

## MOTIF FOTO SELFIE DI INSTAGRAM PADA SISWA SMA NEGERI 1 KOTA SAMARINDA

Arung Ramadhan<sup>1</sup>  
Massad Hatuwe<sup>2</sup>  
Nurliah<sup>3</sup>

### *Abstrak*

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif dari foto self portrait (selfie) pada siswa SMA Negeri 1 Kota Samarinda di media sosial instagram. Pengumpulan data dilakukan melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan yang meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Narasumber dalam penelitian ini adalah siswa dari SMA Negeri 1 Samarinda. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dan pengambilan data menggunakan teknik purposive sampling. Fokus penelitian ini adalah 4 motif yang mendorong seseorang untuk menggunakan media sosial yang disebutkan oleh Mcquail, yaitu motif informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial dan motif hiburan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keempat motif ini berperan penting dalam diri remaja (siswa) menjadi pendorong untuk mengunggah foto selfie di jejaring sosial instagram.*

**Kata Kunci:** *Motif, Instagram, Uses and Gratification Theory*

### **Pendahuluan**

Perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini semakin meningkat dalam kehidupan kita, hal ini mendorong masyarakat untuk terus mengikuti kemajuan teknologi tersebut. Keberadaan digital media (*new media*) dalam bentuk internet dan *mobile phone* memudahkan manusia mencari informasi, saling berinteraksi dan bersosialisasi. Bila dahulu orang mengakses internet dengan berada di depan sebuah komputer yang besar, kini banyak pilihan bagi kita untuk lebih ringan dan murah, kita dapat menjangkau internet. Perkembangan internet di Indonesia melesat begitu cepat sejak tahun 2006. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (AJII), akhir tahun 2006 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai angka 20 juta orang.

Kemudahan dalam mengakses informasi dan komunikasi dengan jaringan yang lebih luas membuat internet menjadi media komunikasi dan informasi

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: [arungramadhan@gmail.com](mailto:arungramadhan@gmail.com)

<sup>2</sup> Massad Hatuwe, Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

<sup>3</sup> Nurliah, Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

populer di masyarakat sejak saat itu, bahkan hampir mengalahkan media komunikasi lainnya seperti televisi ataupun media cetak. Penggunaan media internet berkembang dengan cepat dan menjadi bagian terpenting dalam memenuhi kebutuhan manusia. Penggunaanya juga semakin meningkat tidak hanya dari kalangan remaja seperti pelajar sekolah dan mahasiswa, bahkan anak-anak, orang dewasa sampai kaum lanjut usia pun mulai menjadi pengguna aktif internet. Akibatnya, segala informasi yang bersifat positif maupun negatif dapat dengan mudah diakses seluruh masyarakat. Dan diakui atau tidak, perlahan-lahan mulai mengubah pola gaya hidup dan pola pemikiran masyarakat.

Salah satu media sosial yang saat ini sedang *booming* di kalangan pengguna internet dan *gadget* yaitu *Instagram*. *Instagram* merupakan situs media sosial yang fokus kepada konten visual dengan teks sebagai pelengkap ini juga dapat digunakan pada *ipad*, *ipod touch* dan *android*, yang banyak beredar di pasaran, sehingga mudah para pengguna *smartphone* selain *iphone* menggunakan media *Instagram* ini. *Instagram* telah menjadi salah satu aplikasi paling diminati oleh para pengguna *smartphone* berbasis *iOS* dan *Android*. Dengan ramainya geliat media sosial *Instagram* maka semakin menguatkan posisi *Instagram* sebagai salah satu aplikasi yang paling banyak diminati.

Dengan kemunculan *Instagram* ini, banyak kegiatan yang dapat diabadikan melalui foto. Salah satunya ialah kegiatan *selfie* (*self portrait*), yaitu kegiatan berfoto yang menampilkan seluruh atau sebagian tubuh si pengguna dengan menggunakan kamera *handphone*, dimana foto-foto tersebut dapat diunggah ke *Instagram* dengan efek yang dimiliki media sosial tersebut. *Selfie* (*self portrait*) sebagai sesuatu yang tidak asing lagi saat ini telah menjadi budaya khususnya para remaja. Fenomena *selfie* telah *booming* pada tahun 2013 dan *Oxford Dictionaries* pun menasbihkannya sebagai *Word of the Year.*” (*Oxforddictionaries.com*).

