

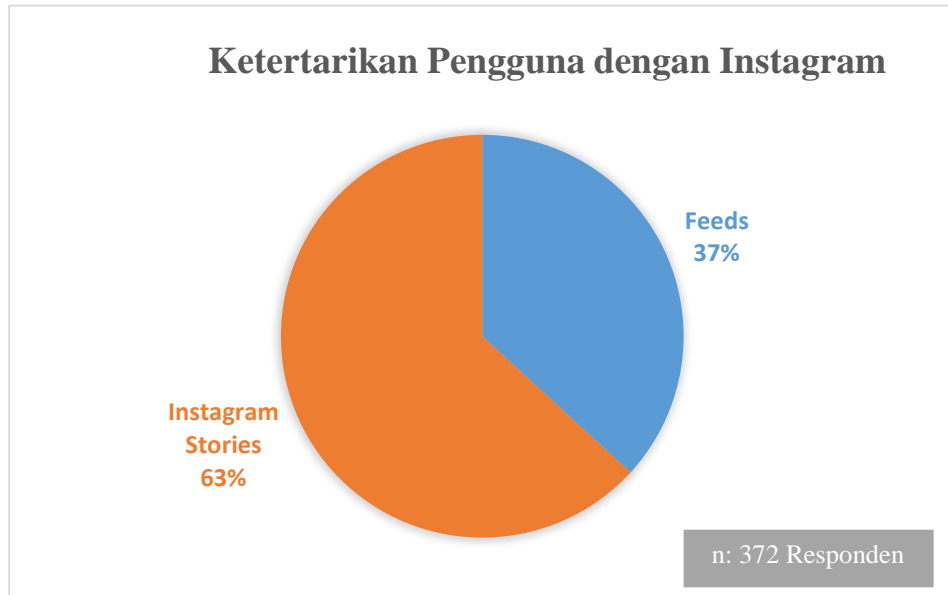
# BAB I

## PENDAHULUAN

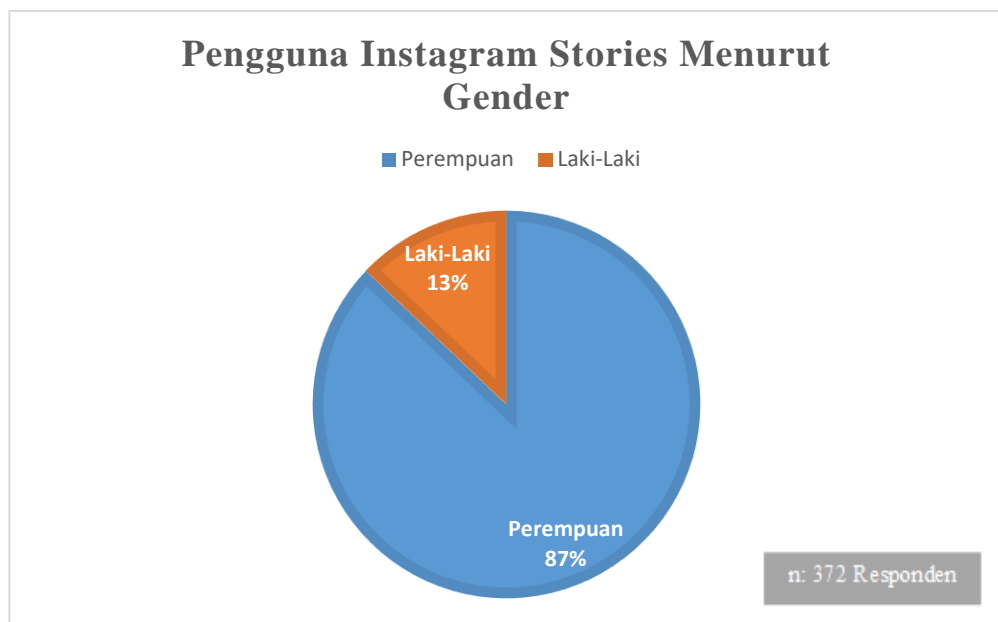
### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Kini muncul berbagai cara untuk mengekspresikan diri maupun suasana hati seseorang, berinteraksi, dan saling terhubung dengan banyak orang tanpa terhalang waktu dan tempat, salah satunya melalui Instagram, pada fitur Instagram Stories. Instagram Stories atau InstaStory ini merupakan salah satu fitur yang disediakan media sosial Instagram untuk membuat para penggunanya lebih mudah dan bebas mengekspresikan dirinya untuk di bagikan atau diperlihatkan banyak orang, yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim atau membagikan foto atau video yang akan menghilang setelah 24 jam. Fitur Instagram Stories sendiri diluncurkan oleh Instagram pada awal bulan Agustus 2016, dengan tujuan para penggunanya bisa berbagi kejadian sehari-hari.

