

## Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Ilmu Perpustakaan UIN Sumatera Utara

Kartini<sup>1</sup>, Iyen Supit<sup>2</sup>, Adha Rahimi<sup>3</sup>, Angraini Simatupang<sup>4</sup>, Rahot Martua Rambe<sup>5</sup>.

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

[kartinisikumbang86@gmail.com](mailto:kartinisikumbang86@gmail.com)<sup>1</sup>, [iyensupit29@gmail.com](mailto:iyensupit29@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[adharahimi74@gmail.com](mailto:adharahimi74@gmail.com)<sup>3</sup>, [angrainisimatupang99@gmail.com](mailto:angrainisimatupang99@gmail.com)<sup>4</sup>,  
[bayorambe067@gmail.com](mailto:bayorambe067@gmail.com)<sup>5</sup>

### ABSTRACT

*This study aims to identify and analyze cognitive motives and affective motives for using Instagram social media among students of Bibliotechnology, State Islamic University of North Sumatra. This research uses constructivism paradigm with qualitative approach and descriptive procedure. The research subjects were 2 students. Methods of collecting information were tried through interviews, participatory observation, and library research. The information analysis technique was tried with an interactive information analysis model consisting of information reduction, information presentation, and drawing conclusions. The validity of the information is tested through triangulation of sources. The results of the research prove that: 1) The cognitive motives for using Instagram among students prove that there is a fulfillment of data needs from data exchange (sharing) which is the attractive side of Instagram, there is a need to reach the ideational level by sorting content so that what is displayed is perfect imagery and reaches emotional level as an effort to seek attention while fulfilling emotional pleasure. 2) Affective motives for using Instagram social media are directed through the willingness to get new experiences based on other people's content, the willingness to get reactions to the uploaded content, the willingness to acknowledge the image of the account owner so as to urge false reality, and the desire to feel comfortable in the form of a feeling of calm when using Instagram.*

**Keywords:** *Motif, social media, Instagram, uses and gratification theory.*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa motif kognitif serta motif afektif pemakaian media sosial Instagram di golongan mahasiswa Ilmu Bibliotek Universitas Islam Negara Sumatera Utara. Riset ini memakai paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif serta tata cara deskriptif. Subjek riset berjumlah 2 orang mahasiswa. Metode pengumpulan informasi dicoba lewat

wawancara, observasi partisipatif, serta riset kepustakaan. Teknik analisis informasi dicoba dengan model analisis informasi interaktif yang terdiri atas reduksi informasi, penyajian informasi, serta penarikan kesimpulan. Validitas informasi dicoba lewat triangulasi sumber. Hasil riset membuktikan kalau: 1) Motif kognitif pemakaian Instagram di golongan mahasiswa membuktikan terdapatnya pemenuhan kebutuhan data berasal dari pertukaran data( sharing) yang jadi sisi menarik Instagram, terdapatnya kebutuhan menggapai tingkatan ideasional dengan melaksanakan penyortiran konten sehingga apa yang ditampilkan ialah pencitraan sempurna dan menggapai tingkatan emosional selaku upaya mencari atensi sekalian penuh kesenangan emosional. 2) Motif afektif pemakaian media sosial Instagram diarahkan lewat kemauan mendapatkan pengalaman baru bersumber pada konten orang lain, kemauan memperoleh reaksi pada konten yang diunggah, kemauan hendak pengakuan atas image owner akun sehingga mendesak kenyataan semu, dan kemauan hendak rasa nyaman berbentuk perasaan tenang kala memakai Instagram.

**Kata Kunci: Motif, media sosial, Instagram, teori uses and gratification.**

## **MOTIVES FOR USING INSTAGRAM SOCIAL MEDIA AMONG LIBRARY SCIENCE STUDENTS AT THE STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF NORTH SUMATRA**

**North Sumatra State Islamic University Jalan Lap. Golf Kp Tengah Pancur Batu Tel. 6615683**

Kartini<sup>1</sup>, iyen supit<sup>2</sup>, Adha rahimi<sup>3</sup>, Angraini simatupang<sup>4</sup>, Rahot martua rambe<sup>5</sup>.