*Selfie* memiliki banyak tujuan, seperti mencari perhatian, pamer, bahkan untuk aksi sosial seperti untuk pengumpulan dana. Tetapi dibalik foto *selfie* yang sekarang telah menjadi sesuatu yang sangat akrab dikalangan remaja, ada banyak fakta yang menghebohkan dunia. Seperti merusak tempat umum yang telah terjadi di Italia karena merusak patung yunani romawi yang telah lama di koleksi oleh museum tersebut, setelah dilihat dari pantauan *cctv* ternyata karena ulah beberapa mahasiswa yang *selfie* dengan gaya duduk di patung sehingga patung itu retak dan hancur. Lalu ada remaja yang meninggal tercebur di kawah gunung merapi akibat *selfie* di bibir kawah.

Para pelaku *Selfie* di *instagram* memiliki motif dalam foto *selfie*-nya seperti untuk melakukan presentasi diri untuk mengekspresikan dirinya demi mencapai tujuan tertentu. Presentasi diri ini ditunjukkan dengan menggunakan berbagai ‘*properti*’ yang dimiliki maupun yang ada di sekitar sang aktor, dan pada umumnya sang aktor melakukan idealisasi dimana aksi yang ‘*dimainkan*’ sudah siatur sedemikian rupa demi kelancaran peran yang dimainkannya.

Dalam artikel blog.traveloka.com kota ternarsis di Indonesia dengan foto *selfie* terbanyak dilihat dari data *TIME.com* yang diambil dari sekitar 402.197 foto pengguna *Instagram* ber-tag “*selfie*” yang menggunakan titik koordinat geografis di seluruh dunia. Periode pengambilan data adalah dari 28 Januari – 2 Februari, lalu 3 – 7 Maret 2014. Kota Samarinda menempati posisi ke empat di Indonesia setelah kota Denpasar, Yogyakarta dan Bandung. Diperingkat dunia Samarinda menempati posisi 133. Ini menjadi menarik karena justru kota – kota didaerah yang jumlah *selfies*nya lebih tinggi dibandingkan ibu kota Jakarta yang memiliki penduduk banyak justru menduduki peringkat 6 di Indonesia.

*Instagram* merupakan aplikasi yang unik dan relevan untuk penelitian ini karena merupakan situs media social yang focus kepada konten visual dengan teks sebagai pelengkap. Berbeda dengan situs media social lainnya seperti *facebook* dan *twitter*, yang mana teks merupakan konten yang utama. Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk menganalisis motif remaja memilih *instagram* sebagai media untuk mengunggah foto *selfie*

Agar penelitian lebih terfokus maka siswa SMA Negeri 1 Samarinda menjadi objek penelitian bagaimana *selfie* menjadi trend bagi remaja di Kota Samarinda yang suka mengunggah foto *selfie* ke media sosial *Instagram*. Berikut adalah salah satu contoh foto *selfie* siswi SMA Negeri 1 Samarinda diunggah ke media sosial *Instagram* dari akun @zahrahwry.

Menurut pemilik akun *Instagram* @zahrahwry yang bernama lengkap Kamilia Azzahra Hawary mengatakan bahwa pengguna media sosial *Instagram* di lingkungan SMAN 1 Samarinda dan yang sering mengunggah foto-foto *selfie* didalam akunnya memang banyak (tidak diketahui jumlahnya) mulai dari kelas 10 hingga kelas 12. Siswi yang sekarang duduk di kelas 12 tersebut juga mengatakan bahwa foto *selfie* merupakan kegiatan yang menyenangkan apalagi jika dilakukan bersama teman-teman pada waktu senggang.

Menurut Papalia dan Olds masa remaja adalah masa transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dan dewasa yang umumnya dimulai pada usia 12 atau 13 tahun dan berakhir pada usia belasan tahun atau awal dua puluhan tahun. (Jahja dalam Piaget, 2011: 220). Menurut Kartono (1990), tahap perkembangan remaja dibagi tiga yaitu: (1) Remaja Awal (12-15 Tahun); (2) Remaja Pertengahan (15-18 Tahun); (3) Remaja Akhir (18-21 Tahun). Sehingga, berdasarkan survei yang dirilis oleh *Global Web Index* bahwa remaja dengan umur 16 – 24 tahun dikatakan sebagai usia aktif dalam penggunaan *Instagram*, yang dalam hal ini termasuk pada remaja pertengahan dengan usia 18-21 tahun.

