



## Fenomena *Oversharing* Di Media Sosial Instagram Pada SMKN 1 Tanjungpinang (Suatu Tinjauan Dramaturgi di Media Sosial)

Endri Bagus Prastiyo<sup>1</sup>, Rianto<sup>2</sup>, Desmayeti Arfa<sup>3</sup>, Alfi Husni<sup>4</sup>, Muhammad Haziq Bafaqis<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Sosiologi, Sekolah Tinggi Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Raja Haji Tanjungpinang

E-mail: [endribagus@stisipolrajahaji.ac.id](mailto:endribagus@stisipolrajahaji.ac.id)

<sup>2</sup> Sosiologi, Sekolah Tinggi Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Raja Haji Tanjungpinang

E-mail: [rianto@stisipolrajahaji.ac.id](mailto:rianto@stisipolrajahaji.ac.id)

<sup>3</sup> Sosiologi, Sekolah Tinggi Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Raja Haji Tanjungpinang

E-mail: [desmayeti@stisipolrajahaji.ac.id](mailto:desmayeti@stisipolrajahaji.ac.id)

<sup>4</sup> Sosiologi, Sekolah Tinggi Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Raja Haji Tanjungpinang

E-mail: [alfi@stisipolrajahaji.ac.id](mailto:alfi@stisipolrajahaji.ac.id)

<sup>5</sup> Sosiologi, Sekolah Tinggi Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Raja Haji Tanjungpinang

E-mail: [mbafaqis@gmail.com](mailto:mbafaqis@gmail.com)

---

**Abstract.** *The aim of the study is to understand the motives behind the phenomenon of oversharing among teenagers on the social media platform Instagram. This research employs a mixed methods approach and is conducted at SMKN 1 Tanjungpinang. The data utilized in this study consists of both primary and secondary data, gathered through observation, interviews, and questionnaires. The research findings indicate that there are three motives behind oversharing behavior on Instagram, namely: 1) Social Relationship Motive, 2) Self-Presentation Motive, and 3) Entertainment Motive. Instagram is found to play a role in strengthening family relationships, providing satisfaction and recognition through the number of followers, and facilitating social interaction with others. Additionally, the platform allows users to express their identities positively and authentically, while also offering entertainment and positive motivation.*

**Keywords:** *Oversharing; Social Media; Instagram*

---

**Abstrak.** *Tujuan dari studi adalah untuk mengetahui motif dari fenomena oversharing pada remaja di media sosial Instagram. Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan metode campuran atau mixed methods dan penelitian ini berlokasi di SMKN 1 Tanjungpinang. Data yang digunakan oleh peneliti adalah data primer dan data sekunder dan teknik yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 3 motif dari perilaku Oversharing di Media Sosial Instagram yaitu: 1) Motif Relasi Sosial, 2) Motif Presentasi Diri, 3) Motif Hiburan. Instagram membantu mempererat hubungan keluarga, memberikan kepuasan dan pengakuan melalui jumlah follower, serta memfasilitasi interaksi sosial dengan orang lain. Selain itu, platform ini memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan identitas diri mereka secara positif dan autentik, serta menyediakan hiburan dan motivasi positif.*

**Kata Kunci:** *Oversharing; Media Sosial; Instagram*

---

### PENDAHULUAN

*Oversharing* adalah sebuah fenomena ketika seorang individu yang menggunakan media sosial juga sering mengunggah postingan ke akunnya hingga berlebihan. Berbagi secara berlebihan juga sering dikaitkan dengan kecanduan media sosial. Seseorang dikategorikan *oversharing* apabila seorang

individu tersebut terlalu sering untuk memposting tentang apa yang dia makan, lokasi dia menyimpan uang, alamat rumah dan beberapa hal-hal yang bersifat pribadi serta mengungkapkan emosi negatif dibandingkan emosi positif. Kegiatan *oversharing* juga menghilangkan batas antara ruang publik dan ruang *privacy*. Banyak orang yang tidak berpikir panjang ketika akan membagikan sesuatu di media sosial apakah hal itu adalah hal yang pantas untuk dibagikan atau tidak. Seseorang yang membagikan sesuatu yang bernuansa negatif didalam media sosialnya yang tentu saja hal itu akan menyinggung individu yang melihat postingan tersebut. *Oversharing* juga berakibat kepada kurangnya privasi terhadap diri. Sehingga hal-hal ini akan memicu terjadinya berbagai dampak negatif kedepannya seperti pencurian data, perundungan, serta konflik dengan pihak yang merasa tersinggung dengan unggahan di media sosial tersebut.

Namun, masih banyak para pengguna media sosial yang tidak menyadari bahwa apa yang mereka lakukan itu adalah sebuah tindakan *oversharing*. Menurut Muhammad & Noval terdapat 10 tipe pengguna yang melakukan kegiatan *oversharing* di media sosial antara lain: (a) pencari simpati, (b) ratu selfie, (c) penanda serial, (d) pengubah profil, (e) buku harian kesayangan (f) konstagramer, (g) sewa-penyebab, (h) obrolan sinigkat, (i) poster keluarga, (j) tuan populer (Rifqi Noval, 2021).

Didalam suatu keadaan sosial, segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh partisipan disebut sebagai penampilan, sedangkan pihak lain yang terlibat didalam situasi tersebut disebut pengamat atau partisipan lainnya (Poloma, 2013). Sedangkan para aktor adalah mereka yang melakukan tindakan-tindakan atau penampilan rutin. Goffman menjelaskan bahwa "*The pre-established pattern of action which is unfolded during a performance and which may be presented or played through on other occasions may be called a "part" or "routine"*" (Goffman, 1959). Disini Goffman menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan rutin adalah pola dari tindakan yang telah ditetapkan dan diungkap pada saat melakukan pertunjukkan atau pada saat melakukannya pada kesempatan lain.

Goffman menggunakan istilah *performance* atau penampilan untuk menunjukkan segala aktivitas yang dilakukan oleh individu dalam waktu tertentu. Goffman membagi penampilan menjadi panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Panggung depan adalah bagian dari penampilan individu yang berfungsi secara umum untuk mendefinisikan situasi ke para pengamat dari penampilan (Goffman, 1959).