Fitur Instagram Stories ini mirip dengan media sosial Snapchat yang sudah lebih dulu menyediakan foto atau video yang bersifat sementara atau akan menghilang setelah 24 jam, sehingga Instagram Stories bisa dibilang bukan ide original yang dikeluarkan oleh pihak Instagram. Instagram Stories banyak digemari dan digunakan para penggunanya karena momen dari aktivitas sehari-hari yang dibagikan penggunanya tidak akan merusak *feed* dari Instagram penggunanya sendiri. *Feed* merupakan istilah yang mengacu pada koleksi suatu foto atau gambar serta video yang terdapat di dalam profil Instagram. Dengan pra-riset berupa kuesioner yang disebar oleh peneliti pada 372 responden yang dimulai dari tanggal 11 Desember 2017 hingga 8 Januari 2018 dan mendapat perolehan hasil yaitu sebesar 63% pengguna Instagram memilih untuk menggunakan Instagram Stories dan sisanya yaitu sebesar 37% memilih menggunakan Instagram hanya untuk menggunakan atau memanfaatkan *feeds* untuk meng-*upload* foto-foto atau video yang dijadikan album. Dengan begitu, bisa dilihat bahwa pengguna media sosial Instagram lebih tertarik dengan Instagram Stories dibandingkan dengan *feeds*.



**Gambar 1.1 Data Pra-Riset Penggunaan Instagram Stories**  
(Sumber: Olahan Peneliti, 2018)



**Gambar 1.2 Data Pra-Riset Pengguna Instagram Stories Menurut Gender**  
(Sumber: Olahan Peneliti, 2018)

Kemudian dari hasil pra-riiset diketahui bahwa pengguna Instagram Stories ini banyak di dominasi oleh perempuan, hasil tersebut didapat dari total 372 responden dan 324 respondennya yang memilih gender perempuan yang dianggap sering

menggunakan Instagram Stories, kemudian 48 responden lainnya memilih gender laki-laki.

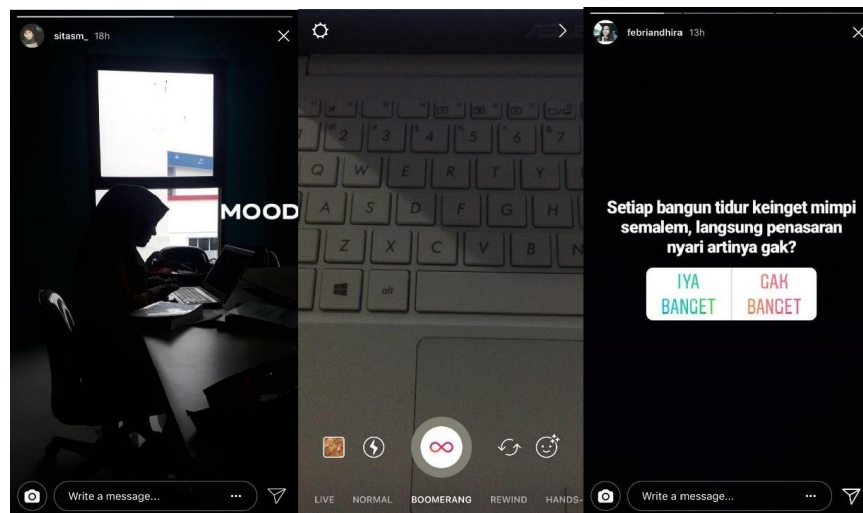
Menurut Carolyn Everson selaku kepala penjualan global facebook, peningkatan jumlah pengguna Instagram Stories terus mengalami kenaikan sejak munculnya pada bulan Agustus 2016 lalu. Pada bulan Januari 2017 pengguna Instagram Stories memiliki 150 pengguna aktif harian, hingga dalam enam bulan berhasil menembus 250 juta pengguna. (Sumber: <http://tekno.liputan6.com/>, diakses 18 Desember 2017 pukul 14.30 WIB)

Kemudian *stories* pengguna pun bisa disesuaikan dengan keinginan privasi pengguna, sehingga privasi pengguna tersebut masih bisa di kontrol atau di atur oleh pengguna Instagram. Kini pada Instagram Stories pun memiliki beberapa fitur lainnya, salah satunya yaitu berbagai filter dan *editing tools*, dengan begitu pengguna bisa semakin mengeksplor kreatifitasnya dalam mengunggah cerita atau momen di Instagram Stories. Pengguna dimanjakan pihak Instagram tidak hanya untuk menggunakan atau sekedar melihat cerita dari pengguna lain, namun para pengguna juga bisa saling berinteraksi atau mendiskusikan momen atau cerita yang di unggah maupun yang pengguna lain unggah dengan *messaging space* yang disediakan Instagram.

