

**STUDI FENOMENOLOGI  
PENGGUNA *INSTAGRAM* DENGAN *ZERO POST* PADA *FEED*  
DI KALANGAN MAHASISWA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH CIREBON**

**Nida Faridah<sup>1</sup>, Ida Ri'aeni<sup>2</sup>, dan Ririn Risnawati<sup>3</sup>**

**<sup>1-3</sup> Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Muhammadiyah Cirebon  
Jl Fatahillah No.40, Watubelah, Cirebon, Jawa Barat  
Corresponding author: [ririn.risnawati@umc.ac.id](mailto:ririn.risnawati@umc.ac.id)**

**Submitted:** 1 Juli 2024| **Accepted:** 2 November 2024| **Published:** 5 November 2024

Website: <https://e-journal.umc.ac.id/index.php/jike/index>

DOI: <https://doi.org/10.32534/jike.v8i1.5992>

**ABSTRACT**

*The research conducted by this researcher aims to find out and explain the motives of Instagram users with zero posts on feeds among students of the University of Muhammadiyah Cirebon. Every social media user, especially Instagram users with zero posts on the feed certainly have certain motives that are the cause and purpose for someone to act. In this study, researchers used qualitative methods with phenomenological studies using phenomenological theory according to the views of Alfred Schutz. Using this theory, because in this study want to know someone's experience that is the cause and purpose so that Instagram users choose zero posts on the feed. Alfred Schutz's theory of approach classifies motives in two parts, namely: 1) The Motive of Cause (Because of Motive) which refers to past experiences that are the reason or driver and 2) the Motive of Purpose (in Order to Motive) which refers to goals and expectations to be achieved in the future. The results of this study show that based on the Motive of Cause (Because of Motive), there are four motives that are the reasons for the aesthetic standard motive, the motive for being affected by bullying, the motive for worrying about photo abuse, and the motive for being affected by sexual harassment. Based on the Motive of Purpose (in Order to Motive) there are three motives that become the goal, namely the motive of comfort in using Instagram, the motive of being free from negative opinions and unrecognized followers, and the motive of belief in 'ain disease. Regarding the meaning of being an Instagram user zero post on the feed, the results show different meanings that are recognized by some informants, namely Instagram users who are expressive in expressing their feelings, Instagram users who are closed to their personal problems, passive Instagram users, and Instagram hobbies users.*

**Keywords:** *Motive, Meaning, Instagram, Zero Post*

**ABSTRAK**

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan mengenai motif pengguna *Instagram* dengan *zero post* pada *feed* di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Cirebon. Setiap pengguna media sosial, khususnya pengguna *Instagram* dengan *zero post* pada *feed* tentunya memiliki motif-motif tertentu yang menjadi penyebab dan tujuan untuk seseorang bertindak. Dalam penelitian ini,

peneliti menggunakan metode kualitatif dengan studi fenomenologi menggunakan teori fenomenologi menurut pandangan Alfred Schutz. Menggunakan teori ini, karena dalam penelitian ini ingin mengetahui pengalaman seseorang yang menjadi penyebab dan tujuan sehingga pengguna *Instagram* memilih *zero post* pada *feed*. Teori pendekatan Alfred Schutz ini menggolongkan motif dalam dua bagian, yaitu: 1) Motif Penyebab (*Because of Motive*) yang merujuk pada pengalaman masa lalu yang menjadi alasan atau pendorong dan 2) Motif Tujuan (*in Order to Motive*) yang merujuk pada tujuan dan harapan yang hendak dicapai di masa yang akan datang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan Motif Penyebab (*Because of Motive*), terdapat empat motif yang menjadi alasan yaitu motif standar estetik, motif terdampak *bullying*, motif kekhawatiran penyalahgunaan foto, dan motif terdampak pelecehan seksual. Berdasarkan Motif Tujuan (*in Order to Motive*) terdapat tiga motif yang menjadi tujuan yaitu motif kenyamanan dalam menggunakan *Instagram*, motif terbebas dari opini negatif dan *followers* yang tidak dikenali, dan motif keyakinan terhadap penyakit ‘*ain*. Terkait makna sebagai pengguna *Instagram zero post* pada *feed*, hasil menunjukkan makna yang berbeda yang diakui oleh sebagian informan, yaitu pengguna *Instagram* yang ekspresif dalam mengungkapkan perasaannya, pengguna *Instagram* yang tertutup akan permasalahan pribadinya, pengguna *Instagram* yang pasif, dan pengguna *Instagram hobbies*.

**Kata Kunci:** Motif, Makna, *Instagram*, *Zero Post*

## A. PENDAHULUAN

Komunikasi sangat penting untuk mengungkapkan kebutuhan hidup manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat membagi pengetahuan dan pengalaman. Komunikasi tidak hanya dengan berbicara saja, tetapi ada bahasa sinyal, tulisan, gerakan, dan penyiaran yang merupakan bentuk umum komunikasi manusia. Pada abad 20 ini, pertumbuhan komunikasi digambarkan sebagai “penemuan yang revolusioner”, hal ini dikarenakan peningkatan teknologi komunikasi yang pesat seperti radio, televisi, telepon, satelit dan jaringan komputer seiring dengan industrialisasi bidang usaha yang besar dan politik yang mendunia (Bimantara, 2014). Di tingkat akademik, komunikasi terbagi menjadi beberapa departemen. Beberapa diantaranya adalah komunikasi antar personal, komunikasi digital, dan lain sebagainya.

Komunikasi pada dasarnya secara umum diartikan sebagai suatu proses penyampaian informasi berupa pesan, ide, maupun gagasan dari satu pihak kepada pihak lain. Komunikasi adalah “proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam” (Rogers dan Kincaid dalam Rahayu, 2018). Komunikasi yakni “bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain secara sengaja dan tidak sengaja” (Shannon dan Weaver dalam Rahayu, 2018).

Zaman modern seperti sekarang, teknologi dan internet serta media jejaring sosial berkembang pesat dan semakin beragam salah satunya adalah media sosial. Dengan hadirnya media sosial, manusia dapat berinteraksi dengan lebih mudah dan interaktif. Media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Arum Wahyuni Purbohastuti, 2017). Hal ini lebih jelas dipahami melalui argumen Cahyono bahwa media sosial memungkinkan siapa saja untuk berpartisipasi serta memberi kontribusi atau *feedback* secara terbuka, memberi komentar dan membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas dengan bantuan

internet (Istiani & Islamy, 2020). Deve Kerpen mendefinisikan media sosial sebagai suatu tempat kumpulan video, gambar, tulisan, hingga hubungan interaksi dalam jaringan, baik antar individu maupun antar kelompok seperti organisasi (Kerpen dalam Santika, 2022).