Bisa dilihat bahwa Goffman membagi *performance* atau penampilan kedalam dua bagian yaitu panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Mereka yang sedang berada di panggung depan dan melaksanakan rutinitas akan menganggap bahwa rutinitas yang mereka laksanakan itu adalah yang paling utama. Sebagai contoh adalah seorang guru. Mungkin kita melihat ketika berada disekolah seseorang itu berprofesi sebagai guru, akan tetapi dia bisa juga sebagai ibu, ayah, pemilik usaha. Akan tetapi ketika dia sedang menjalankan peran atau rutin sebagai guru maka ia akan bertindak sebagai guru, memposisikan rutinitas guru yang sedang dijalankannya ini diatas rutinitas atau peran lain yang dia miliki. Widodo menyampaikan bahwa Goffman tidak hanya berfokus pada perseorangan akan tetapi juga berfokus kepada kelompok yang dikenal dengan *performa team* (Suneki & Haryono, 2012). Widodo juga menyampaikan bahwa kata kunci didalam dramaturgi terdiri dari show, impression, front region, back region, setting, penampilan dan gaya.

Berkaitan dengan penelitian ini, maka juga mengambil beberapa referensi dari beberapa jurnal yang juga mengkaji tentang fenomena dramaturgi di media sosial yang berjudul *Impression Management Seorang Selebgram sebagai Eksistensi Diri melalui Media Sosial Instagram* (Ariani & Trigartanti, 2016). Jurnal tersebut memiliki kesimpulan bahwa terdapat perbedaan dari kehidupan selebgram ketika berada di panggung depan maupun ketika dia di belakang panggung. Dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya orang akan melakukan impresionisme tergantung pada apa yang ingin mereka pamerkan di panggung, itu bisa sangat mirip dengan kehidupan di balik layar atau hanya sedikit berbeda dari kehidupan di belakang layar dia.

Selanjutnya adalah referensi dari jurnal yang berjudul *Oversharing and its Impact for Children: A Comparative Legal Protection* yang berkesimpulan bahwa dampak dari suatu tindakan *oversharing*

di Indonesia terhadap anak-anak tidak diatur secara spesifik. Hal ini tentu berbeda dengan U.S, Kanada, Perancis, dan Inggris yang mempunyai aturan yang melindungi anak-anak di ruang maya.

Media sosial adalah sebuah wadah bagi para penggunanya untuk mengekspresikan dirinya. Banyak sekali media sosial yang sudah bisa kita akses dengan bebas di zaman ini. Mulai dari Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, dan masih banyak lagi. Teknologi yang berkembang dengan sangat cepat tentu memudahkan kita untuk mendapatkan dan membagikan informasi yang kita punya di media sosial kita.

Lantas apa saja yang pengguna bagikan di media sosial. Hal ini jelaskan oleh Hanif Akhtar didalam jurnalnya yang menyebutkan bahwa ada beberapa jenis konten yang dibagikan oleh para pengguna di media sosial antara lain berupa gambar sebesar 53%, opini sebesar 42%, kegiatan yang sedang dilakukan sebesar 37%, tautan ke artikel sebesar 36%, hal yang disukai 35%, status tentang perasaan 33%, sedangkan hal yang paling sedikit dibagikan adalah rencana atau aktifitas perjalanan sebesar 13% dan video klip serta berita sebesar 17% (Akhtar, 2020)

Wiltfong menjelaskan bahwa Orang Indonesia lebih sering menggunakan Internet untuk mengunjungi situs jejaring sosial (78%) daripada menggunakan mesin pencari (40%) dan mengakses portal untuk memeriksa email (59%) (Akhtar, 2020). Survey terbaru yang dilakukan oleh APJII juga memperkuat pernyataan tersebut dengan menyatakan bahwa Orang Indonesia menggunakan Internet untuk berkomunikasi melalui pesan dan jejaring sosial (Akhtar, 2020).

Instagram dipilih sebagai media sosial yang akan diteliti didalam penelitian ini dikarenakan Instagram adalah sebuah media sosial yang digunakan oleh para remaja pada saat ini dan hal ini tentu saja berhubungan dengan terget dari penelitian ini adalah remaja. Dikarenakan Instagram digunakan oleh para remaja. Tentu saja perlu ditegaskan lagi apa yang dimaksud dengan remaja. Aristoteles (Ajhuri, 2019) menyatakan bahwa fase remaja (pubertas) atau masa peralihan dari anak menjadi dewasa (14-21) tahun, yang dimulai dari bekernya kelenjar-kelenjar kelamin sampai akan memasuki masa dewasa. Sedangkan Elizabeth B.Hurlock (Ajhuri, 2019) menjelaskan bahwa remaja dimulai dari usia 11 dan 13 tahun sampai usia 21 tahun.

Berdasarkan penjelasan diatas bisa diperhatikan bahwa yang dimaksud dengan remaja dalah individu yang telah mencapai usia 11 dan 14 tahun dingga menginjak usia 21 tahun. Jika hal dilihat dari tingkat pendidikan, maka yang dimaksud dengan remaja dimulai pendidikan Sekolah Menengah Pertama berlanjut ke Sekolah Menengat Atas, sampai individu tersebut menyentuh usia 21 tahun.

Sebagai pengguna media sosial, pengguna tentunya harus bijak dalam menggunakannya. Akan tetapi hal ini menjadi masalah apabila penggunaan media sosial justru dilakukan secara berlebihan. Salah satu hal yang berlebihan pengguna lakukan di media sosial adalah Oversharing. Oversharing merupakan salah satu aktivitas media sosial yang perlu mendapat perhatian karena dapat berdampak negatif bagi penggunanya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis jelaskan diatas. maka penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui motif dari sebuah fenomena oversharing yang dilakukan di media sosial Instagram. Banyaknya jumlah pengguna Instagram dari kalangan remaja dan banyaknya kasus yang terjadi akibat dari perilaku Oversharing yang marak terjadi, maka dari sinilah diangkat penelitian dengan judul "Fenomena Oversharing Di Media Sosial Instagram Pada SMK Negeri 1 Tanjungpinang (Suatu Tinjauan Dramaturgi di Media Sosial)".