Dengan resolusi gambar yang ditawarkan Instagram Stories lebih banyak menjadi salah satu daya tarik pengguna. Instagram Stories memiliki beberapa ikon dan menu dengan fungsi yang berbeda-beda, dengan begitu pengguna bisa lebih berkreasi dengan momen atau cerita yang ingin dibagikan. Adanya ikon (ikon roda gir, ikon panah ke kanan, ikon *flash*, ikon lingkaran putih, dan ikon sepasang panah dalam posisi melingkar). Selanjutnya ada menu (menu *live*, menu normal, menu *boomerang*, menu *rewind*, menu *hands free*). Instagram pun selalu menambah fitur-fitur tambahan Instagram Stories tersebut dengan lebih kreatif dan memanjakan para penggunanya. Dengan banyaknya fitur tambahan yang dihadirkan oleh Instagram Stories, membuat Instagram Stories memiliki pengguna yang terus meningkat. Dikutip dari CNN Indonesia Desember 2016, pengguna Instagram Stories kini bukan hanya bisa mengunggah foto dan video, tapi kini pihak Instagram pun menghadirkan fitur-fitur tambahan di Instagram Stories yaitu dengan menambah fungsi lokasi yang diinginkan pengguna, adanya *sticker*, tambahan tulisan teks, adanya fungsi keterangan suhu dalam satuan *celcius*, dan juga berupa keterangan jam sesuai foto dan video yang diambil.

(Sumber: <http://www.cnnindonesia.com>, diakses 17 September 2017 pukul 17.45 WIB). Dengan banyaknya fitur tambahan yang disuguhkan pihak Instagram pada penggunaannya agar lebih bisa berkreasi, maka adanya pertumbuhan yang signifikan. Semua kelebihan Instagram Stories di atas pun didukung oleh pernyataan dari pengamat media sosial di Indonesia yaitu Rulli Nasrullah yang berpendapat bahwa Instagram Stories ini menjadikan salah satu alasan orang-orang menyukai media sosial Instagram. Menurutnya Instagram Stories ini cukup mudah untuk digunakan para penggunaannya, dengan fitur-fitur Instagram Stories yang menarik dan juga dapat memunculkan interaksi bagi para penggunaannya. (Sumber: Hasil wawancara dengan peneliti, 9 Januari 2018 pukul 14.15)

Di Indonesia sendiri, pengguna aktif Instagram Stories ini terus mengalami pertumbuhan yang sangat melesat. Dikutip dari CNN Indonesia, negara Indonesia menjadi pasar yang memiliki potensial tinggi bagi Instagram di Asia. (Dikutip: <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20170812121809-189-234212/orang-indonesia-pembuat-insta-stories-terbanyak-di-dunia/>, diakses 18 September 2017 pukul 20.05 WIB)



**Gambar 1.3 Fitur Instagram Stories**

(Sumber: Olahan Peneliti, 2017)

Keberhasilan fitur Instagram Stories tak lepas juga dari suksesnya media sosial Instagram. Instagram merupakan sebuah media sosial yang bisa digunakan para penggunaannya untuk membagikan foto dan video, mengambil foto dan video, serta penggunaannya juga bisa menerapkan filter digital yang diperlihatkan pada publik

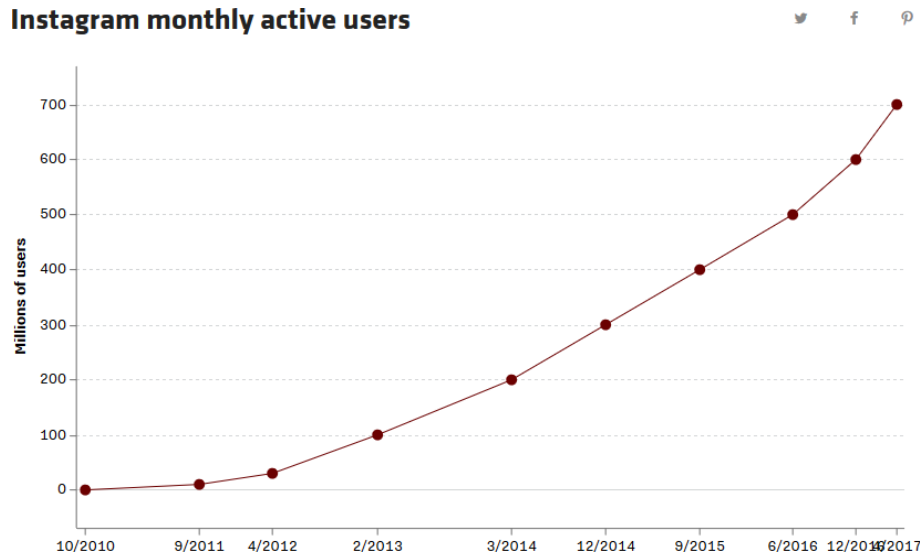
maupun pada layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Hal itu didukung dengan adanya pernyataan dari pihak Instagram sendiri *“Take a picture or video, choose a filter to transform it’s look and feel, then post to Instagram, it’s that easy. You can even share to Facebook, Twitter, Tumblr and more. It’s a new way to see the world”*. Instagram sendiri berasal dari kata *‘insta’* yang mengartikan instan, layaknya seperti kamera polaroid yang pada masanya dikenal dengan sebutan *‘foto instan’*. Dengan begitu Instagram mampu menampilkan foto-foto secara instan, dengan tampilan seperti polaroid. Kemudian arti dari *‘gram’* berasal dari kata *‘telegram’* yang cara kerjanya untuk menyampaikan atau mengirimkan informasi dengan cepat kepada orang lain. Tentunya Instagram ini hanya bisa diakses dengan adanya jaringan internet. Oleh karena itu Instagram berasal dari *insta-telegram* (Sumber: [www.instagram.com/bout/faq](http://www.instagram.com/bout/faq). Diakses 17 September 2017 pukul 20.15 WIB). Instagram sendiri awalnya hanya diperuntukan bagi penikmat serta pratisi fotografi, namun seiring berjalannya waktu kini Instagram bisa digunakan siapa saja. Satu fitur Instagram yang menarik yaitu foto yang akan diunggah akan berbentuk persegi sehingga akan terlihat seperti hasil kamera Kodak *Instamatic*. Sistem sosial di dalam Instagram sendiri yaitu dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya atau memiliki pengikut Instagram, dimana pengguna Instagram bisa menjalin komunikasi ataupun interaksi dengan cara bisa memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto yang telah diunggah pengguna lain.