E-mail: [kartinisikumbang86@gmail.com](mailto:kartinisikumbang86@gmail.com)<sup>1</sup>, [iyensupit29@gmail.com](mailto:iyensupit29@gmail.com)<sup>2</sup>, [adharahimi74@gmail.com](mailto:adharahimi74@gmail.com)<sup>3</sup>, [angrainisimatupang99@gmail.com](mailto:angrainisimatupang99@gmail.com)<sup>4</sup>, [bayorambe067@gmail.com](mailto:bayorambe067@gmail.com)<sup>5</sup>,

## **PENDAHULUAN**

Teknologi data serta komunikasi dikala ini terus berkembang pesat sehingga mempermudah tiap orang buat mencari data ataupun buat berbicara dengan orang lain. Kedatangan internet sangat banyak bawa pergantian untuk kehidupan manusia paling utama dalam pertumbuhan teknologi digital. Bagi Cultip, Center,

serta Broom internet menimbulkan pergantian komunikasi yang sangat luas serta mendalam( Azeharie serta Kusuma, 2014), Pemanfaatan internet dalam memenuhi kebutuhan data menjadikan internet selaku media baru ataupun new media. New media ialah pertumbuhan baru dari media- media yang sudah digunakan oleh manusia. Internet sudah memperkenalkan inovasi- inovasi baru dalam teknologi, salah satunya ialah media sosial. Media sosial merupakan tempat buat berbicara ataupun mencari data di media online.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang saat ini digemari oleh masyarakat luas. Berbagai macam fitur menarik yang diberikan oleh Instagram membuat pengguna Instagram lebih tertarik memakai Instagram.

Instagram pula bisa dimanfaatkan buat mengantarkan data ataupun mencari data dimana data gambar ataupun video dijadikan selaku fitur penunjang dari data yang hendak di informasikan lewat bacaan yang ditulis di caption dari foto maupun video yang di upload di Instagram. Data ialah perihal yang berarti buat menaikkan pengetahuan. Berartinya suatu data hendak mendesak tiap orang buat mencari media mana yang sangat efisien serta akurat buat memperoleh data yang diperlukan. Tiap individu bisa mengakses kabar baik secara online ataupun cetak.

Media sosial mempunyai akibat besar pada warga, apalagi sebagian web media sosial sudah mengganti metode orang berbicara serta bersosialisasi dengan membagikan peluang untuk orang buat menuangkan aspirasinya dan membuktikan eksistensi sebagaimana diungkapkan Ramanigopal, dkk.( 2012: 118) kalau media sosial lebih semacam tempat pertemuan virtual di mana orang bisa bersantai serta berkumpul bersama sahabat. Para pengguna media sosial bisa berdialog tentang topik yang berbeda, berbagi data, serta bertukar tentang hal- perihal yang mereka gemari. Motif ini juga yang melatar belakangi setiap unggahan dari pengguna Instagram di area mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas islam negara sumatera utara di mana periset pula beraktifitas di dalamnya memperlihatkan kalau Instagram seolah jadi aplikasi harus yang digunakan mahasiswa. Buat itu diformulasikan permasalahan riset ini ialah“ Apa motif pemakaian media sosial Instagram di kalangan mahasiswa Ilmu perpustakaan Universitas islam neegeri sumatera utara?”

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Riset ini memakai tata cara deskriptif supaya bisa menggambarkan kenyataan sosial secara lebih tersistematis bersumber pada pada bermacam penemuan yang terdapat di lapangan. Tata cara riset deskriptif digunakan buat bisa membagikan gambaran yang lebih umum mengenai fenomena sosial yang diamati. Tata cara deskriptif jadi fitur instan untuk periset dalam menyajikan cerminan fenomena sosial menimpa pemakaian media sosial Instagram khususnya di golongan mahasiswa Ilmu perpustakaan Universitas islam negara sumatera utara yang bisa membagikan cerminan universal menimpa motif penggunaannya. Watak dari riset deskriptif ini dicoba dengan mencari cerminan menimpa keadaan dari para pelakon serta area dalam lingkup kasus mereka