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan mixed methods. Mixed Methods adalah sebuah metode yang menggabungkan antara metode kualitatif dan kuantitatif (Creswell, 2013). Creswell juga beranggapan bahwa data kualitatif cenderung bersifat terbuka tanpa respon yang telah ditentukan sebelumnya, sedangkan data kuantitatif biasanya mencakup respon yang tertutup seperti yang terdapat dalam kuesioner atau instrumen psikologis. Sebelum suatu penelitian dilaksanakan, maka tahap awal yang harus dilakukan adalah menentukan lokasi penelitian. Lokasi penelitian dari penelitian ini adalah Sekolah Menengah

Kejuruan Negeri 1 Tanjungpinang (SMK Negeri 1 Tanjungpinang). Penulis memilih lokasi penelitian ini didasarkan beberapa faktor yaitu SMK Negeri 1 Tanjungpinang adalah sekolah unggulan di Tanjungpinang, memiliki banyak prestasi di tingkat provinsi, dan sarana dan prasarana yang lengkap. Serta dikarenakan jumlah siswa yang terdapat di SMK Negeri 1 Tanjungpinang adalah yang terbesar diantara seluruh sekolah jenjang SMA maupun SMK yang berstatus negeri maupun swasta sehingga dipilihlah SMK Negeri 1 Tanjungpinang sebagai lokasi dari penelitian ini.

Setelah penentuan lokasi, maka akan ditentukan populasi serta sampel dari penelitian ini. Populasi adalah himpunan keseluruhan objek yang diteliti (Qudratullah et al., 2012). Populasi adalah bidang yang terdiri dari objek/subyek dengan kualitas, karakteristik, atau kriteria tertentu yang telah diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013).

Jumlah populasi di SMK Negeri 1 Tanjungpinang adalah sebanyak 1836 orang siswa dan siswi. Dalam menentukan sampel terdapat beberapa teknik dalam pengambilan sampel. Teknik yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah teknik Stratified Random Sampling. Teknik Sampling ini merupakan suatu prosedur atau cara dalam menentukan sampel dengan membagi populasi atas beberapa strata sehingga tiap strata menjadi homogen dan tidak tumpang-tindih dengan kelompok lain; atau antara satu kelompok dengan yang lain bertingkat/berlapis yang merupakan "rank order" (Yusuf, 2014). Untuk mengukur ukuran sampel digunakan rumus Slovin. Rumus ini memungkinkan untuk mengukur ukuran sampel yang akan dipelajari dan sampel yang diperoleh ini memiliki Nilai Kritis (10%) Berdasarkan metode tersebut, maka diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 95 responden yang merupakan siswa dan siswi di SMK Negeri 1 Tanjungpinang.

Data yang digunakan di penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer terdiri dari kuesioner, wawancara serta observasi. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari jurnal, buku, serta dokumen yang beruoa jumlah murid dan guru, serta data profil sekolah. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, kuesioner dan wawancara.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### 1. Menampilkan Momen Bahagia

Distribusi jawaban dari responden terhadap pertanyaan "Saya Hanya Menampilkan Momen Bahagia Di Instagram". Berdasarkan dari pertanyaan tersebut maka diperoleh data sebanyak 2,11% dari responden merespon bahwa mereka sangat tidak setuju dengan pertanyaan tersebut yang hanya menampilkan momen bahagia di Instagram. Selanjutnya adalah 30,53% responden merespon dengan jawaban tidak setuju kalau mereka hanya menampilkan momen bahagia mereka di Instagram. Mayoritas dari para responden merespon dengan jawaban setuju kalau mereka hanya menampilkan momen bahagia di Instagram, hal ini ditunjukkan dengan jawaban yang mencapai 51,58% dari total keseluruhan jawaban. Sebanyak 15,79% responden memberikan jawaban sangat setuju bahwa mereka hanya menampilkan momen bahagia di Instagram.

Tabel I

No	Pilihan Jawaban	Jawaban	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2,11%
2	Tidak Setuju	29	30,53%
3	Setuju	49	51,58%
4	Sangat Setuju	15	15,79%
Total		95	100%

## 2. Aktifitas Yang Dilakukan

Distribusi jawaban dari responden terhadap pertanyaan “Saya Suka Menampilkan Aktifitas Yang Saya Lakukan Di Instagram”. Jawaban dari pertanyaan ini terdiri dari 4 pilihan jawaban antara lain Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, Sangat Setuju. Sebanyak 7 responden (7,37%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 49 responden (51,58%) memilih jawaban Tidak Setuju, 32 responden (33,68%) memilih jawaban Setuju, dan 7 responden (7,37%) memilih jawaban Sangat Setuju.

Tabel II

No	Pilihan Jawaban	Jawaban	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	7	7,37%
2	Tidak Setuju	49	51,58%
3	Setuju	32	33,68%
4	Sangat Setuju	7	7,37%
Total		95	100%

## 3. Mengunggah Swafoto Atau Selfie Ke Instagram

Distribusi jawaban dari responden terhadap pertanyaan “Saya Suka Mengunggah Swafoto Atau Selfie Ke Instagram”. Jawaban dari pertanyaan ini terdiri dari 4 pilihan jawaban antara lain Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, Sangat Setuju. Sebanyak 9 responden (9,47%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 37 responden (38,95%) memilih jawaban Tidak Setuju, 36 responden (37,89%) memilih jawaban Setuju, dan 13 responden (13,68%) memilih jawaban Sangat Setuju.

Tabel III

No	Pilihan Jawaban	Jawaban	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	9	9,47%
2	Tidak Setuju	37	38,95%
3	Setuju	36	37,89%
4	Sangat Setuju	13	13,68%
Total		95	100%

## 4. Menunjukkan Kemesraan Di Instagram

Distribusi jawaban dari responden terhadap pertanyaan “Jika Saya Mempunyai Pacar, Maka Saya Akan Menunjukkan Kemesraan Saya Dengan Pacar Saya Di Instagram”. Jawaban dari pertanyaan ini terdiri dari 4 pilihan jawaban antara lain Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, Sangat Setuju. Sebanyak 22 responden (23,16%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 47 responden (49,47%) memilih jawaban Tidak Setuju, 17 responden (17,90%) memilih jawaban Setuju, dan 9 responden (9,47%) memilih jawaban Sangat Setuju.

Tabel IV

No	Pilihan Jawaban	Jawaban	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	22	23,16%
2	Tidak Setuju	47	49,47%
3	Setuju	17	17,90%
4	Sangat Setuju	9	9,47%

<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>
--------------	-----------	-------------

### 5. Unggah Motivasi Ke Instagram

Distribusi jawaban dari responden terhadap pertanyaan “Saya Suka Mengunggah Sesuatu Yang Bersifat Motivasi Ke Instagram”. Jawaban dari pertanyaan ini terdiri dari 4 pilihan jawaban antara lain Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, Sangat Setuju. Sebanyak 4 responden (4,21%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 24 responden (25,26%) memilih jawaban Tidak Setuju, 52 responden (54,74%) memilih jawaban Setuju, dan 15 responden (15,79%) memilih jawaban Sangat Setuju.

