

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**MOTIF PENGGUNAAN *INSTAGRAM STORIES*
OLEH DOSEN UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau**



DEWI ANDRIANI

NPM : 159110020

PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI : HUMAS

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2019

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt, karena berkat rahmat dan karunia-Nya yang selalu menyertai penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “MOTIF PENGGUNAAN *INSTAGRAM STORIES* OLEH DOSEN UNIVERSITAS ISLAM RIAU”. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai bentuk pertanggungjawaban penulis untuk memenuhi mata kuliah di akhir semester sebagai syarat memperoleh gelar sarjana.

Maka dari itu pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah memberikan dukungan sehingga terselesaikannya skripsi ini dengan baik, beberapa pihak diantaranya :

1. Dr. Abdul Aziz, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
2. Dr. Muhd. AR. Imam Riau, M.I.Kom selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
3. Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom selaku dosen pembimbing pertama yang selalu sabar, memberikan saran, motivasi, dan meluangkan waktunya serta memberikan bimbingan dalam membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Harry Setiawan, M.I.Kom selaku pembimbing dua yang mengarahkan penulis pada sistematika penulisan saat proses pengerjaan skripsi ini.

5. Eko Hero, M. Soc, Sc selaku Wakil Dekan III yang banyak memberikan motivasi, saran dalam berdiskusi dan membimbing penulis pada penyelesaian skripsi.
6. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang membantu penulis berkaitan dengan segala hal administrasi terkait kebutuhan usulan penelitian.
7. Teruntuk Dini Sundari, S.I.Kom yang paling imut, sebagai sahabat yang banyak *support* dalam penyelesaian skripsi ini, Novita Maya Sari, Wanda Gita Hidayah, Rika Yuliana, Nurul Sulismawati, Dhevia Putri Sundari, dan Hadi Faizul Syahputra serta seluruh teman-teman seperjuangan sealmamater yang telah memberikan semangat sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat, semoga Allah SWT dapat membalas semua kebaikan kalian dyang telah membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini. Namun penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun pada skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Pekanbaru, 30 Oktober 2019

Dewi Andriani

DAFTAR ISI

<i>Cover</i>	
Persetujuan Tim Pembimbing Skripsi	
Persetujuan Tim Penguji Skripsi	
Berita Acara Ujian Skripsi	
Lembar Pengesahan	
Lembar Pernyataan	
Halaman Persembahan	ii
Halaman Motto	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
Abstrak	x
Abstract	xi

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	13
C. Fokus Masalah	13
D. Rumusan Masalah	14
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
1. Tujuan	14
2. Manfaat Penelitian	14

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur	16
1. Komunikasi	16
2. Media Sosial	19
3. <i>Instagram</i>	20
4. Motif.....	22
5. <i>Instagram Stories</i>	23
6. Teori Fenomenologi	25
7. Pengguna	29
8. Dosen Universitas Islam Riau	30
B. Defenisi Operasional	32
1. Motif.....	32
2. <i>Instagram Stories</i>	32

3. Dosen	32
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan	33

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	39
B. Subjek dan Objek Penelitian	40
1. Subjek	40
2. Objek	41
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	41
D. Sumber Data	42
E. Teknik Pengumpulan Data	43
F. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data	45
G. Teknik Analisis Data	46

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Lokasi Penelitian	49
B. Hasil Penelitian	52
1. Hasil Wawancara	54
2. Hasil Observasi	76
C. Pembahasan Penelitian	82
1. <i>Because Motive</i> (Motif Masa Lalu)	82
2. <i>In Order To Motive</i> (Motif Masa Depan)	86

BAB V : PENUTUP

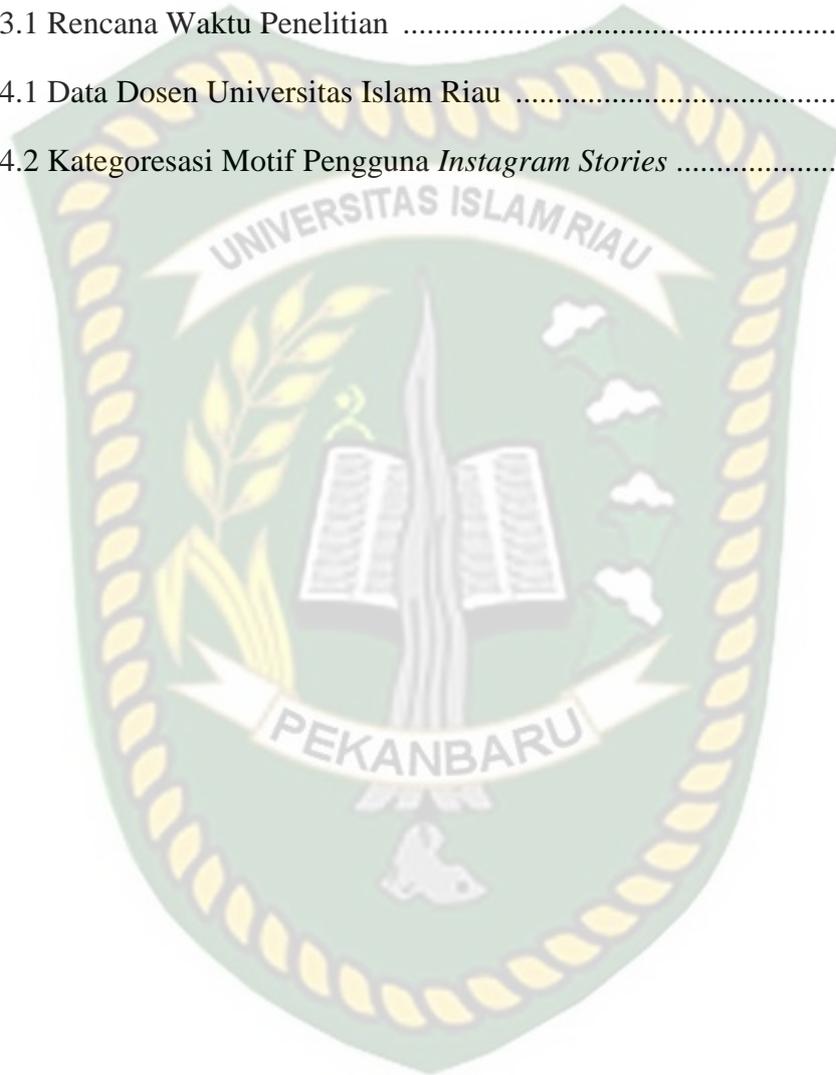
A. Kesimpulan	96
B. Saran	96

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Contoh Gambar Pemilik Akun	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	34
Tabel 3.1 Rencana Waktu Penelitian	42
Tabel 4.1 Data Dosen Universitas Islam Riau	52
Tabel 4.2 Kategoresiasi Motif Pengguna <i>Instagram Stories</i>	91



DAFTAR GAMBAR DAN LAMPIRAN

A. Gambar 1.1 <i>Data Online Instagram</i> Pada Bulan Juli 2019	3
B. Gambar 4.1 <i>Screenshoot Instagram Stories</i> @tengkunila	76
C. Gambar 4.2 <i>Screenshoot Instagram Stories</i> @lailafitriahzamri	77
D. Gambar 4.3 <i>Screenshoot Instagram Stories</i> @sriwahyunialfian	78
E. Gambar 4.4 <i>Screenshoot Instagram Stories</i> @fisdianfisdian	79
F. Gambar 4.5 <i>Screenshoot Instagram Stories</i> @rajaria_ahmad	80
G. Gambar 4.6 <i>Screenshoot Instagram Stories</i> @mayrha_hafiza	81

Lampiran

Lampiran 1 : Pertanyaan Wawancara

Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara

Lampiran 3 : *Screenshot Instagram Stories* dosen wanita

Lampiran 4 : Riwayat Hidup Peneliti

ABSTRAK

Motif Penggunaan *Instagram Stories* Oleh Dosen Universitas Islam Riau

Dewi Andriani

159110020

Kehadiran internet pada masa kini telah banyak berubah salah satunya terhadap media sosial yang banyak digunakan dan menjadi minat adalah *Instagram* yang merupakan aplikasi untuk berbagi foto dan video, dengan dilengkapi fitur *Instagram Stories* yang digunakan oleh kalangan perguruan tinggi yaitu dosen wanita di Universitas Islam Riau dalam memanfaatkan untuk berbagi momen pribadi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif penggunaan *Instagram Stories* oleh dosen wanita dalam *mempublish* kegiatan ataupun rutinitas yang sedang dilakukan. Penelitian ini dilatarbelakangi dari kecenderungan dosen wanita yang lebih memanfaatkan *Instagram Stories* sebagai wadah mengunggah privasi diri tetapi bukan sebagai tenaga pengajar. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah fenomenologi Alfred Schutz dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan penetapan ke enam informan berdasarkan *purposive sampling* dengan menggunakan pengumpulan data melalui proses wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi yang dianalisis melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil di dalam penelitian ini yang berkaitan dengan *Because Motive* (Motif Masa Lalu) yang merujuk pada tindakan masa lalu sebagai sebab-sebab dari tindakan tersebut yaitu motif mengabadikan momen, dan motif hobi. Kecenderungan dosen wanita di Universitas Islam Riau dalam melakukan kegiatan *Instagram Stories* juga mengejar kesenangan hal ini terbukti dari *In Order To Motive* (Motif Masa Depan) yang merujuk pada tindakan masa akan datang maka untuk mencapainya aktor berkeinginan dengan beberapa tindakannya yaitu motif hiburan, motif *trend*, dan motif eksistensi diri.

Kata Kunci : Motif, *Instagram Stories*, Fenomenologi

ABSTRACT

The Motive of Using Instagram Stories by Lecturers in Islamic University of Riau

Dewi Andriani
159110020

The presence of the internet at this time has changed a lot, one of which is the social media that is widely used and has an interest is Instagram which is an application for sharing photos and videos, with Instagram Stories features used by universities, namely female lecturers at Riau Islamic University in utilizing to share personal moments. The purpose of this study was to determine the motives for using Instagram Stories by female lecturers in publishing activities or routines that were being carried out. This research is motivated by the tendency of female lecturers to use Instagram Stories as a place to upload their privacy but not as teaching staff. The theory used in this study is the phenomenology of Alfred Schutz using descriptive qualitative research methods and the determination of the six informants based on purposive sampling using data collection through in-depth interviews, observations and documentation analyzed through the process of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results in this study are related to Because Motive (Past Motif) which refers to past actions as the causes of these actions, namely the motive of capturing moments, and hobby motives. The tendency of female lecturers at the Riau Islamic University to do Instagram Stories is also pursuing pleasure, this is evident from In Order To Motive, which refers to future actions so as to achieve the actor's desire with some of his actions, namely entertainment motives, trend motives, and self-existence motives.

Key Word : *Motive, Instagram Stories, Phenomenology*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi mengalami kemajuan yang sangat pesat di era masa kini. Teknologi menjadi sesuatu yang sangat dibutuhkan dalam mempermudah setiap pekerjaan manusia. Salah satunya dalam hal komunikasi yang selalu kita gunakan dalam sehari-hari. Kemunculan internet membuka jalan media baru di kalangan masyarakat serta dapat memberikan banyak kemudahan dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan sesama penggunanya. Adanya pengaruh yang diberikan internet memberikan dampak yang kemudian membentuk adanya budaya baru dalam berkomunikasi (Zakiyah & Susilowati, 2016:1).