Selain itu, remaja akhir juga tergolong pada usia yang sudah stabil, memiliki pendirian dan telah menyadari tujuan hidupnya serta dapat menentukan hal-hal yang ingin diperbuatnya serta dampak positif maupun negatif dari perbuatan tersebut bagi dirinya. Hal inilah yang memotivasi peneliti untuk mengkaji tentang motif remaja melalui foto *selfie* di *instagram* pada siswa SMA Negeri 1 Kota Samarinda.

## **Kerangka Dasar Teori**

### ***Teori Uses and Gratifications Theory***

Pendekatan *uses and gratifications* pertama kali dijelaskan oleh Elihu Katz (1959) dalam suatu artikel sebagai reaksinya terhadap Bernard Berelson (1959) bahwa penelitian komunikasi tampaknya akan mati. Teori *Uses and gratifications* ini secara resmi dikenalkan pada tahun 1974 oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz dalam bukunya *The uses on Mass Communications : Current perspectives on Gratification Research*. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak aktif dalam proses komunikasi. Artinya, *Teori Uses and Gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. (Nurudin, 2007:191)

Teori *uses and gratifications* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi bobotnya ialah khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. (Effendy,2003:289)

### ***Motif***

Gerungan (2004:151), motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan, atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif. Kriantono (2007:205), motif adalah factor internal yang mengarah pada berbagai jenis perilaku yang bertujuan, semua pengaruh internal, seperti kebutuhan (*needs*) yang berasal dari fungsi-fungsi organisme, dorongan dan keinginan, aspirasi dan selera sosial yang bersumber dari fungsi-fungsi tersebut. Motivasi adalah pendorongan suatu usaha yang disadari untuk mempengaruhi tingkah laku seseorang agar ia tergerak hatinya untuk bertindak melakukan sesuatu sehingga mencapai hasil atau tujuan tertentu (Purwanto 2002:71).

Penggunaan media tidak dapat terlepas dari motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukannya. Secara teori terdapat beberapa motif yang mendorong seseorang untuk menggunakan media social seperti yang disebutkan oleh McQuail (1991:72) :

#### **1. Motif Informasi**

Motif informasi adalah motif yang mendorong remaja (siswa) untuk mencari hal baru yang ada di lingkungan dan memenuhi rasa keingintahuannya terhadap hal-hal yang terjadi di lingkungan hidupnya. Motif informasi juga mendorong siswa-siswa untuk belajar atau belajar secara otodidak, meningkatkan kesadaran akan keamanan melalui pengetahuan, mencari tahu peristiwa yang terjadi di sekeliling, maupun tingkat nasional atau global (Miller, 2002:243).

## 2. Motif Identitas Pribadi

Marcia (1993) mengatakan bahwa identitas diri merupakan komponen penting yang menunjukkan identitas personal individu. Semakin baik struktur pemahaman diri seseorang berkembang, semakin sadar individu akan keunikan dan kemiripan dengan orang lain, serta semakin sadar individu akan kekuatan dan kelemahan individu dalam menjalani kehidupan.

## 3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

Motif integrasi dan interaksi adalah motif yang mendorong remaja(siswa) untuk mengikuti, menyesuaikan gaya teman sebaya atau masyarakat pada umumnya, serta perkembangan teknologi masa kini agar bisa mengikuti arus kehidupan di lingkungan hidupnya. Ahmadi (1991:54), interaksi sosial adalah hubungan antar dua individu atau lebih, dimana kelakuan individu yang satu mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki kelakuan individu yang lain atau sebaliknya.

## 4. Motif Hiburan

Motif hiburan adalah motif yang mendorong diri setiap remaja (siswa) dalam melepaskan penat atau pelarian terhadap masalah yang membuat pikiran mereka tegang dengan menggunakan jejaring sosial *instagram* untuk media hiburan, motif hiburan termasuk melepaskan diri dari permasalahan, mengistirahatkan tubuh dan pikiran, mengisi waktu luang (Miller 2002:244).