Banyak media yang bisa digunakan dalam publisitas terutama dalam dunia *digital* seperti sekarang. Salah satu media sosial yang bisa digunakan di abad 20 ini adalah *Instagram*. *Instagram* merupakan aplikasi berbagi foto dan video, yang dari waktu ke waktu selalu memberikan fitur-fitur yang berinovasi. Fitur-fitur yang ada di *Instagram* ini merupakan layanan yang diberikan untuk para penggunanya agar bisa terus berkreasi dan memanfaatkan *Instagram* dengan semaksimal mungkin. *Instagram* adalah aplikasi layanan berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk berfoto dan memberi *filter*, lalu menyebarkannya di jejaring sosial, termasuk pemilik *Instagram* sendiri. Satu *filter* yang unik di *Instagram* adalah memotong foto menjadi bentuk persegi sehingga terlihat seperti hasil kamera kodak instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umumnya digunakan oleh kamera pada pranti bergerak (Utari & Rummyeni, 2017). *Instagram* merupakan sebuah teknologi *star-up* yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Namun akhirnya mereka hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar, dan juga kemampuan untuk menyukai foto, itulah yang akhirnya menjadi awal mulai munculnya media sosial *Instagram* (Utari & Rummyeni, 2017).

Menurut laporan Napoleon Cat ([www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com) 2022) di Indonesia menunjukkan ada 91,01 juta pengguna *Instagram* yang tercatat pada Oktober 2021. Tercatat, mayoritas pengguna *Instagram* di Indonesia adalah dari kelompok usia 18-24 tahun, yakni sebanyak 33,90 juta dengan rincian sebanyak 19,8% merupakan perempuan dan 17,5% laki-laki. Pada kelompok usia 25-34 tahun tercatat 16,9% perempuan dan 15,3% laki-laki. Kemudian disusul oleh kelompok usia 13-17 tahun dan kelompok usia 45-54 tahun. Dari laporan diatas, kelompok di usia 18-24 tahun merupakan kelompok terbanyak yang menjadi pengguna *Instagram*, dimana dalam rentan usia tersebut merupakan usia kelompok mahasiswa.

Terbukanya jalur komunikasi dengan fitur-fitur yang beragam serta menghubungkan jutaan pengguna untuk saling terlibat dalam aktivitas sosial, memudahkan komunikasi dan informasi, serta memudahkan untuk saling berinteraksi dengan waktu yang cepat dan tidak terbatas. *The Random House Handbook of Business Team* dalam (Liliweri, 2011) publisitas adalah informasi yang dirancang untuk memperlihatkan, memperkenalkan, mempertahankan, nama dan kehormatan seseorang, perkumpulan organisasi dihadapan publik dalam suatu konteks melalui media dalam rangka menciptakan daya publik. Dalam penelitian yang berjudul Pengguna Media Sosial *Instagram* sebagai Sarana Eksistensi Diri, menyebutkan hasil penelitiannya bahwa pada usia remaja antara 18-22 tahun, aktif menggunakan media sosial *Instagram* bertujuan untuk menunjukkan eksistensi dirinya (Putri, 2019).

Namun pada kenyataannya, masih ada masyarakat Indonesia khususnya mahasiswa, yang memilih untuk tidak terlalu terbuka menampilkan dirinya di media sosial *Instagram*. Hal ini pun banyak terjadi di kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Cirebon. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Cirebon, dari seluruhnya merupakan pengguna aktif media sosial terutama media sosial *Instagram*. Tetapi, masih ada diantaranya memilih untuk melakukan *zero post* pada *feed* di akun *Instagram*-nya. *Zero post* pada *feed* merupakan istilah dari fenomena pengguna media sosial yang tidak mengunggah apapun di *feed* atau kiriman yang muncul dalam kisi profil *Instagram* pribadi miliknya. Berangkat dari keunikan manusia tersebut, oleh karena itu

penelitian ini mengangkat fenomena *zero post* pada *feed* pengguna media sosial *Instagram* di kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Cirebon. Tujuannya untuk mengetahui secara mendetail motif dan makna pengalaman subjektif sebagai pengguna *Instagram zero post* pada *feed*. Yaitu untuk mendeskripsikan tipologi pengguna *Instagram zero post* pada *feed* yang berfokus pada motif subjektif pengguna *Instagram zero post* pada *feed* dan bagaimana mereka memaknai dirinya sebagai pengguna *Instagram zero post* pada *feed*.

## B. TINJAUAN PUSTAKA

Mairice-Ponty merupakan tokoh penting yang mewakili gagasan mengenai fenomenologi persepsi. Fenomenologi persepsi merupakan salah satu dari 3 fenomenologi utama yang mendukung gagasan bahwa pengalaman adalah subjektif, tidak objektif, sebagaimana pandangan Husserl. Mereka percaya bahwa subjektivitas adalah pengetahuan yang penting. Menurut Ponty, manusia adalah makhluk yang memiliki kesatuan fisik dan mental yang menciptakan makna terhadap dunianya. Manusia mengetahui sesuatu hanya melalui hubungan pribadi kita dengan sesuatu itu. Sebagai manusia, kita dipengaruhi oleh dunia luar atau lingkungan kita dan sebaliknya, kita juga memenuhi dunia di sekitar kita, melalui bagaimana kita mengalami dunia. Dengan demikian, suatu objek atau peristiwa itu ada dalam suatu proses yang timbal balik (*give and take*), yaitu hubungan dialogis di mana suatu objek atau peristiwa memengaruhi objek atau peristiwa lainnya (Gatot Haryono, 2020).

Fenomenologi adalah pendekatan yang dimulai oleh Edmund Husserl yang kemudian dikembangkan oleh Martin Heidegger untuk memahami atau mempelajari pengalaman hidup manusia. Fokus umum penelitian ini untuk memeriksa/meneliti esensi atau struktur pengalaman ke dalam kesadaran manusia (Tuffour dalam Helaluddin, 2018).

Menurut pengertian diatas, dengan demikian fenomenologi merupakan pendekatan yang tertarik untuk memahami atau mempelajari pengalaman hidup manusia dengan menganalisis dan mendeskripsikan fenomena individu dalam kehidupan sehari-hari. Dengan penelitian menggunakan pendekatan fenomenologi, dapat mengetahui penyebab seseorang menginterpretasikan hidupnya dengan sudut pandang yang mereka pahami.

Alfred Schutz merupakan sosok yang berpengaruh besar dalam pembangunan sosiologi fenomenologis (*phenomenological sociology*) di negara-negara yang berbahasa Inggris. Ia terutama tertarik pada tiga masalah (Abercrombie, Hill, & Turner dalam Sobur & Mulyana, 2020):

1. Ia ingin membangun teori yang utuh tentang tindakan sosial, yang sebagian berpijak pada kritik atas Max Weber.
2. Ia melengkapi sejumlah investigasi dalam pembangunan *life-world*.
3. Ia mencoba untuk menggali metode-metode yang membuat sosiologi mempelajari tindakan manusia bisa menjadi ilmiah. Dalam sebuah argumentasinya terhadap Parsons, Schutz telah mengembangkan dan menjelaskan teori tindakan dari pemahaman (*Verstehen*).