Dari hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengenai pengguna internet di Indonesia yang terus meningkat mulai dari tahun 2016, yakni 132,7 juta jiwa, di tahun 2017 meningkat menjadi 143,26 juta jiwa dan pada tahun 2018 meningkat mencapai angka 171,17 juta jiwa dan jumlah tersebut merupakan 64,8 persen atau dengan angka sebesar 264,16 juta jiwa. Pada tahun 2019 angka pengguna internet mengalami peningkatan mencapai 10,12 persen atau tumbuh 27,9 juta pengguna dibandingkan dari tahun sebelumnya. Dan ini membuktikan bahwa yang terjadi pada saat ini pengguna internet Indonesia rata-rata menunjukkan

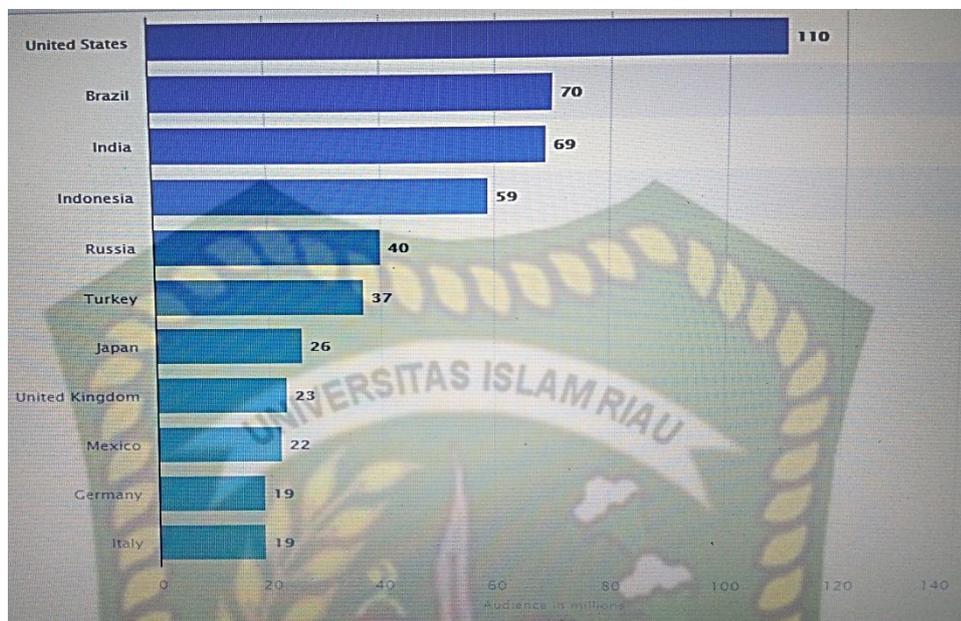
bahwa penduduknya telah menggunakan internet¹. Keberadaan media saat ini memberikan peningkatan yang cukup drastis dalam kehidupan masyarakat, serta meningkatnya penggunaan media sosial membuat kehidupan sosial manusia menjadi semakin berkembang. Media sosial adalah sebuah sarana, alat yang berfungsi untuk menyebarkan pesan melalui interaksi sosial dengan menggunakan teknik-teknik publikasi yang sangat mudah diakses dalam skala yang besar dan dengan cakupan yang luas tanpa adanya batasan waktu dan jarak. Bukan lagi sebagai media komunikasi namun dengan kegunaannya yang lebih memudahkan masyarakat media sosial kini dijadikan sebagai suatu panggung wahana interaksi pergaulan dunia maya atau dunia *online* (Oktafanisa, 2018:1).

Berkembangnya media sosial di era saat ini diawali oleh munculnya *Facebook*, *Whatsapp*, *Line*, kemudian *Twitter*, lalu media sosial *Instagram* dan beberapa jenis media sosial lainnya yang sudah tidak asing lagi, serta kegunaannya yang hampir setiap hari bersentuhan dengan masyarakat dan media tersebut adalah *Instagram* (Khoiroh, 2017:4). Seperti yang di dapat melalui data *online* statista pada tahun 2019 untuk keseluruhan pengguna *Instagram* di Indonesia saat ini menempati posisi ke 4 sebagai pengguna *Instagram* terbesar di dunia². Hal ini menunjukkan bahwa negara Indonesia termasuk sebagai pengguna yang aktif dalam menggunakan *Instagram*. Berikut gambar data *online* pada bulan Juli 2019.

¹ <https://apjii.or.id/> di unduh pada tanggal 15 Juni 2019

² <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/> di unduh pada tanggal 20 Juli 2019

Gambar 1.1
Data Online Instagram Pada Bulan Juli 2019



Sumber: Statista (Juli, 2019)

Instagram adalah sebuah aplikasi atau jejaring sosial yang berfungsi untuk mengambil foto, berbagi ataupun mengunggah foto yang memungkinkan pengguna dapat menerapkan filter digital serta dapat membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk pada *Instagram* itu sendiri. Selain berbagi foto, saat ini *Instagram* telah memperbaruinya dan pengguna dapat membagikan video dengan durasi 1 menit serta dapat *tag* seseorang melalui video yang di unggah (Zakiyah & Susilowati, 2016:3).

Kini *Instagram* bukan hanya digunakan dalam berbagi foto dan video saja, namun dapat digunakan sebagai tempat membagikan segala macam kegiatan dan tempat berkeluh kesah. Melalui *Instagram* pengguna bebas

berbagi cerita, pengalaman, tanpa dibatasi jarak dan waktu dengan pengikutnya (*followers*). Tidak ada batas dan privasi dalam *Instagram*, apapun yang kita bagikan dan orang lain bagikan dapat kita lihat. Dan dampak yang muncul dari penggunaan media sosial *Instagram* adalah adanya budaya berbagi yang berlebihan di dunia maya (Sakti & Yulianto, 2018:2).

Tak hanya menampilkan gambar visual, tetapi juga media sosial sebagai media berbagi informasi, akan tetapi juga sebagai bentuk aktualisasi diri. Dunia maya telah menjadi tempat dimana pengguna yang ingin membentuk dan menampilkan kesan yang baik di depan publik. Salah satunya melalui interaksi dan komunikasi dengan menggunakan dunia maya sebagai medianya yang disebut sebagai ruang *virtual* (Khoiroh, 2017:6). Nabilla Aprilia (2015) dalam (Nurchayani, 2018:2) menyebutkan bahwa untuk dapat terus tumbuh dan berkembang, *Instagram* melakukan *upgrade* terhadap aplikasinya dan meluncurkan fitur terbarunya yaitu *Instagram Stories* pada awal bulan Agustus 2016 (Nurchayani, 2018:2).

Instagram Stories ini merupakan salah satu fitur yang disediakan *Instagram* untuk membuat para penggunanya lebih mudah dan bebas mengekspresikan dirinya untuk di bagikan atau diperlihatkan kepada banyak orang, yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim atau membagikan foto atau video yang akan menghilang setelah 24 jam, namun akan tersimpan secara otomatis pada arsip *Instagram* tersebut, untuk dilihat dengan jangka waktu lama maka pengguna bisa *highlight*. Fitur yang telah di luncurkan pada

dua tahun terakhir ini dengan tujuan pengguna dapat berbagi kejadian atau kegiatan sehari-harinya (Utami, 2018:1). Adapun fitur-fitur yang di tawarkan *Instagram Stories* yaitu: fitur *live Instagram*, fitur normal *Instagram Stories*, fitur *boomerang*, fitur *superzoom*, fitur *stop-motion*, fitur *rewind* dan fitur *hands-free*. Fitur-fitur yang tersedia tersebut memberikan kemudahan bagi pengguna dalam membagikan bentuk apapun kegiatan yang di unggahnya melalui *Instagram Stories* (Kesuma, 2018:4).

Semakin banyaknya fitur-fitur yang tersedia semakin membuat orang akan terus memainkan *Instagram* termasuk pada *Instagram Stories* pengguna tersebut. Bahkan bermain *Instagram* dapat di ibaratkan seperti mengonsumsi obat-obatan terlarang, dimana dapat memberikan efek candu bagi pemakainya. Seperti yang dilansir melalui *mojom.co*, fenomena dalam *Instagram Stories* membuktikan penelitian yang dilakukan oleh beberapa psikolog, bahwa dalam media sosial orang-orang memang ingin menunjukkan ke eksisannya. Selain itu, mereka juga seakan sedang membangun rumah sendiri di dalam dunia maya³.

Fenomena *update* sana sini dapat dengan mudah kita jumpai jika kita membuka *Instagram*. Munculnya fitur baru pada *Instagram Stories*, membuat masyarakat untuk berlomba-lomba membagikan momen yang indah agar di ketahui khalayak luas. Pengguna *Instagram Stories* pun sering menjadikan media *Instagram* sebagai tempat dalam memperlihatkan kegiatan yang di

³<https://mojom.co/apk/ulasan/pojokan/tren-template-instagram-story/> di unduh pada tanggal 05 Januari 2019

unggah di *Instagram Stories* pribadinya dengan tujuan untuk menunjukkan bahwa dirinya eksis dan momen apapun itu akan mereka abadikan melalui *Instagram Stories* tersebut.

Fenomena *Instagram Stories* bukan lagi sebagai media berbagi kegiatan ataupun eksis di dalam dunia maya, tetapi ada pengaruh juga yang menimbulkan bagi kesehatan mental. Di dukung dari adanya survei terhadap 1.500 remaja dan orang dewasa muda di Inggris, bahwa *Instagram* juga berkaitan dengan tingkat kecemasan yang tinggi, depresi, *bullying*, dan fomo (fobia ketinggalan berita di jejaring sosial). Menurut survei *StatusOfMind* yang dipublikasikan oleh *United Kingdom's Royal Society for Public Health* ini melibatkan masukan dari 1.479 orang muda (usia 14-25) dari seluruh Inggris Raya, memberikan tanggapan bahwa survei yang dilakukan terhadap media sosial memberikan dampak yang tidak baik terhadap kesehatan fisik dan mental. Dari hasil surveinya ada 5 *platform* media sosial yaitu *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Youtube*, dan *Snapchat*. Hasil yang didapatkan bahwa *Instagram* meraih peringkat teratas sebagai media sosial yang berpengaruh buruk untuk kesehatan mental⁴.

Selain diminati, pengguna *Instagram Stories* banyak di dominasi oleh kaum perempuan. Menurut (Utami, 2018:8) yang memaparkan bahwa hasil survei pada tahun 2016 oleh perusahaan *research market* dunia yaitu Taylor Nelson Sofres (TNS) mengenai pengguna *Instagram* di Indonesia,

⁴<https://kompas.com/read/2017/07/14/073913720/instagram-media-sosial-paling-buruk-bagi-kesehatan-mental/> di unduh pada tanggal 23 Januari 2019

menyatakan bahwa pengguna *Instagram* di Indonesia paling banyak digunakan oleh jenis kelamin perempuan dan juga individu yang mapan dan pernah mendapatkan pendidikan tinggi dalam civitas akademik (Utami, 2018:8).

Saat ini pertumbuhan jumlah pengguna aktif *Instagram* terus melesat. Indonesia menjadi pasar paling potensial bagi *Instagram* di Asia. Pengguna *Instagram* di Indonesia dikenal paling giat dalam membuat konten *Instagram Stories*. Kemunculan baru pada *Instagram Stories* ini sudah ada sejak dua tahun terakhir, dan saat ini Indonesia dinobatkan sebagai salah satu negara dengan pembuat konten *Instagram Stories* paling banyak. Sri Widowati selaku *Country Director Facebook* menyampaikan bahwa fitur yang tersedia di *Instagram* telah banyak memberikan pengguna kemudahan dalam mengabadikan momennya yaitu melalui *Instagram Stories*, dengan durasi unggah konten terbanyak yang memuat tiga hingga lima momen *Stories*⁵.

Selain adanya dampak yang berlebihan dalam berbagi di dalam dunia maya, fenomena mengenai penggunaan *Instagram Stories* ternyata dapat membuat orang semakin candu, yang dalam setiap saat tidak pernah lepas dari genggamannya *smartphone* untuk mengakses *Instagram Stories*. Menurut Kumorotomo (2010) dalam (Taqwa, 2018:4) mengatakan bahwa kecanduan media sosial dapat menyebabkan timbulnya masalah psikis. Orang akan

⁵<https://www.liputan6.com/teknoread/3037227/orang-indonesia-paling-doyan-main-instagram-stories/> di unduh pada tanggal 07 Januari 2019

menjadi sangat tergantung sehingga akan merasa hidupnya tidak lengkap jika sehari saja tidak membuka akun media sosial (Taqwa, 2018:4).

Seperti yang terjadi saat ini seseorang mengakses *Instagram* setiap saat, setiap waktu, dan dalam kondisi apapun membuat *Instagram Stories*. seperti yang di kemukakan oleh Nir Eyal selaku penulis buku *Hooked*, mengenai penggunaan fitur *Instagram Stories* bahwa yang menjadi pemicu eksternal itu adalah adanya notifikasi lingkaran merah pada foto akun teman, atau kalangan selebriti, serta informasi lainnya yang memungkinkan bagi pengguna penasaran ingin melihat *Instagram Stories* tersebut, sehingga timbulnya rasa candu untuk mengakses bahkan mengunggah *Instagram Stories* di akun milik pribadi. Dengan demikian, tanpa disadari lama-lama pengguna melihat *Instagram Stories* bukan karena adanya lingkaran merah yang diunggah oleh pengguna akun yang lain, melainkan karena pemicu lainnya yaitu adanya rasa gatal jika tidak mengeceknya itulah yang disebut dengan pemicu internal. Melalui kutipan *Mashable*, pengguna aktif berusia di bawah 25 tahun banyak menghabiskan waktu untuk melihat aplikasi *Instagram Stories* dengan waktu rata-rata 32 menit sehari. Dan pengguna berusia di atas 25 tahun juga tak jauh berbeda dengan menghabiskan waktu rata-rata 24 menit per harinya. Ini menunjukkan bahwa penggunaan *Instagram Stories* menjadi nomor satu yang sering digunakan, baik itu berasal

dari kalangan remaja, dewasa, serta pada kalangan perguruan tinggi yang juga menggunakan *Instagram Stories* terutama pada mengunggah aktivitasnya⁶.