Kemudian media sosial Instagram ini menjadi aplikasi sosial yang cukup berhasil dalam menarik minat penggunanya, terbukti pada Juni 2011 Instagram berhasil memiliki sekitar 5 juta pengguna. Belum genap satu tahun semenjak peluncuran Instagram pada Agustus 2011 tercatat sudah sebanyak 150 juta foto yang diunggah pengguna di Instagram. Menurut Country Director Facebook yaitu Sri Widowati atau akrab dengan sebutan *Wido*, ia mengatakan sebanyak 97% pengguna mengakses media sosial terbesar di dunia lewat *smartphone*, dan juga jumlah pemakai Instagram di Indonesia yang mencapai 45 juta per bulan dan termasuk jumlah terbesar di Asia Pasifik. Kemudian, kini Instagram bukan hanyan dijadikan untuk membagikan momen saja, tapi dijadikannya peluang untuk berbisnis, karena sejauh ini terdapat 80 juta pengguna Instagram yang mengikuti (*follow*) akun bisnis. CEO Instagram, Kevin Systrom pun mencatat bahwa negara Indonesia sebagai negara terbesar kelima yang mengadopsi media sosial Instagram bisnis *tools*, setelah Amerika Serikat, Brazil,

Rusia, dan Inggris. Pertumbuhan pengguna Instagram di Indonesia memang sangat cepat. Perkembangan tersebut melonjak lebih dari dua kali lipat dari 22 juta pengguna pada awal tahun 2016 dan hal itulah yang membuat Indonesia menjadi salah satu pasar terbesar Instagram di dunia, yang kini memiliki 700 juta pengguna aktif secara global berdasarkan data internal per- April 2017 (*Dikutip: Antara News.com, diakses 18 September 2017 pukul 21.30 WIB*). Hal diatas didukung juga oleh pandangan pengamat media sosial di Indonesia yaitu Rulli Nasrullah yang mengatakan bahwa kini memang Instagram sudah mulai banyak dipakai oleh orang, dari data yang ada beliau bisa mengatakan bahwa penggemar Instagram menjadi luar biasa di Indonesia. Menurut beliau Instagram bisa mengalami peningkatan yang tinggi juga disebabkan karena kini masyarakat sudah mulai bosan dan malas untuk membaca tulisan-tulisan, sehingga masyarakat kini lebih senang untuk menonton video-video pendek dan Instagram memfasilitasi itu semua, sehingga memang Instagram tak heran mempunyai minat pengguna yang banyak. (*Sumber: Hasil wawancara dengan peneliti, 9 Januari 2018 pukul 14.15 WIB*)

Sejak munculnya Instagram yang semakin menarik minat dan perhatian masyarakat, fitur-fitur Instagram pun terus semakin dilengkapi untuk memenuhi pemenuhan hiburan masyarakat. Terdapat beberapa fitur yang ada di dalam Instagram yaitu pengikut, mengunggah foto, tanda suka, peraturan Instagram. Kemudian yang menyebabkan Instagram mengalami peningkatan yang terus semakin pesat, karena adanya fitur seperti Instagram Stories dan *Multiple-Photos* yang muncul sekitar setahun belakangan ini. Dengan dikeluarkannya fitur-fitur yang semakin menarik, diperkirakan Instagram hanya membutuhkan 9 bulan untuk memiliki total pengguna dari 400 juta menjadi 500 juta. 6 bulan untuk memiliki total pengguna dari 500 juta menjadi 600 juta, dan hanya butuh 4 bulan untuk meraih penggunanya dari 600 juta menjadi 700 juta. Pada akhir Juli lalu diperkirakan bahwa angka tersebut akan meningkat menjadi 800 juta hingga meningkat ke angka 900 juta pengguna pada September 2017. Dengan angka pertumbuhan tersebut, maka peneliti menghitung bahwa Instagram mampu mengalami persentase kenaikan sebesar 3% dengan jangka waktu sembilan bulan, lain halnya dengan persentase kenaikan bulan selanjutnya dengan hanya jangka enam bulan Instagram masih bisa meraih persentase kenaikan angka yang sama. Kemudian dengan jangka empat bulan berikutnya, mengalami kenaikan sebesar 4%. Pada tiga bulan berikutnya lagi, kenaikan sebesar 5% dan pada