Metode *Verstehen* itu pada dasarnya mengarah pada suatu tindakan bermotif pada tujuan yang hendak dicapai atau *in-order-to-motive*, yang sebelumnya mengalami proses intersubjektif yang berupa hubungan interaksi *face-to-face* antarpersonal yang bersifat unik. Selain menegaskan motif yang berorientasi tujuan yang berorientasi ke masa depan, Schutz menyebut “motif karena” (*because of motives*) yang berorientasi ke masa lalu

(Sobur & Mulyana, 2020). Jika motif pertama dilukiskan sebagai maksud, rencana, harapan, minat, dan semacamnya, motif kedua merujuk kepada pengalaman masa lalu aktor dan tertanam dalam pengetahuannya yang terpendamkan (*preconstituted knowledge*) (Sobur & Mulyana, 2020). Motif jenis kedua ini lazimnya disebut alasan atau sebab (Schutz dalam Sobur & Mulyana, 2020)

Oleh karenanya, dalam penelitian ini menggunakan teori motif (*in-order-to-motive* dan *because of motives*), berusaha untuk membongkar apa motif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Cirebon memilih *zero post* pada *feed* di *Instagram* pribadi miliknya.

Stanley Deetz mengemukakan 3 prinsip dasar fenomenologi, yaitu (Deetz dalam Jibrael Rorong, 2020):

1. Pengetahuan ditemukan secara langsung dalam pengalaman sadar (kita akan mengetahui dunia ketika kita berhubungan dengannya).
2. Makna benda terdiri atas kekuatan benda dalam kehidupan seseorang, dengan kata lain bagaimana Anda berhubungan dengan benda menentukan maknanya bagi Anda.
3. Bahasa merupakan kendaraan makna, artinya kita memahami dunia melalui bahasa yang digunakan untuk mendefinisikan dan mengekspresikan dunia itu.

Ketiga prinsip tersebut, dapat diketahui bahwa pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang diperoleh dari pengalaman yang telah dialami dalam kehidupannya dan bahasa yang digunakan merupakan alat komunikasi untuk memahami dan memaknai sesuatu. Dalam fenomenologi, interpretasi merupakan realitas bagi setiap individu. Menurut pemikiran fenomenologi, orang yang melakukan interpretasi, mengalami suatu peristiwa atau situasi dan ia akan memberikan makna kepada setiap peristiwa atau situasi yang dialaminya.

## **KOMUNIKASI DIGITAL**

Seiring perkembangan zaman, proses memberi atau menerima informasi kini lebih beragam dan lebih memudahkan manusia. Di era digital seperti sekarang, perkembangan komunikasi dan informasi pun turut ikut berkembang, salah satunya adalah komunikasi digital. Pada dasarnya, komunikasi digital berfungsi sebagai komunikasi yang dibutuhkan manusia, hanya saja karakteristiknya jauh berbeda dengan komunikasi tradisional. Perbedaan pertama terletak pada proses dalam membentuk, mengemas, dan menyajikan pesan, dimana komunikasi digital memiliki keunggulan dalam hal kecepatan dan kemudahan. Selanjutnya dalam hal daya tarik pesan yang juga jauh lebih unggul pada komunikasi digital karena adanya beragam fitur teknologi yang memungkinkan pesan dikemas dan disampaikan dengan cara-cara yang unik dan menarik (Rully Khairul Anwar, 2017).

Komunikasi digital dalam penggunaannya dapat diterapkan secara individu dengan manfaat sosial sebagai eksistensi dan wadah menampakkan diri, sampai dengan organisasi maupun instansi penting lainnya dapat memanfaatkannya. Komunikasi digital kini banyak digunakan masyarakat karena secara visual sampai dengan audio visual memunculkan banyak hal tentang kehidupan sosial dalam dunia teknologi digital. Tidak heran dengan istilah yang dideklarasikan oleh Telkom bahwa "*the world in your hand*". Hal ini dikarenakan segala informasi dimanapun jika disebar atau dipublikasi melalui media massa secara online, kita dapat mengakses dan mengkonsumsinya.

Komunikasi digital akan selalu berkembang tergantung pada penemuan-penemuan alat berbasis teknologi internet. Salah satu ciri perkembangannya ialah perkembangan komunikasi melalui SMS (*Short Messenger Service*) dan panggilan suara, kini sudah banyak aplikasi komunikasi yang dibuat untuk lebih memudahkan komunikasi dengan banyak orang seperti aplikasi *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, *Line* dan aplikasi lainnya (Ramdan, 2021).

## **MEDIA SOSIAL**

Media sosial adalah situs jaringan sosial berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat serta menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem (Dwiyono, 2018). Phillip Kotler dan Kevin Keller mendefinisikan media sosial sebagai sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya (Arum Wahyuni Purbohastuti, 2017).

Menurut (Dwiyono, 2018) bahwa terdapat beberapa macam jenis media sosial, yaitu sebagai berikut:

1. *Bookmarking*, memberikan sebuah kesempatan untuk meshare link dan tag yang diminati. Hal demikian bertujuan agar setiap orang dapat menikmati yang kita sukai.
2. *Wiki*, situs yang memiliki macam-macam karakteristik yang berbeda, misalnya situs knowledge sharing, wikitravel yang memfokuskan sebagai suatu informasi pada suatu tempat.
3. *Flickr*, situs yang dimiliki yahoo, yang menghususkan sebuah image *sharing* dengan *contributor* yang ahli pada setiap bidang fotografi di seluruh dunia. Flickr menjadikan sebagai *photo catalog* yang setiap produknya dapat dipasarkan.
4. *Creating Opinion*, media sosial yang memberikan sarana yang dapat untuk berbagi opini dengan orang lain di seluruh dunia. Melalui media sosial tersebut, semua orang dapat menulis jurnal, sekaligus sebagai komentator.
5. Jejaring Sosial, situs-situs konten *sharing tersebut* orang-orang menciptakan berbagai media dan juga publikasi untuk berbagi kepada orang lain. Seperti *Facebook*, *WhatsApp*, *Line*, *Youtube*, *Twitter* dan *Instagram*.

## **MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Kevin Systrom dan Mike Krieger merupakan pendiri aplikasi *Instagram* sejak tahun 2010. *Instagram* berasal dari keseluruhan fungsi aplikasi itu sendiri. Kata “*insta*” berasal dari “*instan*”, seperti kamera *polaroid* yang dikenal dengan penghasil “foto instan”. Sedangkan untuk kata “*gram*” berasal dari kata “*telegram*” yang cara kerjanya yaitu mengirimkan informasi kepada orang lain secara cepat (*About us, Instagram*).

Di *Instagram* seseorang yang mulanya tidak dikenal, dapat terkenal. Dalam ketikan komentar di *Instagram* pun dapat menjadikan pengguna yang mulanya baik menjadi jahat, maupun sebaliknya. Melalui komentar, unggahan foto, dan sebagainya dapat menentukan citra seseorang. Feldman dalam buku “*New Media: An Introduction*” mengungkapkan bahwa *New Media* memiliki lima karakteristik, yaitu:

1. Dapat dengan mudah dimanipulasi maupun mengubah bentuk informasi. Sehingga banyak berita *hoax* atau berita bohong.
2. Bersifat *networkable* yaitu segala informasi dapat dibagikan dan diterima jika pengguna terhubung dengan internet.

