

INSTAGRAM *STORIES* SEBAGAI MEDIA AKTUALISASI DIRI

Rannie Dyah Khatamisari Rachaju¹, Dina Alamianti²

^{1,2}Universitas Langlangbuana, Jl. Karapitan no. 116, 40261, Bandung, Indonesia,
(022)4237144

r.rachaju@gmail.com¹, nadien5@gmail.com²

ABSTRAK

Pemberitaan mengenai konflik antar individu yang dipicu oleh unggahan *stories* dan bahkan ada yang berujung menjadi awal sumber kejahatan semakin marak dengan semakin terbukanya individu pada ruang publik. Sehingga penelitian ini berusaha untuk menangkap motif penyebab dan motif tujuan, serta makna komunikasi dari penggunaan media instagram *stories* sebagai media aktualisasi diri. Metode penelitian yang digunakan yaitu Penelitian Kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Sedangkan Teori yang digunakan yaitu Konsep Fenomenologi dari Alfred Schutz, yang di dukung dengan Teori Aktualisasi Diri dari Abraham Maslow. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan penelaahan dokumen, baik itu dari penelitian terdahulu yang masih terkait maupun literatur yang mendukung penelitian ini. Adapun hasil yang didapatkan penelitian ini menunjukkan bahwa tingginya keingintahuan individu terhadap *stories* pengguna instagram lainnya, membuat individu tersebut pada akhirnya mengikuti berbagai aktivitas unggahan orang tersebut. Suasana hati pengguna instagram akan sangat berpengaruh terhadap unggahan *stories* pada akunnya. *Stories* dapat berdampak positif dan negatif pada pengguna maupun yang mengikutinya atau *follower*-nya. *Stories* juga dapat digunakan untuk membentuk citra diri pengguna, serta dapat dijadikan *outlet* untuk menyalurkan bakat pengguna.

Kata Kunci: Instagram; *Stories*; Aktualisasi Diri;

INSTAGRAM *STORIES* AS A SELF-ACTUALIZATION MEDIUM

ABSTRACT

News on conflicts between individuals triggered by what they posted on Instagram stories and for some, even lead to the source of crime, is increasingly rife with the individual openness progressively shown in public spaces. Therefore, this research seeks to capture the because of motives and in-order-to motives, as well as the meaning of communication on or after the use of Instagram stories as a self-actualization medium. This research used Qualitative Research with a phenomenological approach as its method. While, the theory used is the Alfred Schutz's concept on Phenomenology, and supported by Abraham Maslow's Theory of Self-Actualization. Research data were collected through observation, in-depth interviews, and documents review, both from related previous research and other literature and document that supports this research. This research concludes that the high curiosity of individuals towards the stories of other Instagram users, making the individual ultimately follow the story of the Instagram user. The mood of Instagram users will greatly affect the stories that being posted on their accounts. Stories can have both positive and negative effects on users or those who

follow them or their followers. Stories can also be used to shape a user's self-image, and can be used as an outlet to channel user talent.

Keywords: *Instagram; Stories; Self-Actualization;*

PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial selalu membutuhkan orang lain, sehingga tidak lepas dari melakukan interaksi sosial dengan yang lainnya, sehingga hal ini menjadi landasan awal bahwa manusia pada dasarnya tidak akan bisa hidup sendiri. Manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Hal ini merupakan suatu hakikat bahwa sebagian besar pribadi manusia terbentuk dari hasil integrasi sosial dengan sesama dalam kelompok dan masyarakat. Sehingga manusia dalam kehidupannya sehari-hari mau tidak mau harus berkomunikasi. Karena komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan manusia sehari-hari.

Proses komunikasi pada hakikatnya merupakan proses penyampaian pesan antara manusia baik secara kelompok atau lembaga maupun secara individual dari suatu pihak kepada pihak lain. Dalam proses penyampaian pesan tersebut juga mengandung arti adanya pembagian pesan yang cenderung mengarah ke pencapaian

titik tertentu sampai disepakatinya makna suatu pesan antar pihak-pihak yang terlibat atau yang biasa di sebut dengan menyamakan persepsi antara komunikator dengan komunikan agar pesan yang disampaikan bisa dapat diterima oleh kedua belah pihak. Dengan demikian dikatakan bahwa komunikasi itu merupakan proses penyampaian pesan yang berupa lambang-lambang yang bermakna yang disampaikan oleh komunikator dan ditujukan kepada komunikan sebagai sasaran komunikasi. Namun kebermaknaan manusia bukan hanya dari kebutuhannya untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan sesama manusia. Namun, memiliki keinginan untuk mengaktualisasikan diri, mengembangkan kemampuannya sehingga dapat mencapai apapun yang diinginkan.

Aktualisasi diri adalah kebutuhan naluriah pada manusia untuk melakukan yang terbaik dari yang dia bisa. Aktualisasi diri adalah proses menjadi diri sendiri dan mengembangkan sifat-sifat dan potensi psikologi yang unik. Aktualisasi diri akan dibantu atau dihalangi oleh pengalaman dan oleh belajar khususnya dalam masa anak-anak. Aktualisasi akan berubah sejalan dengan perkembangan hidup

seseorang. Ketika mencapai usia tertentu seseorang akan mengalami pergeseran aktualisasi diri dari fisiologis ke psikologis. Aktualisasi diri dapat didefinisikan sebagai perkembangan yang paling tinggi dari semua bakat, pemenuhan semua kualitas dan kapasitas. Aktualisasi juga memudahkan dan meningkatkan pematangan serta pertumbuhan. Ketika individu makin bertambah besar, maka diri mulai berkembang. Pada saat itu juga, tekanan aktualisasi beralih dari segi fisiologis ke segi psikologis. Di sisi lain, perkembangan seseorang juga dipengaruhi oleh perkembangan teknologi.

Kehadiran teknologi informasi dan teknologi komunikasi dapat membuka ruang kehidupan manusia semakin luas dan semakin tanpa batas. Jika dahulu manusia berinteraksi dengan cara bertatap muka atau menulis surat yang dapat memakan waktu lama, namun lambat laun tergeser oleh teknologi komunikasi seperti telepon seluler (handphone), komputer, internet dan media sosial.