Kekuatan bahasa serta uraian- uraian jadi bagian dari karakteristik deskriptif kualitatif, sebagaimana diungkapkan Bungin( 2012: 124) kalau deskriptif selaku bagian dari watak riset yang menggambarkan, meringkaskan bermacam keadaan, bermacam suasana ataupun bermacam variabel yang mencuat dimasyarakat yang jadi permasalahannya itu, setelah itu menarik ke permukaan selaku sesuatu karakteristik ataupun cerminan tentang keadaan, suasana maupun variabel tertentu. Riset deskriptif kualitatif dicoba dengan menyajikan informasi dalam wujud perkata ataupun kalimat dan uraian- uraian.

Metode analisis informasi dalam pendekatan kualitatif membolehkan periset buat mengelompokan informasi yang berasal dari bermacam- macam informasi yang variatif. Alterasi informasi yang bermacam- macam dalam riset kualitatif serta terus dihasilkan periset kala riset berlangsung bisa dikelompokan lewat metode analisis informasi model interaktif sebagaimana diungkapkan Miles& Huberman( dalam Sugiyono, 2013: 337) kalau kegiatan dalam analisis informasi kualitatif dicoba secara interaktif serta berlangsung secarfa terus menerus hingga tuntas, sampai informasinya telah jenuh.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini hendak dipaparkan menimpa cerminan universal subjek-subjek riset yang berjumlah 5 orang yang setelah itu periset sebut selaku informan disajikan lewat cerminan personal dari setiap subjek yang menjadi sumber data riset. Totalitas subjek yang berikutnya periset sebut selaku informan dalam riset ini secara terbuka membagikan izin buat periset mengakses serta pula menginformasikan akun Instagram mereka yang profilnya dipaparkan selaku berikut

## 1. Stephanie Juliana

Informan perempuan bernama lengkap Stephanie Juliana merupakan wanita kelahiran Bekasi, 9 Juli 1997. Wawancara dengan pada tahun 2015. Informan secara terbuka membagikan izin untuk periset buat mengakses serta pula mempublikasikan akun Instagram miliknya yang bisa diakses pada akun stephaniejuliana\_. Informan mengenali Instagram kala memperoleh banyak data dari bermacam media yang tengah membicarakan Instagram selaku aplikasi media sosial yang banyak digunakan, sehingga pada tahun 2014 informan membuat akun Instagram sendiri.

Perihal apa yang sangat menarik atensi informan sampai dikala ini masih mempunyai serta mempergunakan akun Instagram ialah sebab banyaknya fitur-fitur terkini yang dipunyai informan semacam IG Televisi, IG Live, kemudian saat ini terdapat konten format gif. Tidak hanya itu dalam fitur Instagram Stories pula membolehkan informan berhubungan dengan followers lewat bermacam fitur yang lain semacam pengadaan questions, poll, quiz, sampai permainan. Alibi lain yang menjadikan informan masih memakai Instagram sampai dikala ini ialah sebab buat perbanyak kedekatan serta bisa jadi sesuatu pekerjaan sebab informan memperhitungkan kalau Instagram dapat jadi media lading bisnis. Memiliki bisnis online shop ataupun jadi seseorang selebgram( celebrity instagram) yang memperoleh endorse dengan dibayar ialah salah satu khasiat Instagram yang coba didapatkan informan.

## 2. Nurmawati

Informan bernama Nurmawati seseorang wanita kelahiran medan 12 Agustus 1997. Wawancara dengan informan secara terbuka membagikan izin untuk periset buat mengakses serta pula mempublikasikan akun Instagram miliknya yang bisa diakses pada akun@fransiscathere12. Informan mengenali keberadaan media sosial Instagram dari berita- berita media massa serta media sosial kemudian coba unduh serta memakainya, cuma saja informan tidak lagi ingat kapan awal kali dirinya mempunyai akun Instagram.

