka akan informasi, hiburan, menunjukkan bakat diri serta membangun interaksi sosial dengan orang banyak. Namun saat kebutuhan-kebutuhan tersebut tidak dapat dipenuhi atau dirasa kurang bahkan tidak bisa memuaskan mereka akan kebutuhan yang mereka butuhkan maka khalayak itu akan mencari media sosial lain yang mampu memenuhi kebutuhan tersebut.

Lahir sebagai media sosial yang berbeda dengan tiga media sosial terdahulu membuat *instagram* memang banyak diminati. Terlebih lagi semakin hari *instagram* semakin meningkatkan fasilitasnya sehingga mampu memberikan hal-hal menarik bagi penggunanya. Namun tidak menutup kemungkinan jika pengguna merasa apa yang disajikan *instagram* dirasa kurang memuaskan mereka, seperti pada motif kognitif dalam teori *uses and gratification*, jika pengguna merasa *instagram* kurang memuaskan mereka dalam mendapatkan informasi akan suatu peristiwa, kurang menambah wawasan dan meningkatkan kreatifitas mereka maka mereka akan mencari media lain yang mampu memberikan mereka itu semua. Hal ini juga terjadi pada mahasiswa UMY dalam menggunakan *instagram*. Meskipun melalui *instagram* mereka mampu mendapatkan informasi akan suatu peristiwa, menambah wawasan akan suatu hal dan meningkatkan kreatifitas mereka namun tidak menutup kemungkinan mereka akan merasa kurang puas dengan apa yang *instagram* berikan dan hal ini menyebabkan mereka mencari sumber atau media lain.

Kemudian pada motif afektif yang menunjukkan perasaan dan emosi seseorang dalam menggunakan media, jika mereka merasa *instagram* belum mampu menyalurkan emosi mereka secara menyeluruh maka bukan hal mengherankan jika mereka akan mencari alternatif lainnya begitu pula dengan mahasiswa UMY dalam menggunakan *instagram*. Ketika mereka mengunggah foto atau video tentang perasaan atau emosi yang mereka rasakan di *instagram*, mereka bisa mendapatkan kepuasan akan respon yang diberikan oleh teman-temannya yang melihat postingan tersebut namun jika respon yang diberikan

kurang memuaskan atau emosi mereka kurang tersalurkan maka hal ini yang menyebabkan mahasiswa UMY memilih menggunakan media sosial lainnya untuk memuaskan hasrat mereka tersebut. Media tersebut bisa berupa *youtube* atau media sosial lainnya.

Lalu pada motif *behavioral* dimana pada motif ini dapat dilihat jika perilaku seseorang berubah ketika ia sudah menggunakan suatu media tertentu. Namun kembali lagi jika media tersebut tidak dapat menjadi *role modelnya* dalam melakukan sesuatu maka bukan hal baru lagi jika pengguna media tersebut akan mencari referensi dari media lainnya. Hal serupa juga terjadi pada mahasiswa UMY yang menggunakan *instagram*. Bisa jadi ketika ia menggunakan *instagram* mereka mendapatkan informasi tentang tren makan atau *fashion* terbaru, film yang baru saja dirilis dan musik yang sedang digandrungi sehingga membuat mahasiswa tersebut menjadi *up to date* daripada yang lainnya. Namun ketika mereka merasa bahwa *instagram* kurang memberikan referensi baru akan suatu hal maka mereka akan mencari hal tersebut melalui media lain seperti *google* atau *youtube*.

Berdasarkan hal diatas maka dapat dilihat faktor terbesar mengapa motif mahasiswa UMY hanya pada kategori sedang dalam menggunakan *instagram* adalah karena disamping karena mahasiswa UMY adalah khalayak aktif media, mahasiswa UMY merasa kurang puas dengan apa yang telah diberikan *instagram* untuk mereka sehingga mereka mencari referensi lainnya seperti pada *youtube*, *snapchat* atau media sosial lainnya.

Setelah mengetahui bahwa adanya motif yang mempengaruhi mahasiswa UMY dalam menggunakan *instagram*, langkah selanjutnya adalah mencari motif apa saja yang memberikan kontribusi paling besar dalam mempengaruhi mahasiswa UMY untuk menggunakan *instagram* dan motif yang memberikan pengaruh paling kecil pada mahasiswa UMY dalam menggunakan media sosial tersebut.