Kemajuan teknologi yang telah menyentuh banyak aspek kehidupan manusia, menjadikannya sulit untuk terlepas dari aktivitas manusia, terutama ketika berbicara media sosial. Hampir seluruh rekan kerja, dan kerabat menggunakan media sosial. Ini terbukti

berdasarkan data Hootsuite (*We are Social*): Indonesian digital report 2020, bahwa setengah penduduk Indonesia aktif memiliki media sosial, seperti tergambar di bawah ini:

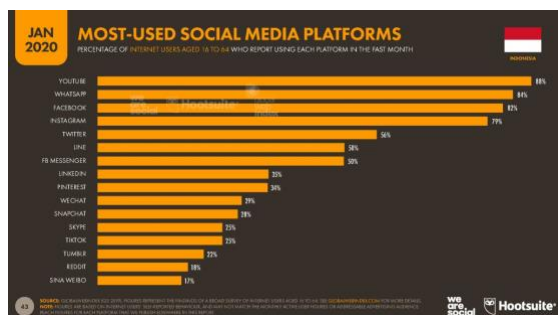


Gambar 1. Data Statistik Pengguna Digital di Indonesia tahun 2020 (Riyanto 2020)

Berdasarkan data statistik di atas maka dapat dilihat bahwa dari total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta, pengguna media sosial yang aktif ada sebanyak 160 juta, ini sudah melampaui 50% dari populasi yang terdata. Artinya media sosial mampu memenuhi kebutuhan untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi secara cepat. Namun media sosial juga memiliki berbagai macam jenis yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan tiap individu.

Salah satu media sosial instagram yang cukup sering di akses yaitu adalah instagram. Peningkatan penggunaannya juga dapat dikatakan lumayan banyak, bahkan berdasarkan data Hootsuite, *platforms* media sosial, instagram dinilai cukup aktif dan menduduki peringkat ke empat

penggunaannya, seperti tergambar berikut ini:



Gambar 2. Platforms media sosial yang paling aktif di Indonesia (Riyanto 2020)

Melihat data di atas pengguna media sosial antara umur 16 tahun hingga 64 tahun, ada sebanyak 79% warga Indonesia yang memilih menggunakan platform Instagram. Memang bukan pilihan pertama seperti Youtube dengan 88% pengguna. Akan tetapi Instagram sebagai media sosial merupakan saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (internet) dengan fitur yang lebih beragam yang ditawarkannya. Salah satunya yaitu melalui *Stories*, dan dijadikan salah satu wadah untuk melakukan proses pengungkapan diri secara tidak langsung.

Berdasarkan paparan data di atas sehingga penelitian ini sangat tertarik untuk mengetahui:

1. Apa yang jadi motif penyebab instagram stories dipilih menjadi media aktualisasi diri?

2. Apa motif tujuan menggunakan instagram stories sebagai media aktualisasi diri?

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Adapun pengertian dari penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

Penelitian kualitatif menurut Creswell yaitu:

“Proses penelitian untuk memahami yang didasarkan pada tradisi penelitian dengan metode yang khas meneliti masalah manusia atau masyarakat. Peneliti membangun gambaran yang kompleks dan holistik, menganalisis kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci dan melakukan penelitian dalam setting alamiah.” (Cresswell 2016)

Menurut Sugiono Metode Penelitian Kualitatif yaitu:

“Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.” (Sugiyono 2015)

Menurut Deddy Mulyana Metodologi Penelitian Kualitatif yaitu:

“Metode penelitian kualitatif dalam arti penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik. Penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya, alih-alih mengubah menjadi entitasentitas kuantitatif.” (Mulyana 2017)

Untuk meneliti fenomena yang ada rasanya tepat dipilih metode penelitian kualitatif, sehingga mampu memotret kondisi sesuai dengan seting alamiahnya. Adapun pendekatan yang dipilih yaitu fenomenologi. Asal kata fenomenologi berasal dari istilah *phenomenon*, yang mengacu pada kemunculan sebuah benda, kejadian atau kondisi yang dilihat. Oleh karena itu, fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung. Dengan demikian fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas. Semua yang dapat anda ketahui adalah apa yang anda alami. “Fenomenologi berarti membiarkan segala sesuatu menjadi jelas sebagaimana adanya” (Littlejohn 2009)

Berikut ini, Sifat-sifat dasar penelitian kualitatif yang relevan menggambarkan posisi metodologis fenomenologi dan yang membedakannya dengan metode-metode penelitian

kualitatif yang lain: (a) Menggali nilai-nilai dalam pengalaman dan kehidupan manusia; (b) Fokus penelitiannya adalah seluruh bagian, bukan per bagian yang membentuk keseluruhan; (c) Tujuan penelitiannya adalah menemukan makna dan hakikat dari pengalaman, bukan sekadar mencari penjelasan atau mencari ukuran-ukuran dari realitas; (d) Memperoleh gambaran kehidupan dari sudut pandang orang pertama melalui wawancara formal dan informal; (e) Data yang diperoleh adalah dasar bagi pengetahuan ilmiah untuk memahami perilaku manusia; (f) Pertanyaan yang dibuat merefleksikan kepentingan, keterlibatan dan komitmen pribadi dari peneliti; (g) Melihat pengalaman dan perilaku sebagai suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, baik itu kesatuan antara subjek dan objek, maupun antara bagian dan keseluruhannya (Kuswarno 2013, 36-37)

Demikianlah pendekatan fenomenologi yang digunakan pada penelitian ini, sejalan dengan metode dan pendekatan yang digunakan maka teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara mendalam, observasi dan penelaahan dokumen.

Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam dilakukan dengan tujuan mengumpulkan keterangan atau data mengenai objek penelitian yaitu komunikasi informan dalam kegiatannya sehari-hari baik di lingkungan tempat tinggal maupun lingkungan kampus. Wawancara mendalam bersifat terbuka dan tidak terstruktur serta tidak formal. Sifat terbuka dan terstruktur ini maksudnya adalah pertanyaan-pertanyaan dalam wawancara tidak bersifat kaku, namun bisa mengalami perubahan sesuai situasi dan kondisi lapangan (fleksibel) dan ini hanya digunakan sebagai pedoman di lapangan.