Seperti yang dikemukakan Taylor Nelson Sofres (TNS) Indonesia, sebuah organisasi riset pasar dan informasi pasar kelompok terkemuka, Hansal Savla dalam (Guna & Martin, 2017:7) menurut survei yang telah dilakukan, temuan mayoritas pengguna *Instagram* merupakan pengguna yang *well educated*. Yang artinya, bahwa mereka adalah orang pintar dan berasal dari kalangan perguruan tinggi (Guna & Martini, 2017:7). Melalui hasil penelitian (Pinresta, 2017:1) menunjukkan bahwa, para pengguna jejaring sosial *Instagram Stories* memiliki motif yaitu untuk mengikuti perkembangan zaman, mengabadikan momen, bertukar informasi dan sebagai media promosi, hingga untuk eksistensi diri. Para Mahasiswi pengguna jejaring sosial *Instagram Stories* memaknai jejaring sosial tersebut sebagai tempat hiburan, berbagi momen, sumber informasi terkini dan media promosi hingga tempat promosi diri atau aktualisasi diri bagi mereka (Pinresta, 2017:1). Berbagai alasan digunakannya fitur tersebut, ada yang ingin diketahui tentang kesehariannya, ingin diketahui keberadaannya, atau bahkan ingin terkenal. Banyak hal yang menjadi alasan untuk menggunakan *Instagram Stories* (Lusianai, dkk, 2018:2).

⁶<https://womantalk.com/gadget-tech/articles/ini-penyebab-instagram-stories-bikin-anda-kecanduan-ykB3p> di unduh pada tanggal 15 Januari 2019

Berdasarkan pra pengamatan, peneliti melihat bahwa pengguna di jejaring sosial *Instagram Stories* ternyata bukan hanya dari kalangan mahasiswa saja tetapi pada ranah civitas akademik yaitu dosen. Untuk lebih lanjutnya maka peneliti ingin melihat bagaimana jika hal ini terjadi oleh para dosen wanita di Universitas Islam Riau diantaranya adalah dengan akun tengkunila, lailafitriahzamri, sriwahyunialfian, fisdianfisdian, rajaria_ahmad, dan mayrha_hafiza. Kegiatan yang dilakukan di dalam *Instagram Stories* menampilkan bukan hanya berada dikampus saja tetapi berbagai tentang kegiatan pribadi yang diunggah dalam bentuk foto, video, seperti sedang berada di suatu tempat, kumpul dengan teman-teman, sedang memasak, bermain dengan anak, maupun berbagi *quotes* lainnya, yang menunjukkan bahwa mereka juga tak mau ketinggalan dengan yang lain. Dengan adanya *Instagram Stories* menunjukkan bahwa *Instagram* adalah salah satu wadah yang tepat dalam setiap kegiatan yang dibagikannya.

Profesi seorang dosen menempati arti yang penting dalam kegiatan operasional sebuah perguruan tinggi. Dosen memiliki fungsi dan tugas pokok sebagai *image builder* (pembangun citra) dan sebagai jembatan antara perguruan tinggi dengan publik (mahasiswa, karyawan, orang tua, dan para profesional). Menurut Pannen (2005) dalam (Ariati, 2010:1) mengatakan bahwa dosen adalah tenaga pendidik pada perguruan tinggi yang khusus diangkat dengan tugas utama mengajar. Dosen bisa bekerja di perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta. Ada tiga Tri Dharma Perguruan

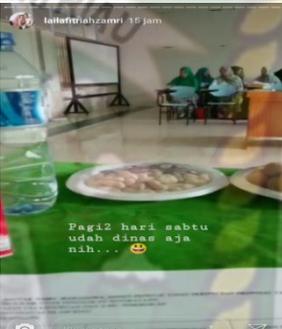
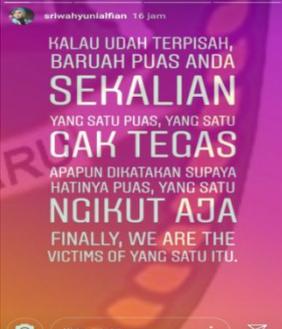
Tinggi di dalam setiap Universitas yaitu mengajar, melakukan penelitian, serta melakukan pengabdian kepada masyarakat (Ariati, 2010:1).

Selain tugas sebagai pendidik, dosen juga mengemban tugas dan tanggung jawab untuk mendidik mahasiswa menjadi individu yang memiliki kemampuan dan kecakapan yang berguna bagi kehidupannya dan diperlukan untuk memasuki dunia kerja, agar terciptanya generasi bangsa yang mapan dan maju. Tugas dan tanggung jawab dosen tidak hanya sebagai pendidik dan peneliti tetapi juga berperan sebagai penyebar informasi, yang mana sejalan dengan fungsi perguruan tinggi sebagai lembaga pendidikan (Trisnarningsih, 2010:2).

Melalui dari fenomena di atas, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai “Motif Penggunaan *Instagram StORIES* Oleh Dosen Universitas Islam Riau”. Dan yang menjadi alasannya dikarenakan *Instagram* meraih kepopulerannya tak lain karena kelebihan pada fitur di *Instagram StORIES* yang *up to date*, sehingga dari sebagian dosen-dosen wanita di Universitas Islam Riau yang di *follow* serta aktif di dalam *Instagram StORIES* peneliti lihat lebih cenderung membagikan cerita kesehariannya pada ruang *virtual* atau dunia maya dibanding dunia nyata. Merujuk pada fenomena diatas peneliti mencoba mengaitkan fenomena *Instagram StORIES* dengan menggunakan pendekatan fenomenologi.

Berikut ini merupakan *capture* dari dosen wanita yang aktif menggunakan *Instagram StORIES* di *Instagram*.

Tabel 1.1
Capture Instagram Stories dosen

No	Subjek/Akun	Gambar/Foto Instagram
1	Ig : tengkunila	
2	Ig : lailafitriahzamri	
3	Ig : sriwahyunalifian	
4	Ig : fisdianfisdian	

5	Ig : rajaria_ahmad	
6	Ig : myrha_hafiza	

B. Identifikasi Masalah

1. Kecenderungan dosen *mempublish* kegiatannya di *Instagram Stories*
2. *Instagram Stories* dapat menghilangkan privasi di dalam diri
3. *Instagram Stories* digunakan sebagai media untuk mengekspresikan diri
4. Motif penggunaan *Instagram Stories* Oleh Dosen Universitas Islam Riau

C. Fokus Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penelitian ini di fokuskan kepada Motif Penggunaan *Instagram Stories* Oleh Dosen Universitas Islam Riau.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: “Bagaimana Motif Penggunaan *Instagram Stories* Oleh Dosen Universitas Islam Riau.”

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah dan fokus penelitian maka tujuan penelitian sebagai berikut: Untuk mengetahui Motif Penggunaan *Instagram Stories* Oleh Dosen Universitas Islam Riau.

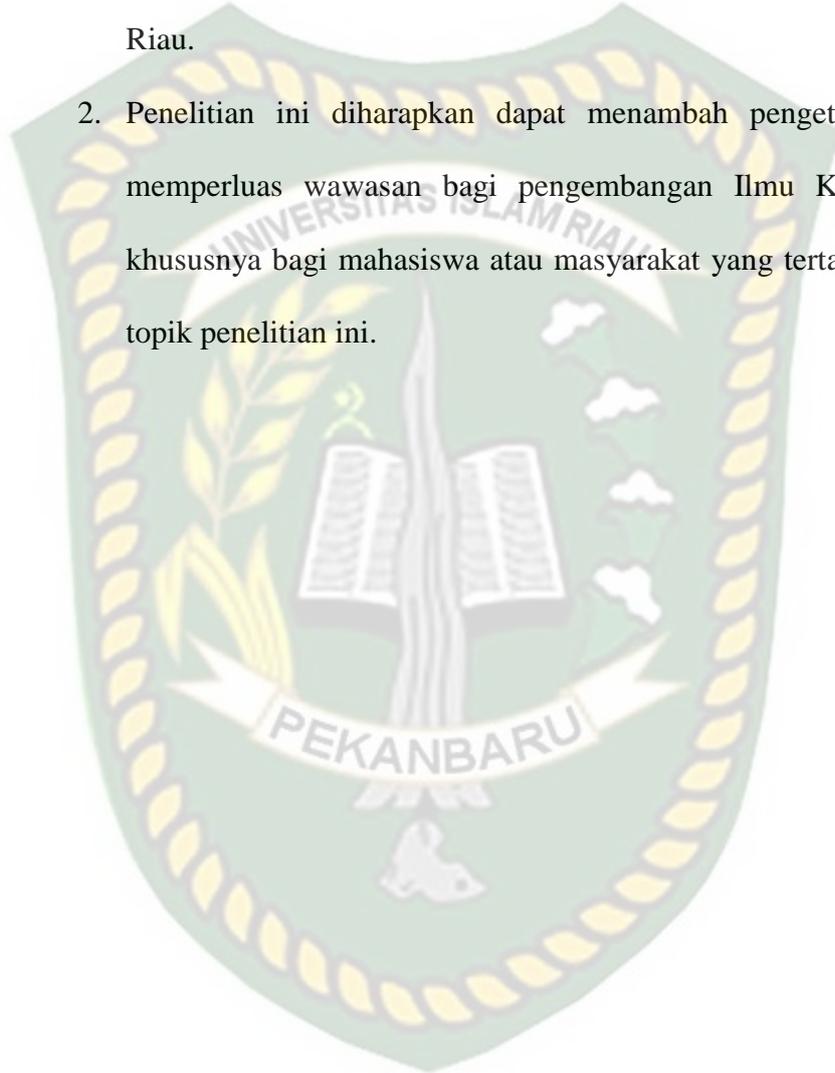
2. Manfaat Penelitian

a. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah informasi bagi peneliti, dan bagi pihak lain dari hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif serta dapat dijadikan acuan penelitian lanjutan dalam perkembangan Ilmu Komunikasi khususnya yang berkaitan dengan Motif Penggunaan *Instagram Stories* Oleh Dosen Universitas Islam Riau.

b. Secara Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan terutama mengenai Motif Penggunaan *Instagram Stories* Oleh Dosen Universitas Islam Riau.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memperluas wawasan bagi pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya bagi mahasiswa atau masyarakat yang tertarik dengan topik penelitian ini.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi

Menurut Sobur (2006:157) dalam Zhafirah (2018) mendefinisikan kata komunikasi sebenarnya adalah simbol, dan dalam bahasa bahwa komunikasi adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjukkan sesuatu yang lain, berdasarkan kesepakatan kelompok orang, Adler & Rodman (2006:4) dalam Zhafirah (2018) memaparkan bahwa komunikasi merupakan bahasa, kata, *gesture*, tanda, merupakan bagian dari simbol yang digunakan manusia dalam mendefinisikan sesuatu atau menyampaikan sesuatu ke orang lain. Sehingga bagaimana bahasa, kata, *gesture*, tanda digunakan manusia adalah apa yang dipelajari dalam Ilmu Komunikasi, termasuk juga bagaimana implikasi yang muncul dari penggunaan berbagai simbol tersebut (Zhafirah, 2018:9).

Kata atau istilah komunikasi berasal dari bahasa Inggris “*communication*”, secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa latin *communicatus*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*. Dalam kata *communis* ini memiliki makna ‘berbagi’ atau ‘menjadi milik bersama’ yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna.

Komunikasi yang efektif dapat terjalin dengan baik apabila kedua belah pihak saling mengakui kekurangan dan kelebihan orang lain serta mengerti kelemahan orang lain. Dengan menggunakan komunikasi yang efektif, hubungan antar individu akan berkembang menjadi hubungan yang bermanfaat bagi diri sendiri maupun orang lain serta saling menguntungkan antar sesama individu. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Say What in Which Channel To Whom With What Effect?*

Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yaitu:

1. Komunikator (siapa yang mengatakan?)
2. Pesan (mengatakan apa?)
3. Media (melalui saluran/*channel*/media apa?)
4. Komunikan (kepada siapa?)
5. Efek (dengan dampak/efek apa?)

Dari defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa menurut paradigma Lasswell tersebut, secara sederhana proses komunikasi adalah pihak komunikator membentuk (*encode*) pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran tertentu kepada pihak penerima yang menimbulkan efek tertentu (Ngalimun, 2017:19).