### **3. Motif Informasi**

Motif pertama adalah Motif Informasi. Seperti dengan namanya motif informasi adalah motif yang mempengaruhi seseorang untuk mencari informasi mengenai hal-hal yang belum ia ketahui atau untuk membantu mereka dalam melakukan hal-hal tertentu (Adinda Meidina Lubis, 2013 : 5). Pada motif ini juga seseorang akan menggali informasi dan pengetahuan tidak hanya tentang berita saja namun bisa juga mencari informasi untuk mencapai sesuatu atau meningkatkan pemahaman mereka. Dalam *instagram*, informasi yang akan diperoleh oleh penggunanya tidak hanya berupa berita semata melainkan kabar dari seseorang yang dapat dilihat dari *timeline* mereka, tren *fashion* terbaru, info kuliner atau tren yang sedang mendunia.

Pada motif informasi terdapat 5 pernyataan mulai dari pernyataan nomor 1 sampai 5 dengan opsi jawaban Ya atau Tidak yang dibagikan kepada 403 responden. Berdasarkan data yang diperoleh sebanyak 27 responden (6,7%) berada pada kriteria rendah untuk motif informasi dapat mempengaruhi mereka dalam menggunakan *instagram*. Sementara itu sebanyak 230 responden (57,1%) berada pada kriteria sedang dimana motif informasi cukup memberikan pengaruh bagi

mereka dalam menggunakan *instagram*. Lalu pada kriteria tinggi terdapat 146 responden (36,2%) yang benar-benar menggunakan *instagram* sebagai salah satu sarana mereka dalam mencari dan mendapatkan informasi tentang siapapun atau kejadian apapun.

Melalui hasil pengolahan data tersebut dapat diketahui jika motif informasi turut mempengaruhi mahasiswa UMY dalam menggunakan *instagram* namun masih pada kategori sedang. Ada beberapa faktor yang menyebabkan mengapa motif informasi hanya memberikan kontribusi sedang dalam mempengaruhi mahasiswa padahal menurut Katz, Blumler dan Gurevitch media hadir untuk terus memberikan informasi kepada khalayak dan khalayak membutuhkan media tersebut untuk mendapatkan informasi yang mereka inginkan (Baran dan Davis, 2009 : 241-242). Tapi yang perlu diperhatikan adalah tingkat kesadaran pengguna sudah meningkat sebab mereka sudah aktif mencari media apa yang dapat digunakan sebagai sumber untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam mendapatkan informasi yang aktual dan terpercaya.

Seperti yang dapat kita ketahui, *instagram* memang hadir sebagai salah satu media sosial yang mengedepankan gambar sebagai sarana untuk berkomunikasi antar penggunanya meskipun sekarang sudah banyak inovasi yang dilakukan oleh media sosial yang satu ini seperti memperpanjang durasi video yang ditampilkan. Namun karena tidak adanya ketentuan yang mewajibkan bagi pengguna untuk selalu mengunggah foto atau video terbaru mereka, maka hal inilah yang menjadi kelemahan dari *instagram*. Para pengguna tidak bisa menjamin seratus persen video atau gambar yang diunggah oleh teman mereka

merupakan keadaan yang sesungguhnya terjadi pada waktu itu sehingga informasi yang didapatkan kurang dapat dipercaya.

Selain itu juga beberapa akun pada *instagram* yang menyajikan informasi tentang suatu kejadian atau suatu peristiwa baik dari kalangan politik, budaya maupun seni memberikan informasi yang kurang dapat dibuktikan kebenarannya karena tidak mencantumkan sumber darimana informasi tersebut diperoleh. Sebuah gambar memang bisa mengatakan segalanya namun pandangan seseorang dengan orang lain terhadap sebuah gambar yang sama dapat berbeda meskipun mereka berada pada waktu yang sama ketika melihat gambar tersebut.

Kembali pada status mahasiswa UMY sebagai khalayak aktif media, hal ini cukup berpengaruh terhadap motif mereka dalam menggunakan *instagram* terlebih pada motif informasi. Mereka, para khalayak aktif akan menyaksikan media dan memikirkan apa yang sedang mereka lihat bukan hanya menelan mentah-mentah informasi yang mereka dapatkan. Sama halnya ketika mahasiswa UMY mendapatkan informasi seperti peristiwa yang terjadi pada suatu wilayah, mereka tak lantas mempercayai informasi yang mereka dapatkan dari *instagram* tersebut, mereka akan mencari lagi informasi yang lebih detail mengenai peristiwa tersebut melalui media lainnya seperti *web browser* atau melihat tayangan televisi.