**Tabel V**

No	Pilihan Jawaban	Jawaban	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	4	4,21%
2	Tidak Setuju	24	25,26%
3	Setuju	52	54,74%
4	Sangat Setuju	15	15,79%
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

### 6. Mengunggah Sesuatu Yang Bersifat Keagamaan Di Instagram

Distribusi jawaban dari responden terhadap pertanyaan “Saya Suka Mengunggah Sesuatu Yang Bersifat Keagamaan Di Instagram”. Jawaban dari pertanyaan ini terdiri dari 4 pilihan jawaban antara lain Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, Sangat Setuju. Sebanyak 5 responden (5,26%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 36 responden (37,89%) memilih jawaban Tidak Setuju, 44 responden (46,32%) memilih jawaban Setuju, dan 10 responden (10,53%) memilih jawaban Sangat Setuju.

**Tabel VI**

No	Pilihan Jawaban	Jawaban	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	5	5,26%
2	Tidak Setuju	36	37,89%
3	Setuju	44	46,32%
4	Sangat Setuju	10	10,53%
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

### 7. Membagikan Momen Ketika Berkumpul Dengan Keluarga

Distribusi jawaban dari responden terhadap pertanyaan “Saya Suka Membagikan Momen Ketika Berkumpul Dengan Keluarga Di Instagram”. Jawaban dari pertanyaan ini terdiri dari 4 pilihan jawaban antara lain Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, Sangat Setuju. Sebanyak 3 responden (3,16%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 26 responden (27,37%) memilih jawaban Tidak Setuju, 45 responden (47,37%) memilih jawaban Setuju, dan 21 responden (22,11%) memilih jawaban Sangat Setuju.

**Tabel VII**

No	Pilihan Jawaban	Jawaban	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	3,16%
2	Tidak Setuju	26	27,37%
3	Setuju	45	47,37%

4	Sangat Setuju	21	22,11%
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

### 8. Menggunakan Foto Diri Sendiri Sebagai Foto Profil Akun Instagram

Distribusi jawaban dari responden terhadap pertanyaan “Saya Lebih Suka Menggunakan Foto Saya Sebagai Foto Profil Akun Instagram Saya”. Jawaban dari pertanyaan ini terdiri dari 4 pilihan jawaban antara lain Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, Sangat Setuju. Sebanyak 4 responden (4,21%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 37 responden (38,95%) memilih jawaban Tidak Setuju, 34 responden (35,79%) memilih jawaban Setuju, dan 20 responden (21,05%) memilih jawaban Sangat Setuju.

Tabel VIII

No	Pilihan Jawaban	Jawaban	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	4	4,21%
2	Tidak Setuju	37	38,95%
3	Setuju	34	35,79%
4	Sangat Setuju	20	21,05%
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

### 9. Menghabiskan Waktu Libur Saya Bermain Instagram

Distribusi jawaban dari responden terhadap pertanyaan “Saya Lebih Banyak Menghabiskan Waktu Libur Saya Bermain Instagram”. Jawaban dari pertanyaan ini terdiri dari 4 pilihan jawaban antara lain Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, Sangat Setuju. Sebanyak 18 responden (18,95%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 47 responden (49,47%) memilih jawaban Tidak Setuju, 23 responden (24,21%) memilih jawaban Setuju, dan 7 responden (7,37%) memilih jawaban Sangat Setuju.

Tabel IX

No	Pilihan Jawaban	Jawaban	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	18	18,95%
2	Tidak Setuju	47	49,47%
3	Setuju	23	24,21%
4	Sangat Setuju	7	7,37%
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

### 10. Mengunggah Sesuatu Di Instagram Lebih Dari 2 Kali Dalam Sehari (Feed, Story, Maupun Reels).

Distribusi jawaban dari responden terhadap pertanyaan “Saya Mengunggah Sesuatu Di Instagram Lebih Dari 2 Kali Dalam Sehari (Feed, Story, Maupun Reels)”. Jawaban dari pertanyaan ini terdiri dari 4 pilihan jawaban antara lain Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, Sangat Setuju. Sebanyak 33 responden (34,74%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 47 responden (49,47%) memilih jawaban Tidak Setuju, 10 responden (10,53%) memilih jawaban Setuju, dan 5 responden (5,26%) memilih jawaban Sangat Setuju.

**Tabel X**

No	Pilihan Jawaban	Jawaban	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	33	34,74%
2	Tidak Setuju	47	49,47%
3	Setuju	10	10,53%
4	Sangat Setuju	5	5,26%
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

**11. Merasa Senang Dan Percaya Diri Ketika Followers Instagram Bertambah**

Distribusi jawaban dari responden terhadap pertanyaan “Saya Merasa Senang Ketika Followers Instagram Saya Bertambah”. Jawaban dari pertanyaan ini terdiri dari 4 pilihan jawaban antara lain Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, Sangat Setuju. Sebanyak 3 responden (3,16%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 8 responden (8,42%) memilih jawaban Tidak Setuju, 51 responden (53,68%) memilih jawaban Setuju, dan 33 responden (34,74%) memilih jawaban Sangat Setuju.

**Tabel XI**

No	Pilihan Jawaban	Jawaban	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	3,16%
2	Tidak Setuju	8	8,42%
3	Setuju	51	53,68%
4	Sangat Setuju	33	34,74%
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Distribusi jawaban dari responden terhadap pertanyaan “Saya Merasa Lebih Percaya Diri Ketika Followers Instagram Saya Bertambah”. Jawaban dari pertanyaan ini terdiri dari 4 pilihan jawaban antara lain Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, Sangat Setuju. Sebanyak 7 responden (7,37%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 31 responden (32,63%) memilih jawaban Tidak Setuju, 36 responden (37,89%) memilih jawaban Setuju, dan 21 responden (22,11%) memilih jawaban Sangat Setuju.

**Tabel XII**

No	Pilihan Jawaban	Jawaban	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	7	7,37%
2	Tidak Setuju	31	32,63%
3	Setuju	36	37,89%
4	Sangat Setuju	21	22,11%
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

**12. Merasa Senang Ketika Ada Yang Memberikan Respon Dalam Bentuk Like Atau Komentar Ke Unggahan Di Instagram**

Distribusi jawaban dari responden terhadap pertanyaan “Saya Merasa Senang Ketika Ada Yang Memberikan Respon Dalam Bentuk Like Atau Komentar Ke Unggahan Saya Di Instagram”. Jawaban dari pertanyaan ini terdiri dari 4 pilihan jawaban antara lain Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, Sangat Setuju. Sebanyak 2 responden (2,10%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 7 responden (7,37%) memilih jawaban Tidak Setuju, 59 responden (62,11%) memilih jawaban Setuju, dan 27 responden

(28,42%) memilih jawaban Sangat Setuju.