Masyarakat dan komunikasi adalah sebuah hal yang tidak dapat dipisahkan. Seperti halnya proses komunikasi yang tidak pernah terlepas dari media komunikasi. Dalam konteks komunikasi, media merupakan alat atau sarana yang dipergunakan untuk berkomunikasi, menyampaikan dan menerima pesan. Kehadiran media saat ini menjadi pilihan masyarakat terutama dalam hal komunikasi serta sebagai alat untuk mendapatkan informasi, dan hiburan. Hal inilah yang mendasari masyarakat menggunakan media, sebab dari media seseorang akan menjalin komunikasi melalui ruang *virtual* atau dunia maya tanpa adanya komunikasi tatap muka (Zakiah & Susilowati, 2016:1).

Keberadaan media kini menempati posisi utama, sebab dari media masyarakat dapat mengetahui informasi dari berbagai belahan dunia. Menurut pakar komunikasi melalui surveinya di Amerika telah terbukti bahwa fenomena di Amerika Serikat pada jaringan internet bisa dikatakan sebagai sarana informasi yang sudah mewabah dan mendarah daging dalam diri masyarakat yang bersosialisasi. Dan dunia tersebut akan beralih ke zaman digital, dimana semua orang dan kehidupan akan serba digital atau bisa dikatakan sebagai “*Cyber Age*”⁷.

Sehingga sudah tidak sedikit lagi manusia telah menggunakan fasilitas komunikasi ini sebagai sarana penyampai pesan mereka, khususnya pada media sosial terutama *Instagram* yang sudah mewabah

⁷<https://pakarkomunikasi.com/internet-sebagai-media-komunikasi/> di unduh pada tanggal 10 Februari 2019

pada kalangan masyarakat yang digunakan sebagai mengunggah cerita kehidupannya melalui media tersebut. Terlebih dulu mereka akan melakukan komunikasi terhadap diri sendiri (komunikasi intrapersonal). Dimana sebelum melakukan unggahan ke media tersebut kita pasti berkomunikasi dengan diri sendiri. Terjadinya proses komunikasi disini karena adanya seseorang yang memberi arti terhadap sesuatu objek yang diamatinya. Objek dalam hal ini bisa saja dalam bentuk benda, kejadian alam, peristiwa, pengalaman, dan fakta yang mengandung arti bagi manusia, baik yang terjadi di luar maupun di dalam diri seseorang (Cangara, 2012:34).

2. Media Sosial

Menurut *kompas* dalam buku *Jurnalistik Online* (Syamsul, 2018:107) memaparkan bahwa media sosial adalah sebuah media *online* tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, *wiki*, *forum*, dan dunia *virtual*. *Blog*, *wiki*, dan jejaring sosial utamanya *Fecobook* dan *Twitter* merupakan media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik,

“menjadi diri sendiri” dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Tak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan *personal branding*.

Jika dalam kehidupan sehari-hari kita tidak bisa menyampaikan pendapat secara terbuka karena satu dan lain hal, maka tidak demikian halnya dengan adanya media sosial. Kita bisa menulis apa saja yang kita mau atau kita bebas mengomentari apa pun yang ditulis atau disajikan orang lain. Ini berarti komunikasi terjalin dua arah. Komunikasi ini kemudian menciptakan komunitas dengan cepat karena ada ketertarikan yang sama akan suatu hal (Syamsul, 2018:107).

3. *Instagram*

Instagram adalah salah satu aplikasi yang didirikan oleh perusahaan Burbn Inc yang berdiri pada tahun 2010. Kevin Systrom dan Mike Krieger selaku CEO perusahaan tersebut memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja salah satunya pada aplikasi *Instagram* yang saat ini semakin berkembang pesat karena keunggulannya. Keunggulan itu berupa kemudahan saat pengunggahan foto dan beberapa filter digital yang tersedia di *Instagram* tersebut (Rahmayani, 2017:40).

Menurut (Atmoko, 2012:4) dalam Nurcahyani (2018) *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. Nama

Instagram diambil dari kata “insta” yang asalnya “instan” dan “gram” dari kata “telegram”. Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi ke jejaring sosial yang lain (Nurchayani, 2018:9).

1. Fitur-fitur *Instagram*

- a. Pengikut (*follower*) : Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, sebab dari pengikut pengguna akan tahu berapa jumlah *like* yang telah di *like* oleh pengguna lain.
- b. Mengunggah Foto : Kegunaan utama dari *Instagram* adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya.
- c. Kamera : Penggunaan kamera melalui *Instagram* juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang tersedia di *Instagram* serta mengatur warna foto, tingkat kecerahan, saturasi, dan memotong foto.
- d. *Arroba* : Tanda *arroba* (@) digunakan pengguna sebagai tanda untuk menandai pengguna lain dengan memasukkan nama akun *Instagram* dari pengguna tersebut.
- e. *Geotagging* : Bagian yang muncul setelah pengguna memasukkan sebuah foto, dan *geotag* akan muncul apabila para pengguna *Instagram* mengaktifkan *GPS* mereka maka otomatis

akan mendeteksi lokasi para pengguna *Instagram* tersebut berada.

- f. Tanda Suka (*Like*) : Tanda yang berguna untuk menyukai unggahan foto milik pengguna lain dengan tanda yang berbentuk *love*.
- g. *Popular* : Berupa kumpulan foto yang mana merupakan tempat dari berbagai kumpulan foto-foto *popular* dari keseluruhan dunia, dimana pada halaman *popular* tersebut foto-foto itu akan dikenal oleh kalangan mancanegara (Syahreza & Tanjung, 2018:62-84).

4. Motif

Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif. Juga tingkah laku yang disebut tingkah laku secara *refleks* dan yang berlangsung secara otomatis, mempunyai maksud tertentu walaupun maksud tidak senantiasa secara sadar bagi manusia. Motif-motif manusia dapat bekerja secara sadar, dan juga secara tidak sadar bagi diri manusia. Untuk dapat mengerti dan memahami tingkah laku manusia dengan lebih sempurna, maka patutlah kita pahami dan mengerti terlebih dahulu apa dan bagaimanakah motif-motifnya dari tingkah lakunya (Ahmadi, 2002:195).

Motif timbul karena adanya kebutuhan (*need*). Kebutuhan (*need*) dapat dipandang sebagai kekurangan adanya sesuatu, dan ini menuntut segera pemenuhannya, agar segera mendapatkan keseimbangan. Situasi kekurangan ini berfungsi sebagai suatu kekuatan atau dorongan alasan, yang menyebabkan seseorang bertindak untuk memenuhi kebutuhan (Ahmadi, 2002:192). Secara ringkas, motif adalah sesuatu dorongan yang ada pada diri individu yang menggerakkan atau membangkitkan sehingga individu itu berbuat sesuatu (Ahmadi, 2002:196).

5. *Instagram Stories*

Instagram Stories merupakan sebuah fitur yang hadir pada awal bulan Agustus 2016, dan langsung menarik perhatian para pengguna *Instagram*. Fitur ini memungkinkan pengguna mengirim foto dan video yang menghilang setelah 24 jam. Foto dan video yang dibagikan dalam *Instagram Stories* bersifat sementara dan tidak dapat dilihat setelah 24 jam, namun dapat disimpan secara manual oleh pengguna pribadi sebelum foto dan video menghilang, agar bisa dilihat dalam jangka panjang *Instagram Stories* bisa pengguna *highlight* agar terlihat jelas pada bagian profil tersebut. Letak *Instagram Stories* berada di atas *Instagram feed*. Untuk menambah pengalaman seru dan interaktif dalam menggunakan *Instagram Stories*, terdapat fitur-fitur menarik, diantaranya:

- a. *Mention* : Kegunaan *mention* di *Instagram Stories* yaitu untuk mengtag pengguna yang lain melalui tanda (@) kepada pengguna yang lain, kemudian klik dan *mention* pengguna tersebut.
- b. *Boomerang* : Penggunaan *bomerang* di *Instagram Stories* merupakan bentuk fitur yang membuat konten visual akan mengulang-ngulang kembali video yang telah terekam.
- c. *See More* : Fitur ini bersifat eksklusif, karena hanya dapat digunakan oleh pengguna *Instagram* yang sudah terverifikasi, atau akun resmi. Dengan menggunakan fitur *see more*, pengguna *Instagram Stories* dapat menambahkan tautan pada konten *stories* yang diunggah.
- d. Stiker : Dengan fitur ini, pengguna *Instagram Stories* dapat menggunakan stiker-stiker *Stories* yang menampilkan lokasi, waktu, kondisi cuaca, serta emoji di dalam foto atau video yang akan diunggah.
- e. *Live Stories* : Melalui fitur ini, pengguna dapat melakukan *live* untuk ditonton para pengikut. Pengguna juga dapat melihat siapa saja yang menonton *live* tersebut serta yang menonton dapat memberikan komentar ataupun tanda suka (*like*). Setelah selesai pengguna juga bisa menyimpan video *live stories* secara manual.
- f. Filter Wajah (*face filter*) : *Face filter* terletak di sudut kanan bawah ketika membuka *Instagram Stories*. Fitur ini akan mengikuti gerak kepala atau ekspresi wajah, dan dapat bekerja dengan kamera depan ataupun belakang untuk berfoto video.

- g. *Rewind Camera* : Fitur ini merupakan efek video yang berjalan mundur.
- h. *Hands-free* : Salah satu fitur *Instagram Stories* dimana penggunanya dapat merekam video hanya dengan mengklik sekali (Nurchayani, 2018:17).

6. Teori Fenomenologi

Fenomenologi (*phenomenology*) merupakan salah satu model penelitian kualitatif yang dikembangkan oleh seorang ilmuwan Eropa bernama Edmund Husserl pada awal abad ke-20 (sekitar tahun 1935-an). Model ini berkaitan dengan suatu fenomena. Pada awalnya, Husserl melihat adanya titik temu antara ilmu filsafat dengan ilmu sosial terapan, seperti psikologi, antropologi, dan sosiologi. Menurut Husserl, dalam setiap hal, manusia memiliki pemahaman dan penghayatannya tersebut sangat berpengaruh terhadap perilakunya.

Fenomenologi berusaha untuk mengungkap dan mempelajari serta memahami suatu fenomena beserta konteksnya yang khas dan unik yang dialami oleh individu hingga tataran “keyakinan” individu yang bersangkutan. Dengan demikian, dalam mempelajari dan memahaminya, haruslah berdasarkan sudut pandang, paradigma dan keyakinan langsung dari individu yang bersangkutan sebagai subjek yang mengalami langsung (*first-hand experiences*). Dengan kata lain, penelitian fenomenologi berusaha untuk mencari arti secara psikologis dari suatu

pengalaman individu terhadap suatu fenomena melalui penelitian yang mendalam dalam konteks kehidupan sehari-hari subjek yang diteliti. Di samping itu, dalam memahami dan mempelajarinya haruslah didukung oleh persiapan yang matang dan komprehensif dari peneliti untuk mendapatkan kepercayaan penuh dari subjek yang diteliti, sehingga keterdekatan dapat diperoleh dan dapat mendukung penelitian (Herdiansyah, 2014:66).

Peneliti dalam pandangan fenomenologis berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang yang berbeda dalam situasi-situasi tertentu. Sosiologi fenomenologis pada dasarnya sangat dipengaruhi oleh filsuf Edmun Husserl dan Alfred Schutz. Pengaruh lainnya berasal dari Weber yang memberi tekanan pada *verstehen*, yaitu pengertian interpretatif terhadap pemahaman manusia. Fenomenologi tidak berasumsi bahwa peneliti mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang diteliti oleh mereka. Inkuiri fenomenologis dimulai dengan diam. Diam merupakan tindakan untuk menangkap pengertian sesuatu yang sedang diteliti. Yang ditekankan oleh kaum fenomenologis ialah aspek subjektif dari perilaku orang. Mereka berusaha untuk masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka disekitar peristiwa dalam kehidupannya sehari-hari (Moleong, 2012:15).

Max Weber dalam memperkenalkan konsep pendekatan *verstehen* untuk memahami makna tindakan seseorang, berasumsi bahwa seseorang dalam bertindak tidak hanya sekedar melaksanakan, tetapi juga menempatkan diri dalam lingkungan berpikir dan perilaku orang lain. Konsep pendekatan ini lebih mengarah pada suatu tindakan bermotif pada tujuan yang hendak dicapai atau *in order to motive*.