Kemudian ketika mahasiswa UMY sedang melihat suatu tayangan kreatifitas atau informasi terbaru mengenai tren yang sedang berlangsung melalui *instagram*, mereka tak lantas menelan mentah-mentah informasi tersebut. Mereka

akan mencari lagi mengenai informasi tersebut agar mampu memuaskan diri mereka atas informasi yang mereka butuhkan.

#### **4. Motif Identitas Diri**

Motif selanjutnya adalah motif identitas diri. Motif ini erat kaitannya dengan penguatan nilai atau menambah keyakinan, pemahaman dan eksplorasi tentang diri sendiri. Pada motif ini pengguna media akan berusaha untuk mengeksplorasi potensi, kemampuan, bakat, citra diri, kepercayaan diri dan nilai-nilai positif yang dimilikinya dan nantinya akan menjadi acuan dalam berperilaku.

Pada motif identitas diri terdapat lima pernyataan yang terdapat pada pernyataan nomor 6 hingga 10 dengan opsi jawaban Ya atau Tidak. Berdasarkan data hasil penelitian ditemukan bahwa sebanyak 52 responden (12,9%) berada pada kategori kriteria rendah untuk motif identitas diri. Itu artinya motif ini tidak terlalu mempengaruhi mereka dalam menggunakan *instagram*. Lalu sebanyak 246 responden (61%) berada pada tingkatan kategori sedang dimana motif identitas diri cukup memberikan pengaruh kepada mereka untuk menggunakan *instagram* kemudian pada kriteria tinggi terdapat 105 responden (26,1%) yang menempati kriteria tersebut. Itu artinya motif identitas diri memang benar-benar memberikan pengaruh yang kuat kepada mereka sehingga memilih menggunakan *instagram*.

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas dapat diketahui jika motif identitas diri termasuk salah satu motif yang turut mempengaruhi mahasiswa UMY dalam menggunakan *instagram* namun masih pada taraf kategori sedang padahal pada penelitian ini motif identitas diri ini berkaitan dengan bagaimana



mahasiswa UMY menggunakan *instagram* sebagai sarana mereka untuk meningkatkan rasa percaya diri yang mereka miliki, menemukan model perilaku sebagai acuan dalam bertindak, meningkatkan pemahaman diri mereka terhadap diri sendiri serta menggunakan *instagram* sebagai tempat mereka untuk menyalurkan potensi dan bakat yang mereka miliki.

Pada buku Teori Komunikasi yang ditulis oleh Little John beserta teman-temannya mengungkapkan yang dimaksud dengan identitas diri ialah sebuah penghubung utama antara individu yang satu dengan individu lainnya dan komunikasi sebagai sarana agar hubungan tersebut dapat terjadi. Motif ini juga mendorong seseorang untuk menggunakan media untuk memperkuat serta menonjolkan sesuatu atau situasi yang penting dalam hidupnya ( Sherlycin Angkari, 2013 : 40).

Faktor penting mengapa motif identitas diri hanya menempati kategori sedang dalam mempengaruhi mahasiswa UMY dalam menggunakan *instagram* adalah salah satunya karena tanggapan tentang apa yang mereka lakukan di *instagram* tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Mahasiswa UMY yang merupakan khalayak aktif media membutuhkan sebuah media yang mampu memuaskan rasa keingintahuan mereka akan suatu hal, mendapatkan respon yang sesuai dengan harapan mereka atas sebuah tindakan yang mereka lakukan dan mempunyai *role model* yang dapat mereka ikuti.

Ketika Mahasiswa UMY menggunakan *instagram* sebagai salah satu sarana mereka untuk menunjukkan potensi diri seperti mengunggah video mereka sedang bernyanyi atau unjuk kebolehan fotografi yang mereka miliki, harapan yang dibangun oleh responden adalah mereka mendapatkan *like* yang banyak pada postingan mereka. Kemudian ketika mereka menyalurkan emosi serta perasaan mereka melalui foto yang diunggah disertai penjelasan mengenai perasaan mereka tentu mereka ingin mendapatkan timbal balik yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Namun bisa saja apa yang mereka dapatkan tidak sesuai dengan yang mereka bayangkan seperti mendapatkan *like* yang sedikit atau tidak ada teman yang memberikan komentar serta dukungan atas emosi yang mereka perlihatkan sehingga membuat mereka mengganti media untuk menunjukkan emosi serta bakat mereka.

