

## **PENGARUH FITUR INSTAGRAM STORIES TERHADAP EKSISTENSI DIRI REMAJA**

**(Survei pada Remaja di RW 09 Ciledug, Kelurahan Sudimara Tangerang)**

**Bertha K. Sinambela<sup>1</sup>**

**Zevi Ariska<sup>2</sup>**

Universitas Satya Negara Indonesia

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

nambelaberth@yahoo.com

Diterima	Direvisi	Disetujui
05-05-23	10-05-23	10-05-23

**Abstract** - *Social media is in great demand and is becoming a trend, especially among teenagers. The development of social media that is so significant makes this media a place for self-existence, one of which is the Instagram stories feature. This study uses the uses and gratification theory, where this theory focuses on the use of media to satisfy one's needs. This study uses a positivistic paradigm, a quantitative approach, with a survey method and the research is explanatory. The population of 207 respondents took a sample using the Slovin formula with a precision of 5%, resulting in a sample of 136 respondents. The results of the study prove that the influence of the Instagram stories feature has an effect on the self-existence of adolescents due to the influence of the independent variable (independent) which has a t count of  $9,170 > 1,977$  with a significance value of  $0.000 < 0.05$ . So it can be concluded, namely accepting  $H_a$  and rejecting  $H_o$ , meaning that the Instagram Stories feature variable has a significant influence on Adolescent Self-Existence.*

**Keywords:** *Instagram stories feature, self-existence, Teenagers*

### **PENDAHULUAN**

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi semakin berkembang pesat, dan mengubah cara interaksi individu yang semula dilakukan secara tatap muka, saat ini cenderung dilakukan secara online melalui media sosial. Tidak dapat dipungkiri keberadaan media sosial sendiri memberikan kemudahan bagi para penggunaannya. Media sosial memudahkan kita untuk mendapatkan informasi secara cepat dan dapat diakses kapan dan dimana saja. Media sosial banyak diminati dan menjadi tren saat ini terutama di kalangan remaja dalam menjalani interaksi sosial. Hal tersebut tidak menutup kemungkinan semakin terbukanya komunikasi di sosial media layaknya komunikasi secara tatap muka. Seperti yang dikemukakan Van Dijk (2013) dalam Nasrullah (2017:11), media

sosial adalah bagian dari platform atau wadah yang memberikan fasilitas bagi penggunaannya untuk berkolaborasi ataupun beraktifitas dan dapat digunakan sebagai sarana ajang untuk menunjukkan eksistensi diri penggunaannya, karena itu media sosial dapat dilihat sebagai sarana atau fasilitator online yang mampu mempererat hubungan antar penggunaannya sekaligus sebagai ikatan sosial.

Berdasarkan laporan dari *We Are Social*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia berjumlah 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah tersebut semakin meningkat menjadi 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yaitu 17 juta orang. (<https://dataindonesia.id> di akses pada 7 Juni 2022).

Seiring berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi saat ini, banyak pula muncul beragam media sosial dengan memiliki fitur-fitur yang menarik seperti Facebook, Whatsapp, Instagram, Twitter, Tiktok, Snapchat dan lain sebagainya. Salah satu media sosial yang banyak diminati oleh remaja saat ini adalah Instagram.

Keberadaan Instagram banyak di gandrungi oleh berbagai kalangan usia, dari mulai remaja hingga orang dewasa. Instagram adalah sebuah aplikasi yang mana penggunaannya dapat mengambil dan membagikan foto atau pun video. Terlebih Instagram mempunyai fitur “Instagram Stories” yang dimana dalam fitur tersebut penggunaannya dapat mengirim foto atau pun video Selain itu dalam Instagram Stories juga dapat menggunakan fitur boomerang, mentions, sticker, dan fitur effect yang menarik untuk dipakai penggunaannya.

Perkembangan teknologi yang begitu signifikan menjadikan individu menggunakan media sosial sebagai wadah untuk eksistensi dan mengekspresikan diri mereka di media sosial. Didukung dengan kemudahan akses internet dan smartphone yang kini semakin murah dan mudah didapat, serta media sosial yang begitu menjamur menjadi alasan kuat mengapa orang lebih cenderung menunjukkan eksistensinya melalui media sosial. Ada pun bentuk eksistensi diri pun beragam, seperti membagikan moment-moment penting di media sosial, membagikan segala aktifitas dan kepunyaan di media sosial, membagikan keberadaannya di tempat tertentu dan menceritakan perasaan dirinya baik itu perasaan kesal, kecewa, senang melalui sebuah tulisan dimana tujuannya adalah mereka ingin diperhatikan, ingin diakui keberadaannya, ingin dikenal dan merasa keren.