**Tabel XIII**

No	Pilihan Jawaban	Jawaban	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2,10%
2	Tidak Setuju	7	7,37%
3	Setuju	59	62,11%
4	Sangat Setuju	27	28,42%
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

### 13. Mood Menjadi Lebih Baik Ketika Menggunakan Instagram

Distribusi jawaban dari responden terhadap pertanyaan “Mood Saya Akan Menjadi Lebih Baik Ketika Menggunakan Instagram”. Jawaban dari pertanyaan ini terdiri dari 4 pilihan jawaban antara lain Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, Sangat Setuju. Sebanyak 6 responden (6,32%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 30 responden (31,58%) memilih jawaban Tidak Setuju, 50 responden (52,63%) memilih jawaban Setuju, dan 9 responden (9,47%) memilih jawaban Sangat Setuju.

**Tabel XIV**

No	Pilihan Jawaban	Jawaban	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	6	6,32%
2	Tidak Setuju	30	31,58%
3	Setuju	50	52,63%
4	Sangat Setuju	9	9,47%
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

### 14. Instagram Memudahkan Saya Untuk Mendapatkan Banyak Teman Di Media Sosial Instagram

Distribusi jawaban dari responden terhadap pertanyaan “Instagram Memudahkan Saya Untuk Mendapatkan Banyak Teman Di Media Sosial Instagram”. Jawaban dari pertanyaan ini terdiri dari 4 pilihan jawaban antara lain Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, Sangat Setuju. Sebanyak 3 responden (3,16%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 16 responden (16,84%) memilih jawaban Tidak Setuju, 54 responden (56,84%) memilih jawaban Setuju, dan 22 responden (23,16%) memilih jawaban Sangat Setuju.

**Tabel XV**

No	Pilihan Jawaban	Jawaban	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	3,16%
2	Tidak Setuju	16	16,84%
3	Setuju	54	56,84%
4	Sangat Setuju	22	23,16%
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

### 15. Kesempatan Kepada Untuk Lebih Dekat Dengan Pengguna Lain

Distribusi jawaban dari responden terhadap pertanyaan “Instagram Memberikan Kesempatan Kepada Saya Untuk Lebih Dekat Dengan Pengguna Lain

Dengan Cara Memberikan Like Maupun Komentar Di Unggahan Mereka”. Jawaban dari pertanyaan ini terdiri dari 4 pilihan jawaban antara lain Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, Sangat Setuju. Sebanyak 0 responden (0%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 18 responden (18,95%) memilih jawaban Tidak Setuju, 63 responden (66,32%) memilih jawaban Setuju, dan 14 responden (14,74%) memilih jawaban Sangat Setuju.

**Tabel XVI**

No	Pilihan Jawaban	Jawaban	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	18	18,95%
3	Setuju	63	66,32%
4	Sangat Setuju	14	14,74%
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

**16. Menggunakan Media Sosial Instagram Dapat Memberikan Saya Hiburan**

Distribusi jawaban dari responden terhadap pertanyaan “Dengan Menggunakan Media Sosial Instagram Dapat Memberikan Saya Hiburan”. Jawaban dari pertanyaan ini terdiri dari 4 pilihan jawaban antara lain Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, Sangat Setuju. Sebanyak 0 responden (0%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 11 responden (11,58%) memilih jawaban Tidak Setuju, 66 responden (69,47%) memilih jawaban Setuju, dan 18 responden (18,95%) memilih jawaban Sangat Setuju.

**Tabel XVII**

No	Pilihan Jawaban	Jawaban	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	11	11,58%
3	Setuju	66	69,47%
4	Sangat Setuju	18	18,95%
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

**17. Instagram Memberikan Saya Kesempatan Untuk Melakukan Swafoto Atau Selfie Dan Mengunggahnya Ke Instagram**

Distribusi jawaban dari responden terhadap pertanyaan “Instagram Memberikan Saya Kesempatan Untuk Melakukan Swafoto Atau Selfie Dan Mengunggahnya Ke Instagram”. Jawaban dari pertanyaan ini terdiri dari 4 pilihan jawaban antara lain Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, Sangat Setuju. Sebanyak 0 responden (0%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 16 responden (16,84%) memilih jawaban Tidak Setuju, 66 responden (69,47%) memilih jawaban Setuju, dan 13 responden (13,68%) memilih jawaban Sangat Setuju.

**Tabel XVIII**

No	Pilihan Jawaban	Jawaban	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	16	16,84%
3	Setuju	66	69,47%

4	Sangat Setuju	13	13,68%
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

**18. Instagram Memberikan Kesempatan Untuk Membentuk Identitas Diri Melalui Foto-Foto Yang Di Unggah Di Akun Instagram**

Distribusi jawaban dari responden terhadap pertanyaan “Instagram Memberikan Saya Kesempatan Untuk Membentuk Identitas Diri Melalui Foto-Foto Yang Saya Unggah Di Akun Instagram Saya”. Jawaban dari pertanyaan ini terdiri dari 4 pilihan jawaban antara lain Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, Sangat Setuju. Sebanyak 4 responden (4,21%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 27 responden (28,42%) memilih jawaban Tidak Setuju, 55 responden (57,89%) memilih jawaban Setuju, dan 9 responden (9,47%) memilih jawaban Sangat Setuju.

**Tabel XIX**

No	Pilihan Jawaban	Jawaban	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	4	4,21%
2	Tidak Setuju	27	28,42%
3	Setuju	55	57,89%
4	Sangat Setuju	9	9,47%
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

**19. Instagram Memberikan Kesempatan Untuk Eksis Dan Diakui Keberadaan Melalui Foto-Foto Yang Di Unggah Di Akun Instagram**

Distribusi jawaban dari responden terhadap pertanyaan “Instagram Memberikan Kesempatan Kepada Saya Untuk Eksis Dan Diakui Keberadaan Melalui Foto-Foto Yang Saya Unggah Di Akun Instagram Saya”. Jawaban dari pertanyaan ini terdiri dari 4 pilihan jawaban antara lain Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju, Sangat Setuju. Sebanyak 6 responden (6,32%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 31 responden (32,63%) memilih jawaban Tidak Setuju, 49 responden (51,58%) memilih jawaban Setuju, dan 9 responden (9,47%) memilih jawaban Sangat Setuju.