Observasi

Denzin berpendapat bahwa, pengamatan berperan serta adalah strategi lapangan yang secara simultan memadukan analisis dokumen, wawancara, partisipasi dan observasi langsung sekaligus dengan introspeksi. (Denzin 2018) Sehubungan dengan hal ini, maka dalam penelitian lapangan peneliti turut terlibat langsung ke dalam berbagai aktivitas keseharian yang dilakukan informan, terutama terkait dengan penggunaan media sosial, dan khususnya aktivitas unggahan *stories* di Instagram seperti apa dalam kesehariannya.

Penelaahan Dokumen

Penelaahan dokumen disini, dimulai dengan menelaah penelitian

yang hampir serupa, baik dalam hal fokus dan *scope*-nya. Selain referensi penelitian yang sudah ada sebelumnya. Dokumen disini juga terkait dengan berbagai literatur-literatur atau buku-buku yang terkait dengan penelitian yang dilakukan. Demikianlah paparan teknik pengumpulan data yang dilakukan.

Teknik pengumpulan data dan analisis data pada praktiknya tidak secara mudah dipisahkan. Kedua kegiatan tersebut berjalan serempak. Artinya, analisis data memang seharusnya dikerjakan bersamaan dengan pengumpulan data, dan kemudian dilanjutkan setelah pengumpulan data selesai dikerjakan. Analisis data mencakup kegiatan dengan data, mengorganisasikannya, memilih, dan mengaturnya ke dalam unit-unit, mensintesiskannya, mencari pola-pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang akan dipaparkan kepada oranglain sebagai pembaca laporan penelitian.

Miles dan Huberman mengemukakan tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian kualitatif, yaitu

“(1) reduksi data (*data reduction*) (2) paparan data (*data display*) dan (3) penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verifying*). Analisis

data kualitatif dilakukan secara bersamaan dengan proses pengumpulan data berlangsung, artinya kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan juga selama dan sesudah pengumpulan data.” (Gunawan 2013)

HASIL TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dipaparkan pembahasan berdasarkan hasil temuan penelitian melalui observasi dan wawancara, sehingga paparan yang dihasilkan merupakan paparan data dan pembahasan yang komprehensif.

Hasil Observasi

Observasi dilakukan sebanyak tiga kali oleh peneliti, hal tersebut sesuai dengan banyaknya informan yang menjadi narasumber penelitian ini. Adapun paparannya adalah sebagai berikut:

1. Hasil Observasi Informan I

Pada saat melakukan observasi dan mengikuti keseharian dari Informan I. Terkait dengan aktivitas sosial media, Informan I tidak hanya menggunakan instagram sebagai platform satu-satunya media sosial yang digunakan. Disamping Instagram, Informan I juga menggunakan Line dan Whatsaap sebagai platform media sosial. Namun memang yang paling sering digunakan secara rutin adalah Instagram. Terkait aktivitas pada instagram, informan I

terbiasa untuk menggunakan instagram stories untuk meng-*update* hal-hal yang menurutnya menjadi “highlight of the day” atau seperti momen-momen penting di hari itu. Walaupun masih memilih apa yang akan dibagikan secara publik dan mana yang dibagikan di ruang terbatas. Karena Informan I mengaktifkan fitur pada stories yang memungkinkan pemilik akun untuk memilih dan memilah stories yang akan di *share* itu untuk publik secara umum atau hanya pada kalangan terbatas. Sedangkan untuk postingan pada feed, informan hanya mengunggah satu postingan pada saat itu.

2. Hasil Observasi Informan II

Pada saat dilakukan observasi, kebiasaan dari Informan II terkait aktivitas media sosial, ternyata informan II aktif dalam menggunakan instagram dibandingkan sosial media lainnya terutama terkait dengan unggahannya di media sosial. Mengapa Instagram dan twitter yang dipilih karena informan II merasa fitur yang ditawarkan lebih *user-friendly* dan merasa orang lebih banyak respon aja kalau disana, sedang wa hanya digunakan untuk kontak-kontakan layaknya sms atau telepon pada

umumnya tapi menurut informan “*circle of friends*” yang utama pasti *update* di dua sosial media. Ini memang terlihat bahwa selama setengah jam bersama sudah lebih dari 10 unggahan *stories* yang diupload informan.

3. Hasil Observasi Informan III

Observasi informan III, pada saat observasi dilaksanakan, informan lebih sering mengakses instagram dibandingkan sosial media lainnya, meskipun ia menyukai twitter atau facebook, tapi fitur instagram dirasa paling mudah dan menyenangkan. Istilahnya “*user friendly*” dengan fitur ‘*reels*’ juga jadi tambah seru menurut Informan, sehingga ketika dilihat dalam sejam ada 15 *stories* yang diunggah.

Demikianlah paparan hasil observasi yang dilakukan kepada informan penelitian ini. Dan berikutnya akan dipaparkan hasil wawancara.

Hasil Wawancara

Setelah sebelumnya paparan terkait observasi maka pada bagian ini akan dipaparkan hasil dari wawancara mendalam kepada informan penelitian ini. Untuk pertanyaan pertama, terkait keaktifan dalam media sosial, jawaban informan adalah sebagai berikut:

“Kalau media sosial sebenarnya banyak kan kaya dari facebook, twitter, kalau instagram itu baru 4 tahunan terakhir kayanya, nah instagram itu karena memang fitur storiesnya karna baru ada sekarang-sekarang jadi baru aktif banget pake instagram storiesnya itu 2018 awal, sempet mencoba di tahun 2017 tapi pas ngeliat instagram stories tuh apaan sih cuma gitu kan, dan ngerasa udah aja mending posting foto, masa tiap kegiatan di post di stories, juga ngerasa ah risih dan belum tertarik sama itu, nah tapi di 2018 pas booming baru deh ngerasa kayanya butuh juga nih instagram stories, makanya balik nyoba lagi di awal-awal 2018 pake instagram stories gitu.” (informan I)

Untuk pertanyaan yang sama Informan II, menjawab sebagai berikut ini:

“Sudah cukup lama sih ya apalagi instagram itu semenjak awal ada instagram memang langsung ngikutin langsung bikin, bererti kira-kira udah ada mungkin ya sekitar 8 tahun udah adalah, cuman memang waktu itu kalau untuk stories nya sendiri ga langsung ada kan ya ketika instagram itu udah ada beberapa tahun baru ada aplikasi instagram storiesnya ya nah dari semenjak itu langsung, itu juga engga terlalu langsung sih karena waktu itu sempet HP nya itu belum support waktu itu ketika ikutan di update instagram nya memang belum ada ternyata memang HP nya engga support stories nya, sudah 3 tahunan main instagram stories kalau gasalah baru aja yang storiesnya aku punya gitu, mungkin seperti itu.”