Pemahaman makna tindakan dengan pendekatan *verstehen* mendapat koreksi dari Alfred Schutz, tindakan subjektif para aktor tidak muncul begitu saja, tetapi ia ada melalui suatu proses panjang untuk dievaluasi dengan mempertimbangkan kondisi sosial, ekonomi, budaya, dan norma etika agama atas dasar tingkat kemampuan pemahaman sendiri sebelum tindakan itu dilakukan. Dengan kata lain, sebelum masuk pada tataran *in order to motive*, menurut Schutz ada tahapan *because motive* yang mendahuluinya. Schutz (1967) beranggapan bahwa dunia sosial keseharian senantiasa merupakan suatu yang intersubjektif dan pengalaman penuh dengan makna. Dengan demikian, fenomena yang ditampilkan oleh individu merupakan refleksi dari pengalaman trasendental dan pemahaman tentang makna atau *verstehen* tersebut.

Tetapi, pendekatan *verstehen* mendapat koreksi dari Schutz, bahwa tindakan para subjektif aktor itu tidak muncul begitu saja, tetapi harus melalui suatu proses panjang. Dengan kata lain, sebelum masuk pada tataran *in order to motive*, menurut Schutz ada tahapan *because motive* yang mendahuluinya (Waters, 1994: 34-35). Fenomenologi hadir

untuk memahami makna subjektif manusia yang diatributkan pada tindakan-tindakannya dan sebab-sebab objektif serta konsekuensi dari tindakannya itu (Wirawan, 2012:134).

Menurut Elza (2015) dalam (Kuswarno, 2009:18) bahwa inti pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Dimana, tindakan sosial merupakan tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan akan datang. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Dengan kata lain, mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran. Manusia mengkonstruksi makna di luar arus utama pengalaman melalui proses “tipikasi”. Hubungan antara makna pun diorganisasi melalui proses ini, atau biasa disebut *stock of knowledge*.

Untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang, Schutz mengelompokkannya dalam dua *fase*, yaitu:

- a) *Because motives (Weil Motiv)*, yaitu tindakan yang merujuk pada masa lalu. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya.
- b) *In order to motive (Um-zu-Motiv)*, yaitu motif yang merujuk pada tindakan di masa yang akan datang. Dimana, tindakan yang

dilakukan oleh seseorang pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan (Elza, 2015:3).

7. Pengguna

Di dalam *Instagram*, pengguna sebagai seorang aktor yang memainkan peran yang sesuai dengan kesan yang dia harapkan. Ketika pengguna ingin memperoleh kesan sebagai seorang yang memiliki eksistensi tinggi, maka dia akan terus menampilkan gambaran diri yang dapat menunjukkan keeksistensiannya. Hal ini dapat dilihat dari kegiatan yang dibagikan pengguna di dalam jejaring sosial *Instagram Stories*. Bahkan *Instagram Stories* tidak hanya menjadi media yang tepat untuk menceritakan kegiatan penggunanya, tetapi sekaligus menggambarkan kehidupan penggunanya dalam setiap kegiatan ataupun kejadian yang menjadi unggahan pada akun miliknya (Aji, 2017:7).

Media yang digunakan oleh pengguna adalah *Instagram* khususnya pada penggunaan *Instagram Stories* terlebih pada kegunaan fitur yang tersedia juga tidak kalah menarik dengan media sosial lainnya. Penggunaan *Instagram Stories* yang digunakan oleh dosen-dosen wanita Universitas Islam Riau adalah sebagai media untuk membagikan setiap momen, foto, video, lagu, *quotes* dan lainnya agar setiap orang yang melihat *Instagram Stories* mengetahui aktivitas dan perasaan yang

mereka bagikan di dalam *Instagram Stories* pribadinya. Akun pengguna *Instagram* tersebut yaitu tengkunila, lailafitriahzamri, sriwahyunialfian, fisdianfisdian, rajaria_ahmad, dan mayrha_hafiza.

8. Dosen Universitas Islam Riau

Universitas Islam Riau merupakan perguruan tinggi tertua di Provinsi Riau, berdiri pada tanggal 4 September 1962 M bertepatan dengan tanggal 23 Dzulqoidah 1382 H, di bawah naungan Yayasan Lembaga Pendidikan Islam (YLPI) Riau. Diantara tokoh pendiri Universitas Islam Riau Dt. Wan Abdurrahman, Soeman Hasibuan, H. Zaini Kunin, H.A. Malik, H. Bakri Sulaiman, A. Kadir Abbas, dan H. A. Hamid Sulaiman.

Pertama kali Universitas Islam Riau hanya memiliki satu Fakultas saja, yaitu Fakultas Agama dengan 2 (dua) jurusan yaitu Jurusan Hukum dan Jurusan Tarbiyah, dengan Dekan pertama ialah H. A. Kadir Abbas, SH. Terletak di Jalan Prof. Mohd. Yamin, yang terletak di pusat Kota Pekanbaru. Namun pengembangan kampus tidak hanya sampai disini saja, maka Universitas Islam Riau terus mengembangkan pembangunan di bidang fisik di Jalan Kaharuddin Nasution KM 11 Perhentian Marpoyan Pekanbaru⁸.

⁸<https://faktakampus.com/sekilas-universitas-islam-riau/> di unduh pada tanggal 18 Februari 2019

Perguruan tinggi sebagai lembaga penyelenggara pendidikan tinggi memiliki peranan yang sangat besar dalam kerangka pembangunan nasional. Ada dua tugas pokok yang diemban oleh perguruan tinggi, yang pertama mendidik putra-putri bangsa agar menguasai iptek dan kedua menjadi lokomotif pembangunan nasional termasuk mempersiapkan calon-calon pemimpin bangsa. Adanya peningkatan kualitas pendidikan perlu didukung dengan peningkatan kualitas tenaga kependidikannya yaitu suatu komponen yang penting dalam penyelenggaraan pendidikan yang bertugas menyelenggarakan kegiatan mengajar, melatih, meneliti, mengelola dan memberikan pelayanan teknis dalam bidang pendidikan (Permanasari, 2014:158).

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 2009 tentang dosen menyatakan bahwa dosen adalah pendidik profesional dan ilmuwan dengan tugas utama mentransformasikan, mengembangkan, dan menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni melalui pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat (Isnaini, 2016:1).

Saat ini Universitas Islam Riau memiliki jumlah mahasiswa sebanyak 26 ribu orang lebih, 486 dosen yang terdiri atas 11 guru besar, dosen PNS 45 orang, yayasan sebanyak 377 orang, dan kontrak 64 orang. Universitas Islam Riau terdiri dari 42 prodi, 8 prodi berhasil meraih akreditasi A. Situasi ini menempatkan Universitas Islam Riau pada posisi

terbaik di LLDKTI wilayah X yang secara keseluruhan tercatat 16 prodi berakreditasi⁹.

B. Defenisi Operasional

Dibawah ini peneliti akan membahas tentang defenisi operasional dari penelitian :

1) Motif

Motif adalah dorongan yang ada di dalam diri manusia yang menyebabkan manusia untuk berbuat sesuatu. Setiap individu pasti memiliki motif yang berbeda dalam memilih media, sehingga menyebabkan manusia itu bertindak untuk memenuhi kebutuhannya.

2) *Instagram Stories*

Instagram Stories merupakan salah satu fitur yang disediakan media sosial *Instagram*, untuk membuat para penggunanya lebih mudah dan bebas mengekspresikan dirinya di dalam *Instagram Stories*. Sesuatu yang di unggah atau di bagikan oleh pengguna di dalam *Instagram Stories* baik itu foto, video, lagu, *quotes*, yang akan menghilang setelah 24 jam namun akan secara otomatis tersimpan di bagian arsip tersebut.

3) Dosen

⁹<https://www.gosumbar.com/berita/baca/berumur-56-tahun-uir-berhasil-jadi-universitas-terkemuka-di-indonesia-dan-berada-di-posisi-137-nasional/> di unduh pada tanggal 25 Januari 2019

Dosen adalah tenaga pendidik pada perguruan tinggi yang khusus diangkat dengan tugas utama mengajar. Bukan hanya sebagai tenaga pengajar namun ada tugas utama dosen adalah mentransformasikan, mengembangkan, dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni melalui pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Dalam penelitian ini dosen wanita adalah pengguna yang memiliki akun *Instagram* dan aktif di dalam *Instagram Stories*. Dan beberapa diantaranya adalah tengkunila, lailafitriahzamri, sriwahyunialfian, fisdianfisdian, rajaria_ahmad, dan mayrha_hafiza.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Terdapat beberapa referensi penelitian yang sebelumnya pernah dilakukan dan dijadikan referensi oleh peneliti untuk memperkuat kajian peneliti yang ada, sehingga aspek yang belum ada dipenelitian terdahulu dapat dilakukan dalam penelitian ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu yang Relevan

NO	Nama / Tahun Penelitian / Universitas	Judul	Masalah	Teori	Hasil
1.	Halimah Dian Kesuma/2018/Universitas Islam Riau	Fenomenologi Penggunaan <i>Instagram Stories</i> Bagi Mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau	Bagaimana Fenomenologi Penggunaan <i>Instagram Stories</i> Bagi Mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau?	Fenomenologi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena yang dikelompokkan menjadi dua motif yaitu <i>in order to motives</i> (tindakan dimasa yang akan datang, dimana tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan) yang pertama yaitu sebagai media berbagi informasi kegiatan sehari-hari, yang kedua yaitu untuk memotivasi diri sendiri, yang ketiga yaitu untuk memotivasi orang lain. Sedangkan <i>because motives</i> (tindakan yang merujuk pada masa lalu, dimana, tindakan yang dilakukan seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya) yang pertama yaitu untuk alasan hanya kepuasan atau kesenangan diri, yang kedua yaitu untuk lebih menuangkan ke dunia virtual dibanding dunia nyata.
2.	Meilani Maryam/2015/Universitas Pasundan Bandung	Fenomena <i>Indovidgram</i> Pada Media Sosial <i>Instagram</i> di Kalangan Mahasiswa Fisip	1. Bagaimana kegiatan <i>Indovidram</i> pada media sosial <i>Instagram</i>	Konstruksi Realitas Sosial	Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa kegiatan <i>Indovidgram</i> pada media sosial <i>Instagram</i> cenderung digunakan sebagai media ekspresi dan penuangan ide kreatif. Karena konten atau fitur yang tersedia pada media

		Universitas Pasundan Bandung	<p>menjadi media ekspresi dan penuangan ide kreatif bagi mahasiswa?</p> <p>2. Bagaimana kegiatan <i>Indovidram</i> pada media sosial <i>Instagram</i> menjadi media komunikasi bagi mahasiswa?</p>		sosial <i>Instagram</i> sangat menunjang untuk penyaluran minat dan kreatifitas para pelaku kegiatan <i>Indovidgram</i> .
3	Annisa Febrina/2019/Universitas Pembangunan Panca Budi	Motif Orang Tua Mengunggah Foto Anak di <i>Instagram</i> (Studi Fenomenologi Terhadap Orang Tua di Jabodetabek)	1. Apa dan bagaimana motif para orang tua dalam mengunggah foto anak di akun <i>Instagram</i> ?	Fenomenologi	Hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, terdapat beberapa motif karena (<i>because motives</i>) dalam mengunggah foto anak di <i>Instagram</i> yang digerakkan oleh 2 hal yaitu pengalaman tentang album foto di masa lalu dan gangguan serta keterbatasan teknologi yang dimiliki oleh para orang tua. Sedangkan motif untuk (<i>in order to motives</i>) yang ditemukan terkait dengan 3 hal. pertama, berkaitan dengan upaya orang tua untuk menjadikan anak mereka dikenal oleh banyak orang. Kedua, berkaitan dengan sebuah tuntutan untuk berbagi <i>moment</i> perkembangan anak kepada orang lain. Ketiga, sebagai upaya untuk mewujudkan rasa bangga dan bersyukurnya para orang tua atas apa yang mereka miliki saat ini.

Perbandingan antara penelitian terdahulu dan peneliti terdapat persamaan dan perbedaan yaitu sebagai berikut:

1. Perbandingan peneliti dengan penelitian Halimah Dian Kesuma. 2018. Fenomenologi Penggunaan *Instagram Stories* Bagi Mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Persamaan penelitian Halimah Dian Kesuma dengan peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang penggunaan *Instagram Stories* dengan menggunakan pendekatan metode kualitatif, sementara perbedaan penelitian Halimah Dian Kesuma dengan peneliti yaitu mengenai informan/narasumber yaitu mahasiswa sedangkan peneliti memilih pada dosen-dosen wanita di Universitas Islam Riau.
2. Perbandingan peneliti dengan penelitian Meilani Maryam. 2015. Fenomena *Indovidgram* Pada Media Sosial *Instagram* di Kalangan Mahasiswa Fisip Universitas Pasundan Bandung. Persamaan penelitian Maryam dengan peneliti yaitu sama-sama meneliti mengenai *Instagram* yang berfokus pada media sosial di *Instagram*. Yang membedakannya adalah teori yang digunakan, penelitian

Maryam menggunakan teori Konstruksi Realitas Sosial. Sedangkan peneliti menggunakan teori Fenomenologi.