Perihal apa yang paling menarik perhatian informan di Instagram ialah sebab fiturnya yang senantiasa pembaharuan, akses pencarian data yang gampang. Alasannya untuk masih menggunakan Instagram hingga saat ini sebab menurutnya Instagram telah jadi tempat dimana dirinya dapat mencari kedekatan pertemanan yang luas, setelah itu tempat mencari ilham serta data yang berguna untuk

kehidupan sehari-hari dan bahkan untuk mencari pekerjaan disela waktu mengerjakan skripsi.

## Hasil Penelitian

### Motif Kognitif Pemakaian Instagram Di Golongan Mahasiswa

Motif kognitif menekankan kebutuhan manusia hendak data serta kebutuhan buat menggapai tingkatan ideasional tertentu. Buat itu motif kognitif penggunaan media sosial Instagram di kalangan mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Islam negara Sumatera Utara pada riset ini setelah itu disajikan dalam 3 bagian utama, ialah menimpa pemenuhan kebutuhan data, pencapaian tingkat ideasional, serta pencapaian tingkat emosional sebagaimana dipaparkan berikut:

Pemenuhan Kebutuhan Informasi Motif kognitif berbentuk pemenuhan kebutuhan data pada pemakaian media sosial Instagram di golongan mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Islam negara Sumatera Utara membuktikan kalau Instagram bisa jadi sumber pemenuhan kebutuhan data untuk penggunaannya. Informasi-informasi yang terdapat dalam Instagram bukan cuma bertabiat kabar saja namun bermacam perihal yang diunggah oleh pengguna Instagram lainnya justru menjadi menjadi sumber informasi yang dinilai menarik dalam Instagram. Instagram banyak menyediakan data terpaut dengan metode seorang merepresentasikan dirinya lewat artikel( unggahan) yang disajikan dalam feed( halaman) Instagramnya. Data yang di bisa pengguna Instagram apalagi bisa dijadikan selaku sumber data pula untuk dibagikan pada pengguna Instagram yang lain, sebagaimana diungkapkan informan Stephanie Juliana menimpa motif pemenuhan kebutuhan data di Instagram kalau: “ Data yang lagi nge- tren saja umumnya ataupun bisa jadi tips- tips kecantikan. Umumnya data yang menarik itu dari akun- akun santapan ataupun yang masak- masak yang suka terdapat dalam fitur exploring( search/ pencarian) soalnya keliatan menarik serta siapa ketahu aku dapat ikutin masakannya. Datanya jadi menarik sebab umumnya di Instagram jika terdapat sesuatu data senantiasa diiringi dengan gambar maupun video, jadinya kita ketahu jelas serta mengerti hendak data tersebut. Jika terdapat data menarik umumnya aku share lagi ke sahabat melalui Desimeter( direct messages) Instagram, jadi bukan cuma aku saja yang ketahu tetapi sahabat serta keluarga juga dapat ketahu. saat ini orang- orang jika terdapat sesuatu kabar yang lagi nge- tren banget( sekali), tentu update- nya di Instagram tetapi gak senantiasa sih sebab masih terdapat Google( mesin pencarian online) yang lebih lengkap.”( Wawancara, 22 Mei 2019). Pemenuhan kebutuhan data dalam Instagram berkaitan dengan atensi seseorang pada hal- hal yang dianggap memenuhi hobi atau minatnya

semacam musik, serta kuliner. Data yang disediakan dinilai menarik sebab umumnya dikemas dalam foto atau video yang telah melalui serangkaian

pemilihan. Terlebih data yang bertabiat pembahasan umumnya diberikan langsung oleh orang yang bersangkutan. Motif atas pemenuhan data yang mendukung kebutuhan pengguna Instagram menjadikan Instagram selaku media citizen journalism untuk penggunaan yang lain. Instagram dinilai berkontribusi untuk penggunaannya buat lebih informatif, lebih menguasai area dekat serta menguasai bermacam perihal yang berkaitan dengan sikap serta kehidupan sosial di dunia maya. Selaku media sosial, Instagram memiliki akses luas dan menyediakan berbagai sumber data yang berarti untuk pengguna lain buat lebih informative