Jawaban yang kurang lebih serupa juga diberikan informan III, yakni:

“Kalau dalam media sosial mah udah lama ya cuman kalau instagram stories kayanya 2017 deh berarti udah 3 tahun ya.”

Salah satu kodrat manusia adalah untuk mencari tahu apa yang belum diketahui. Disadari atau tidak, sebenarnya seseorang lebih banyak belajar dari pertanyaan daripada jawaban. Keingintahuan manusia tidak terbatas pada keadaan diri manusia sendiri atau keadaan sekelilingnya, tetapi terhadap semua hal yang ada di dunia ini bahkan terhadap hal-hal yang tidal lazim. Manusia berusaha mencari jawaban atas berbagai pertanyaan itu dan dari dorongan hasrat ingin tahu. Manusia berusaha mendapatkan pengetahuan mengenai hal-hal yang dipertanyakannya.

Hasrat ingin tahu manusia bahkan muncul karena adanya rasa ingin tahu terhadap aktivitas yang dilakukan oleh orang lain apalagi dengan perkembangan teknologi pada zaman sekarang orang mudah mengetahui segala bentuk kegiatan orang lain dengan melihat unggahan pada media sosial pribadinya, seperti instagram stories.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti melakukan wawancara kepada informan tentang hasrat ingin tahu seperti yang dikemukakan oleh informan sebagai berikut:

“Oh pasti, soal nya kan gimana ya maksudnya rasa pengen tau itu kaya ada, misalnya temen-temen dekat, apa sih yang mereka posting gitu di stories pengen tahu nya tuh bukan pengen tahu kehidupan mereka pribadi tuh seperti apa tapi pengen tahu mereka itu pake stories tuh buat apa gitu kebanyakan, ternyata makin kesini stories tuh makin di pake kaya misalnya buat lagi makan di stories sin terus misalnya lagi pergi kemana mereka posting juga nah udah gitu hasrat pengen tau mah pasti karena apalagi kalau orang-orang tertentu yang memang di follow kaya misalnya karena aku ini banget sama Vidi bikin stories tuh di buka, selalu di buka gitu terus ada misalnya orang-orang tertentu yang aku pengen tahu banget nih mereka kegiatannya apa pasti aku ikutin storiesnya paling gitu sih kalau hasrat ingin tahu nya, lebih pengen tahu mereka posting apa pake stories itu apakah sama kaya yang aku lakuin atau ada hal-hal tertentu yang mereka lakuin, oh ternyata mereka pakai stories tuh buat nunjukin mereka tuh lagi di sini lagi kegiatan ini kaya gitu.”

Sedangkan informan II memberikan jawaban sebagai berikut:

“Oh sering itu, pasti nya kalau oranglain bikin stories pasti kita pengen liat lah kegiatan yang lain atau kalau lagi gabut lagi engga ada kerjaan ya iseng aja gitu ada hasrat pengen tahu juga orang-orang tertentu itu ada, biasanya si doi yang suka dilihat instagram storiesnya atau kalau misalnya lagi main sama temen-temen ke suatu daerah misalnya suatu tempat nah misalnya, aku main sama temen nih misalnya sudah nyampe rumah pasti pengen liat instagram stories nya,

jadi gatau ya seneng aja lihat instagram stories orang itu terus dalam instagram stories orang itu ada akunya gitu, pasti pengen kepo aja pengen tahu.”

Informan III juga mengemukakan pernyataan tentang hasrat ingin tahu sebagai berikut:

“Pernah kepo aja, ya suka pengen tahu, aku juga engga tau kenapa kaya penasaran aja gitu misalnya kita tertarik sama orang tersebut jadi apapun isinya kita tuh pengen tahu cuman kalau memang kita tidak tertarik sama orang tersebut, atau engga orang tersebutnya bikin instagram stories tentang quotes-quotes, makanan-makanan jadi kita tuh udah tau sebelumnya instagram stories si inimah isinya ini jadi di buka, paling gitu sih kalau kepo-kepo di instagram stories orang lain.”

Pertanyaan berikutnya terkait aktivitas unggahan, dimana aktivitas unggahan yakni suatu proses kegiatan yang diikuti dengan terjadinya perubahan tingkah laku, sebagai hasil interaksi dengan lingkungan. Aktivitas unggahan ini biasanya sering dilakukan dalam media sosial seperti instagram stories. Aktivitas unggahan dalam instagram stories menunjukkan bahwa pengguna lebih sering membagikan aktivitas kesehariannya kedalam ruang publik. Mengingat, mudahnya akses pengguna dalam membagikan segala sesuatu yang dilakukannya melalui media sosial kepada

khalayak sehingga khalayak bisa dengan mudah mengetahui aktivitas yang dilakukan oleh seseorang.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, peneliti melakukan wawancara kepada informan tentang aktivitas unggahan seperti yang dikemukakan oleh informan I bahwa:

“Kegiatan sehari-hari terus kadang kan aku punya online shop juga, kadang online shope nya di iklanin juga di instagram stories atau kadang misalnya di kampus lagi ada suatu kegiatan otomatis pamflet nya di upload juga di instagram stories gitu.”

Sedangkan Informan II memberikan jawaban sebagai berikut:

“Kegiatan sehari-hari terus kadang kan aku punya online shop juga, kadang online shope nya di iklanin juga di instagram stories atau kadang misalnya di kampus lagi ada suatu kegiatan otomatis pamflet nya di upload juga di instagram stories gitu.”

Hal yang tidak jauh berbeda juga disampaikan oleh informan III, yakni:

“Aktivitas sehari-hari sih tapi biasanya kalau lagi kumpul-kumpul sama temen-temen terus suka update instagram stories, terus kalo lagi gabut pengen ngeshare aktivitas sendiri kaya ngerjain tugas, hangout kaya gitu sih.”