**Tabel XX**

No	Pilihan Jawaban	Jawaban	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	6	6,32%
2	Tidak Setuju	31	32,63%
3	Setuju	49	51,58%
4	Sangat Setuju	9	9,47%
<b>Total</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

**PEMBAHASAN**

**a. Motif Relasi Sosial**

Bagi para pengguna, ketika mereka menggunakan Instagram tentu saja mereka mempunyai keinginan untuk memperoleh sebuah relasi sosial. Hal ini dibuktikan dengan beberapa jawaban dari beberapa pertanyaan di kuesioner yang memiliki jawaban positif. Hal ini bisa dilihat dari menampilkan momen bahagia. Dari poin ini bisa terlihat bahwa mayoritas dari para responden memilih jawaban setuju dan sangat setuju yang mencapai hingga 67,37%. Hal ini tentu saja memperlihatkan bahwa

mayoritas dari pengguna Instagram menggunakan Instagramnya untuk memperlihatkan sisi positif dari kehidupan mereka. Ini juga menunjukkan bahwa pengguna media sosial Instagram lebih cenderung untuk menyukai hal-hal yang berbau positif daripada hal-hal yang berbau negatif.

Hal selanjutnya yang perlu diperhatikan adalah ketika pengguna dari Instagram mengunggah sesuatu yang menunjukkan kemesraan mereka di Instagram. Dari hasil penelitian bisa dilihat bahwa 72,63% (49,47% tidak setuju dan 23,16% sangat tidak setuju) menyatakan bahwa mereka merasa tidak perlu untuk menunjukkan kemesraan mereka di media sosial Instagram. Mereka beranggapan bahwa kemesraan suatu hubungan adalah suatu hal yang bersifat privasi dan mereka tidak ingin kemesraan didalam hubungan mereka diumbar ke publik. Sedangkan, 27,37% (17,90% setuju dan 9,47% sangat setuju) beranggapan bahwa suatu hubungan harus diungkapkan di media sosial. Hal ini adalah cara mereka untuk menunjukan kepada para pengguna bahwa hubungan yang mereka jalani adalah sebuah hubungan yang mesra dan romantis.

Didalam menggunakan media sosial terutama adalah Instagram tentu saja sudah mengenal dengan istilah dari *followers*. *Followers* atau yang bisa disebut sebagai pengikut adalah sesuatu yang penting bagi beberapa penggunanya. Beberapa dari pengguna ini beranggapan bahwa dengan banyaknya jumlah pengikut yang dimilikinya, maka akan semakin terkenal diri mereka. Dengan bertambahnya jumlah dari pengikut tentu saja memberikan perasaan senang dari para pengguna. Hal ini tercermin dari jawaban yang diberikan kepada para responden yang menanyakan apakah mereka merasa senang ketika pengikut mereka bertambah. Sebanyak 53,68% dari responden memberikan jawaban bahwa mereka merasa senang ketika jumlah followers mereka bertambah dan hanya sebanyak 3,16% responden memberikan jawaban bahwa mereka tidak merasa senang ketika jumlah followers mereka bertambah. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah followers atau pengikut didalam suatu media sosial terutama di Instagram sangatlah penting bagi para penggunanya.

Selain daripada itu, tentu saja ditanyakan juga pertanyaan lainnya yang menanyakan apakah mereka akan merasa lebih percaya diri ketika pengikut Instagram mereka bertambah. Sebanyak 37,89% dari responden menyatakan bahwa dirinya setuju bahwa bertambahnya jumlah followers maka akan meningkatkan kepercayaan diri mereka. Serta sebanyak 22,11% responden merasa sangat setuju bahwa dengan bertambahnya jumlah followers Instagram mereka, maka akan bertambah juga kepercayaan diri mereka. Sedangkan sebanyak 32,63% dan 7,37% responden memilih jawaban tidak setuju serta sangat tidak setuju bahwa bertambahnya jumlah followers membuat mereka lebih merasa percaya diri.

Dalam konteks Instagram, individu cenderung memainkan peran tertentu sebagai pengguna platform tersebut, seperti sebagai seorang pengguna biasa, influencer, atau selebriti. Peningkatan jumlah followers dapat dianggap sebagai sebuah pencapaian dalam peran sosial sebagai influencer atau selebriti di Instagram. Dalam teori dramaturgi, penonton atau audiens dapat mempengaruhi tindakan individu dan membuat mereka merasa lebih percaya diri. Peningkatan jumlah followers di Instagram dapat dianggap sebagai peningkatan jumlah penonton atau audiens yang menonton pertunjukan individu tersebut. Peningkatan jumlah audiens ini dapat meningkatkan rasa percaya diri individu, memberikan perasaan senang serta bahagia dan memberikan dukungan sosial yang dapat memperkuat peran sosial yang dimainkan di platform tersebut

Sebanyak 56,84% dari pengguna menyatakan setuju bahwa Instagram memudahkan mereka untuk mendapatkan banyak teman di Instagram. Sebanyak 23,16% dari responden bahkan menjawab sangat setuju bahwa Instagram membantu mereka untuk mendapatkan teman. Hanya 3,16% dan 16,84% dari responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju bahwa Instagram memudahkan mereka untuk mendapatkan teman. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas dari responden merasakan manfaat Instagram didalam memudahkan mereka untuk mendapatkan teman. Instagram juga memungkinkan individu untuk mencari orang-orang dengan minat dan hobi yang sama melalui fitur pencarian. Dalam teori dramaturgi, fitur pencarian ini dapat dianggap sebagai "casting" dalam pertunjukan di mana individu mencari orang-orang yang sesuai dengan peran yang ingin dimainkan. Lebih lanjut, respon dari penonton atau audiens dapat mempengaruhi tindakan individu

dan membuat mereka lebih mudah berinteraksi dengan orang lain. Pada akhirnya, interaksi sosial ini dapat mengarah pada pembentukan hubungan sosial atau persahabatan yang lebih kokoh.

Media sosial seperti Instagram dapat memberikan seseorang kesempatan untuk lebih dekat dengan pengguna lain melalui fitur seperti like dan komentar. Melalui like, seseorang dapat menunjukkan pengakuan dan dukungan terhadap konten yang dibagikan oleh pengguna lain. melalui komentar, seseorang dapat memberikan umpan balik dan memberikan opini tentang konten yang sedang dibagikan, yang dapat menyebabkan percakapan dan interaksi lebih lanjut. Ini dapat membuat seseorang merasa lebih terhubung dengan pengguna lain dan dapat membantu dalam membangun hubungan yang lebih dekat.