3. Perbandingan peneliti dengan penelitian Annisa Faberina, 2019. Motif Orang Tua Mengunggah Foto Anak di *Instagram* (Studi Fenomenologi Terhadap Orang Tua di Jabodetabek). Persamaan penelitian Diandra Teviani dengan peneliti yaitu sama-sama membahas tentang motif dengan menggunakan teori Fenomenologi, yang membedakannya adalah penelitian Annisa Febrina berfokus pada motif orang tua dalam mengunggah foto anak di *Instagram*, sedangkan peneliti berfokus pada Motif Penggunaan *Instagram Stories* Oleh Dosen Universitas Islam Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penggunaan metode deskriptif berarti peneliti menganalisa data yang dikumpulkan yaitu berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Data tersebut berupa naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2010:11).

Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang mendalam (*in-depth*), berorientasi pada kasus dari sejumlah kecil kasus, termasuk satu studi kasus. Penelitian kualitatif berupaya menemukan data secara terperinci dari kasus tertentu, sering kali dengan tujuan menemukan bagaimana sesuatu terjadi, dan tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk membuat suatu fakta guna dapat dipahami. Metode penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk melihat perilaku dalam situasi yang sebenarnya tanpa adanya rekayasa yang terkadang terjadi pada penelitian eksperimental atau survei. Teknik kualitatif dapat meningkatkan kedalaman pemahaman peneliti terhadap fenomena yang tengah diteliti, khususnya jika fenomena tersebut belum pernah diteliti sebelumnya. Selain itu, metode kualitatif bersifat fleksibel sehingga memungkinkan peneliti untuk mempelajari berbagai bidang baru yang menarik (Morissan, 2014:22).

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Yang menjadi subjek pada penelitian ini adalah dosen wanita di Universitas Islam Riau. Subjek dalam penelitian ini peneliti pilih berdasarkan kriteria dan keaktifan dari pengguna *Instagram Stories*. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah dengan karakteristik:

- a. Memiliki akun *Instagram*
- b. Pengguna *Instagram Stories* merupakan dosen Universitas Islam Riau
- c. Pengguna merupakan informan aktif dalam mengakses *Instagram*, dan informan merupakan pengguna aktif *Instagram Stories* sekurang-kurangnya dalam sehari mengakses *Instagram* dan *Instagram Stories* 30 menit sampai 1 jam dalam sehari. Dan kegiatan yang dibagikan di *Instagram Stories* sekurang-kurangnya dalam mengunggah kegiatan tersebut 2 hingga 5 kali *Stories* dan hal itu termasuk membuat *status*, mengunggah video dan foto, serta membuat *quotes* (Rizki, 2017:6).

Dari keseluruhan jumlah dosen di Universitas Islam Riau adalah sebanyak 486 orang, dan pada jumlah keseluruhan tersebut yang menetap sebagai dosen yayasan di Universitas Islam Riau berjumlah 377 orang, sebagai PNS (Pegawai Negeri Sipil) berjumlah 45 orang, dan sebagai kontrak berjumlah 64 orang.

Berdasarkan masing-masing jumlah di atas yang sudah di survei, maka yang menjadi subjek pada penelitian ini adalah 6 orang informan dari 43 akun *Instagram* yang peneliti *follow* pada dosen yayasan Universitas Islam Riau, dan yang tidak mengkonfirmasi berjumlah 2 orang dosen wanita. Seperti pada kriteria yang di atas dan keseluruhan dari 43 akun yang telah di *follow* peneliti hanya memilih 6 informan, karena pada 6 informan tersebut termasuk pada kriteria yang peneliti tetapkan sebagai pengguna yang dominan aktif menggunakan *Instagram Stories*. Dan dari 6 informan yang telah peneliti pilih sebagai informan termasuk pada homogen, dimana informan tersebut adalah bagian dari yang hanya satu macam.

2. Objek Penelitian

Yang menjadi objek penelitian ini adalah “Motif Penggunaan *Instagram Stories* Oleh Dosen di Universitas Islam Riau”.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pekanbaru khususnya pada Universitas Islam Riau sehingga memungkinkan peneliti untuk mendapat data-data yang sesuai dengan masalah penelitian. Di samping itu, keterbatasan kemampuan peneliti terhadap pengumpulan data, maka peneliti hanya mengambil fokus ini berada dekat dengan sekitar lingkungan di Universitas Islam Riau.

2. Waktu Penelitian

Tabel 3.1
Rencana Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	2019												2020		Ket						
		Bulan dan Minggu Ke																				
		Januari s/d Mei								Jun		Juli s/d Oktober		Nov			Des		Jan			
		4	1	2	3	2	2	3	3	4	3	4	4	1	2		1	3	1	2	3	1
1	Penyusunan Proposal dan Bimbingan	x	x	x	x	x	x															
2	Seminar Proposal																					
3	Revisi																					
4	Riset Lapangan																					
5	Konsultasi Bimbingan Skripsi																					
6	Ujian Komprehensif																					
7	Revisi																					
8	Pengesahan Skripsi																					
9	Penggandaan Serta Penyerahan Skripsi																					

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dapat diperoleh langsung dari lapangan atau tempat penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data adalah dosen-dosen wanita di Universitas Islam Riau yang aktif menggunakan media sosial *Instagram Stories*. Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data tersebut melalui wawancara langsung kepada pengguna aktif *Instagram Stories*.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Peneliti mengungkapkan data sekunder ini untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan melalui wawancara dan dokumentasi dengan informan yang telah peneliti pilih (Kriyantono, 2006:42) .

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara dapat berarti banyak hal atau wawancara memiliki banyak defenisi tergantung konteksnya. Menurut Moleong (2005) dalam (Herdiansyah, 2013:29), wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Herdiansyah, 2013:29). Pada penelitian ini wawancara dilakukan kepada 6 informan yang memenuhi kriteria yang peneliti tetapkan sebagai pengguna aktif media sosial *Instagram Stories*.

2. Observasi

Observasi berasal dari bahasa latin yang berarti memperhatikan dan mengikuti. Memperhatikan dan mengikuti dalam arti mengamati dengan teliti dan sistematis sasaran perilaku yang dituju (Banister, *et al*, 1994). Cartwright & Cartwright mendefenisikan sebagai suatu proses melihat, mengamati, dan mencermati serta “merekam” perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi ialah suatu kegiatan

mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis (Herdiansyah, 2014:131).

Pengamatan yang akan peneliti lakukan dalam penelitian ini berupa pengamatan secara *online* di dalam *Instagram* dan pengamatan langsung, dengan langkah sebagai berikut :

- a. Mengikuti akun *Instagram* informan.
- b. Mulai berinteraksi pada informan melalui *direct message*.
- c. Melihat *Instagram Stories* informan.
- d. Setelah melihat *Instagram Stories* informan, peneliti melakukan pemilihan khusus terhadap *Instagram Stories* informan yaitu *random* (acak), karena berdasarkan dari pengamatan peneliti pengguna *Instagram Stories* membagikan kegiatannya tidak tetap.
- e. Kemudian menelusuri atau mengamati setiap hari *Instagram Stories* oleh pemilik akun di *Instagram* berapa kali dalam mengunggah ke dalam *Instagram Stories* mulai dari postingan awal hingga postingan akhir.
- f. Setelah mengamati informan di media sosial, peneliti akan melakukan pengamatan langsung dengan cara mengikuti atau berkunjung di kediaman informan.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2007) dalam (Gunawan, 2014:175) mengatakan bahwa dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari

seseorang. Hasil penelitian akan lebih dapat dipercaya jika didukung oleh dokumen. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber non insani. Sumber ini terdiri dari dokumen dan rekaman (Gunawan, 2014:175).

Adapun yang menjadi dokumentasi peneliti adalah data dari pengguna aktif *Instagram Stories* serta bentuk-bentuk kegiatan yang dilakukan oleh pengguna selama menggunakan jejaring sosial *Instagram Stories* oleh dosen-dosen wanita di Universitas Islam Riau.

F. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data

Menurut Moleong (2004:330) dalam (Gunawan, 2014:219) mengatakan bahwa untuk mengecek keabsahan data tersebut, peneliti menggunakan dengan teknik triangulasi. Triangulasi adalah suatu pendekatan analisa data yang mensintesa data dari berbagai sumber. Wiersma mengemukakan triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dapat disimpulkan bahwa triangulasi merupakan suatu cara mendapatkan data yang benar-benar absah dengan menggunakan pendekatan metode ganda. Triangulasi sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu sendiri, untuk keperluan pengecekan data atau sebagai pembanding terhadap data itu (Gunawan, 2014:219).

Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi data (triangulasi sumber) yaitu guna membandingkan data dari hasil pengamatan dengan hasil wawancara sebelumnya dan membandingkan wawancara dengan isi yang berkaitan (Moleong, 2004: 178).

G. Teknik Analisis Data

Melakukan analisis berarti melakukan kajian untuk mengenali struktur suatu fenomena. Analisis dilaksanakan dengan melakukan telaah terhadap fenomena-fenomena secara keseluruhan, maupun terhadap bagian-bagian yang membentuk fenomena tersebut serta hubungan keterkaitan di antara unsur pembentukan fenomena (Iskandar, 2008:254). Bogdan menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang apat diceritakan kepada orang lain (Sugiyono, 2006:274).

Untuk menganalisis data yang diperoleh dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif, yang

digunakan untuk menganalisa data, baik data dari hasil wawancara, observasi, maupun dokumentasi, dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul dari lapangan guna memperoleh bentuk nyata dari hasil tersebut. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi dari unggahan kegiatan yang dilakukan di *Instagram Stories* pada akun informan yang terpilih menjadi bahan sebagai analisis untuk mendapatkan hasil dari masalah penelitian. Karena penelitian bersifat kualitatif, maka dilakukan analisis data pertama dikumpulkan hingga penelitian berakhir secara simultan dan terus menerus. Selanjutnya interpretasi atau penafsiran data dilakukan dengan mengacu kepada rujukan teoritis yang berhubungan dengan permasalahan penelitian, analisis data tersebut meliputi :

1. Reduksi Data

Data yang di peroleh dan dicatat dari lapangan yang jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data dimana peneliti akan memfokuskan pada hal-hal penting untuk mendapatkan data yang telah direduksi dan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data (Sugiyono, 2014:92).

2. *Display*/penyajian Data

Miles and Huberman (1984) dalam (Sugiyono, 2014:95) mengatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data

dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut (Sugiyono, 2014:95).

3. Mengambil Kesimpulan Lalu di Verifikasi

Miles and Huberman dalam (Sugiyono, 2014:99) memaparkan bahwa pada langkah ini adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti yang telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada dilapangan (Sugiyono, 2014:99).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Lokasi Penelitian

a. Gambaran Umum Universitas Islam Riau

Universitas Islam Riau merupakan perguruan tinggi tertua di Provinsi Riau, berdiri pada tanggal 4 September 1962 M bertepatan dengan tanggal 23 Dzulqoidah 1382 H, di bawah naungan Yayasan Lembaga Pendidikan Islam (YLPI) Riau. Diantara tokoh pendiri Universitas Islam Riau Dt. Wan Abdurrahman, Soeman Hasibuan, H. Zaini Kunin, H.A. Malik, H. Bakri Sulaiman, A. Kadir Abbas, dan H. A. Hamid Sulaiman. Pertama kali Universitas Islam Riau hanya memiliki satu Fakultas saja, yaitu Fakultas Agama dengan 2 (dua) jurusan yaitu Jurusan Hukum dan Jurusan Tarbiyah.

Pembangunan gedung di Universitas Islam Riau tidak hanya berhenti pada satu titik itu saja, namun Universitas Islam Riau juga mengembangkan beberapa gedung lainnya yang saat ini sudah berdiri kokoh serta sudah resmi untuk digunakan. Namun itu semua berkat kejelian dan kegigihan dari Pimpinan Yayasan Lembaga Pendidikan Islam (YLPI) Universitas Islam Riau dengan mengusahakan pembelian lahan, yang pada saat itu pembangunan pertama dibangun pada Fakultas Hukum, Fakultas Agama Islam, Fakultas Pertanian, Fakultas Teknik,

Fakultas Ekonomi, FKIP, Fisipol, Fakultas Psikologi, terakhir pada Fakultas Ilmu Komunikasi dan Pascasarjana. Saat ini Universitas Islam Riau terdiri dari 42 prodi, serta memiliki jumlah dosen PNS (Pegawai Negeri Sipil) 45 orang, yayasan sebanyak 377 orang, kontrak 64 orang, dan keseluruhan tersebut berjumlah 486 orang.

b. Visi Misi dan Tujuan

Visi Universitas Islam Riau

“Menjadi Universitas Islam Unggul dan Terkemuka di Asia Tenggara pada tahun 2020”.