Pertanyaan selanjutnya terkait dengan media sosial sebagai sarana pengungkapan diri. Karena pada saat ini media sosial mulai banyak digunakan untuk mengekspresikan emosi tertentu yang

dialami penggunaannya. Pengungkapan diri merupakan suatu bentuk komunikasi yang disengaja melalui perilaku baik verbal atau non verbal yang menjelaskan tentang pengalaman atau perasaan seseorang. Tidak semua orang memiliki keterbukaan untuk berbagi kondisi emosi yang dirasakannya pada media sosial, biasanya informasi yang diberikan berupa pengalaman hidup, perasaan, emosi, pendapat, cita-cita dan sebagainya. Dan berikut ini adalah jawaban dari informan, yakni:

“Aku itu tipe orang yang kaya moody gitu kan jadi kadang suka curhat itu lewat instagram cuman disaat moodnya sudah turun udah engga begitu merasakan apa yang awalnya udah dirasakan jadi di delete langsung, Ya karena emang moody an jadi emang lebih ke perasaan yang greget ingin diungkapkan soalnya tipenya kaya yang sarkasme yang nyindir-nyindir gitu, ya udah lebih ke psikis sih apa yang lagi dirasain sekarang di upload tapi kalau udah engga ngerasain di delete gitu, bahkan orang tuh kaya ngerasanya wah nih postingan buat gue padahal bukan buat dia gitu kadang jadi kesendirinya ke yang lain cuman ya mungkin karena ada yang ngerasain juga jadi di delete tuh karena itu juga kadang-kadang jadi loh ko jadi salah sasaran kaya gitu.” (Informan I)

Sedangkan jawaban informan II, adalah sebagai berikut:

“Pernah, iya pernah jadi misalnya kata-kata bijak gitu biasanya kalau curhat, jarang sih kalau

mengungkapkan kata-kata tapi kalau misalnya lagi emang tiba-tiba ada ide buat kata-kata bijak nah itu juga mengungkapkan diri juga kan misalnya, lagi apa tapi dirangkai engga asal-asalan ngerangkai katanya jadi kata-kata bijak kadang di upload juga di instagram stories tapi jarang sih tapi kalau seringnya kegiatan sehari-hari aja.”

Jawaban yang kurang lebih mirip juga diutarakan informan III, yakni:

“Pernah, apalagi kalau lagi galau kan suka pengen bikin si doi peka gitu ya, jadi salah satunya lewat instagram stories, lewat kata-kata, caption gitu.”

Pertanyaan selanjutnya terkait pada kebutuhan untuk mengunggah *instagram stories*. Kebutuhan ditanyakan karena ini terkait dengan dengan aktualisasi diri mereka. Meskipun kebutuhan manusia berbeda-beda, karena akan disesuaikan dengan keinginan yang mereka ingin capai. Dan ada berbagai faktor-faktor yang mempengaruhi kebutuhan manusia antara lain keadaan alam, peradaban dan kebudayaan, serta agama dan adat istiadat. Perkembangan zaman dan teknologi manusia yang terus berkembang dari waktu ke waktu sehingga mempengaruhi jenis kebutuhan manusia apalagi dengan munculnya media sosial khususnya *instagram stories*, menjadi salah satu kebutuhan baru bagi manusia, baik itu sebagai kebutuhan eksistensi, keterbukaan

diri, ingin dikenal oleh orang lain, media informasi bahkan aktualisasi diri.

Maka berikut ini adalah jawaban dari informan I, yakni:

“Kalau aku iya, soalnya media yang sering dipake sekarang twitter sama instagram, kalau di instagram, karena bikin apa posting foto di feed juga jarang jadi lebih seringnya pake stories gitu kan, terus ngerasa kalau stories tuh cuman 24 jam terus dia ilang dia bakal tetep bertahan tapi diarsip kita doang orangmah gatau gitu kan, kalau dibilang kebutuhan iya karena lebih apa ya lebih enak buat apa posting di stories dari pada bikin apa upload foto di feed gitu soalnya kalau di feed harus yang bikin caption nya apa ya gitu kan lama banget belum kalau misalnya pengen pake filter apa lama udah gitu udahlah pake stories aja gitu.”

Sedangkan jawaban informan II, sebagai berikut ini:

“Bisa jadi iya, karena sekarang itu media sosial mohon maaf gitu ya ajang riya juga bisa jadi, pasti kalau ada apa-apa itu di upload di upload nah kalau misalnya di upload nya itu berupa kiriman itu kan orang ngeliatnya jadi spam juga ya, kalau terlalu sering update disitu feed kita juga jadi jelek ya makannya sekarang lebih ke instagram stories.”

Namun sedikit berbeda dengan pemaparan informan III, yakni:

“Engga jadi kebutuhan banget sih, jadi kalau lagi pengen update ya update kalau engga ya engga.”

Pertanyaan selanjutnya terkait dengan keterbukaan diri melalui media sosial. Kehadiran media sosial saat ini menjadikan ruang privat seorang individu berubah menjadi ruang publik. Disadari atau tidak media sosial telah membuat pergeseran budaya, mengakibatkan perubahan pada cara berinteraksi antar individu. Seperti saat ini, dimana seseorang tidak segan dan tidak memiliki batasan untuk membagikan segala hal tentang dirinya kepada publik. Berbagi kehidupan bahkan untuk yang privat sekalipun sudah tidak malu-malu lagi. Salah satu media sosial yang saat ini digemari salah satunya yakni adalah instagram stories karena dalam stories pengguna bebas mengunggah apa saja isi unggahan sesuai yang diinginkannya. Fitur instagram stories memungkinkan bagi penggunanya untuk berbagi foto dan video tentang diri pengguna, namun fitur ini hanya bertahan dalam waktu 24 jam saja. Jika pengguna ingin menyimpan unggahan stories yang telah di unggah bisa di simpan kedalam highlight yang ada pada bagian atas dari feed instagram. Maka berikut ini uraian jawaban para informan, yakni:

“Kita terbuka sesuai apa yang ingin kita buka itulah intinya maksudnya gamau terlalu terbuka juga gamau terlalu tertutup tetep menjadi diri sendiri, cuman gamau terlalu jadi gimana ya terbuka dengan oranglain

tahu gimana kita gitu. Ya menurut aku harus punya privasi juga lah, ya punya batasannya juga, sewajarnya aja jangan sampai orang menilai kita negatifnya gimana-gimana gitukan engga enak juga, orang tuh lebih ngeliat buruknya kita satu daripada kita yang kebbaikannya banyak seringnya kaya gitu kan misalnya orang tuh ngelakuin hal positif positif tapi disaat dia ngelakuin hal buruk satu aja udah aja fokusnya kesitu orang-orang tuh itu makannya hati-hati banget kita tuh jangan sampai citranya buruk gitu, kalau udah buruk udah aja di cap jelek.” (informan I)