## **5. Motif Hiburan**

Motif selanjutnya adalah motif hiburan. Sesuai dengan namanya motif ini mengarah pada kegiatan yang membuat seseorang untuk melakukan kegiatan yang mampu melepaskan diri mereka dari kepenatan, masalah atau sekedar menghilangkan rasa bosan. Motif ini mempunyai jumlah pernyataan yang sama dengan dua motif sebelumnya yakni sebanyak lima pernyataan yang terletak pada pernyataan nomor 11 sampai 15 dengan opsi jawaban ya atau tidak.

Pada hasil pengolahan data pada motif hiburan ditemukan bahwa sebanyak 12 responden (2,9%) berada pada kriteria rendah atau bagi mereka motif hiburan tidak terlalu mempengaruhi mereka dalam menggunakan *instagram*. Sementara itu sebanyak 325 responden (80,7%) berada pada kriteria sedang yang

berarti motif hiburan cukup untuk mempengaruhi mereka dalam menggunakan *instagram*. Lalu sebanyak 66 responden (16,4%) menempati kriteria tinggi dimana motif hiburan ini benar-benar menjadi alasan mereka dalam menggunakan *instagram*.

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas dapat diketahui jika motif hiburan merupakan salah satu motif yang turut mempengaruhi mahasiswa UMY dalam menggunakan *instagram* namun lagi-lagi masih pada kategori sedang. Edy Sofyan dalam tulisannya tentang Pengaruh Penggunaan Media Internet dengan Motif Kreatif dan Motif Hiburan terhadap karakter peserta didik SMAN di Bandung mengatakan yang dimaksud dengan motif hiburan adalah aktifitas dalam menggunakan media internet yang dilakukan oleh khalayak untuk mengisi waktu luang mereka sehingga ketika mereka kembali melakukan aktifitas menjadi lebih semangat serta mendapatkan ide-ide baru. Motif hiburan juga memicu seseorang untuk dapat memenuhi kebutuhan mereka akan pelepasan dari ketegangan dan kebutuhan akan hiburan. Motif ini dekat kaitannya dengan motif pelarian diri dimana seseorang memutuskan untuk menggunakan media karena didorong oleh hasrat mereka untuk melarikan diri dari kenyataan, melepaskan ketegangan dan mendapatkan hiburan (Sherlycin Angkari, 2013 : 39-40).

Salah satu faktor yang menyebabkan motif hiburan juga mendapatkan kategori sedang dalam mempengaruhi mahasiswa UMY untuk menggunakan *instagram* adalah mahasiswa UMY kurang puas dengan hiburan yang mereka peroleh dari media sosial tersebut. Meskipun demikian motif ini merupakan motif yang mendapatkan persentase paling tinggi dibandingkan dengan ketiga motif

lainnya yakni motif informasi, motif identitas diri dan motif interaksi dan integrasi sosial.

Hal ini juga diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gallup Organization pada tahun 1998 kepada pasar online + Plan menunjukkan bahwa pengguna internet dalam rentang usia dewasa muda yakni 18-24 tahun menggunakan internet untuk berbagai tujuan namun tujuan tertinggi mereka adalah untuk mencari hiburan (75%). Sementara itu tujuan untuk mencari informasi berada di posisi kedua yakni sebesar 65% diikuti dengan tujuan untuk bersosialisasi (45%) dan rekreasi (29%). Hasil berbeda didapatkan ketika penelitian dilakukan pada rentang usia dewasa tua yakni usia 35-54 tahun. Mereka yang berada pada rentang usia tersebut lebih menggunakan internet untuk tujuan mencari informasi saja (Werner J. Severin, 2011 : 454).

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Latifa Kadir (2014) tentang motif remaja terhadap penggunaan *facebook* yaitu pada siswa SMK N 7 Samarinda mengatakan bahwa motif yang paling mempengaruhi remaja dalam menggunakan *facebook* adalah motif hiburan dan motif integrasi dan interaksi sosial. Sementara itu motif informasi menempati posisi terakhir sebagai motif yang mempengaruhi siswa dalam menggunakan *facebook*.

Hal ini bisa disebabkan karena bagi mahasiswa UMY meski *instagram* kurang memberikan kepuasan mereka untuk mendapatkan hiburan, media ini dinilai cukup mampu membantu mereka untuk mendapatkan hiburan dalam skala kecil untuk waktu yang cepat seperti ketika mereka sedang menunggu kelas

berlangsung, menunggu teman di kampus atau untuk sekedar mengurangi rasa bosan karena mengantri mengurus kebutuhan di tata usaha, para mahasiswa ini memutuskan untuk membuka *instagram* agar dapat memberikan mereka sedikit hiburan untuk melepaskan ketegangan dan menghilangkan rasa bosan yang melanda.