Dengan adanya Instragram Stories seseorang dengan mudah membagikan moment atau segala jenis aktivitasnya. Saat ini, media sosial instagram dijadikan tempat untuk menunjukkan kehidupan pribadi dan menunjukkan citra diri yang mereka buat melalui foto atau pun video yang

kemudian dibagikan di Instagram Stories, dimana sebagian besar dilakukan oleh kalangan remaja. Instagram Stories banyak digunakan oleh remaja sebagai media untuk memenuhi eksistensinya dengan cara menampilkan kehadiran diri mereka dimana tujuannya adalah ingin diakui dan dihargai oleh lingkungan sekitarnya (Syarif, 2019:3).

Eksistensi dapat terjadi pada remaja, dikarenakan pada usia remaja mereka mulai krisis identitas dan mencari jati diri mereka sehingga mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitarnya. Pada usia remaja merupakan usia yang mana rasa keingintahuannya cukup tinggi untuk mencoba hal-hal baru serta memiliki keinginan memperbanyak hubungan pertemanan dan berinteraksi secara lebih luas dengan teman seusianya baik perempuan maupun laki-laki (Syarif, 2019:4).

Banyaknya remaja yang menggunakan fitur Instagram Stories untuk menunjukkan keberadaan atau eksistensinya

serta mengekspresikan diri mereka di sosial media. Pada penelitian ini remaja yang diteliti adalah Remaja RW 09 Ciledug, Kelurahan Sudimara, Tangerang pada usia 18-21 tahun yang aktif berbagi moment dengan menggunakan fitur Instagram Stories

#### TINJAUAN PUSTAKA

##### Teori Uses and Gratification

Teori uses and gratification membahas tentang apa yang dilakukan seseorang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini berfokus pada penggunaan media untuk memuaskan kebutuhan seseorang. Teori Uses and Gratifications mengemukakan pengguna media mempunyai pilihan untuk memuaskan kebutuhannya. (Nawiroh Vera, 2016:24)

Menurut (Katz, Blumler & Gurevitch dalam Elvinaro Ardianto, Lukiar Komala dan Siti Karlinah (2007:74) menjelaskan mengenai dasar dari teori uses and gratifications, yaitu:

- a. Khalayak adalah yang aktif, dan penggunaan media massa berorientasi pada tujuan
- b. Dalam proses komunikasi massa untuk menghubungkan antar kebutuhan kepuasan dan pemilihan media terletak pada khalayak
- c. Media massa bersaing dengan sumber-sumber lain dalam memenuhi kebutuhan khalayak
- d. Tujuan pemilihan media berdasarkan data yang berasal oleh khalayak atau masyarakat, yang artinya khalayak cukup paham untuk menjelaskan motif dan kepentingan terhadap situasi dan kondisi tertentu.
- e. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

Penggunaan media dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling baik dan tepat dalam memenuhi kebutuhan dan kepentingan individu.

### **Konsep Diri**

Menurut pendapat ahli Stuart dan Sundeen yang dikutip oleh Edi Harapan dan Syarwani Ahmad, konsep diri adalah segala pikiran, pendirian, ide dan keyakinan yang diketahui individu tentang dirinya dan dapat mempengaruhi individu dalam berhubungan dengan orang lain. Hal ini termasuk persepsi individu terhadap sifat dan kemampuannya dalam berinteraksi dengan orang lain serta lingkungannya, nilai-nilai yang berkaitan dengan objek, pengalaman, tujuan serta keinginannya. Menurut kamus Psikologi Self-Concept (konsep-diri) adalah konsep seseorang tentang dirinya sendiri dengan sebuah deskripsi yang menyeluruh dan mendalam yang bisa diberikan semaksimal mungkin. (Athur & Emily 2010: 871).