dua bulan selanjutnya yaitu bulan September 2017, persentase kenaikan yang diperoleh Instagram yaitu sebesar 6% yang semakin meningkat dari persentase kenaikan bulan-bulan yang telah dialami sebelumnya.



**Gambar 1.4 Data Pengguna Instagram**

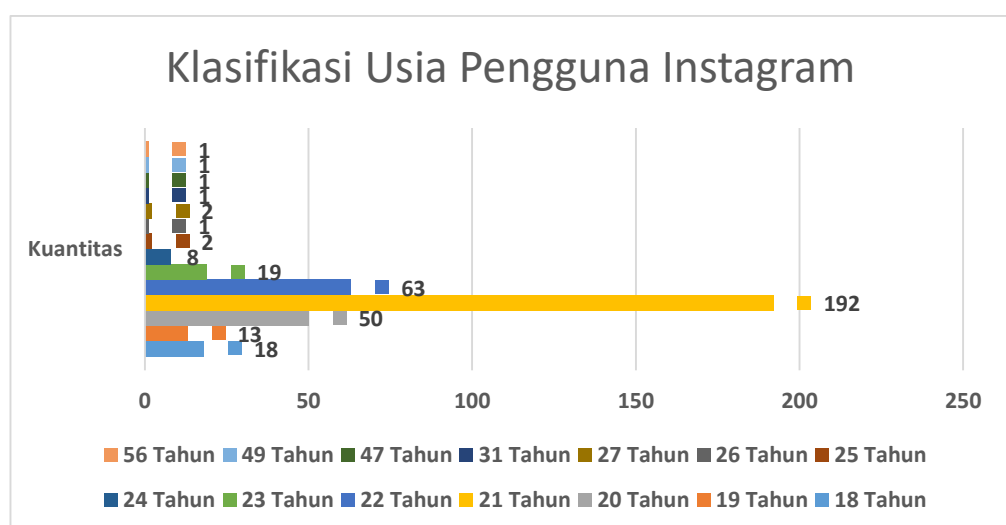
(Sumber: <http://www.recode.net/2017/4/26/15430702/instagram-facebook-snapchat-growth-700-million-users>, diakses 18 September 2017 pukul 22.00 WIB)

Kini Instagram sudah seperti gaya hidup di kalangan masyarakat, karena bukan hanya sandang, pangan, dan papan saja yang dibutuhkan di dunia nyata, namun kini kebutuhan psikologis yang tidak hanya dibutuhkan di dunia nyata, namun kini kebutuhan psikologis tersebut bisa terpenuhi di dalam dunia maya atau dengan adanya media sosial. Hampir di setiap aktivitas akan diabadikan atau dipublikasikan lewat media sosial Instagram. Karakteristik pengguna Instagram pun beragam sesuai pribadi dari penggunanya. Beberapa karakteristik yang peneliti amat di antaranya yaitu pengguna yang senang membagikan momen dengan cara meng-*upload* foto ataupun video, agar *feed* Instagram sesuai dengan pesan yang ingin pengguna sampaikan kepada pengguna lainnya, yang tujuan lainnya agar bisa menambah atau mendapatkan pengikut (*followers*), *viewers*, bahkan *likes* di momen yang dibagikan akun pengguna tersebut. Untuk karakteristik pada fitur Instagram Stories sendiri, mulai sejak tahun 2016 peneliti mengamati bahwa banyak pengguna yang membagikan kehidupan sehari-harinya untuk mengekspresikan kondisi dirinya pada saat itu secara sadar pada banyak orang dan Instagram Stories ini bisa digunakan penggunanya untuk

membangun citra diri. Pengguna media sosial Instagram Stories menunjukkan makna yang berbeda, karena pada prinsipnya manusia adalah makhluk yang memiliki kesadaran. Kemudian adanya hasil survey pada tahun 2016 yang dilakukan oleh perusahaan *research market* dunia yaitu TNS mengenai pengguna Instagram di Indonesia. Hasil survey tersebut menyatakan bahwa pengguna Instagram di Indonesia paling banyak digunakan oleh jenis kelamin perempuan dan juga individu yang mapan dan pernah mendapatkan pendidikan tinggi. (Sumber: <http://www.tribunnews.com>, diakses 15 Januari 2018 pukul 23.57 WIB). Hal di atas didukung juga dengan adanya tanggapan dari pengamat media sosial di Indonesia, Rulli Nasrullah, yang mengatakan bahwa memang pada sebagian besar riset, pengguna media sosial itu berada di rentang usia 20-35 tahun, terlebih lagi bagi generasi Z yaitu mereka yang lahir mulai dari tahun 90-an yang memang sudah mengenal teknologi seperti *playstation*, *handphone* dan *chatting-an* yang menurutnya itu merupakan hal yang sangat menarik. Selain itu juga pengamat media sosial, Rulli Nasrullah, menambah tanggapannya bahwa:

*“...pengguna media sosial kan lebih di dominasi oleh wanita kan perempuan, termasuk juga jualan-jualan online shop segala macam lebih banyak perempuan. Perempuan itu secara psikologis dia harus meluapkan ribuan kata-kata dalam sehari gitu kan, beda dengan laki-laki itu udah ada ilmunya itu, jadi saya mengatakan bahwa ini sangat cocok sekali di Instagram itu.”*

Kemudian adanya data pra-riset kuesioner yang telah disebar pada 372 responden oleh peneliti, bisa dilihat bahwa pengguna Instagram lebih banyak berada di rentang umur 20 sampai 22 tahun.



**Gambar 1.5 Klasifikasi Usia Pengguna Instagram**

(Sumber: Olahan Peneliti, 2018)



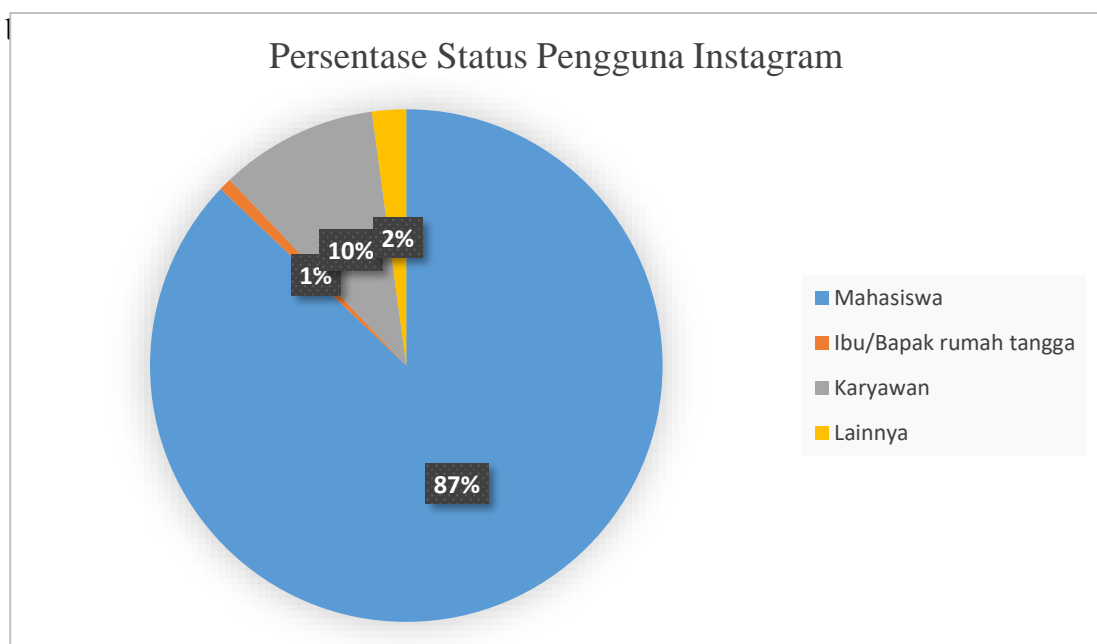
Media sosial pada jaman sekarang memang sedang marak di kalangan masyarakat. Menurut Van Dijk (2013) dalam (Nasrullah, 2017:11), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa media sosial yaitu media yang terhubung dengan internet untuk memudahkan pengguna saling berinteraksi, berbagi bahkan merepresentasikan dirinya kepada banyak orang atau pengguna lain dan membentuk komunitas sosial secara virtual. Dengan kemajuan di bidang teknologi dan *mobile phone*. Peranan media sosial pun kini bisa menjadikan media konvensional menjadi media yang digital dalam menyebarkan informasi. Menurut survey tahun 2016, Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) penggunaan media sosial masih didominasi oleh anak muda dan berada di kawasan perkotaan seperti Jakarta dan kota besar lainnya di pulau Jawa, sementara di daerah atau pulau kecil lainnya media sosial relatif rendah penggunaannya. (Sumber:<http://palembang.tribunnews.com>, diakses 18 September 2017 pukul 22.25 WIB)