Namun, perlu diingat untuk tetap bersikap positif dan menghormati sesama pengguna dalam melakukan interaksi melalui media sosial. Hal ini berikutnya ditunjukkan dengan pernyataan dari kuesioner yang dijawab oleh para responden. Kuesioner ini memberikan pernyataan bahwa Instagram memberikan kesempatan kepada saya untuk dekat dengan pengguna lain. Sebanyak 66,32% dari responden memberikan jawaban setuju terhadap pernyataan tersebut serta, 14,74% memilih jawaban sangat setuju. Ini menunjukkan bahwa pengguna Instagram merasa bahwa dengan hadirnya Instagram membantu mereka untuk lebih dekat dengan pengguna lainnya. Sedangkan 18,95% responden memilih jawaban tidak setuju beranggapan bahwa mereka tidak merasa bahwa Instagram telah memberikan mereka kesempatan untuk lebih dekat dengan pengguna lainnya.

#### **b. Motif Presentasi Diri**

Swafoto atau yang dikenal luas dengan nama selfie adalah sebuah jenis foto yang diambil baik menggunakan kamera digital ataupun kamera handphone. Isitilah selfie awalnya merujuk pada potret diri yang diambil dengan kamera depan pada smartphone. Selfie sering dibagikan di platform media sosial, dan merupakan cara populer bagi orang-orang untuk mengekspresikan diri dan berbagi pengalaman dengan teman atau pengikut. Beberapa orang juga menggunakan selfie untuk tujuan profesional, seperti untuk profil online dating, portofolio modelling, dan personal branding.

Distribusi jawaban dari responden terhadap pernyataan dirinya suka mengunggah Selfie ke Instagram. Didapatkan jawaban sebanyak 9 responden (9,47%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 37 responden (38,95%) memilih jawaban Tidak Setuju, 36 responden (37,89%) memilih jawaban Setuju, dan 13 responden (13,68%) memilih jawaban Sangat Setuju. Berdasarkan data tersebut bisa diperhatikan bahwa jawaban dari responden yang menyatakan Tidak Setuju dan Setuju menjadi jawaban dominan dan hanya berselisih sebanyak 1,06%. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban dari para responden masih terpecah diantara suka untuk menunggah swafoto dan tidak suka untuk mengunggah swafoto

Mengunggah sesuatu yang memiliki sifat memotivasi di Instagram dilakukan adalah sebuah konten yang diterbitkan di media sosial yang bertujuan untuk memberikan dorongan, inspirasi, atau semangat kepada pengikut atau pembaca. Unggahan ini dapat berupa kutipan motivasi, pesan inspiratif, atau konten yang menunjukkan orang yang berhasil mencapai tujuan mereka.

Jika kita melihat distribusi jawaban dari responden terhadap pernyataan bahwa dirinya suka mengunggah sesuatu yang bersifat motivasi ke Instagram. Maka akan diperoleh jawaban sebanyak 4 responden (4,21%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 24 responden (25,26%) memilih jawaban Tidak Setuju, 52 responden (54,74%) memilih jawaban Setuju, dan 15 responden (15,79%) memilih jawaban Sangat Setuju. Sebanyak 54,74% dari responden memilih jawaban Setuju. hal ini menunjukkan bahwa masih banyak orang-orang yang menggunakan media sosial Instagramnya sebagai sarana untuk membagikan kata-kata bijak untuk memotivasi para pengikutnya yang berada di Instagram. Terdapat beberapa alasan orang-orang untuk menunggah sesuatu yang bersifat motivasi di Instagram antara lain adalah menginspirasi orang lain, membantu diri sendiri, dan menjadi sumber inspirasi.

Unggahan yang bersifat keagamaan adalah konten yang diterbitkan di media sosial yang berkaitan dengan keyakinan, nilai-nilai, atau ajaran agama tertentu. ini dapat berupa kutipan dari kitab suci, pesan spiritual, serta konten yang menunjukkan orang yang sedang melakukan aktivitas

keagamaan. Konten ini memberikan dorongan spritual, untuk berbagi keyakinan agama dan untuk menyebar luaskan pesan-pesan agama kepada orang lain. unggahan yang bersifat keagamaan sering ditemukan di media sosial.

Distribusi jawaban dari responden terhadap pernyataan bahwa saya suka mengunggah sesuatu yang bersifat keagamaan di Instagram. Maka akan diperoleh jawaban dari pertanyaan ini yaitu 5 responden (5,26%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 36 responden (37,89%) memilih jawaban Tidak Setuju, 44 responden (46,32%) memilih jawaban Setuju, dan 10 responden (10,53%) memilih jawaban Sangat Setuju. Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa sebanyak 46,32% dari responden atau 44 responden menjawab Setuju terhadap pernyataan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak dari para pengguna Instagram yang menggunakan Instagram sebagai tempat atau wadah untuk mengunggah sesuatu yang bersifat religius atau keagamaan.

Foto Profil adalah bisa diartikan sebagai foto pengenalan yang terdapat di sebuah media sosial. foto ini bisa saja berupa foto pemiliki akun, foto animasi, foto artis, foto penampakan bahkan ada yang tidak memakai foto profil. Menggunakan foto profil sendiri di akun media sosial Instagram adalah sebuah hal yang baik dilakukan karena ini membuat profil anda lebih personal dan membuat orang lain untuk lebih mudah mengenali pengguna. Akan tetapi, tentu perlu dipastikan bahwa foto yang digunakan adalah foto yang menunjukkan diri anda dan tidak melanggar hak cipta orang lain. selain itu perlu dipastikan juga bahwa foto yang digunakan sudah mengikuti kebijakan privasi dan peraturan dari media sosial yang digunakan yaitu Instagram.

Distribusi jawaban dari responden terhadap pernyataan bahwa saya lebih suka menggunakan foto saya sebagai foto profil akun Instagram saya, memperoleh jawaban sebanyak 4 responden (4,21%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 37 responden (38,95%) memilih jawaban Tidak Setuju, 34 responden (35,79%) memilih jawaban Setuju, dan 20 responden (21,05%) memilih jawaban Sangat Setuju. Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa para responden lebih memilih untuk tidak menggunakan fotonya sendiri sebagai foto profil Instagram. Hal ini dibuktikan dengan sebanyak 38,95% dari responden yang menjawab Tidak Setuju. Padahal apabila dilihat dari fungsi foto profil di akun media sosial maka foto profil memiliki peran yang cukup penting ketika bermain Instagram. Hal tersebut antara lain sebagai pemberi kesan pertama, serta mempermudah pencarian.