### **Komunikasi**

Komunikasi dengan istilah interest ataupun kepentingan yang membuat seorang

selektif dalam menjawab suatu pesan. Orang hendak mencermati perangsang yang terdapat hubungannya dengan kepentingannya (Effendy, 2004:47). Proses komunikasi pada hakikatnya adalah sebuah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan seperti informasi, gagasan, opini dan lain sebagainya, sedangkan perasaan bisa berupa keberanian, kemarahan, khawatir dan lain sebagainya yang timbul dari dalam hati (Effendy, 2017:11).

### **Media Sosial**

Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi penggunaannya dan memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi di media sosial (Van Dijk dalam Nasrullah, 2015: 11), Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Meike dan Young (dalam Nasrullah, 2015: 11) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (to be shared one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dikarenakan adanya batasan-batasan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial. Salah satunya adalah media sosial beranjak dari pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual. Media sosial memiliki ciri-ciri yang tidak ditemukan oleh jenis media lain. Media sosial mempunyai enam karakteristik yaitu sebagai berikut:

- a. Jaringan (Network)

Media sosial memiliki sifat jaringan sosial. Media sosial dibangun atas struktur sosial yang terbentuk pada jaringan atau internet. Karakter media sosial dalam membentuk jaringan antar pengguna. Tidak masalah apakah di dunia nyata antarpengguna itu saling kenal ataupun tidak, tetapi kehadiran media sosial menyediakan kesempatan bagi pengguna

untuk terhubung secara mekanisme teknologi (Nasrullah, 2015:16).

b. Informasi (Information)

Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang di konsumsi pengguna. Produk-produk ini pada dasarnya adalah produk yang dibuat dan didistribusikan oleh pengguna itu sendiri. Melalui Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak hanya sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (followers) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antarpengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda pada pesan atau video yang diunggah orang lain (Rulli Nasrullah, 2015).

d. Konten

Oleh pengguna (User Generated Content) karakter media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan User Generated Content (UGC). Term ini menunjukkan bahwa media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun (Nasrullah, 2015:31). UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi (Listeret al, 2003:221) membentuk jaringan dan akhirnya terhubung ke masyarakat.

e. Arsip (Archive)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi tanda yang menyatakan bahwa informasi disimpan dan dapat diakses dari perangkat apa saja, kapan saja. Semua informasi dapat dibagikan di media sosial dan tidak akan hilang dalam hitungan hari, bulan, ataupun tahun. Informasi masih tersimpan dan sangat mudah diakses (Nasrullah, 2015: 22). Teknologi online telah membuka cara baru untuk menyimpan gambar (bergerak atau diam), suara, dan teks. Mereka dapat diakses dimana saja dalam jumlah besar.

f. Simulasi Sosial (*Simulation Of Society*)

Media sosial dicirikan sebagai media untuk melanjutkan komunitas (masyarakat) di dunia maya. Media sosial memiliki kekhasan dan pola tersendiri yang seringkali tidak terlihat berbeda dengan dunia nyata. Misalnya, pengguna media sosial dapat dikatakan sebagai warga digital berdasarkan keterbukaan tanpa batas. Media sosial mungkin menggambarkan interaksi yang terlihat sebagai simulasi realitas, tetapi interaksi yang terjadi hanyalah simulasi dan terkadang sangat berbeda pada kenyataannya. (Nasrullah, 2015:28).

g. Interaksi (Interactivity)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak hanya sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (followers) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antarpengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda pada pesan atau video yang diunggah orang lain (Rulli Nasrullah, 2015).

h. Konten

Oleh pengguna (*User Generated Content*) karakter media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *User Generated Content* (UGC). Teori ini menunjukkan bahwa media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun (Nasrullah, 2015:31). UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi (Listeret al, 2003:221). Berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun (Nasrullah, 2015:31). UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi (Listeret al, 2003:221). Keuntungan dalam penggunaan Instagram Stories adalah penggunaanya dapat membagikan dan dapat juga sebagai wadah

dalam pengungkapan diri seseorang di sosial media.