Sedangkan informan II, menyatakan:

“Kalau aku orangnya tertutup jadi jarang kalau misalnya mengungkapkan itu di media sosial jadi kalau aku sendiri memang itu tergantung orangnya ya tapi kalau aku sendiri lebih ke misalnya, kalau misalnya kesel sama sesuatu pasti ngomongnya langsung ke orang nya aja gitu kalau misalnya lebih ke instagram stories itu sih jarang takutnya ya orang lain beranggapannya ih apa sih ada juga yang beranggapannya ih apasih gitu kan dan aku engga mau juga orang lain tahu terlalu dalam tentang diri aku gitu, jadi memang selalu memiliki batasan-batasan tertentu.”
Jawaban yang hampir sama juga

dikemukakan informan III, yakni:

“Engga pernah sih kaya menarik perhatian aku lagi sedih kaya gini-gini engga pernah tapi kalau misalkan buat sarkasme buat nyindir biar peka pernah.”

Semua informasi yang di dapatkan melalui observasi dan hasil wawancara

dengan para informan, akan menjadi dasar untuk pembahasan masalah yang nantinya akan dijadikan dasar untuk menjawab pertanyaan penelitian ini.

PEMBAHASAN

Berdasarkan pertanyaan penelitian maka pembahasan akan dibagi menjadi tiga bagian yakni pembahasan mengenai motif penyebab Instagram, dan motif tujuan penggunaan Stories Sebagai Media Aktualisasi Diri.

A. Motif Penyebab Instagram Stories sebagai Media Aktualisasi Diri

Motif penyebab instagram stories sebagai media aktualisasi diri karena aktifnya dalam media sosial iinstagram kebanyakan tertarik dengan fitur yang menarik dan didukung dengan filter yang beragam yang di sediakan instagram stories. Sehingga, minat dalam mengunggah instagram stories timbul akibat adanya filter tersebut. Memang kebanyakan orang tidak memakai fitur instagram stories itu sendiri saat awal di luncurkan instagram pada Agustus 2016. Hal ini sesuai dengan Teori Fenomenologi Alfred Schutz tentang motif penyebab yaitu, aktifnya dalam media sosial instagram stories menjadi sarana dalam aktualisasi diri karena, aktualisasi timbul

akibat aktifnya seseorang dalam menggunakan media sosial.

Hal ini juga berkaitan dengan pencapaian kebutuhan pada tingkatan dasar yaitu Fisiologis, dimana dalam hal ini aktif dalam media sosial menjadi tingkatan dasar sebelum menuju pencapaian selanjutnya apakah untuk pembentukan citra diri, atau untuk motif ekonomi, atau untuk penyaluran bakat dan hobi.

Motif penyebab instagram stories sebagai media aktualisasi diri karena, adanya hasrat ingin tahu dalam media sosial instagram stories terhadap akun orang lain. Terbukti dengan adanya instagram stories orang semakin mudah dalam mencari tahu segala bentuk aktivitas yang dilakukan orang lain. Karena ketika orang melihat instagram stories orang lain, dengan alasan apapun itu satu yang terlihat jelas bahwa mereka memiliki ketertarikan tersendiri terhadap orang yang ingin di “kepo”nya atau bahkan di “*stalking*”nya (dibaca mencari tahu aktivitas apa saja yang dilakukan sehari-harinya). Hal ini berkaitan dengan motif penyebab yaitu, mengenai hasrat ingin tahu terhadap segala bentuk aktivitas unggahan dalam instagram stories orang lain yang memang memiliki ketertarikan untuk dicari tahu. Dan hal ini juga sesuai dengan Teori Aktualisasi Diri menurut Abraham Maslow tentang

pencapaian kebutuhan pada tingkatan ketiga yaitu adanya rasa kasih sayang dan rasa memiliki-dimiliki. Dimana kegiatan ini terbukti melalui kegiatan pengguna mencari tahu hal-hal yang diunggah oleh orang lain melalui akses stories akun lain, terutama yang dianggapnya penting.

Motif penyebab instagram stories sebagai media aktualisasi diri karena aktivitas unggahan pada media sosial iinstagram stories yang umumnya berbeda-beda pada setiap harinya, dan sangat bergantung pada kegiatan apa yang dilakukan dikesehariannya. Berdasarkan kebutuhan, setiap individu memiliki kebebasan untuk mengunggah segala aktivitas yang dilakukan sebagai aktivitas kesehariannya. Ada yang memang mengunggah unggahan sebagai stories sebagai hobi, bakat, pekerjaan pribadi dan keseharian yang dialaminya. Yang mana motif penyebab ini sejalan dengan Teori Aktualisasi Diri menurut Abraham Maslow tentang pencapaian kebutuhan akan adanya penghargaan karena setiap unggahan pengguna tentunya menginginkan *feedback* positif dari oranglain. Karena pada fitur instagram stories, memang menyediakan fitur untuk memberikan umpan balik baik berupa emoticon ataupun berupa komentar, bahkan kini dimudahkan dengan adanya fitur Q&A pada stories.

Instagram stories sebagai sarana pengungkapan diri dalam media sosial iinstagram stories, juga menjadi salah satu motif penyebab, karena seseorang sering kali membagikan perasaan pribadinya lewat media sosial, biasanya unggahan tersebut mengenai suasana hati yang sedang dirasakannya. Kemudian diaktualisasikan dalam bentuk kata-kata yang dikemas sebagus mungkin, meskipun terkadang tidak berlangsung lama. Karena, jika perasaan hatinya sudah lebih membaik maka unggahan mengenai pengungkapan diri ini akan dihapus. Hal ini sesuai dengan Teori Fenomenologi Alfred Schutz tentang motif penyebab yaitu mengenai pengungkapan diri karena setiap individu pasti pernah mengalami dilema terhadap perasaan yang dirasakannya hal ini sering kali diunggah melalui kata-kata atau quotes-quotes dalam instgram stories. Hal ini juga sesuai dengan Teori Aktualisasi Diri menurut Abraham Maslow tentang pencapaian kebutuhan pada tingkatan pertama mengenai aktualisasi diri, karena dari instagram stories pengguna bisa lebih mudah mengungkapkan setiap keadaan yang sedang dialaminya kepada orang lain yang tersalurkan oleh media sosial.