3. Bersifat *compressible* yaitu kapasitas informasi yang tersedia di media baru, dapat dikurangi.
4. Padat, yang hanya membutuhkan ruang yang kecil untuk menyimpan konten yang ada dalam media baru.
5. Imparsial, yaitu informasi dalam media baru tidak berpihak kepada siapapun dan tidak dikuasai oleh segelintir orang saja (Feldman dalam Septiani dkk, 2020).

### C. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode fenomenologi dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian yang akan dilakukan memfokuskan diri pada sisi tertentu dari suatu fenomena. Tujuan dari pendekatan kualitatif adalah untuk memahami fenomena mengenai apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan (Wicaksono, 2020).

Fenomenologi menurut Creswell dikutip Eddles-Hirsch (2015) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang tertarik untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengalaman sebuah fenomena individu dalam sehari-hari (Eddles-Hirsch dalam Helaluddin, 2018).

Penelitian ini dilakukan di lingkungan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Cirebon, sesuai dengan kebutuhan penelitian. Hal tersebut dilakukan peneliti agar dapat mempermudah penelitian, dimana peneliti dan subjek dapat mengatur waktu pertemuan sesuai dengan kebutuhan. Waktu dalam penelitian ini dilaksanakan selama 1 (satu) bulan dengan alasan waktu tersebut dipilih karena peneliti menilai sudah cukup efektif serta pertimbangan waktu penelitian ini dilaksanakan.

Kriteria dalam pemilihan informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Cirebon dengan usia 18-24 Tahun.
2. Menerapkan *zero post* pada *feed* pada akun *Instagram* saat penelitian berlangsung sekitar periode Januari hingga Februari akhir 2023.
3. Dapat memberikan informasi yang mendalam dan rinci tentang fenomena pengguna *Instagram* dengan *zero post* pada *feed*.
4. Dapat bekerjasama dan memberikan tanggapan saat penelitian berlangsung.

Berdasarkan hal tersebut, maka yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

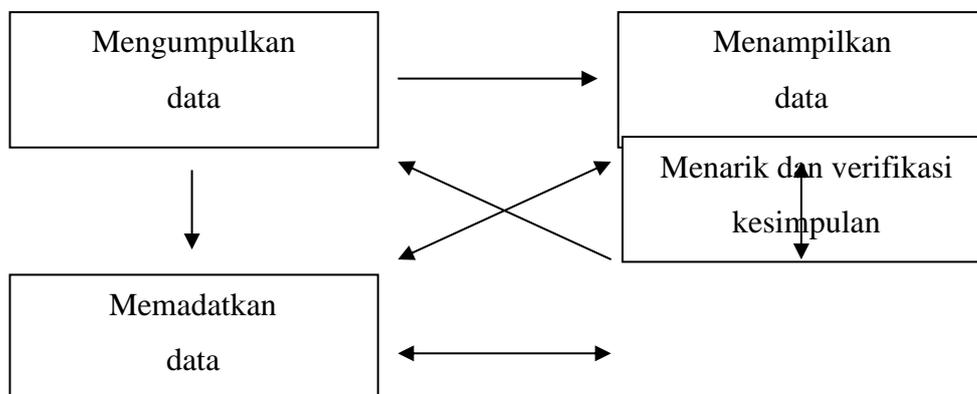
**Tabel 3. 1** Daftar Informan

No.	Nama Lengkap	Usia	Alamat	Fakultas
1.	Riska	23 Tahun	Plumbon	FKIP
2.	Nurhikmah A	22 Tahun	Cirebon	FE
3.	Citra Mutiara	18 Tahun	Sumedang	FIKES
4.	Santy Octaviyana	22 Tahun	Plumbon	FH
5.	Wahyu Abadi	21 Tahun	Sumber	FISIP
6.	Silvi Apriliani	20 Tahun	Pengung	FAI
7.	Wahyu Saputra Adi	23 Tahun	Sumber	FT

**Sumber:** Data Penelitian, 2023

Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi, wawancara dan dokumentasi, materi-materi visual, serta usaha merancang protokol untuk merekam/mencatat informasi (Creswell dalam Saifullah, 2011).

Miles dan Huberman (1994) menggambarkan analisis data kualitatif sebagai berikut (Miles dan Huberman dalam Sarosa, 2021):



Sumber: Miles dan Huberman (1994)

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi teknik yang digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda (Sugiyono dalam Khasanah, 2016).

Dengan demikian, data-data yang digunakan dalam penelitian ini akan menggambarkan kondisi riil di lapangan atau objek yang diteliti dengan bentuk penulisan, hal tersebut tentu saja berlandaskan kepada teori-teori yang telah disebutkan, yaitu antara lain menggambarkan atas kondisi lapangan melalui wawancara langsung dengan pengguna *Instagram zero post* pada *feed* di kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Cirebon.

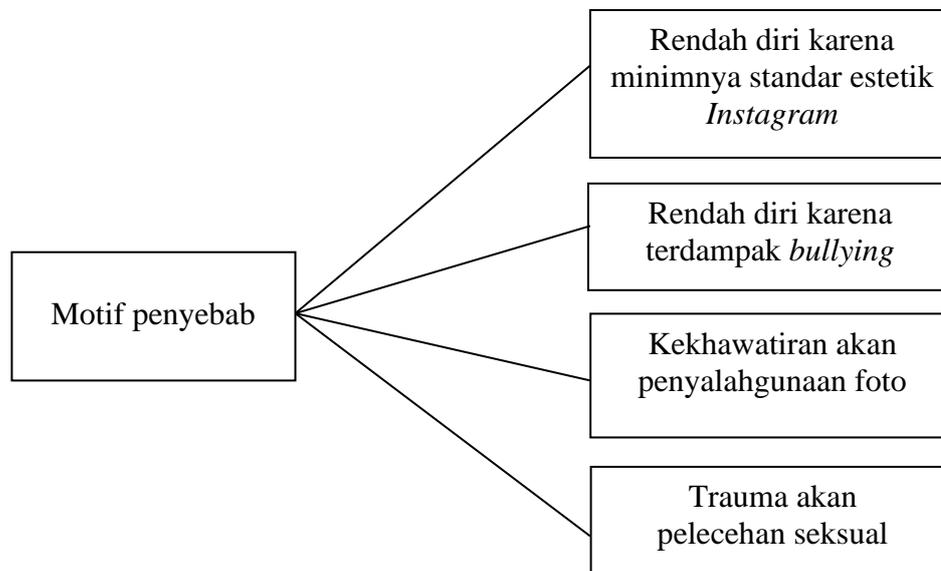
#### D. HASIL DAN ANALISIS PEMBAHASAN

Pada bagian ini, peneliti akan melakukan analisis dari hasil penelitian sesuai masalah yang telah ditetapkan, yaitu menjawab bagaimana motif pengguna *Instagram* dengan *zero post* pada *feednya* di kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Cirebon. Pembahasan penelitian ini, tentunya tidak lepas dari teori yang digunakan yaitu teori fenomenologi Alfred Schutz, yang memandu hasil penelitian.