### **Eksistensi Diri**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Eksistensi adalah hal-hal yang ada yang meliputi unsur-unsur keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan atau kelangsungan hidup. Eksistensialisme secara etimologi yaitu dari kata eksistensi, dari bahasa latin *existere* yang berarti timbul, muncul atau ada. Untuk menentukan keberadaan yang sebenarnya. Adapun pengertian eksistensialisme sendiri merupakan gerakan filsafat yang menentang esensialisme, dan berfokus pada perhatiannya adalah situasi manusia (Bagus, 2005: 185). Kata eksistensi diri diartikan sebagai keberadaan, eksistensi diri diartikan sebagai usaha individu dalam mendapatkan pengakuan oleh orang lain tentang keberadaan dirinya. Dengan menggunakan media sosial, setiap individu berusaha untuk mendapatkan pengakuan dan perhatian dari orang lain tentang eksistensi dirinya. Banyak cara yang dilakukan oleh individu untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain seperti menunjukkan kepunyaan dan keberadaannya serta meng-ekspresikan pikiran dan perasaannya di sosial media.

Langle dkk. (2003)

mengemukakan beberapa aspek- aspek pada eksistensi diri yaitu sebagai berikut:

#### a. *Perception*

*Perception* atau persepsi merupakan bagaimana manusia dapat mempersepsikan atau memahami objek di dunia. Dalam berinteraksi dengan dunia, bagi individu penting untuk mengumpulkan informasi yang akurat serta mempelajari berbagai situasi ataupun kondisi yang dihadapi.

#### b. *Recognition of values*

*Recognition of values* adalah keadaan dimana seseorang dapat memahami hubungan kualitatif antara objek dan dirinya, individu mengalih-kan perhatian dan hanya berfokus untuk membangun hubungan dengan orang lain sampai ia memperoleh keharmonisan antara diri mereka dan dunia.

#### c. *Freedom*

*Freedom* atau kebebasan adalah kemampuan manusia untuk memilih sikap ataupun keputusan yang ada dalam diri dan dunianya. Termasuk dalam memilih tindakan yang diambil dan arah hidupnya. Individu harus berhati- hati ketika membuat keputusan dan sadar akan konsekuensi dari keputusan yang mereka tentukan.

#### d. *Responsibility*

*Responsibility* atau tanggungjawab berarti kematangan hati untuk mengambil keputusan dan menentukan semua tindakan yang dipilihnya serta dapat konsisten dan siap menanggung dari tindakan tersebut secara konsisten Lange (2003) berpendapat jika seorang individu bisa berada di sini, dan dapat mencintai, menghargai hidupnya serta menemukan diri mereka didalamnya, maka dari situ terpenuhi kondisi untuk menuju kondisi fundamental keempat, keberadaan individu yang dapat mengakui menerima tantangan dan mengakui hidupnya.

### **Remaja**

Masa remaja merupakan masa peralihan. Secara umum diyakini bahwa pubertas dimulai ketika seorang anak mencapai kematangan seksual dan berakhir ketika anak tersebut mencapai kedewasaan yang sah. Adanya sikap dan nilai perilaku sepanjang masa remaja memperlihatkan perbedaan pada masa remaja awal, usia 13-16, atau usia 17 tahun. Masa remaja awal yang dimulai dari umur 12-15 tahun, masa remaja tengah dimulai dari umur 15-18 tahun dan masa remaja akhir dari dimulai dari umur 18-21 tahun (Monks dan Haditono, 2002).

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dengan pendekatan kuantitatif, metode yang digunakan adalah metode survei dan penelitian ini bersifat eksplanatif.

#### **Populasi dan Sample**

### Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah para remaja di RW 09 Kelurahan Sudimara, Kota Tangerang dengan jumlah populasi sebanyak 207 responden.

### Sampel

Sampel pada penelitian ini sebanyak Piaget (dalam Hurlock, 1990) berpendapat bahwa secara psikologis remaja adalah usia dimana seorang individu terintegrasi ke dalam masyarakat dewasa. Memasuki masa dewasa ini mengandung banyak faktor afektif, kurang lebih dari usia pubertas.

### Hipotesis Penelitian

Hipotesis dimaksudkan sebagai cara untuk mengetahui apakah suatu dugaan diterima atau ditolak. Sugiyono (2015) Berdasarkan judul penelitian “Pengaruh Fitur Instagram Stories Terhadap Eksistensi Diri Remaja Di RW 09 Ciledug, Kelurahan Sudimara, Tangerang.

a. Ha Adanya Pengaruh Fitur Instagram Stories terhadap eksistensi diri remaja di RW 09 Ciledug, Kelurahan Sudimara, Tangerang

b. Ho Tidak ada Pengaruh Fitur Instagram Stories terhadap eksistensi diri remaja di RW 09 Ciledug, Kelurahan Sudimara, Tangerang.