Motif penyebab instagram stories sebagai kebutuhan dalam aktualisasi diri terbukti bahwa stories digunakan oleh

pengguna sebagai salah satu media untuk membagikan aktivitas yang sedang dilakukannya. Baik aktivitas sehari-hari, bisnis, aktualisasi diri maupun motivasi untuk orang lain. Kebutuhan akan unggahan dalam instagram stories menjadikan orang lain lebih mengenali sesama pengguna dalam media soasial, baik sebagai diri sendiri maupun orang lain. Hal ini sesuai dengan Teori Fenomenologi Alfred Schutz tentang motif penyebab yaitu kebutuhan dalam media sosial saat ini menjadi kebutuhan pokok karena dalam stories pengguna bebas mengunggah apa saja aktivitas yang sedang dilakukan. Hal ini juga sesuai dengan Teori Aktualisasi Diri menurut Abraham Maslow tentang pencapaian kebutuhan pada tingkatan kelima yaitu fisiologis karena media sosial instagram stories pada saat ini menjadi kebutuhan dasar pengguna untuk selalu update dengan pembaharuan teknologi yang ada.

Motif penyebab instagram stories sebagai media aktualisasi diri dengan banyaknya fitur yang disediakan oleh instagram stories. Ada beberapa fitur yang sering digunakan dalam unggahan instagram stories. Fitur yang paling sering digunakan yaitu boomerang karena boomerang terlihat sangat unik bisa dengan gaya yang berbolak-balik cocok digunakan

sebagai daily filter. Yang kedua adalah polling karena viewers bisa terbagi kedalam dua kubu. Kubu yang menyatakan iya dan kubu yang menyatakan tidak, yang ketika fitur type disini pengguna dapat dengan mudah menuliskan curhatan pribadi, quotes ataupun menuliskan informasi lainnya menjadi lebih menarik, dapat dihias sesuai selera dengan warna yang berbeda-beda. Selanjutnya, location bisa menunjukkan keberadaan pengguna. Informan juga memilih rewind yaitu video mundur dan handfree video biasa sebagai unggahan storiesnya. Hal ini sesuai dengan Teori Fenomenologi Alfred Schutz tentang motif penyebab yaitu mengenai unggahan pengguna dengan fitur menjadikan pengguna bebas mengekspresikan segala bentuk unggahan dalam stories. Hal ini juga sesuai dengan Teori Aktualisasi Diri menurut Abraham Maslow tentang pencapaian kebutuhan pada tingkatan kedua mengenai unggahan status yang dibagikan oleh pengguna dengan dikreasikan menggunakan fitur yang disediakan instagram stories yang dengan bebas dapat dipilih sesuai yang diinginkan oleh pengguna.

Motif penyebab instagram stories sebagai dampak dari media sosial ini menjadi suatu hal yang harus di waspadai. Dampak dari penggunaan media sosial

instagram stories terhadap setiap pengguna berbeda-beda. Dampak ini terbagi menjadi dampak positif dan dampak negatif, jika dimanfaatkan dengan bijak tentunya pengguna akan merasakan dampak positif dalam media sosial yang justru menguntungkan bagi dirinya. Namun, jika digunakan terlalu terbuka mengumbar segala sesuatu yang lebih personal kedalam media sosial instagram maka dampak negatif tentunya sangat dirasakan. stories berdampak positif sebagai sarana promosi bagi suatu karya, berdampak positif untuk memotivasi, berdampak positif menjadi sumber informasi dan berdampak positif untuk hobi agar dapat diaktualisasikan. Dampak negatif dari media sosial instagram stories ini memang sangat berdampak besar, seperti dengan mencantumkan lokasi pada unggahan stories orang bisa dengan mudah mencari tahu terhadap lokasi tersebut. Bahkan, mendatangi langsung lokasi yang dijadikan stories tersebut. Selain itu, instagram stories bisa berdampak pada mental dan psikis. Ditambah banyaknya konten yang tidak pantas di explorer instagram itu berdampak buruk bagi orang yang melihatnya. Hal ini sesuai dengan Teori Fenomenologi Alfred Schutz tentang motif penyebab yaitu dampak media sosial instagram stories tentunya sangat melekat pada pengguna sebagai akibat dari

penggunaan media sosial yang terlalu berlebihan, akan tetapi media sosial instagram stories juga berdampak baik untuk sebagian besar pembisnis maupun seniman. Hal ini juga sesuai dengan Teori Aktualisasi Diri menurut Abraham Maslow tentang pencapaian kebutuhan pada tingkatan keempat mengenai kebutuhan akan rasa keamanan karena yang diketahui instagram stories ini banyak sekali dampak negatif yang justru merugikan bagi pengguna. Sebisanya mungkin, pengguna harus selektif dalam media sosial justru bukan keuntungan yang didapat akan tetapi kerugian dapat dirasakan jika tidak bijak dalam penggunaannya.

B. Motif Tujuan Instagram Stories sebagai Media Aktualisasi Diri

Motif tujuan instagram stories sebagai sarana eksistensi dalam media sosial instagram stories. Seringnya pengguna mengunggah instagram stories semakin sering juga unggahan pengguna berada pada layar utama beranda orang lain. Dalam hal ini, besar kemungkinan orang akan tertarik untuk melihat unggahan yang diunggah dalam akun pribadinya. Dari unggahan tersebut tentu saja eksistensi pengguna bisa semakin diketahui oleh orang lain saat melihat unggahan yang dibagikannya. Ini menjadi bukti bahwa, pengguna tersebut semakin aktif

menunjukkan eksistensi melalui unggahan keseharian dalam stories. Hal ini sesuai dengan Teori Fenomenologi Alfred Schutz tentang motif tujuan yaitu mengenai eksistensi dalam media sosial instagram stories, memang sangat penting bagi kebanyakan orang karena mereka memiliki tujuan tersendiri terhadap eksistensi yang ditunjukkannya dalam media sosial. Hal ini juga sesuai dengan Teori Aktualisasi Diri menurut Abraham Maslow tentang pencapaian kebutuhan pada tingkatan kedua tentang eksistensi sebagai bentuk kehormatan karena dengan membuat stories setiap hari orang lain dapat mengetahui keberadaan pengguna bahwa pengguna memang eksis dalam stories terbukti dengan unggahan yang di upload selama 24 jam tersebut.