## Perkembangan Trend *Selfie* di Indonesia

Secara historis, foto diri ini muncul dan bisa dilihat berbarengan dengan adanya perangkat fotografi di telepon genggam. Berbeda dengan foto digital menggunakan DSLR atau kamera profesional lainnya, dengan menggunakan telepon genggam foto yang diambil bisa langsung diunggah di media sosial saat itu juga. Realitas ini membawa pada sebuah kenyataan bahwa pada awalnya pengguna ingin berbagi momen atau kegiatan mereka bersama teman-teman lainnya di jejaring media sosial. Kenyataan berikutnya, foto diri yang ditampilkan di media sosial dalam rangka eksistensi diri dan upaya mempertontonkan apa yang telah dicapai pengguna di dunia *offline*. Karena itu, sebuah foto diri tidak bisa sekedar dilihat dari aspek wajah dan ekspresi yang ditampilkan termasuk gaya. Analisis terhadap foto diri juga harus melibatkan suasana, momen, bangunan, tempat atau lingkungan yang menjadi latar dari sebuah foto diri.

Kenyataan foto diri ini juga dimanfaatkan oleh institusi bisnis. Mengapa? Karena foto diri tidak sekedar menampilkan pengguna semata, tetapi sebuah foto diri yang diunggah menjadi bahan perbincangan atau saling mengomentari di media sosial. Banyaknya pengguna inilah yang menyebabkan institusi bisnis, baik barang maupun jasa mulai memanfaatkan promosi yang dilakukan dalam berfoto diri. Contoh sederhana adalah institusi bisnis mengadakan lomba foto diri dengan syarat pengguna yang tampil di foto tersebut sedang memegang produk dari merek tertentu. Seolah-olah dengan menampilkan produk merek tersebut

menunjukkan bahwa pengguna merupakan konsumen setia atau sebagai *endorser* yang menyarankan sebuah produk. (Nasrullah, 2015:135)

### **Konsep dan Pengertian *Selfie***

Definisi *selfie* itu sendiri adalah *a photograph that one has taken of one self, typically one taken with a smartphone or webcam and upload to a media social website* atau dengan kata lain memotret diri sendiri atau lebih yang diambil melalui kamera telepon genggam dan kemudian di unggah ke media sosial. Kata *selfie* telah resmi menjadi kata baru yang dimasukkan dalam kamus *Oxford Dictionary* pada tahun 2013 lalu.

Ada beberapa alasan yang bisa dipaparkan dalam kajian foto *selfie*. Pertama, kegiatan tersebut sebagai wujud dari eksistensi diri. Kedua, *selfie* juga bisa menandakan bahwa pengguna melakukan keterbukaan diri (*self disclosure*) di media sosial. Ketiga, foto diri merupakan salah satu bentuk narsisme digital. Sebuah foto diri yang diambil menunjukkan bahwa penggunaannya sedang mengkonstruksi dirinya dan hasil konstruksi itu, selain itu ekstensi diri juga sebagai bentuk pertunjukan di depan panggung untuk menarik kesan mengakses atau pengguna lain dalam jaringan pertemanan di media sosial.

### **Kegiatan *Selfie* di *Instagram***

Penggunaan media sosial *Instagram* oleh pelaku *selfie* pada dasarnya menjadi kebutuhan bagi pelaku *selfie* untuk menunjukkan dirinya dihadapan orang lain. Keinginan untuk mendapatkan respon dan penilaian secara positif menjadi salah satu alasan bagi para remaja pada tindakan upload foto *selfie* di media sosial *Instagram*. Penelitian yang dilakukan oleh Pew Research Center, membuktikan bahwa di tahun 2014 pengguna *Instagram* adalah 29 % perempuan dan 22 % laki-laki dengan *range* usia remaja menuju dewasa antara umur 18 – 29 tahun (Maeve Duggan, et al; Pew Research Center, 2015: 11).

Pew Research Center juga menyatakan hasil penelitiannya bahwa perempuan lebih sering *upload* foto *selfie* di jejaring sosial dibandingkan dengan laki-laki, perbandingannya adalah 68 % dan 42 %. Kecenderungan *upload* foto ke media sosial bagi perempuan dikarenakan perempuan lebih memperhatikan penampilan fisik mereka sehingga cenderung bagi mereka untuk berbagi foto secara *Online* dibandingkan dengan laki-laki (Stefanoe, Lackaff, dan Rossen 2011; Haferkamp, Eimler, Papadakis, & Kruck, 2012 dalam Nguyen, 2014: 2).

Baru-baru ini *instagram* juga merilis fitur terbarunya yang bernama *stories*. Salah satu stiker terbarunya dinamakan *selfie sticker* yang sesuai dengan namanya *selfie sticker* tersebut merupakan kumpulan stiker yang dapat digunakan atau ditempel di foto *selfie*.