136 responden perolehan sampel dengan menggunakan probability sampling dengan menggunakan rumus solvin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Tingkat Kesalahanyang di Toleransi

$$n = \frac{207}{1 + 207 (0,05\%2)}$$

$$n = \frac{207}{1 + 207 (0,0025)}$$

$$n = \frac{207}{1 + 0,5175}$$

$$n = \frac{207}{1,5175}$$

$$n = 136,4 \text{ dibulatkan } 136.$$

### Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket dan juga melalui internet. Menurut Sugiyono kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016:142).

Kuesioner adalah daftar pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi oleh responden dengan tujuan memperoleh informasi yang lengkap dan spesifik yang dipilih oleh para responden mengenai suatu masalah. Pengumpulan data dengan menyebar list pertanyaan atau pernyataan dengan jawaban alternatif yang sudah disediakan oleh peneliti.

### Definisi Operasional

Variabel penelitian ini adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2016:61).

Variabel X adalah Pengaruh Fitur Instagram Stories dan Varibel Y adalah Eksistensi Diri pada Remaja. Tolak ukur dari variabel tersebut adalah informasi yang diberikan pada remaja RW 09 Ciledug, Kelurahan Sudimara, Tangerang terhadap Fitur Instagram stories pengaruh atau tidaknya terhadap Eksistensi Diri Remaja RW 09 Ciledug, Kelurahan Sudimara, Tangerang. Variabel X fitur instagram stories terbagi dalam beberapa dimensi yaitu:

1. Jaringan (Network) : Dimensi ini dalam pengaruh fitur Instagram stories, yaitu mencakup pengguna media sosial yang dapat mengakses fitur Instagram Stories.

2. Informasi (Information) : Dalam dimensi ini, pengguna fitur Instagram Stories dapat menyebar-luaskan maupun

mendapatkan informasi melalui fitur tersebut.

3. **Arsip (Archiv)** : Dalam dimensi ini, pengguna fitur instagram stories dapat menyimpan foto ataupun video yang ada pada fitur Instagram Stories

4. **Interaksi (Interactivity)**: Dalam dimensi ini, pengguna fitur Instagram Stories dapat berinteraksi ke sesama pengguna fitur Instagram Stories yang terdapat pada kolom komentar yang terdapat pada fitur instagram stories.

5. **Simulasi sosial (simulation of society)** : Dalam hal ini, pengguna fitur Instagram Stories menjadi simulasi sosial atau menggambar-jati diri atau pencitraan kepada khalayak.

6. **Konten pengguna (user-generated konten)** : Dalam dimensi ini, pengguna fitur instagram stories menjadi simulasi social yang menggambarkan jati diri atau pencitraan kepada khalayak. dapat mengekspresikan dirinya lewat konten-konten berupa video yang kemudian di upload di fitur instagram stories, pengguna juga dapat me-repost konten milik orang lain yang kemudian di upload di Instagram stories miliknya yang dimana konten tersebut sangat mewakili dirinya.

Variabel Y dependennya adalah eksistensi diri pada remaja:

1. **Persepsi (Perception)** : cara remaja menilai suatu objek, atau cara pandang remaja terhadap sesuatu yang dialaminya, sehingga dari persepsi tersebut yang membuat perubahan pada pola pikir dan perilaku remaja.

2. **Pengakuan Nilai (Recognition of values)** : dimana remaja yang mengupload foto dan video yang tujuannya untuk mendapat pengakuan atau nilai dari orang lain.

3. **Kebebasan (Freedom)** : kebebasan remaja terhadap apa yang di lakukannya di sosial media, seperti mengupload foto atau video selain itu, di media sosial individu dapat mengekspresikan perasaan dan pikirannya.

4. **Responsibility** : bertanggung jawab terhadap apa yang dibagikan pada sosial media, baik itu dampak negatif maupun dampak positifnya.