Penggunaan internet di Indonesia sendiri, survey Nielsen pada tahun 2017 yang dilakukan di 11 kota di Indonesia. Penggunaan internet memiliki angka sebesar 44% dengan begitu internet bisa dikatakan bahwa masyarakat Indonesia semakin banyak yang mengakses internet hampir di semua tempat, diantaranya kendaraan umum (53%), kafe atau restoran (51%), dan di acara konser (24%) (Dikutip: Nielsen.com, diakses 18 September 2017 pukul 22.57 WIB). Untuk di Indonesia sendiri terdapat 5 kota yang memiliki peluang internet dengan kecepatan yang tinggi yaitu kota Jakarta, Tangerang, Bekasi, Surabaya, dan salah satunya yaitu Bandung. Bandung sendiri memang sudah memiliki fasilitas koneksi internet 4G LTE, dengan begitu kecepatan yang dimiliki Bandung pun cukup mumpuni bagi pengguna internet (Sumber: [tekno.liputan6.com](http://tekno.liputan6.com), diakses pada 21 Desember 2017 pukul 01.44 WIB)

Dengan perkembangan pengguna internet seperti yang telah dijelaskan diatas, maka tak dipungkiri perkembangan *new media*. *New media* merupakan media baru yang muncul ketika perkembangan internet semakin maju, dimana sebelumnya terdapat media lain seperti media cetak dan media massa untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. *New media* merupakan media yang menggunakan akses

internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun publik (Mondry, 2008:13). *New media* sendiri membawa kemudahan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi.

Peran dari pengguna sangat menentukan perkembangan dari media sosial khususnya Instagram. salah satunya penggunaan Instagram pada kalangan Mahasiswa yang sedang marak. Mahasiswa sendiri termasuk kedalam generasi Z, dimana generasi Z ini merupakan generasi yang lahir pada tahun 90-an hingga pertengahan tahun 200-an yang mengikuti tren yang ada. Menurut Psikolog, Stephani Raihana, generasi Z atau biasa disebut dengan generasi net yang merupakan generasi digital murni, dimana generasi ini aktif menggunakan media digital dan media sosial bahkan menjadikan sebagai kebutuhan. Generasi Z ini menjadi generasi awal yang merasakan media sosial termasuk Instagram, sehingga kesenangan dalam mencoba media sosial dan eksis menjadi tinggi. Kemudian dari hasil pra-riset yang dilakukan peneliti berupa kuesioner yang telah dibagikan pada 372 responden menyatakan bahwa pengguna Instagram



**Gambar 1.6 Persentase Satus Pengguna Instagram**

(Sumber: Olahan Peneliti, 2018)

Berangkat dari hal tersebut, peneliti memilih Mahasiswi menjadi subjek dari penelitian, karena Mahasiswi masih merupakan bagian generasi Z dimana masih mengikuti tren yang ada. Hal tersebut didukung oleh tanggapan dari pengamat media

sosial di Indonesia, Rulli Nasrullah yang mengatakan bahwa faktor usia Mahasiswi memang kini sedang marak menggunakan Instagram. Kemudian Mahasiswi merupakan seorang perempuan yang dianggap akan ekspresif dalam penggunaan media dibanding laki-laki. Menurut psikolog Stephani Raihana, bahwa perempuan sering disebut emosional. Dimana ada bagian otak perempuan yang lebih aktif, salah satunya yang paling aktif yaitu kemampuan komunikasi bahasa. Ia mengatakan bahwa yang menyebabkan perempuan sangat ekspresif karena kemampuan perempuan akan otaknya yang lebih cepat bekerja dalam hal berkomunikasi. Dengan kemampuan seperti itu, maka perempuan akan lebih sering mengobrol, lebih sering berkomentar, dan lain sebagainya sehingga kesannya perempuan yaitu lebih ekspresif. Kemudian dengan adanya media sosial dan juga asumsi seperti, ia pun mengatakan tak dipunkiri perempuan ekspresif di media sosial, karena terkadang perempuan lebih menuntu perhatian atau sering disebut kebutuhan afeksional dari lingkungannya. Dalam Mulyana (2007:316) jika dilihat dari bahasa, memang perempuan senang menggunakan lebih banyak pernyataan ekspresif yang sifatnya untuk menyatakan emosi dan juga berorientasi orang, yang artinya memelihara hubungan, menciptakan itikad baik, menunjukkan dukungan, dan membangun komunitas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya motif, interaksi, dan makna yang dibuat oleh Mahasiswi dalam membagikan ceritanya melalui Instagram Stories. Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Motif memberi tujuan dan arah pada tingkah laku manusia. Perbuatan dan tingkah laku manusia tentu sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Dengan pengertian bahwa semua tingkah laku manusia mempunyai motif. Pada prinsipnya, motif adalah suatu konstruksi yang potensial dan laten, yang dibentuk oleh pengalaman, yang secara relatif dapat bertahan meskipun kemungkinan berubah masih ada, dan berfungsi menggerakkan serta mengarahkan perilaku ke tujuan tertentu (Hambali: Psikologi Sosial, 2015:143). Dalam hal ini, ketika individu menggunakan simbol-simbol tertentu maka akan menghasilkan adanya sebuah interaksi, dimana dari sebuah interaksi itulah individu nantinya akan membentuk sebuah makna. Bisa dilihat dari teori interaksi simbolik (West & Turner, 2007: 98-104), dimana pengguna menciptakan makna tertentu ketika adanya proses komunikasi yang muncul dan makna tidak bersifat intrinsik terhadap apapun. Sebuah simbol yang dimaknai individu