##### Motif Penyebab (*Because of Motive*)

Motif penyebab adalah tindakan yang merujuk pada masa lalu. Dari penjelasan yang telah dipaparkan para informan pengguna *Instagram zero post* pada *feed* sebagai informan dalam penelitian ini mengenai motif yang melatarbelakangi sebab mereka memilih *zero post* pada *feed*, ada beberapa alasan dimasa lalu yang mendorong mereka dalam menggunakan *Instagram* dengan *zero post* pada *feed*, yaitu sebagai berikut:

**Gambar 4. 1** Motif penyebab informan memilih *zero post* pada *feed Instagram*



**Sumber:** wawancara dan hasil penelitian, Data Februari 2023

#### 1. Motif Standar Estetik

Berdasarkan motif standar estetik, informan mengakui bahwa media sosial *Instagram* dapat menjadi tempat untuk berbagi foto maupun video. Namun, banyaknya selebgram dan *influencer* dengan foto dan videonya populer di *explore Instagram*, membentuk *mindset* atau pola pikir yang membentuk keyakinan bahwa untuk mengunggah *post* pada *feed* di *Instagram* haruslah bagus, rapi, cantik dan memiliki nilai estetik. Standar estetik dalam hal ini adalah standar dari segi kecantikan, ketampanan dan hal lain yang memiliki nilai keindahan dalam foto atau video yang akan diunggah di *Instagram*.

Mengutip dari ([www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com), September 2021) bahwa saat ini banyak remaja yang mengalami rasa rendah diri. *Insecure* merupakan perasaan tidak aman yang dimiliki seseorang, cenderung hidup dalam ketakutan dan merasa kurang percaya diri. Rasa *insecure* kini banyak terjadi pada remaja putri terkhususnya di Indonesia yang menetapkan bahwa standar kecantikan seorang putri haruslah putih, tinggi dan *body goals*. Standar kecantikan juga terus meningkat besar karena pengaruh teknologi dan media sosial. Perkembangan teknologi dan media sosial mendorong untuk semakin mengubah standar kecantikan dalam era ini.

Sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan, informan dalam penelitian ini memandang bahwa *Instagram* adalah aplikasi yang digunakan penggunaannya untuk mengunggah foto atau video yang bagus, rapih, cantik dan bernilai estetik. Hal ini merupakan salah satu penyebab pengguna *Instagram* memilih *zero post* pada *feed*.

#### 2. Motif Terdampak *Bullying*

Berdasarkan motif terdampak *bullying*, diketahui beberapa informan dalam penelitian ini pernah mengalami *bullying* yang mengakibatkan dirinya kini mudah rendah diri dan tidak percaya diri untuk mengunggah *post* pada *feed* di *Instagram*.

Mengutip dari ([www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com), September 2021) *pembullying* mengenai fisik yang ada pada diri remaja putri dapat menyebabkan rasa *insecure* semakin meningkat, mereka cenderung akan membandingkan diri sendiri dengan oranglain yang lebih memiliki wajah cantik, bentuk badan bagus, dll. Ini mungkin akan membuat remaja itu mengalami *stress* akibat dari rasa *insecure* yang ditimbulkan.

Dimasa sekarang, *bullying* dapat ditemui dan terjadi dimanapun. Tidak hanya di kehidupan yang nyata saja, tetapi kini dengan adanya teknologi, media massa, dapat melahirkan *cyber bullying* atau *bully* di dunia maya. Di dunia maya, secara anonim pelaku dapat dengan mudah untuk melakukan *bullying* secara verbal. Korban tidak akan mengetahui pelakunya siapa, tetapi dampak yang dirasakan dari *bullying* ini dapat mengganggu sisi fisik, psikologis, dan sosial terhadap korban. Sejumlah penelitian mengatakan bahwa salah satu ciri khusus korban verbal *abuse* adalah mereka mempunyai tingkat *self-confidence* yang relatif rendah, mengakibatkan ketakutan, hilangnya rasa percaya diri, dan hilangnya kemampuan untuk bertindak (Septiana, 2015).

Sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan, informan dalam penelitian ini mengalami pengalaman *pembullyingan* di masa lalu sehingga menyebabkan rasa rendah diri dan kurang percaya diri. Hal ini menjadi salah satu penyebab yang sangat berdampak sekali hingga kini informan memilih untuk *zero post* pada *feed*.

### 3. Motif Kekhawatiran Penyalahgunaan Foto

Berdasarkan motif kekhawatiran penyalahgunaan foto, yang pernah terjadi oleh beberapa informan pada penelitian ini dan dikhawatirkan informan akan hal ini, membentuk dirinya kini lebih hati-hati dalam menggunakan *Instagram*. Teknologi komunikasi yang berkembang pesat memang dapat memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat. Namun, ternyata perkembangan teknologi ini dapat memberikan kerugian bagi masyarakat, seperti halnya penyalahgunaan data, pencurian data pribadi, penjualan data pribadi dan lain sebagainya. Berkaitan hal tersebut, di Indonesia sendiri sudah banyak kasus penyalahgunaan ini. *Skimming*, peminjaman online, hingga pelecehan seksual dapat terjadi.

Dalam penelitian ini, beberapa informan mengalami dirinya menjadi korban dari penggunaan foto yang dijadikan akun pribadi dengan mengunggah foto seksual oleh pelaku. Ada pula pengalaman lain yang dialami oleh informan dalam penelitian ini adalah pendistribusian atau penyebarluasan foto pribadi oleh pelaku. Perbuatan yang dilakukan oleh pelaku penyalahgunaan foto ini dapat menimbulkan perbuatan lain seperti penipuan, pencemaran nama baik, pengancaman dan lain sebagainya. Di Indonesia sendiri, kasus ini sudah diperhatikan melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang hak cipta, atau disebut dengan UU Hak Cipta, mengatur bahwa yang berhak atas Hak Cipta adalah pencipta dan pemegang Hak Cipta serta pihak lain yang telah ditentukan oleh Undang-Undang.

Oleh karena itu, hal ini menjadi salah satu faktor penyebab informan memilih *zero post* pada *feed Instagramnya*, agar dapat meminimalisir kejahatan yang dapat merugikan.

### 4. Motif Terdampak Pelecehan Seksual

Berdasarkan motif terdampak pelecehan seksual, diketahui bahwa salah satu informan dalam penelitian ini mengalami pelecehan seksual. Motif pelecehan seksual ini sangat memberikan trauma yang sangat mendalam. *Instagram* memang

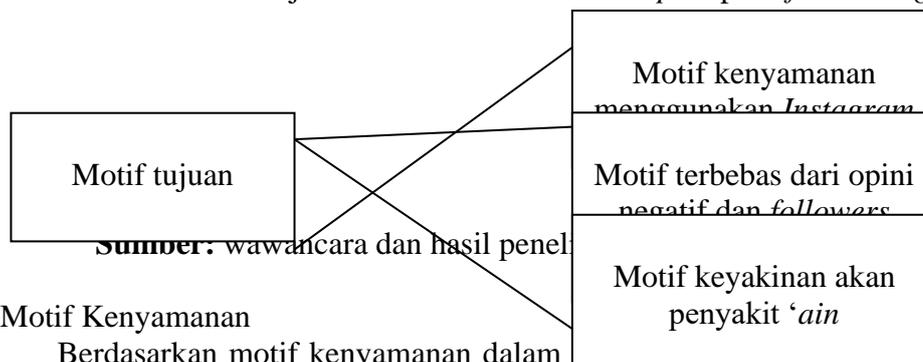
memberikan penggunanya untuk dapat melihat pengguna lain. Namun, ternyata ada oknum yang menggunakan kesempatan itu untuk menguntit korban bahkan hingga bisa melakukan pelecehan seksual. Hal ini terjadi pada salah satu informan dalam penelitian. Dengan ada pengalaman dari kejadian itu, membuat informan ketakutan akan terulangnya kembali kejadian tersebut. Sehingga informan memilih untuk lebih berhati-hati dan tidak terlalu terbuka di media sosial khususnya di *Instagram* karena dapat menjadi bumerang yang tidak terduga dan meninggalkan trauma yang mendalam.