Motif tujuan instagram stories dapat menumbuhkan citra diri sebagian besar orang mengunggah instagram stories bukan karena ingin menimbulkan kesan pencitraan semata melainkan, memang benar stories yang dibagikannya adalah sikap dirinya sendiri. Terlebih, kalau menumbuhkan citra lebih kepada menjaga nama baiknya sendiri dalam unggahan stories karena pada dasarnya pengguna tidak mau jika orang lain menilai dengan hal buruk apalagi, dalam stories. Hal ini sesuai dengan Teori Fenomenologi Alfred

Schutz tentang motif tujuan yaitu mengenai menumbuhkan citra diri, dalam instagram stories seseorang memiliki ciri khas yang berbeda-beda dalam setiap unggahan karena, sesuai dengan kegiatan yang dijalankannya. Hal ini juga sesuai dengan Teori Aktualisasi Diri menurut Abraham Maslow tentang pencapaian kebutuhan pada tingkatan keempat mengenai citra diri seseorang. Tentunya, setiap pengguna ingin dilihat baik oleh orang lain terutama mengenai nama baiknya, karena dalam stories seseorang dapat mengetahui sifatnya pengguna melalui aktivitas unggahan yang sering dibagikannya.

Motif tujuan instagram stories sebagai sarana keterbukaan diri, pada dasarnya seseorang pasti memiliki perasaan hati yang cenderung kurang baik. Biasanya dalam suasana hati yang kurang baik ini pengguna lebih sering membagikan dalam stories, hanya saja tidak berlangsung lama. Jika maksudnya sudah tersampaikan biasanya pengguna langsung menghapus unggahan tersebut. Keterbukaan diri seperti curhatan pribadi, sindiran, bahkan ungkapan kekesalan sering kali diunggah apalagi dengan adanya instagram stories mampu memberikan ruang bagi seseorang untuk menunjukkan keterbukaan dirinya. Ini memang sudah menjadi kebiasaan orang pada saat ini, melupakan keterbukaan diri

dalam unggahan instagram stories. Hal ini sesuai dengan Teori Fenomenologi Alfred Schutz tentang motif tujuan yaitu mengenai keterbukaan diri memang perlu dilakukan namun keterbukaan ini tidak secara terang-terangan lebih dikemas dengan kata-kata yang tidak kasar dan blak-blakan. Jadi, lebih mengunggah keterbukaan diri melalui kata-kata yang lebih tersusun atau dengan quotes-quotes yang mencerminkan masalah yang sedang dirasakannya. Hal ini juga sesuai dengan Teori Aktualisasi Diri menurut Abraham Maslow tentang pencapaian kebutuhan pada tingkatan pertama bahwa keterbukaan diri termasuk dalam aktualisasi. Karena, orang dapat lebih mengetahui sifat dan karakter setiap pengguna dengan mengamati setiap unggahan yang sering dibagikan dalam akun stories pribadinya.

Berdasarkan penelitian mengenai instagram stories sebagai media aktualisasi diri dan lebih memfokuskan pada pengguna instagram di kalangan mahasiswa. Stories tentunya sangat berpengaruh besar dalam kehidupan pribadi seseorang. Bagaimana tidak, stories saat ini sudah menjadi kebutuhan dasar bagi pengguna dalam revolusi industri 4.0 saat ini. Banyaknya filter dalam stories menjadikan pengguna instagram semakin banyak. Kemudahan dan kebebasan akses dalam membagikan

unggahan ini membuat pengguna semakin bebas dalam mengekspresikan diri juga perasaannya. Ekspresi diri bisa ditunjukkan melalui unggahan dengan didukung oleh fitur yang menarik untuk pengguna gunakan dalam unggahan, sehingga pengguna bisa menggali kreativitasnya lebih dalam.

Mengacu pada hasil wawancara, observasi dan pembahasan maka penelitian ini menemukan bahwa makna dari penggunaan media sosial, khususnya pada kasus ini penggunaan instagram stories, sebagai media aktualisasi diri, yakni stories menjadi salah satu platform yang mampu mengakomodir aktualisasi diri penggunanya, meskipun ruang pribadi menjadi ruang publik. Akan tetapi bagi sebagian pengguna, unggahan stories yang mereka unggah berkaitan besar dengan perasaan yang sedang dirasakan dan kemudian diungkapkan melalui stories. Sehingga tanpa disadari, pengguna stories membangun citranya melalui ciri khasnya masing-masing agar mereka dapat dikenal oleh *follower*-nya dan orang lain pada umumnya. Maka oleh karena itu juga, pengguna harus bisa memosisikan diri dengan baik, supaya stories yang diunggahnya tidak berdampak negatif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan dan

pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Motif penyebab penggunaan stories sebagai media aktualisasi diri karena kemudahan akses dan pilihan yang terbatas untuk sarana pengungkapan diri yang mampu menyesuaikan suasana hati dengan berbagai aktivitas unggahan. Sehingga lama-kelamaan seolah menjadi kebutuhan fisiologis untuk selalu mengunggah berbagai aktivitas pada stories, karena memang didukung oleh fitur-fitur beragam yang disediakan.
2. Motif tujuan eksistensi dalam stories ditunjukkan pada aktivitas pribadi. Dan karena Stories yang bersifat *daily* ini menjadi media informasi dan dapat digunakan untuk membentuk citra diri, baik dengan menjadikannya media penyaluran bakat atau hanya sekedar mengunggah keseharian, namun pengguna harus tetap menjaga prilakunya jika tidak ingin memberikan pengaruh yang buruk.

DAFTAR PUSTAKA

- Cresswell, J. W. *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.
- Denzin, Norman K., dan Yvonna S. Lincoln.,. *Handbook of Qualitative Research*. United States of

- America: Sage Publication Inc.,
2018.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Kuswarno, Engkus. *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsep, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya, 2013.
- Littlejohn, Stephen W. dan Foss. A. Karen. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Penerbit Kencana, 2009.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group
- Morissan. Farid, Andy. 2010. *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya dan Masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, D. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya., 2017.
- Riyanto, Andi Dwi. "Hoorsuite (We Are Social)." *Hoorsuite (We Are Social)*. Februari 2020.
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/> (accessed Februari 15, 2021).
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta, 2015.