pun bisa dikatakan sebagai produk dari interaksi sosial. Ketika seseorang bertindak dan berinteraksi, maka pasti akan ada makna di dalamnya. Makna adalah arti yang mendalam dari sesuatu hal bagi manusia yang disebabkan oleh adanya konstruksi secara interpretatif oleh individu melalui proses interaksi (Mead dalam West & Turner, 2008:98). Pada intinya makna adalah hubungan antara kata dan benda yang bersifat intrinsik yang berada dalam suatu sistem dan di proyeksikan dalam bentuk lambang.

Dengan adanya motif, interaksi, dan makna tersebut, maka penelitian ini menggunakan fenomenologi Alfred Schutz. Dalam Sobur (2014:63), ALFRED Schutz memaparkan dalam karyanya, *The Phenomenology of the Social World* (1967), pada dasarnya berputar sekitar tiga tema utama, yakni dunia sehari-hari, sosialitas, serta makna dan pembentukan makna. Husserl memang mendefinisikan fenomenologi sebagai suatu disiplin filsafat yang akan melukiskan segala bidang pengalaman manusia. Dalam Daryanto; *Teori Komunikasi* (2016;290) Fenomenologi adalah studi mengenai bagaimana manusia mengalami kehidupannya di dunia. Dengan kata lain, fenomenologi menempatkan pengalaman nyata sebagai data dasar dari pengetahuan.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk memilih dan melakukan penelitian pada media Instagram Stories dan pada Mahasiswa di Bandung sebagai subjek penelitian. Peneliti ingin mengetahui motif, interaksi dan makna yang membuat Mahasiswa di Bandung. Metodologi yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dengan fenomenologi menggunakan judul “Fenomena Penggunaan Instagram Stories (Studi Fenomenologi pada Mahasiswa di Bandung)”

## **1.2 Fokus Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada “Fenomena Penggunaan Instagram Stories” dengan menggunakan studi fenomenologi pada Mahasiswa di Bandung, dengan batasan apa motif, interaksi, dan makna dalam penggunaan Instagram Stories pada kalangan Mahasiswa di Bandung.

## **1.3 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang mengenai fenomena penggunaan Instagram Stories, khususnya pada Mahasiswa, peneliti menarik beberapa identifikasi masalah. Diantaranya sebagai berikut:

- a. Apa motif yang melatarbelakangi pengguna Instagram Stories dalam menggunakan fitur Instagram Stories?
- b. Bagaimana interaksi pengguna Instagram Stories ketika menggunakan Instagram Stories?
- c. Apa makna yang dibangun oleh pengguna Instagram Stories dalam menggunakan fitur Instagram Stories?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu:

- a. Untuk mengetahui motif yang melatarbelakangi pengguna Instagram Stories dalam menggunakan fitur Instagram Stories
- b. Untuk mengetahui interaksi pengguna Instagram Stories ketika menggunakan Instagram Stories
- c. Untuk mengetahui makna yang dibangun pengguna fitur Instagram Stories

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Ada beberapa manfaat dari penelitian ini yaitu:

##### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Secara akademis manfaat yang didapat sebagai berikut:

Hasil penelitian dapat memberikan manfaat dan pengembangan keilmuan bagi peneliti lain, mengenai *new media* atau media baru, khususnya pada media sosial.

##### **1.5.2 Aspek Praktis**

Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat mendapatkan pengetahuan mengenai fenomena new media dan juga untuk memahami motif dan pemaknaan penggunaan media sosial, khususnya Instagram sebagai pembelajaran.

## 1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian akan dilakukan pada waktu dan periode yang telah di targetkan, mulai dari proses awal sampai pada proses akhir penelitian sebagai berikut:

**TABEL 1.1**  
**WAKTU PENELITIAN**

No	Tahapan Kegiatan	Tahun 2017 - 2018					
		Agu	Sep	Okt	Nov	Des	Jan
1	Mencari topik dan menentukan tema penelitian	✓					
2	Pencarian data awal, observasi awal, dan penyusunan proposal skripsi (Bab 1-3)		✓	✓			
3	Pengumpulan Data (Wawancara, Observasi, Dokumentasi)				✓	✓	✓
4	Penyusunan hasil penelitian meliputi hasil, kesimpulan, dan saran					✓	✓

*(Sumber: Olahan Peneliti, 2017)*