Misi Universitas Islam Riau

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang berkualitas.
2. menyelenggarakan penelitian yang kreatif dan inovatif untuk memperkaya kahasah ilmu pengetahuan dan menciptakan inovasi baru.
3. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat sebagai tanggungjawab sosial kemasyarakatan.
4. Menyelenggarakan dakwah islamiah dan pengintegrasian keislaman dan ilmu pengetahuan.
5. Menyelenggarakan manajemen Universitas yang bersih dan transparan.
6. Membangun kemitraan yang saling menguntungkan dengan perguruan tinggi, industri, masyarakat dan pemerintah, baik lokal, nasional maupun internasional.

Tujuan Universitas Islam Riau

1. Menghasilkan lulusan yang berdaya saing, berkarakter, bermoral, beretika dan berakhlak serta berintegritas tinggi sesuai dengan tuntutan masyarakat lokal, nasional dan Internasional.
2. Menghasilkan inovasi sebagai landasan dalam penyelenggaraan pendidikan serta pengembangan, dan penyebarluasan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni (IPTEKS), untuk mendukung pembangunan daerah, nasional dan internasional;
3. Menghasilkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mampu mendorong potensi SDM dan SDA dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan, terutama dalam mengembangkan pola ilmiah pokok, yakni pembangunan wilayah pedesaan;
4. Menghasilkan masyarakat madani berlandaskan nilai-nilai ke islamian;
5. Terwujudnya pengelolaan Universitas Islam Riau yang terencana, produktif, efektif, efisien dan akuntabel;
6. Meningkatkan kualitas penyelenggaraan pendidikan, penelitian, pengabdian kepada masyarakat dan dakwah islamiyah serta memperkuat daya saing Universitas Islam Riau di Asia Tenggara¹⁰.

¹⁰ <https://uir.ac.id/sejarah/> di unduh pada tanggal 10 Juli 2019

Tabel 4.1
Data Dosen Universitas Islam Riau

No	Nama Fakultas	Pns	Yayasan	Kontrak	Jumlah Dosen
1	Fakultas Hukum	4	36	7	47
2	Fakultas Agama Islam	-	19	12	31
3	Fakultas Pertanian	9	28	3	40
4	Fakultas Teknik	4	60	9	73
5	Fakultas Ekonomi	3	40	11	54
6	Fkip	17	111	8	136
7	Fisipol	6	59	11	76
8	Fakultas Psikologi	1	12	2	15
9	Fikom	1	10	3	14
Total					486

Sumber : Biro Administrasi dan Pelayanan (2019)

B. Hasil Penelitian

Pada hasil penelitian ini, peneliti akan memaparkan dari keseluruhan data yang sudah didapatkan. Hasil ini diperoleh dari kegiatan, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber, maka hasil dari penelitian tersebut yang nantinya akan dipaparkan pada pembahasan ini. Untuk membahas lebih jauh lagi maka peneliti akan menjelaskan terlebih dahulu secara umum identitas subjek penelitian dan memaparkan hasil penelitian sebagai berikut :

Identitas Informan Penelitian

a. Informan Utama Penelitian

- 1) Nama Lengkap : Tengku Nila Fadhlia, S. Psi., M. Psi.
Akun *Instagram*: @tengkunila
Jabatan : Lektor
Fakultas : Psikologi
Usia : 35 Tahun
- 2) Nama Lengkap : Laila Fitriah, S.Sn., M.A.
Akun *Instagram*: @lailafitriahzamri
Jabatan : Asisten Ahli
Fakultas : Fkip Sendratasik
Usia : 31 Tahun
- 3) Nama Lengkap : Sri Wahyuni, S.Pd., M.Pd.
Akun *Instagram*: @sriwahyunialfian
Jabatan : Lektor
Fakultas : Fkip Bahasa Inggris
Usia : 30 Tahun
- 4) Nama Lengkap : Dita Fisdian Adni, S.IP., M.IP.
Akun *Instagram*: @fisdianfisdian
Jabatan : Asisten Ahli
Fakultas : Fisipol Ilmu Pemerintahan
Usia : 27 Tahun
- 5) Nama Lengkap : Dr. Raja Ria Yusnita, S.E., M.E.
Akun *Instagram*: @rajaria_ahmad
Jabatan : Asisten Ahli
Fakultas : Fekon Manajemen
Usia : 31 Tahun
- 6) Nama Lengkap : Mira Hafizhah Tanjung, S.T., M.Sc.
Akun *Instagram*: @mayrha_hafiza
Jabatan : NF
Fakultas : Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota
Usia : 35 Tahun

1. Hasil Wawancara

Hasil wawancara merupakan data-data penelitian yang diperoleh dengan kegiatan tanya jawab dengan subjek.

a. Motif Penggunaan *Instagram Stories* Oleh Dosen Universitas Islam Riau

Hal ini untuk mengetahui apa sebenarnya yang menjadi motif bagi dosen wanita di Universitas Islam Riau dalam mengunggah kegiatan mereka di fitur *Instagram Stories*. Untuk itu di dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz yang inti dari pemikirannya adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Dimana, tindakan sosial tersebut merupakan tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan akan datang. Untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang, Schutz mengelompokkannya dalam dua *fase*, yaitu :

Because motives (Weil Motiv)

Yaitu tindakan yang merujuk pada masa lalu. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya dalam menggunakan media sosial *Instagram Stories* tentu ada hal yang melatarbelakanginya.

Berikut wawancara yang peneliti lakukan dengan ke enam informan mengenai motif penggunaan *Instagram Stories* oleh dosen Universitas Islam Riau dengan informan pertama yaitu dosen

@tengkunila terkait dengan kapan mulanya menggunakan *Instagram* dan fitur *Instagram Stories*, berikut hasil dari wawancaranya :

Kalau main *Instagram*-nya udah lama sih, saya mulai menggunakan *Instagram* itu tahun 2012, tapi sebelum ada *Instagram* saya dulunya sempat menggunakan *Friendster* dan itu tidak terlalu lama. Kalau *Instagram Stories*-nya saya mulai menggunakannya di tahun 2017 pertengahan mau dekat akhir gitulah (Wawancara pada tanggal 02 Juli 2019).

Menurut dosen @lailafitriahzamri dalam hasil wawancara yang disampaikan yaitu :

Mulai menggunakan *Instagram* di tahun 2014, tapi dulukan fitur *Instagram Stories* belum ada cuma buat *upload* foto kan, dan pada saat itu saya pakai *Path* tapi itu masih privasi dan gak semua orang bisa berteman kan, nah makanya setelah muncul *Instagram Stories* tahun 2016 akhir itu saya sudah gunain, tapi masih perlahan dan yang bener-bener aktifnya itu di tahun 2017 (Wawancara pada tanggal 28 Juni 2019).

Sedangkan menurut dosen @sriwahyunialfian melalui wawancaranya yang ia sampaikan sebagai berikut :

Kalau gak salah saya mulai gunakan *Instagram* di tahun 2015, dan mulai gunakan fitur *Instagram Stories*-nya mulai tahun 2017 lah, itu pun yang sering pake fitur *Instagram Stories*-nya tahun 2018 sampai sekarang tapi ya ndak begitu *update* lah (Wawancara pada tanggal 12 Juli 2019).

Hal ini juga tidak jauh berbeda seperti yang disampaikan oleh dosen @fisidianfisidian melalui wawancaranya sebagai berikut :

Gunain *Instagram* itu seingat saya di tahun 2015 atau gak 2016 gitulah, dan gunain *Instagram Stories*-nya di akhir-akhir tahun 2017, nah pas pertama muncul itu saya gak ngeh kan kalau di tahun 2016 sudah ada fitur *Instagram Stories*, dan saya tau itu karena ngeliat punya orang (Wawancara pada tanggal 05 Juli 2019).

Hal ini juga sama dengan yang disampaikan oleh dosen

@rajaria_ahmad melalui hasil wawancaranya sebagai berikut :

Mulai menggunakan *Instagram* di tahun 2015 saya udah gunain, dan setelah fitur *Instagram Stories* muncul di tahun 2016, ya ketika itu juga Ibuk langsung gunain cuma pada saat itu kan belum banyak muncul macam-macamnya tapi saya paham gimana cara gunain fitur *Instagram Stories*-nya, ooh ternyata fitur ini untuk gunain cerita (Wawancara pada tanggal 12 Juli 2019).

Dan hal ini yang juga disampaikan oleh dosen @mayrha_hafiza melalui wawancaranya sebagai berikut :

Tahun 2013 saya sudah gunain, jadi dari *Instagram* belum *booming* sampai sekarang sudah *booming* dan orang-orang banyak pake jadi saya sudah punya gitu dan saya tidak ganti-ganti akun. Dan gak lama di tahun 2016 *Instagram Stories* muncul di tahun yang sama juga saya gunain kayanya gak lama setelah sebulan dua bulan saya sudah gunain (Wawancara pada tanggal 09 Juli 2019).

Dari ke enam informan peneliti menyimpulkan bahwa 3 informan mengatakan awal mulai menggunakan *Instagram* pada tahun 2015, seperti yang disampaikan oleh dosen @sriwahyunialfian, @fisdianfisidian dan @rajaria_ahmad. Berbeda halnya dengan 3 informan lainnya yang mengatakan bahwa mulai menggunakan *Instagram* seperti yang disampaikan dosen @tengkunila pada tahun 2012, dosen @lailafitriahzamri pada tahun 2014, dan dosen @mayrha_hafiza pada tahun 2013. Awal mereka beralih menggunakan *Instagram* dikarenakan dari beberapa informan bahwa saat dulu sebelum *Instagram* ada mereka lebih dulu menggunakan *Facebook*, *Friendster*, dan *Path*. Sedangkan menggunakan fitur *Instagram Stories* ke 4 informan mengatakan mereka mulai menggunakannya pada tahun 2016 setelah munculnya fitur

Instagram Stories di tahun itu juga mereka mulai menggunakannya. Dan dua informan diantaranya dosen @tengkunila dan dosen @sriwahyunialfian aktif menggunakan *Instagram Stories* pada tahun 2017.

Melalui teori Fenomenologi Alfred Schutz tentunya beberapa dari ke enam informan memiliki alasan yang akhirnya memutuskan mengapa ia menggunakan *Instagram Stories*, berikut hasil wawancara yang dilakukan kepada dosen @tengkunila yaitu :

Alasan saya gunain *Instagram* itu karena saya suka foto, suka memfoto, saya suka *photography* karena saya *photographer* dari *handphone* karena pada saat itu saya tidak punya kamera. Walaupun media sosial lain saya punya seperti *Facebook*, *Path*, *Line*, *Twitter*, dan hampir media sosial saya punya, cuma yang paling sering dan aktif saya buka itu *Instagram*. Karena buat saya postingan yang saya unggah di *Instagram Stories* itu sesuatu yang bisa saya tengok lagi kapan-kapan, jadi itu menurut saya sangat berarti dan bagus (Wawancara pada tanggal 02 Juli 2019).

Hal ini juga dirasakan oleh dosen @lailafitriahzamri yang juga tidak jauh berbeda dari hasil wawancaranya sebagai berikut :

Kalau bagi saya *Instagram Stories* itu memudahkan saya untuk menyimpan kenangan yang kita abadikan. Awalnya saya sempet kepengen punya kamera kan untuk bisa merekam ataupun video tentang apa yang jadi momen penting, karena saya tergolong orang yang suka inget-inget sama masa lalu gitu jadi saya suka buka album-album lama dan dengan adanya *Insta Stories* ini terbantu sekali. Kenapa menggunakannya karena memang *Instagram* sudah ada fitur barunya jadi saya bisa menyimpan video tentang anak dan memasak saya ke *Insta Stories* dan itu jadi memori buat saya, apabila suatu saat hp saya ada mengalami masalah kan bisa liat dari situ gitu. Dan keluarga yang jauh pun bisa melihat perkembangan gimana kesehariannya anak saya dari sana walaupun kita berjauhan serasa dekat karena liat itu gitu (Wawancara pada tanggal 28 Juni 2019).