### c. Motif Hiburan

Menggunakan media sosial seperti Instagram dapat memberikan hiburan bagi para pengguna. Instagram menyediakan banyak konten yang menarik dan menyenangkan, seperti foto, video, dan cerita yang dibagikan oleh pengguna lain. Pengguna dapat menemukan konten yang sesuai dengan minat mereka dan mengikuti akun yang menyajikan konten yang menarik bagi mereka. Selain itu, Instagram juga menyediakan juga menyediakan fitur seperti IGTV dan Reel yang memungkinkan pengguna untuk menonton video panjang yang menghibur. Fitur ini dapat digunakan untuk menonton video yang lucu, menarik, atau inspiratif dari berbagai sumber.

Apabila kita melihat distribusi jawaban dari responden terhadap pernyataan bahwa Instagram memberikan hiburan, maka akan diperoleh jawaban sebanyak 0 responden (0%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 11 responden (11,58%) memilih jawaban Tidak Setuju, 66 responden (69,47%) memilih jawaban Setuju, dan 18 responden (18,95%) memilih jawaban Sangat Setuju. Dari tabel diatas bisa diperhatikan bahwa sebanyak 69,47% dan 18,95% dari responden memilih jawaban setuju dan sangat setuju bahwa mereka merasa bahwa dengan menggunakan Instagram akan membuat mereka merasa terhibur. Sedangkan hanya sebanyak 11,58% dari responden yang memilih jawaban tidak setuju bahwa menggunakan Instagram bisa memberikan sebuah hiburan dan tidak ada responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju bahwa menggunakan Instagram memberikan mereka hiburan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas dari pengguna Instagram merasa bahwa menggunakan Instagram memberikan mereka hiburan.

Perubahan suasana hati tentu saja tidak bisa dihindari. Maka dari itu penggunaan Instagram juga berpengaruh terhadap mood dari penggunaannya. Unggahan yang mengandung sisi positif atau sisi

negatif pasti akan mempengaruhi pembacanya. Perasaan pengguna akan digiring untuk bisa merasakan perasaan yang sama dengan pengunggah.

Distribusi jawaban dari responden terhadap pernyataan bahwa mood akan membaik ketika bermain Instagram memberikan kita jawaban sebanyak 6 responden (6,32%) memilih jawaban Sangat Tidak Setuju, 30 responden (31,58%) memilih jawaban Tidak Setuju, 50 responden (52,63%) memilih jawaban Setuju, dan 9 responden (9,47%) memilih jawaban Sangat Setuju. Dari data diatas bisa dilihat bahwa sebanyak 52,63% dari responden memilih jawaban setuju dan 9,47% memilih jawaban sangat setuju. Responden yang memilih jawaban ini merasakan perubahan mood mereka ke arah yang lebih baik dengan menggunakan Instagram. Sedangkan sebanyak 6,32% dan 31,58% masing-masing memilih jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju terhadap pernyataan bahwa bermain Instagram membuat mood mereka lebih baik. Mereka merasa bahwa bermain Instagram justru tidak membawa perubahan apapun terhadap mood yang mereka alami.

## KESIMPULAN

Secara keseluruhan, penggunaan Instagram dalam motif relasi sosial, presentasi diri, dan hiburan memberikan dampak positif pada pengguna. IG membantu mempererat hubungan keluarga, memberikan kepuasan dan pengakuan melalui pertambahan jumlah follower, serta memudahkan pengguna untuk menjalin hubungan sosial dengan orang lain. Pengguna juga dapat mengekspresikan identitas diri mereka dengan positif melalui unggahan di IG, membangun citra diri yang autentik. Selain itu, IG juga memberikan hiburan dan motivasi positif kepada pengguna, membantu meningkatkan mood dan kebahagiaan mereka. Namun, penting bagi pengguna untuk menggunakan IG dengan bijak dan seimbang untuk menjaga kesehatan mental dan menghindari dampak negatif.

Selain itu diharapkan juga bahwa bagi para pengguna untuk berinteraksi langsung dengan keluarga dan teman-teman di dunia nyata. Meskipun Instagram dapat membantu mempererat hubungan, jangan lupa bahwa interaksi langsung memiliki nilai yang tak ternilai. Para pengguna juga jangan hanya fokus pada jumlah follower. Lebih penting untuk memiliki interaksi yang berkualitas dengan pengikut Anda. Berinteraksilah dengan komentar, pesan pribadi, atau partisipasi dalam grup komunitas yang relevan untuk membangun hubungan yang lebih dalam dan bermakna. Menjaga keseimbangan antara kehidupan online dan offline. Pastikan Anda juga menghabiskan waktu untuk mengembangkan diri di dunia nyata dan tidak hanya terfokus pada citra online. Serta diharapkan untuk menggunakan Instagram sebagai alat untuk menunjukkan hal-hal yang inspiratif, edukatif, atau memberikan manfaat bagi orang lain. Berbagi kesuksesan, pencapaian, atau pengalaman belajar Anda untuk memberikan inspirasi kepada pengikut Anda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajhuri, K. F. (2019). *Psikologi Perkembangan Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Penebar Media Pustaka.
- Akhtar, H. (2020). Perilaku Oversharing di Media Sosial: Ancaman atau Peluang? *Psikologika : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 25(2), 257–270.
- Ariani, F., & Trigartanti, W. (2016). Impression Management Seorang Selebgram sebagai Eksistensi Diri melalui Media Sosial Instagram. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 0(0), 353–358.
- Creswell, J. W. (2013). *No Title Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self In Everyday Life*. Doubleday Anchor Book.
- Poloma, M. (2013). *Sosiologi Kontemporer*. PT. Raja Grafindo Perada.
- Qudratullah, M., Farhan, M., & Zuliana, S. U. (2012). *Statistika*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Rifqi Noval, S. M. (2021). Oversharing and its Impact for Children: A Comparative Legal Protection. *Varia Justicia*, 17(2), 184–198.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suneki, & Haryono. (2012). Paradigma Teori Dramaturgi Terhadap Kehidupan Sosial. *Civis*, 2(2), 1–11.  
Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Kencana.