Pada motif penyebab (*because of motive*) yaitu motif yang terjadi pada masa lalu, peneliti menemukan ada empat motif yang menjadi alasan atau tindakan informan sebagai pengguna *Instagram* yang memilih untuk *zero post* pada *feed* yaitu motif standar estetik, motif terdampak *bullying*, motif kekhawatiran penyalahgunaan foto dan motif trauma karena terdampak pelecehan seksual. Dari keempat motif ini dapat disimpulkan bahwa informan dalam penelitian ini memiliki perasaan rendah diri dari pengguna *Instagram* lain yang estetik dan dari *bullying*. Selain itu, disimpulkan bahwa informan dalam penelitian ini memandang *Instagram* sebagai tempat sosial, dimana seluruh penggunanya dapat melihat pengguna lain. Hal ini menjadi peluang oknum yang memanfaatkan *Instagram* sebagai kejahatan. Sehingga informan dalam penelitian ini memiliki kekhawatiran dan perasaan trauma dari penyalahgunaan foto dan pelecehan seksual.

#### Motif Tujuan (*in Order to Motive*)

Motif tujuan atau *in order to motive* adalah tindakan yang merujuk pada masa yang akan datang. Dari penjelasan yang telah dipaparkan para informan pengguna *Instagram zero post* pada *feed* sebagai informan dalam penelitian ini mengenai motif yang melatarbelakangi tindakan yang telah mereka tetapkan yaitu memilih *zero post* pada *feed* dapat dilihat di bawah ini:

**Gambar 4. 2** Motif tujuan informan memilih *zero post* pada *feed Instagram*



#### 1. Motif Kenyamanan

Berdasarkan motif kenyamanan dalam menggunakan *Instagram*. Informan menyadari dengan kebiasaan yang telah dilakukan yaitu dengan menggunakan *Instagram* dengan *zero post* pada *feed* dapat memberikan kenyamanan dalam menggunakan *Instagram*. Kebiasaan secara harfiah memiliki arti pengulangan sesuatu secara terus-menerus dalam kegiatan yang sama. Kebiasaan ini terbentuk dengan sendirinya dan bahkan tanpa disadari oleh pelakunya. Kenyamanan merupakan keadaan dimana seorang menggunakan suatu teknologi dalam melakukan aktivitasnya dan dianggap nyaman untuk dirinya sendiri (Davis dalam Agung, 2017). Pikkarainen dalam penelitian (Tjini & Baridwan, 2016) menjelaskan bahwa kenyamanan merupakan keadaan

dimana seorang individu menggunakan suatu teknologi dalam melakukan aktivitasnya dan dianggap menyenangkan untuk dirinya sendiri.

2. Motif Terbebas dari opini negatif dan *followers* yang tidak dikenali

Berdasarkan motif terbebas, dalam hal ini adalah terbebas dari opini negatif *followers* dan terbebas dari *followers* yang tidak dikenali. Informan mengakui bahwa opini negatif dari *followers* sangat mempengaruhi mereka secara pribadi. Di media sosial seperti *Instagram* yang memberikan fitur bagi penggunanya untuk dapat mengirim komentar atau opini, memberikan akses kepada semua pengguna untuk mengirimkan opini tersebut dengan bebas. Tetapi, komentar dan opini yang negatif, seringkali memberikan ketidaknyamanan dan menciptakan rendah diri sehingga muncul ketidakpercayaan diri.

Hadirnya *followers* yang tidak dikenali pun sangat mengganggu aktivitas menggunakan *Instagram*. Selain karena informan tidak mengenali orang tersebut, informan merasa aktivitas *Instagram* seperti ada yang memantau, dan membuat dirinya merasa tidak aman menggunakan *Instagram*. Dengan demikian, salah satu motif tujuan informan dengan memilih *zero post* pada *feed Instagram*nya adalah untuk meminimalisir opini negatif dari *followers* dan menghindari *followers* yang tidak dikenali. Bahkan beberapa informan lebih nyaman dan lebih bebas mengunggah di aplikasi lain untuk menghindari komentar dan opini negatif dari orang-orang yang dikenalnya dan ada juga yang memilih menggunakan *second account*nya untuk mengunggah, karena di *second account* hanya ada teman-teman dekatnya.

3. Motif Keyakinan terhadap Penyakit 'Ain

Berdasarkan motif keyakinan ini berhubungan dengan nilai-nilai kepercayaan yang informan Santy miliki. Informan Santy mengakui bahwa dirinya memiliki keyakinan terhadap penyakit 'ain. Dalam agama Islam, penyakit 'ain atau penyakit mata adalah penyakit yang mengacu pada bahaya yang menimpa seseorang karena kecemburuan orang lain terhadap mereka. "katakan, 'aku mencari perlindungan kepada Penguasa Fajar, dari kejahatan makhluk-makhluk-Nya, dari kejahatan malam apabila telah gelap gulita, dari kejahatan tukang sihir yang menghembus pada buhul-buhul dan dari kejahatan orang yang iri karena dia mempraktekkan iri hati' (Q.S Al-Falaq: 1-5)".

Keyakinannya kepada penyakit 'ain atau penyakit mata dan pengalaman yang pernah ia dapatkan dari penyakit mata, membentuk dirinya menjadi takut untuk terbuka di *Instagram*. Sehingga memilih menggunakan *Instagram* dengan *zero post* pada *feed*nya.

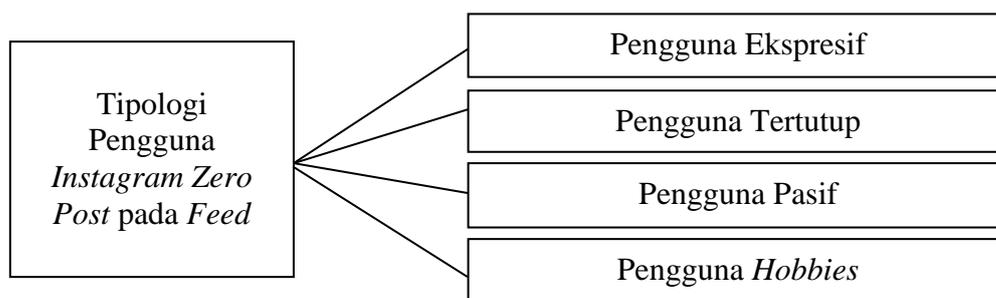
Pada motif tujuan (*in order to motive*) yaitu motif yang terjadi pada masa yang akan datang, peneliti menemukan ada tiga motif yang ditemukan yaitu motif kenyamanan dalam menggunakan *Instagram*, motif terbebas dari opini negatif dan *followers* yang tidak dikenali, dan motif keyakinan terhadap penyakit 'ain. Dalam ketiga motif tersebut dapat disimpulkan bahwa informan dalam penelitian ini memandang *Instagram* sebagai tempat sosial yang rawan dan bisa berdampak negatif pada penggunanya. Oleh karena itu *zero post* pada *feed* di *Instagram* adalah salah satu tujuan untuk meminimalisir dan mencegah dampak negatif serta dapat memberikan kenyamanan dalam menggunakan *Instagram*.