## **Validitas dan Reliabilitas**

### **a. Validitas**

Validitas alat ukur sama artinya dengan reliabilitas alat ukur itu sendiri, maksudnya bahwa alat ukur haruslah mempunyai akurasi atau ketepatan yang akurat, terutama jika alat ukur tersebut digunakan, sehingga validitas dapat

meningkatkan bobot kebenaran data yang diteliti (Bungin. 2014:108). Hasil uji validitas diperoleh untuk menentukan korelasi antar kedua variabel X dan variabel Y kepada N=30 responden di luar sampel yang ditentukan pada penelitian ini. Pengujian validitas di luar sampel bertujuan untuk menguji validitas dari kuesioner yang dibuat oleh peneliti dapat dinyatakan VALID atau TIDAK VALID dengan menggunakan skala likert.

Distribusi nilai r tabel dengan taraf signifikansi 5% dengan jumlah responden N=30 yakni 0,3610. Sehingga apabila r hitung > r tabel maka setiap pernyataan dapat dikatakan valid.

### **b. Reliabilitas**

Teknik pengujian realibilitas yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan metode Alpha Cronbach. Teknik Alpha Cronbach dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu instrument penelitian reabel atau tidak, jawaban yang diberikan kepada responden berbentuk skala seperti 1-3, 1-5, dan 1-7 atau jawaban responden yang menginterpretasikan penilaian sikap, kriteria suatu instrume dapat dikatakan reliable apabila koefisien reliabilitas (r11) bernilai > 0,6. (Syofian, 2018 : 57).

Perhitungan uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini akan menggunakan metode hitung SPSS 24 dengan jumlah responden n=30 di luar sampel untuk mendapatkan hasil nilai alpha pada penelitian.

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik korelasi data. Analisis Hubungan (korelasi) ialah suatu bentuk analisis data dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan atau bentuk arah hubungan di antara dua variable atau lebih. Suatu korelasi menunjukkan derajat sejumlah variabel yang bertepatan atau kebetulan satu sama lain dengan menggunakan rumus yang menunjukkan jumlah faktor kebetulan tersebut yaitu pearson product moment dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Siregar, 2018:250-51).

Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan, menggunakan rumus korelasi pearson product moment, yakni sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

$R_{xy}$  = Koefisien Korelasi variabel X dan variabel Y

n = Jumlah Responden

X = Nilai untuk Variabel bebas

Y = Nilai untuk Variabel terikat

$\sum X$  = Jumlah skor Variabel bebas

$\sum Y$  = Jumlah skor Variabel terikat

$\sum XY$  = Jumlah hasil perkalian variabel X dan variabel Y

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus koefisien korelasi product moment untuk menentukan hubungan antara variabel bebas (independent) variabel terikat (dependent).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis regresi linear sederhana. Regresi linear sederhana yaitu pengujian yang dilakukan pada satu variable bebas (independent) dan s atau variabel tak bebas (dependent).

Analisis regresi linear merupakan metode statistik yang paling jamak dipergunakan dalam penelitian-penelitian sosial.

Analisis regresi linear sederhana

dipergunakan untuk meramalkan atau memprediksi besar nilai variabel tak bebas (dependent) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (independent). (Siregar, 2018:284). Rumus Analisis Regresi Linier sederhana yakni sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat yaitu

Eksistensi Diri Remaja

A : Nilai konstanta

B : Koefisien regresi

X : Varibel bebas yaitu fitur instagram stories

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil penelitian didapatkan responden untuk jenis kelamin perempuan memiliki presentase terbanyak yaitu sebanyak 91 responden dengan presentase 66.9%.

Correlations

		Pengaruh Instagram Stories	Eksistensi Diri Remaja
Pengaruh Instagram Stories	Pearson Correlation	1	.621**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	136	136
Eksistensi Diri Remaja	Pearson Correlation	.621**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	136	136
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Berdasarkan hasil uji korelasi antara dua varibel X dan Y di atas, maka angka pearson correlations yang di hasilkan adalah 0,621. Jadi apabila dilihat pada tabel maka artinya tingkat hubungan antara varibel X (Pengaruh Fitur Instagram Stories) dengan varibel Y (Eksistensi Diri Remaja) termasuk ke dalam kategori “kuat”. Kemudian pada tabel 4.36 terhadap varibel X yang memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$  karena nilai signifikasinya lebih kecil maka artinya varibel X dinyatakan memiliki hubungan dengan variabel Y. untuk arah hubungan korelasi, pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai person correlationsnya menghasilkan angka 0,621 yang



menunjukkan bahwa koefisien bernilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bersifat satu arah, jika variabel bebas (Independent) mengalami penurunan maka variabel terikatnya (Dependent) juga akan mengalami penurunan.