Hiburan pada *instagram* tidak hanya sebatas foto atau meme serta video lucu saja, salah satu hiburan yang diberikan oleh media sosial ini adalah perasaan puas dan lega ketika penggunaannya mampu menuangkan emosi dan perasaan mereka baik senang maupun sedih ke dalam postingan mereka. Melihat-lihat *online shop* yang menjual berbagai barang-barang lucu dan menarik juga menjadi salah satu hiburan yang diberikan *instagram* kepada para penggunaannya.

## **6. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial**

Motif terakhir pada penelitian ini adalah motif integrasi dan interaksi sosial. Motif yang erat kaitannya dengan hubungan antar individu dengan individu lainnya ini ternyata cukup memberikan pengaruh pada mahasiswa UMY dalam menggunakan *instagram*. Pada penelitian ini, motif integrasi dan interaksi sosial memiliki jumlah pernyataan paling sedikit dari ketiga motif lainnya yakni sebanyak empat butir pernyataan dengan opsi jawaban ya atau tidak. Pernyataan tersebut berada pada nomor 16 sampai 19 pada lembar kuisioner.

Berdasarkan hasil pengolahan data ditemukan bahwa sebanyak 25 responden (6,2%) berada pada kriteria rendah yang artinya mereka tidak terlalu terpengaruh oleh motif integrasi dan interaksi sosial ini pada saat mereka menggunakan *instagram*. Lalu sebanyak 282 responden (70%) berada pada

kriteria sedang. Hal ini menunjukkan bahwa mereka yang berada pada kriteria ini cukup dipengaruhi oleh motif tersebut ketika mereka memutuskan untuk menggunakan *instagram* dan yang terakhir sebanyak 96 responden (23,8%) saja yang berada pada kriteria tinggi dimana mereka benar-benar menggunakan *instagram* karena terpengaruh oleh motif integrasi dan interaksi sosial.

Melalui hasil pengolahan data diatas dapat diketahui jika motif integrasi dan interaksi sosial merupakan salah satu motif yang ikut mempengaruhi mahasiswa UMY dalam menggunakan *instagram* meskipun dalam kategori sedang. Menurut Sherlycin Angkari pada tulisannya tentang Motif Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Program Good Morning Hard Rockers On SBO pada tahun 2013 yang dimaksud dengan motif integrasi dan interaksi sosial adalah motif yang mendorong seseorang untuk menggunakan media sebagai sarana menjaga kelangsungan hubungannya dengan orang lain. Motif ini juga membuat manusia untuk berusaha membina hubungan baik dengan sesama pengguna demi mempererat hubungan dengan orang lain dengan cara menambahkan mereka sebagai teman (Edy Sofyan, 2014 : 139).

Pada *instagram* bentuk integrasi dan interaksi sosial yang dibangun oleh penggunaanya bisa berupa bagaimana mereka mendapatkan teman baru karena mempunyai minat dan hobi yang sama, bertukar pesan melalui fasilitas *direct message*, memberika *like* pada postingan teman-teman mereka atau memberikan komentar pada postingan mereka. Beberapa dari responden juga beranggapan jika dengan *instagram* mereka bisa membangun hubungan dengan orang baru, menemukan teman lama mereka, mengetahui kabar tentang teman-teman mereka

yang berbeda domisili dengannya atau sekedar memberikan informasi dan mendiskusikan hal tersebut kepada teman mereka melalui *instagram*.

Namun meskipun motif ini mampu membangun komunikasi dan menjaga kelangsungan hubungan dengan orang banyak, mahasiswa UMY tetap milih media lainnya untuk memenuhi kebutuhan mereka akan berkomunikasi. Hal inilah yang menyebabkan motif ini hanya berada pada kategori sedang dan berada pada urutan kedua motif yang memberikan pengaruh cukup pada mahasiswa UMY setelah motif hiburan.

Beberapa responden mengatakan jika mereka memang menggunakan fitur *direct message* pada *instagram* untuk membangun komunikasi atau sekedar berdiskusi ringan dengan teman sesama pengguna *instagram*, namun beberapa dari mereka juga ada yang lebih memilih media komunikasi lain seperti *LINE* atau *whatsapp* untuk mempertahankan hubungan mereka atau untuk menjaga pertemanan mereka. Para responden ini beranggapan jika menggunakan fitur DM pada *instagram* tidak terlalu memberikan respon bagi mereka yang membutuhkan respon cepat atas pertanyaan mereka sementara beberapa dari mereka beranggapan mereka bebas memilih menggunakan media manapun tergantung keaktifan orang yang ingin dihubungi dengan kata lain jika orang tersebut lebih aktif di *instagram* maka ia akan menghubunginya melalui *instagram* dan sebaliknya jika ia lebih aktif di media sosial lainnya maka responden akan menghubungi orang tersebut melalui media lainnya.