### **New Media (Media Baru)**

*New Media* atau media *Online* didefinisikan Creeber dan Martin (2009) sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama

dengan komputer digital. Definisi lain media baru menurut Lievrouw (2006) adalah media yang didalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu. *New media* merupakan media yang menggunakan internet, media *Online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik (Mondry, 2008:13).

Pakar Ilmu komunikasi Van Dijk (2006) menyatakan bahwa salah satu bagian dari *New Media* adalah "*Network Society*". "*Network society*" adalah formasi sosial yang berinfstruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektifitas.

### **Manfaat New Media**

Dari penjelasan *new media* diatas maka dapat diketahui *new media* memiliki beberapa manfaat sebagai berikut :

1. Arus informasi yang dapat dengan mudah dan cepat diakses dimana saja dan kapan saja.
2. Sebagai media transaksi jual beli.
3. Sebagai media hiburan contohnya game *online*, jejaring sosial, *streaming video*, dll.
4. Sebagai media komunikasi yang efisien. Kita dapat berkomunikasi dengan orang yang berada jauh sekalipun, bahkan bertatap muka dengan *video conference*.

### **Jejaring Sosial**

Jejaring sosial adalah bentuk struktur sosial yang terdiri dari simpul-simpul yang saling terkait dan terikat oleh satu atau lebih tipe hubungan yang spesifik. Simpul-simpul yang dimaksudkan disini berupa individu maupun organisasi. Istilah jejaring sosial pertama kali diperkenalkan oleh Professor J.A Barnes pada tahun 1954. Jejaring sosial merupakan sebuah sistem struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individu atau organisasi.

Wibowo (2013) terdapat lebih dari 30-an jenis atau macam jejaring sosial. Berikut ini beberapa jejaring sosial yang paling populer di tahun 2012 versi *silverpop* (Ibnu Aziz dalam Jiwandono 2014:12) dan beberapa situs jejaring sosial ini merupakan media pendukung istilah *selfie* menjadi trend saat ini : facebook, twitter, *Instagram*, path, flickr dan mspace. Beberapa media sosial tersebut digunakan sebagai sarana pendukung seseorang melakukan *selfie*, namun *selfie* sendiri lebih banyak di unggah pada akun jejaring sosial *Instagram*. Oleh karna itu *Instagram* dijuluki sebagai rumahnya *selfie*.

## **Sejarah dan Perkembangan *Instagram***

*Instagram* ialah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. Pengembangan *Instagram* dimulai di San Francisco oleh Burbn Inc. yang digawangi Kevin Systrom dan Mike Krieger. Saat itu keduanya memang tengah fokus pada dunia fotografi mobile. Barulah pada 6 Oktober 2010 mereka memutuskan untuk merilis produknya ke Apple App Store. Meskipun merupakan aplikasi baru, pengguna *Instagram* telah mencapai 1 juta orang pada Desember 2010.

*Instagram stories* muncul pada bar bagian atas *feed* beranda dan semua akun *instagram* dapat membagikan foto atau video mulai dari teman-teman sampai akun populer. Untuk melihat *story* seseorang, pengguna cukup klik foto profil pengguna lain yang berada di atas beranda dan setelah di klik akan muncul *stories* dari pengguna lain dengan tampilan *full screen* dan kemudian akan muncul semua konten yang diposting oleh pengguna lain dan akan berakhir dalam waktu 24 jam. Cara untuk merubah *stories* pengguna satu ke pengguna lain cukup *tap* layar atau menggeser layar *smartphone*. Dan untuk fitur *instastories* hanya bisa melakukan komentar saja tidak ada *like*. Fitur ini juga bisa dibuat privasi sehingga kita bisa memilih siapa saja yang bisa melihat postingan pengguna.

## **Remaja**

Muangman (dalam Sarwono, 2005:9) pada tahun 1974, WHO (*World Health Organization*) memberikan definisi tentang remaja yang lebih bersifat konseptual. Dalam definisi tersebut dikemukakan tiga kriteria, yaitu biologis, psikologis dan sosial ekonomi. Maka secara lengkap definisi tersebut berbunyi sebagai berikut. Remaja adalah suatu masa ketika :

1. Individu berkembang dari saat pertama ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat ia mencapai kematangan seksual;
2. Individu mengalami perkembangan psikologis dan pola identifikasi dari kekanak-kanak menjadi dewasa;
3. Terjadi peralihan ketergantungan sosial-ekonomi yang penuh kepada keadaan yang relatif lebih mandiri

## **Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif, yaitu jenis penelitian yang memaparkan dan bertujuan memberikan gambaran serta penjelasan dari variabel yang diteliti. Alasan peneliti memilih deskriptif karena jenis penelitian ini dapat menggambarkan secara luas mengenai judul yang diteliti secara seksama yaitu Motif Foto *Selfie* di Instagram Pada Siswa SMA Negeri 1 Kota Samarinda.