Pada uji t, didapatkan nilai t tabel dalam penelitian ini adalah 1.977. Berdasarkan tabel correlation secara parsial Pengaruh variabel bebas (Independent) yang memiliki t hitung

$9.170 > 1.977$  dengan nilai signifikasinya  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa data ini menunjukkan keputusan yang akan diambil yaitu menerima  $H_a$  dan menolak  $H_0$ , artinya variabel Pengaruh fitur Instagram Stories memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Eksistensi Diri Remaja.

#### PEMBAHASAN

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel Pengaruh Instagram Stories (X) dan Eksistensi Diri Remaja (Y). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh Fitur Instagram Stories terhadap Eksistensi diri pada remaja di Wilayah RW 09 Ciledug, Tangerang. Dan dalam penelitian ini terdapat pengaruh yang kuat dan memiliki hubungan yang positif.

Menurut Teori uses and gratification, Khalayak atau pengguna dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Artinya, dikaitkan dalam penelitian ini, khalayak atau pengguna media aktif menggunakan sosial media salah satunya Fitur Instagram Stories, mereka menggunakan Fitur Instagram Stories untuk memenuhi kebutuhannya, salah satunya adalah menunjukkan Eksistensinya yang tujuannya adalah untuk mendapatkan pengakuan dari atau nilai orang lain, ingin diperhatikan mengekspresikan dirinya serta menjadi diri sendiri yang diinginkannya dengan cara mengaktualisasikan dirinya.

Penelitian ini menggunakan Teori uses and gratification, dimana pada teori ini menyatakan bahwa Teori ini memusatkan perhatian pada penggunaan (uses) media untuk mendapatkan kepuasan (gratifications) atas kebutuhan seseorang tersebut. Seperti halnya khalayak pada

penelitian ini terutama remaja aktif dalam menggunakan fitur Instagram Stories untuk memenuhi kebutuhannya, kebutuhannya dalam menggunakan Fitur Instagram Stories yaitu kebutuhan untuk memuaskan keinginannya sendiri seperti ingin dinilai sebagai seseorang yang keren, up to date atau kekinian, kebutuhan untuk mencari informasi-informasi yang relevan, kebutuhan ingin berkomunikasi dan membagikan perasaan atau ceritanya di Instagram stories, kebutuhan kebebasan dalam menyampaikan pendapat, kebutuhan dalam mencari hiburan dengan mencari konten-konten yang lucu dan menghibur, melalui fitur instagram stories khalayak ingin menunjukkan kepribadiannya melalui foto atau video yang mereka bagikan.

Dalam penelitian ini terbagi menjadi dua variabel yaitu variabel X (fitur instagram stories) dan variabel Y (eksistensi diri). Variabel X (fitur instagram stories) terbagi menjadi enam dimensi menurut Nasrullah, (2015:16) yaitu, Jaringan (Network), Informasi (Information), Arsip (Archiv), Interaksi (Intractivity), simulasi sosial (Simulation of society),

Konten oleh pengguna (user generated content) yang dituangkan menjadi 19 butir pernyataan. Dan pada variabel Y (Eksistensi diri) terbagi menjadi empat dimensi menurut Langle dkk (2003) yaitu Persepsi (perception), pengakuan nilai (recognition of values), kebebasan (freedom), tanggung jawab

(responsibility) yang dituangkan menjadi 14 butir pernyataan. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif dengan metode survei, dengan cara pengambilan sample dari total populasi yaitu 136 sample dan dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, pengumpulan data mengacu pada hasil yang diperoleh dari skor jawaban responden terhadap kuesioner yang penulis sebar melalui google forms.