Maka jika disimpulkan berdasarkan data hasil pengolahan data motif menggunakan *instagram* pada mahasiswa UMY dapat diketahui bahwa adanya motif yang mempengaruhi mahasiswa UMY dalam menggunakan *instagram* dan termasuk ke dalam kelompok kriteria sedang dalam artian masing-masing mahasiswa mempunyai motif yang mempengaruhi mereka dalam menggunakan *instagram* setidaknya terdapat tiga motif. Hal ini dapat terlihat dari perolehan persentase pada kriteria sedang adalah sebesar 70% dari jumlah keseluruhan responden atau sebanyak 282 responden berada pada kriteria ini. Selain itu hal ini juga dapat dilihat dari hasil pengolahan data dari masing-masing motif dimana kriteria sedang selalu mendapatkan persentase paling besar dibandingkan dua kriteria lainnya.

Kemudian dari data pengolahan masing-masing motif dapat kita ketahui motif apa yang paling mempengaruhi dan motif yang kurang mempengaruhi mereka dalam menggunakan *instagram*. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa motif yang paling mempengaruhi mahasiswa UMY dalam menggunakan *instagram* adalah motif hiburan diikuti dengan motif integrasi dan interaksi sosial, motif identitas diri dan yang terakhir adalah motif informasi.

Sebenarnya ada beberapa faktor yang menjadi penyebab mengapa motif mahasiswa UMY dalam menggunakan *instagram* hanya mencapai kategori sedang saja. Salah satu faktor yang paling mempengaruhi mengapa motif yang mempengaruhi mahasiswa UMY hanya pada kategori sedang adalah karena mahasiswa UMY yang merupakan khalayak aktif media dimana mereka menggunakan media untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhannya namun jika



media tersebut belum atau dirasa kurang mampu memenuhi kebutuhan mereka maka mereka akan mencari sumber media lainnya agar bisa memuaskan mereka sesuai dengan yang mereka harapkan.

Pada temuan yang diperoleh melalui penelitian ini mengungkapkan bahwa memang benar adanya mahasiswa UMY masih memilih menggunakan media sosial lainnya untuk memuaskan kebutuhan mereka. Bagi mereka *insagram* belum bisa menjadi salah satu media yang ‘sempurna’ dalam memuaskan dan memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini dapat terlihat juga dari jumlah media sosial yang mereka miliki selama mereka belum menggunakan *instagram*. Jumlah media sosial yang mereka miliki berjumlah hingga lebih dari 3 media sosial sementara itu waktu mereka menggunakan *instagram* adalah pada tahun 2013 padahal *instagram* sendiri lahir pada akhir tahun 2010. Itu artinya selama rentan waktu kurang lebih 3 tahun ada media-media lain yang mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka namun media tersebut juga ternyata belum mampu memuaskan sehingga mereka memilih menggunakan *instagram*. Sayangnya, *instagram* juga belum mampu memuaskan mereka secara keseluruhan

Budaya massa juga menjadi salah satu faktor yang turut mempengaruhi mengapa hanya mendapatkan kategori sedang. Budaya massa adalah budaya dimana seseorang akan menggunakan media jika orang lain menggunakan media tersebut.. Hal ini dapat dilihat dari jumlah media sosial yang dimiliki oleh mahasiswa UMY dengan rentan waktu mereka pertama kali menggunakan *instagram* memiliki jarak hingga 3 tahun setelah peluncuran pertama *instagram*

sementara selama kurun waktu itu juga mereka telah memiliki media sosial lebih dari tiga media.

Mereka memutuskan menggunakan *instagram* bukan hanya untuk memenuhi kebutuhannya namun lebih kepada media tersebut sedang hits sehingga mereka merasa harus menggunakannya juga. Temuan-temuan pada penelitian ini jika digambarkan dalam bentuk bagan maka akan tersaji seperti bagan berikut ini 3.1,

**Bagan 3. 1 Temuan Motif Menggunakan *instagram* pada Mahasiswa UMY**



Sumber : Arsip Penulis 2016