Fokus penelitian dalam sebuah penelitian kualitatif dimaksudkan untuk membatasi studi, sehingga dengan pembatasan studi tersebut akan mempermudah peneliti dalam mengolah data sehingga menjadi sebuah kesimpulan. Penggunaan media tidak dapat terlepas dari motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukannya. Secara teori terdapat beberapa motif yang mendorong seseorang untuk menggunakan media social seperti yang disebutkan oleh McQuail (1991:72):

1. Motif Informasi
2. Motif Identitas Pribadi
3. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial
4. Motif Hiburan

### **Hasil Penelitian**

Setelah melakukan penelitian yang diperoleh dari lapangan dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi seperti yang sudah dilakukan peneliti. Selanjutnya dalam pembahasan ini peneliti akan mencoba menggambarkan dan menjelaskan motif remaja melalui foto *selfie* di media sosial instagram pada siswa SMA Negeri 1 Kota Samarinda.

Motivasi merupakan suatu dorongan yang timbul oleh adanya dorongan dari dalam dan dari luar untuk mengadakan perubahan dari suatu keadaan pada keadaan yang diharapkan, dan usaha untuk mencapai tujuan (Uno 2011). Dalam hal ini peneliti memaparkan berdasarkan 4 motif penggunaan media dari Dennis Mcquail. Dari motif itulah yang penulis gunakan untuk menjelaskan apa motif remaja melalui foto *selfie* di instagram pada siswa SMA Negeri 1 Kota Samarinda. Dari hasil penelitian dan wawancara yang telah dilakukan oleh 6 orang responden menunjukkan bahwa motif informasi, motif identitas pribadi, motif integritas sosial dan motif hiburan berperan penting dalam diri seorang dalam menggunakan media sosial instagram dan posting foto *selfie*.

### **Motif Penggunaan Media**

#### **Motif Informasi**

Situs Instagram, aplikasi Instagram didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Aplikasi ini dirilis pada Oktober 2010. Instagram merupakan aplikasi yang untuk berbagi foto atau gambar kepada teman-teman sesama pengguna instagram. Foto-foto di Instagram dapat dijadikan kenangan untuk bisa dilihat untuk kedepannya, dapat mengekspresikan keadaan yang sedang terjadi dan telah terjadi. Pengguna media sosial Instagram menginginkan reaksi dari teman-teman mereka dan saling memberikan komentar dan like dari foto maupun video yang diunggah.

Dari wawancara peneliti dengan informan bahwa media sosial instagram telah memberikan informasi kepada para penggunanya, informasi yang kebanyakan di akses adalah informasi tentang hiburan dan gaya hidup. Dan dari foto *selfie* pun juga bisa memberikan informasi dari pelaku foto *selfie* ke pada

pengikut akunya di media sosial instagram. Kaitan antara motif informasi dengan teori *uses and gratification* adalah bahwa teori ini lebih menekankan pada pengguna media memainkan peran aktif untuk memilah dan menggunakan media. Artinya, *khalayak* adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi, dan berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya, dalam hal ini adalah kebutuhan akan pengetahuan yang terdapat dalam motif informasi.

### **Motif Identitas Pribadi**

Dari wawancara peneliti dengan informan bahwasannya alasan daripada informan menggunakan media sosial instagram dikarenakan informasi dan banyak foto-foto yang menarik didalamnya. Dan foto *selfie* juga menunjang kepercayaan diri dari para pelaku *selfie* itu sendiri menurut informan dan mengenai penilaian perilaku para pengguna lain dengan melihat foto *selfie*, para informan juga dapat menilai perilaku-perilaku tersebut. Kaitan antara teori *uses and gratification* dan motif identitas pribadi bahwa teori ini menjelaskan adanya situasi sosial memberikan dukungan dan penguatan pada nilai-nilai tertentu pada media, dengan media seseorang dapat memperkenalkan identitas dirinya pada pengguna media yang lain.