Kemudian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang ada pada rumusan masalah, dapat dijawab sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji korelasi antara dua variabel X dan Y di atas, maka angka

pearson correlations yang di hasilkan adalah 0,621. maka artinya tingkat hubungan antara variabel X (Pengaruh Fitur Instagram Stories) dengan variabel Y (Eksistensi Diri Remaja) maka terdapat hubungan korelasi yang kuat antara Pengaruh fitur instagram stories terhadap eksistensi diri remaja.

2. Hasil uji t menunjukkan nilai bawah t hitung lebih besar dari t table yaitu  $9.170 > 1.977$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel (X) fitur instagram stories berpengaruh terhadap eksistensi diri remaja (Y).

3 Hasil uji determinasi diketahui nilai koefisien determinasi R square adalah sebesar 0,386 yang berarti variabel tersebut cukup berpengaruh sebesar 38,6% sementara sisanya 61,4% eksistensi diri remaja dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

Agustiani, Hendriati., 2006. Psikologi Perkembangan Pendekatan Ekologi Kaitannya Dengan Konsep Diri Dan Penyesuaian Diri Pada Remaja. Bandung : PT. Refika Aditama

Ahmad dan Harapan., 2014. Komunikasi Antarpribadi, Jakarta: Raja Grafindo Persada

Ali, Mohammad, dkk. 2011. Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Arthur S. R. & Emily S. R., 2010. Kamus psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Bungin, Burhan. 2008. Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial. Jakarta: Kencana.

Effendy, Onong Uchjana., 2017., Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, PT Remaja Bandung: Rosdakarya

-----, 2003. Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Elvinaro, Lukiati Komala dan Siti Karlinah.,2007 Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatam Media

Littlejohn, Stephen W., 2014. Teori Komunikasi: Theori of Human

Communication. Jakarta: Salemba Humanika

Nasrullah, Rulli. 2017. Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, dan

Nasrullah, Rulli., 2015., Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Nugroho D, Riant., 2004. Kebijakan Publik, Formulasi, Implementasi dan Evaluasi., Jakarta : Gramedia

Siregar, Syofian, MM., 2017. Metode Penelitian Kuantitatif : Kencana

Smith. H.W. 2003. What matters most: Hal-hal yang paling utama. Alih Bahasa: Arvin Saputra. Jakarta: Binarupa Aksara

Sioteknologi di Internet. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Sugiyono.,2016., Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: Penerbit Alfabeta

Sunaryo, 2004. Psikologi Untuk Pendidikan. Jakarta: EGC

Syamsul Bahri dan Fakhry Zamzam., 2015. Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-Amos. Yogyakarta: Deepublish

Sumber Skripsi:

Hazisah, Dwi Syahnaz., 2017 Pengaruh Instagram Stories Terhadap Eksistensi Diri Di Kalangan Siswa-Siswi SMAN 1 Makassar (Di akses 10 Juli 2022)

Pratiwi, Reni Intan., 2020. Pengaruh fitur Instagram Q&A @keanuagl terhadap peniruan bahasa remaja (Di akses 12 Juli 2022)

Safar, Mujiati., 2021. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Bentuk Eksistensi Diri Siswa Siswi SMA Negeri 10 Makassar (Di akses 8 Juli 2020)

Syarif., 2019. Pengaruh fitur Instagram Stories terhadap Ekistensi Diri Siswa SMA Sades Sapientiae Semarang (Diakses 10 Juli 2022)

Sumber Jurnal:

Adrian Mailoor, J. J. Senduk, & W. Londa. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Snapchat Terhadap Pengungkapan Diri Mahasiswa

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. ejournal "Acta Diurna," 6, No. 1 Internet:

<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022> (Diakses pada 5 Juli 2020)

<https://merchant.id/social-media/updatean-terbaru-social-media-instagram-meluncurkan-instagram-stories/> (Di akses pada 8 Juli 2022)

<https://www.kaskus.co.id/thread/5ecc91a882d49574f62b6388/pengertian-amp-fungsi-instagram-stories-adalah/> (Di Akses pada 21 April 2022).

[https://www.kompasiana.com/andidwiryanto/620fe14651d76471ad402f76/data-digital-indonesia-tahun-2022?page=2&page\\_images=4](https://www.kompasiana.com/andidwiryanto/620fe14651d76471ad402f76/data-digital-indonesia-tahun-2022?page=2&page_images=4) (Diakses pada 6 Juli 2022)