### Makna Pengguna *Instagram Zero Post* pada *Feed*

Keragaman makna pengguna *Instagram* dengan *zero post* pada *feed* oleh para informan menunjukkan bahwa pengetahuan dan pemahaman mengenai mereka sendiri pada bagaimana informan mengkonstruksi makna sebagai pengguna *Instagram* dengan *zero post* pada *feed*. Makna yang berbeda ini dipengaruhi oleh adanya proses berpikir yang berbeda dalam memahami atau menilai sesuatu yang kemudian memunculkan persepsi yang berbeda pula. Perbedaan ini muncul karena dipengaruhi oleh latar belakang individu, pengalaman masa lalu dan informasi yang didapat. Pemaknaan pengguna *Instagram* dengan *zero post* pada *feed* oleh informan didasarkan pada apa yang diketahui dan apa yang dipahami tentang mereka sendiri sebagai pengguna *Instagram* dengan *zero post* pada *feed*.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada narasumber, ada beberapa makna yang diberikan informan dalam memaknai dirinya sebagai pengguna *Instagram* dengan *zero post* pada *feed*:

**Gambar 4. 3** Makna pengguna *Instagram zero post* pada *feed*



**Sumber:** wawancara dan hasil penelitian, Data Februari 2023

#### 1. Pengguna Ekspresif

Berdasarkan pengguna ekspresif, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, ekspresif memiliki arti bahwa memberikan atau mengungkapkan gambaran, maksud, gagasan, dan perasaan. Salah satu informan dalam penelitian ini, mengakui bahwa dirinya aktif menggunakan *Instagram* untuk menggunakan fitur *story Instagram* dibandingkan *post* pada *feed*. *Story Instagram* digunakan untuk mengekspresikan perasaannya. Informan mengungkapkan bahwa dirinya banyak menggunakan *story Instagram* untuk mengunggah foto pemandangan alam dengan *background* musik yang menunjukkan perasaan atau emosinya pada saat itu. Informan juga mengatakan bahwa dirinya tipe pengguna yang ingin menunjukkan dirinya pada saat situasi tertentu. Oleh karena itu, informan terkadang membuka dan menutup kembali *post feed* yang telah diarsipkan untuk mengenalkan dirinya kepada *followers* baru yang ingin ia kenali.

#### 2. Pengguna Tertutup

Beberapa informan dalam penelitian ini, mengakui bahwa mereka bukanlah pengguna *Instagram* yang ekspresif. Mereka lebih memilih untuk tidak menunjukkan perasaannya di *Instagram* dan lebih tertutup. Tertutup dalam hal ini

adalah mereka tidak ingin menunjukkan masalah pribadinya di *Instagram*. Karena bagi mereka, teman-teman di *Instagram* sebatas teman *online* yang tidak perlu mengetahui permasalahan pribadi informan. Selain itu, informan menggunakan *Instagram* sebagai media informasi dan media hiburan semata.

### 3. Pengguna Pasif

Berdasarkan pengguna yang pasif, informan dalam penelitian ini, mengakui bahwa dirinya bukanlah pengguna *Instagram* yang aktif dan cenderung pasif serta kurang memprioritaskan *Instagram*. Informan, mengakui bahwa dirinya jarang menggunakan *Instagram* walau sebatas untuk mencari informasi dan hiburan apalagi untuk mengunggah *post feed* di akunnya. Selain karena pengalaman yang terjadi dan kesibukannya, informan merasa dirinya sering menggunakan aplikasi lain untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburannya.

### 4. Pengguna *Hobbies*

Berdasarkan pengguna *hobbies* dalam hal ini, informan memaknai dirinya sebagai pengguna yang hanya menggunakan *Instagram* melalui *story Instagram* untuk mengunggah hobi. Informan mengakui bahwa mereka lebih sering menggunakan *story Instagram* untuk mengunggah hobi yang mereka sukai dibandingkan mengunggah *post* pada *feed*. Unggahan hobi yang sering diunggah di *story Instagram* seperti tempat dan makanan estetik. Aktivitas yang dilakukan di *Instagram* ini pun sebagai salah satu cara informan untuk menunjukkan mereka aktif di *Instagram* walaupun *zero post* pada *feed*nya.

## E. KESIMPULAN

Hasil penelitian dilaksanakan menggunakan teknik wawancara dan observasi peneliti dengan narasumber yaitu pengguna *Instagram* dengan *zero post* pada *feed* di kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Cirebon sebagai subjek mengenai motif penggunaan media sosial *Instagram* dengan *zero post* pada *feed*. Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz. Maka ada beberapa hal yang menjadi motif dalam penelitian ini:

1. Terkait motif penyebab (*because of motive*) yaitu berdasarkan motif masa lalu yang menjadi alasan atau dorongan pengguna *Instagram* memilih *zero post* pada *feed Instagram*nya, yaitu adanya motif standar estetik, motif terdampak *bullying*, motif kekhawatiran penyalahgunaan foto, dan motif terdampak pelecehan seksual. Sedangkan terkait motif tujuan (*in order to motive*) yaitu motif masa yang akan datang yang menjadi tujuan atau harapan yaitu motif kenyamanan menggunakan *Instagram*, motif terbebas dari opini negatif dan *followers* yang tidak dikenali, dan motif keyakinan terhadap penyakit 'ain.
2. Terkait makna sebagai pengguna *Instagram zero post* pada *feed*, hasil menunjukkan makna yang berbeda yang diakui oleh sebagian informan, yaitu pengguna *Instagram* yang ekspresif, pengguna tertutup, pengguna *Instagram* yang pasif, dan pengguna *hobbies*.