### **Motif Integrasi & Interaksi Sosial**

Dari wawancara peneliti dengan informan bahwa instagram telah memberikan kemudahan dalam melakukan interaksi sosial. Dan tanggapan berupa *like* dan komentar juga membuat seseorang ingin melakukan foto *selfie*. Hubungan integrasi sosial bagi remaja dalam penelitian ini adalah, masa remaja adalah masa pencarian jati diri dan mudah mengikuti lingkungan dimana remaja tersebut hidup. Kaitan antara teori *uses and gratification* dan motif integrasi dan interaksi sosial, bahwa *uses and gratification* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi. Artinya, manusia itu memiliki otonomi dan wewenang dalam memberlakukan media, karena *khalayak* mempunyai banyak alasan untuk menggunakan media. Selain itu, konsumen mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media itu berdampak pada dirinya.

### **Motif Hiburan**

Dari wawancara peneliti dengan informan bahwa instagram juga cocok dalam mengisi waktu luang dan untuk bersantai dengan melihat berbagai gambar atau informasi yang ada pada instagram itu sendiri. Motif hiburan yaitu melepaskan diri dari permasalahan dan bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis, mengisi waktu, menyalurkan emosi. Sesuai dengan teori *uses and gratification* yang menjelaskan bahwa seseorang bebas memilih media apa yang digunakan dalam memenuhi keinginan hatinya, termasuk dalam hal hiburan atau media yang digunakan untuk bersenang-senang, maka dijelaskan bahwa

penggunaan media menurut Snow (dalam Tubbs 2000:212) adalah untuk menciptakan dan memelihara perilaku rutin dan juga untuk membantu ritme dan suasana hati. Seperti apa yang dilakukan para informan yang biasa mengunggah foto *selfie*-nya pada saat bahagia, sedang berada dalam satu kegiatan ataupun pada saat jalan-jalan.

## **Kesimpulan dan Saran**

### ***Kesimpulan***

1. Motif informasi. Responden menggunakan media sosial instagram untuk memenuhi rasa ingin tahunya terhadap hal-hal baru, seperti informasi yang sedang hangat diperbincangkan, mengenai gaya hidup dan informasi yang berkaitan dengan hiburan. Dan beberapa responden dengan melihat informasi gaya hidup dari yang artis diidolakan menjadi sebuah inspirasi dalam menunjang penampilan yang berpengaruh juga pada hasil foto *selfie*-nya.
2. Motif Identitas pribadi. Responden menggunakan media sosial instagram untuk eksistensi diri dan dengan mengunggah foto *selfie* di instagram juga menunjang kepercayaan diri remaja.
3. Motif integrasi dan interaksi sosial. Responden menggunakan media sosial instagram juga untuk melakukan interaksi dengan pengguna lain. dengan mengunggah foto *selfie* di instagram dan dengan adanya tanggapan positif seperti like dan komentar juga menjadi alasan untuk mengunggah foto *selfie* kembali.
4. Motif hiburan. Responden menggunakan media sosial instagram untuk hiburan dan untuk mengisi waktu luang dengan melihat foto-foto yang menarik yang diunggah oleh pengguna instagram lain.

### ***Saran***

1. Remaja sebaiknya tetap meningkatkan motivasi belajar dan menjadikan *instagram* ataupun media jejaring sosial lainnya sebagai sarana interaksi dan informasi sehingga pendidikan tetap diutamakan.
2. Bagi pihak orang tua dan sekolah dapat mengontrol perilaku siswa dalam penggunaan jejaring sosial *instagram* yang berlebihan agar tidak mempengaruhi prestasi pendidikan.
3. Bagi siswa SMA Negeri 1 Samarinda mengakses jejaring sosial saat diluar jam sekolah agar siswa bisa tetap fokus dengan kegiatan belajar mengajar disekolah.

### **Daftar Pustaka**

- Creeber, G. And Martin, R., (ed),, 2009. *Digital Cultures: Understanding New Media*, Bershire-England: Open University Press.
- Jiwandono, Zaqi Iلمان. 2014. *Fenomena Gerakan Sosial Twitter*. Lampung : Universitas Lampung

- Lievrouw, Leah A. & Sonia Livingstone. 2006. *Handbook Of New Media*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage Publication Ltd.
- Mondry, 2008. *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalis*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nurudin, 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2005. *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Van Dijk, Jan. 2006. *The Network Society*. London : Sage