## **Motif Afektif Pemakaian Instagram Di Golongan Mahasiswa**

Motif afektif diisyarati oleh keadaan perasaan ataupun dinamika yang menggerakkan manusia mencapai tingkat perasaan tertentu. Di dalam motif afektif ada motif sosiogenis ataupun yang biasa diucap motif sekunder selaku lawan motif primer( motif biologis) yang diklasifikasikan Thomas& Znaniecki( dalam Rakhmat, 2009: 37) dalam 4 bagian ialah: a) Kemauan mendapatkan pengalaman baru, b) Kemauan buat menemukan reaksi, c) Kemauan hendak pengakuan, d) Kemauan hendak rasa nyaman. Buat itu motif afektif pemakaian media sosial Instagram di golongan mahasiswa Ilmu bibliotek Universitas islam negara sumatera utara

## **KESIMPULAN**

### **Simpulan**

Bersumber pada temuan riset di lapangan mengenai motif pemakaian media sosial Instagram di golongan mahasiswa Ilmu Perpustakaan UniversitasIslam Negara Sumatera utara, hingga bisa disimpulkan kalau:

1. Motif kognitif penggunaan media sosial Instagram menunjukkan terdapatnya pemenuhan kebutuhan data berasal dari pertukaran data( sharing) yang jadi sisi menarik Instagram, terdapatnya kebutuhan menggapai tingkatan ideasional dengan melaksanakan penyortiran konten sehingga apa yang ditampilkan ialah pencitraan sempurna dan menggapai tingkatan emosional selaku upaya mencari atensi sekalian penuh kesenangan emosional.

2. Motif afektif pemakaian media sosial Instagram diarahkan lewat kemauan mendapatkan pengalaman baru bersumber pada konten orang lain, kemauan memperoleh reaksi pada konten yang diunggah, kemauan hendak pengakuan atas image owner akun sehingga mendesak kenyataan semu, dan kemauan hendak rasa nyaman berbentuk perasaan tenang kala memakai Instagram

## Saran

Bersumber pada penemuan riset di lapangan, hingga terdapat sebagian anjuran yang bisa periset sampaikan untuk pihak- pihak terpaut antara lain:

1. Pengguna Instagram wajib siap menerima konsekuensi atas pendapat negatif atau yang tidak cocok dengan harapan dari pengguna Instagram yang lain kala konten berbentuk gambar, video, pendapat yang diunggah memperoleh kritikan ataupun apalagi jadi bahan cacian, sebab kala konten tersebut sudah diunggah di Instagram hingga sudah masuk ke ruang publik sehingga perihal yang bertabiat pribadi tersebut sudah jadi bagian dari kepunyaan publik.

2. Pengguna

Instagram harus lebih bertanggung jawab dalam mengunggah bermacam konten di Instagram supaya tidak menyakiti ataupun menyinggung pihak-pihak tertentu karena berbagai bentuk tindakan tidak menyenangkan serta yang lain bisa diperkarakan dengan terdapatnya undang- undang data serta transaksi elektronik.

## DAFTAR PUSTAKA

Bungin, Burhan. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer (Cetakan kesembilan). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Nazir, Moh. 2014. Metode Penelitian (cetakan kesembilan). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ramanigopal, C. S.; G. Palaniappan; N. Hemalatha. 2012. Social Networking: Problems and Prospects of the Knowledge Society. International Journal of Research in Management, Economics and Commerce, Vol. 2, Issue 2 February: 116-129.
- Soehartono, Irawan. 2011. Metode Penelitian Sosial: Suatu teknik Penelitian Bidang kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya (cetakan kedelapan). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Cetakan ketujuh belas). Bandung: Alfabeta.
- Suzy Azeharie dan Octavia Kusuma. (2014). "Analisis Penggunaan Twitter Sebagai Media Komunikasi Selebritis di Jakarta". Jurnal Komunikasi. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Tarumanegara. Jakarta.