## DAFTAR PUSTAKA

Agung Prakoso, Muhammad. (2017). Dampak Kenyamanan, Kebiasaan, Keterlibatan Pengguna Blog Terhadap Niat Melanjutkan Penggunaan Blog (Studi pada

- Mahasiswa Pengguna *Personal Blog* di Universitas Lampung). Skripsi thesis, Universitas Lampung. Melalui <http://digilib.unila.ac.id/26007/10/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>. Diakses pada Maret 2023.
- Arum Wahyuni Purbohastuti. (2017). Vol. 12, No. 2, Oktober 2017. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Dwiyono, P. (2018). Representasi Maskulinitas Dalam Media Sosial (Analisis Semiotika Pada Akun Instagram @Dailymanly). *Universitas Muhammadiyah Malang*, 51(1), 51. [http://eprints.umm.ac.id/43080/%0Ahttp://eprints.umm.ac.id/43080/3/BAB II.pdf](http://eprints.umm.ac.id/43080/%0Ahttp://eprints.umm.ac.id/43080/3/BAB%20II.pdf)
- Gatot Haryono, C. (2020). Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi. Sukabumi: CV Jejak. 210-211. Melalui [https://www.google.co.id/books/edition/Ragam\\_Metode\\_Penelitian\\_Kualitatif\\_Komun/7RwREAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Ragam+Metode+Penelitian+Kualitatif+Komunikasi&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Ragam_Metode_Penelitian_Kualitatif_Komun/7RwREAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Ragam+Metode+Penelitian+Kualitatif+Komunikasi&printsec=frontcover). Diakses pada November 2022.
- Helaluddin. (2018). Mengenal Lebih Dekat dengan Pendekatan Fenomenologi: Sebuah Penelitian Kualitatif. Melalui [https://www.researchgate.net/publication/323600431\\_Mengenal\\_Lebih\\_Dekat\\_dengan\\_Pendekatan\\_Fenomenologi\\_Sebuah\\_Penelitian\\_Kualitatif](https://www.researchgate.net/publication/323600431_Mengenal_Lebih_Dekat_dengan_Pendekatan_Fenomenologi_Sebuah_Penelitian_Kualitatif). Diakses pada Desember 2022
- Istiani, N., & Islamy, A. (2020). Fikih Media Sosial Di Indonesia. *Asy Syar 'Iyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam*, 5(2), 202–225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Jibrael Rorong, M. (2020). Fenomenologi. Sleman: Group Penerbitan CV Budi Utama. Melalui <https://www.google.co.id/books/edition/Fenomenologi/MCHyDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Jibrael+Rorong,+Michael+fenomenologi&pg=PR4&printsec=frontcover>. Diakses pada Desember 2022.
- KBBI. Ekspresif. Melalui <https://kbbi.web.id/ekspresif>. Diakses pada Maret 2023.
- Khasanah, Kholifatul. (2016). Penggunaan Media Pembelajaran Visual dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam di SMPN 3 Kedungwaru Tulungagung Tahun Ajaran 2015/2016. Skripsi thesis. 74-75. Melalui <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/3624/4/BAB%20III.pdf>. Diakses pada Desember 2022.
- Kompasiana.com. (2021). Dampak Standar Kecantikan terhadap Rasa Insecure pada Remaja. Melalui <https://www.kompasiana.com/risma31232/61545381010190551b7d8422/dampak-standart-kecantikan-terhadap-rasa-insecure-pada-remaja>. Diakses pada Maret 2023.
- Kompasiana.com. (2022). Pengaruh Instagram Terhadap Eksistensi Diri Remaja di Era Digital. Melalui <https://www.kompasiana.com/8-triandiniaular3494/6354527e375dd17f580c19f2/pengaruh-instagram-terhadap-eksistensi-diri-remaja-di-era-digital>. Diakses pada November 2022
- Liliwari, A. (2011). Komunikasi Serba Ada, Serba Makna. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Putri, N. H. (2019). Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Eksistensi Diri. *Naskah Publikasi*, 1–13.
- Q.S. Al-Falaq: 1-5

- Rahayu, D.F. (2018). Perilaku Komunikasi Melalui Meme di Fanpage Facebook (Studi pada Anggota Komunitas Meme Comic Indonesia). 11-45. Melalui <https://eprints.umm.ac.id/40608/3/BAB%20II.pdf>. Diakses pada Oktober 2022
- Ramdan, Muhammad. (2021). Kelebihan dan Kekurangan Teknologi Komunikasi Digital. Melalui <https://kumparan.com/muhammad-ramadan/kelebihan-dan-kekurangan-teknologi-komunikasi-digital-1v1xwrHmNeM/full>. Diakses pada Desember 2022.
- Rully Khairul Anwar, A. R. (2017). Komunikasi Digital Berbentuk Media Sosial Dalam Meningkatkan Kompetensi Bagi Kepala, Pustakawan, Dan Tenaga Pengelola Perpustakaan. *Komunikasi Digital*, 6(3), 1-5.
- Saifullah, Moch. (2011). Resolusi Konflik Pemilihan Kepala Daerah Kabupaten Tuban 2006 melalui Kerangka Konseptual Pendidikan IPS. S2 thesis, UPI. 69-83. Melalui [http://repository.upi.edu/9160/4/t\\_ips\\_0909614\\_chapter3.pdf](http://repository.upi.edu/9160/4/t_ips_0909614_chapter3.pdf). Diakses pada Desember 2022.
- Santika, S.H, & dkk. (2022). Ekonomi Kreatif. 49-71. Melalui [https://www.google.co.id/books/edition/Ekonomi\\_Kreatif/-vtvEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=deve+kerpen+media+sosial+sebagai+suatu+tempat+kumpulan+video,+gambar,&pg=PA70&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Ekonomi_Kreatif/-vtvEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=deve+kerpen+media+sosial+sebagai+suatu+tempat+kumpulan+video,+gambar,&pg=PA70&printsec=frontcover). Diakses pada Oktober 2022.
- Sarosa, Samiaji. (2021). Analisis Data Penelitian Kualitatif. Sleman: PT Kanisius. 3-4. Melalui [https://www.google.co.id/books/edition/Analisis\\_Data\\_Penelitian\\_Kualitatif/YY9LEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=analisis+data+penelitian+kualitatif+samiaji+sarosa&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Analisis_Data_Penelitian_Kualitatif/YY9LEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=analisis+data+penelitian+kualitatif+samiaji+sarosa&printsec=frontcover). Diakses pada Januari 2023.
- Septiana Widyastuti, Ria. (2015). Pengaruh Bullying Verbal terhadap Self-Confidence. Melalui <https://psychology.binus.ac.id/2015/09/20/6924/>. Diakses pada Maret 2023.
- Septiani dkk. (2020). Media Sosial, Identitas, Transformasi, dan Tantangannya. Malang: Prodi Ilmu Komunikasi UMM & Intrans Publishing Group. 89-90. Melalui [https://www.google.co.id/books/edition/Media\\_Sosial\\_Identitas\\_Transformasi\\_dan/q4HsDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=media+baru+instagram&pg=PA87&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Media_Sosial_Identitas_Transformasi_dan/q4HsDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=media+baru+instagram&pg=PA87&printsec=frontcover). Diakses pada Maret 2023
- Sobur, A., & Mulyana, D. (2020). Filsafat Komunikasi: Tradisi, Teori dan Metode Penelitian Fenomenologi Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjini, S. S. A., & Baridwan, Z. (2016). Kemudahan , dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. *Journal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 01(01), 1-21.
- Utari, M., & Rummyeni, R. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *Jom Fisip*, 4(2), 1-22.
- Wicaksono, T. (2020). Metode Penellitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699. [http://repository.stiedewantara.ac.id/1164/5/BAB III.pdf](http://repository.stiedewantara.ac.id/1164/5/BAB%20III.pdf)