Sedangkan menurut dosen @sriwahyunialfian yang juga menyampaikan hasil wawancaranya sebagai berikut :

Mungkin karena *Instagram* juga salah satu sosial media yang lagi *booming* sekarang makanya saya pake *Instagram* gitu. Ya walaupun dulunya pun penyimpanan untuk *device* juga kecil jadi saya memaksimalkan potensi yang positif yang ada pada *device*-nya sendiri ataupun sosial medianya sendiri ya mungkin orang sudah punya *handphone* yang canggih sudah bisa gunain *Instagram*, tapi karena saya belum punya ya gak apa-apa gitu. Kenapa makeknya sih karena kadang kan kita punya kegiatan-kegiatan yang positif ya, terus untuk mengekspresikan *emotions* yaitu *filling*, tapi satu *filling emotions* yang bisa dijadikan konsumsi publik gitu ya jadi ndak emosi atau luapan yang berlebihan gitu yang seharusnya tidak diumumkan ke publik (Wawancara pada tanggal 12 Juli 2019).

Berbeda halnya dengan dosen @fisidianfisidian yang menyampaikan hasil wawancaranya sebagai berikut :

Sebenarnya gak ada tujuan khusus sih cuma pengen kaya misalnya kemarin tuh lagi jalan-jalan biar adalah memorinya gitu. Momen-momen yang saya *update* itu kaya pas lagi liburan atau ada acara-acara. Tapi pas kebetulan momennya tidak pas ya saya gak *update*, pas emang kebetulan ada ya saya abadikan di dalam *Insta Stories*. Kalau pas lagi gak ada kerjaan ya saya emang suka buka *Instagram* daripada sosial media yang lain (Wawancara pada tanggal 05 Juli 2019).

Sedangkan menurut dosen @rajaria_ahmad yang menyampaikan bahwa tertariknya karena *Instagram* ada fitur baru lengkap seperti yang disampaikannya sebagai berikut :

Karena bagi saya dulu media untuk berbagi foto juga masih jadul-jadul kali, jadi saya gak terlalu suka membagikan foto. Nah kalau sekarang saya memang aktif di media sosial tertariknya disini dia kan mengeluarkan gak foto aja tapi kita bisa kasih *captions* gitu kan, kalau untuk *Insta Stories*-nya dia kan lebih-lebih apa ya dari yang lain lebih lengkaplah gitu kita masukin cerita kita *tag* lokasinya bisa *tag* semuanya terus kita bisa kasih informasi sama

orang lain ohh lagi ada ini ya. (Wawancara pada tanggal 12 Juli 2019).

Dan menurut dosen @mayrha_hafiza yang menyampaikan dari hasil wawancaranya yaitu :

Mungkin saya lebih kek gini mudah dalam berkomunikasi, saya ngerasa banyak kemudahan yang bisa dirasakan, terus kalau misalnya di bidang pekerjaan saya juga. Kaya misalnya ada hal yang saya *update* di *Insta Stories* respon dari mereka lebih cepet daripada lewat *Whatsapp* saya, dan saya bilang saya di kampus dari jam sekian sampe jam sekian gitu silahkan temui saya karena biasanya gitu saya. Ini tu saya hidup di dua zaman gitu dan di zaman kalian yang sudah hitek dan saya yang tidak begitu hitek gitu. Saya cuma ngerasa orang jadi cenderung jadi mau tau gitu. (Wawancara pada tanggal 09 Juli 2019).

Dari hasil wawancara di atas dengan ke enam informan peneliti menyimpulkan bahwa alasan dari para dosen wanita memutuskan menggunakan *Instagram Stories* peneliti menemukan bahwa dua diantara yang lain mengatakan dengan alasannya seperti yang disampaikan oleh dosen @tengkunila bahwa ini adalah karena ia suka memfoto objek atau yang disebut *photographer* dari *handphone* karena ia tidak memiliki kamera karena dana tidak ada. Tapi hadirnya *Instagram Stories* dosen @tengkunila dapat *mengeksplor* hobinya dengan mengabadikan hasil objek yang di photo melalui *Instagram Stories*. Sama halnya dengan yang dirasakan oleh dosen @lailafitriahzamri bahwa ia dulunya ingin memiliki kamera tapi ternyata terhambat dengan dana yang tidak ada untuk membeli kamera yang bagus. Dan ia bersyukur bahwa adanya *Instagram Stories* ini sangat bisa membantunya untuk bisa menyimpan kenangan tentang seputar perkembangan anak dan hobi dalam memasaknya yang di *eksplor*

melalui *Instagram Stories*. Tak jauh berbeda seperti dosen @fisidianfisidian karena ingin memiliki memori untuk diabadikan dengan catatan bahwa itu adalah momen yang pas atau cocok untuk diabadikan.

Sedangkan dengan informan lainnya seperti yang disampaikan oleh dosen @sriwahyunialfian menggunakan *Instagram* karena sedang *booming* namun terhambatnya dulu ia penyimpanan aplikasi pada *handphone* tidak memadai sehingga yang mengakibatkan ia lama menggunakannya karena ada faktor tersebut. Berkaitan dengan itu alasan beliau adalah karena untuk kegiatan yang positif dan *filling emotions*. Lain halnya dengan dosen @rajaria_ahmad bahwa alasan menggunakannya karena dulu teknologinya masih jadul-jadul sehingga tidak suka memposting foto ataupun video, tetapi karena *Instagram Stories* ada dan lengkap dengan fitur lainnya sehingga ia pun ingin mengabadikannya melalui *Instagram Stories*. Sedangkan dari dosen @mayrha_hafiza bahwa alasannya menggunakan *Instagram Stories* karena ia merasa komunikasi jadi lebih mudah dan respon yang diterima lebih cepat, karena ia merasa serasa ada hidup diantara dua zaman yang belum hitek dan yang sudah hitek jadi orang pun ingin tau mengenai hal kegiatannya.

Berkaitan dengan adanya fitur baru di *Instagram Stories* yang baru-baru saja ramai dipergunakan oleh kalangan dosen tentunya berkaitan dengan unggahan foto ataupun video, seperti hasil dari wawancara yang disampaikan oleh dosen @tengkunila sebagai berikut :

Saya lebih suka memposting foto yang terkait dengan *travelling* ya karena itu tadi saya hobi *photography*, tergantung juga kadang saya buat *caption* untuk foto yang di unggah, alasan saya memilih foto karena foto banyak menceritakan banyak hal dan foto itu saya lihat memang *angel* ngambilnya pertama tu terus komposisinya jadi gak cuman sekedar foto gitu lo, tapi saya bukan hanya posting sekedar foto saja tapi kalau disini saya posting terkait dengan keluarga, anak, kegiatan saya, teman-teman juga tetapi gak mesti kegiatan saya aja dan saya posting itu yang menurut saya menarik (Wawancara pada tanggal 02 Juli 2019).

Hal ini juga tidak jauh berbeda dengan yang disampaikan oleh dosen @lailafitriahzamri dari hasil wawancaranya sebagai berikut :

Sebelum saya menikah memang saya sudah hobi memasak nah sejak *Insta Stories* ada saya lebih suka bagikan lewat *Instagram* karena seperti sekarang yang lihat juga banyak dulu suka bagiin tapi ya gitu kan gak banyak yang lihat, tapi lebih kepada anak sih, paling betah dan paling lama biasanya nyampe 30 menitlah itu udah buka dan *update* juga. Kalau buat anak itu hampir setiap hari kaya dari mulai dia bangun sampe dia tidur kadang belum tidur pun ada yang menarik apanya nah nanti di cekrek lagi di videoin lagi (Wawancara pada tanggal 28 Juni 2019).

Berkaitan dengan konten apa yang sering di unggah menurut dosen @sriwahyunialfian dari hasil wawancaranya sebagai berikut :

Kalau *update* di *Insta Stories* ya lebih ke foto, ya kadang-kadang ada video juga tapi lebih seringnya foto. Kadang ada juga Ibu guru yang kirimin video tentang anak saya kalau dia lagi sekolah kalau lucu gitu kan pasti saya *update* sih (Wawancara pada tanggal 12 Juli 2019).

Tidak jauh berbeda dengan yang disampaikan oleh dosen

@fisdianfisdian pada hasil wawancaranya sebagai berikut :

Kalau konten biasanya kaya misalnya pas ada kegiatan cuma ya gak semua kegiatan Ibuk di *update*, paling kaya ehh ini keren nih seperti foto PKKMB. Dulu ya saya memang suka foto terkait liburan tapi ya tidak terlalu sering, memang suka foto tapi bukan diri saya yang saya foto misalnya kaya objek yang gimana ya

suatu tempat palingan yang kaya-kaya gitu sih (Wawancara pada tanggal 05 Juli 2019).

Sedangkan menurut dosen @rajaria_ahmad dari hasil wawancaranya sebagai berikut :

Konten yang saya bagikan lebih ke video, video liburan tapi lebih sering anak-anak sih atau keponakan karena saya kan belum punya anak tapi punya ponaan asal dia kesini saya sering *Stories* in dia lagi nyanyi lagi apa, dulu sebelum *Instagram Stories* ada ya udah ada juga keponakan cuma dia kan gak tinggal sama saya kan dia tinggalnya di Rengat. Kalau video kan bisa liatin ke aktivitasnya dia dan kalau foto kan cuma sekilas kalau video kan bisa nunjukin kegiatannya lagi main bisa lihat kan (Wawancara pada tanggal 12 Juli 2019).

Seperti yang di dapatkan melalui hasil wawancara dengan dosen @mayrha_hafiza bahwa berkaitan dengan konten di *Instagram Stories* tidak jauh berbeda dengan dosen @rajaria_ahmad yaitu :

Video sih kayaknya, biasanya kaya mengenai keluarga ya anak-anaklah ya guna untuk menyenangkan diri sendiri juga. Sebenarnya dibilang gak ada gak juga ya tapi ada juga kaya misalnya memberitahukan kalau kaya ke *Insta stories* mungkin apa ya kaya ke kegiatannya saya untuk menunjukkan saya disini ya termasuk kepada perkembangannya anak, tapi mungkin saya tu termasuk orang yang tidak dibilang jarang sekali *update* tidak tapi dibilang *update* terus-terusan enggak gitu, tapi minimal ada gitu yang di *update* (Wawancara pada tanggal 09 Juli 2019).

Melalui konten unggahan di *Instagram Stories* peneliti menyimpulkan bahwa dari beberapa informan menyampaikan bahwa konten yang di unggah oleh dosen rata-rata ada yang video dan ada yang foto. Seperti yang disampaikan oleh dosen @lailafitriahzamri, @rajaria_ahmad, dan @mayrha_hafiza bahwa konten di *Instagram Stories* lebih menunjukkan kepada video mengenai perkembangan anak-

anaknya untuk menunjukkan kepada sanak keluarga yang jauh. Sedangkan unggahan foto yang disampaikan oleh dosen @tengkunila, @sriwahyunialfian, dan @fisdianfisidian bahwa mereka lebih menyukai foto *travelling* atau yang berkaitan dengan liburan dan foto yang berkaitan dengan dirinya.

Adanya *Instagram* saat ini membuat para dosen mengabadikan momen-momennya lewat fitur baru yaitu *Instagram Stories*. Melalui unggahannya dari para dosen tersebut mengatakan bahwa jika tidak mengabadikan ada hal yang dirasakan biasa-biasa saja serta ada yang menjawab bahwa *Instagram Stories* adalah kebutuhan, seperti yang didapat melalui hasil wawancara dengan dosen @tengkunila yaitu :

Enggak sih saya ngeunggah gak berdasarkan supaya orang liat, jadi walaupun orang gak ada liat ya biasa aja gitu, yang penting saya tu ya udah mau posting ya posting gitu suka-suka saya, kadang saya gak ngecek berapa orang yang liat cerita saya atau siapa aja yang ngeliat itu jarang saya cek. Kaya misalkan saya sedang di luar rutinitas saya ohh saya hari ini sampe kota mana misalkan haa itu mungkin ada saya foto karena saya tu sampe tempat baru kan dan saya seneng memfoto di tempat-tempat baru atau hal itu adalah sesuatu yang menarik untuk semua saya infokan ke *Insta Stories*. (Wawancara pada tanggal 02 Juli 2019).

Sedangkan menurut dosen @lailafitriahzamri dari hasil wawancaranya bahwa ia merasakan sepi seperti yang disampaikan sebagai berikut :

Ya seperti itulah udah mulai ngerasa sepi udah mulai merasakan yang seperti itu, ya mungkin karena salah satu *viewers* saya juga banyak, apalagi kalau saya buat *review-review* makanan, masakan, walaupun enak atau enggak ya ngerasa kebanggaan aja ternyata ada yang respek dengan apa yang kita *upload* dengan apa yang kita bagikan kan berarti maksudnya gak cuma buat gaya-gayaan kan

dan ternyata dengan kita membikin *Insta Stories* itu maksudnya ada apresiasi dari orang lain gitu. Apalagi pas lagi di *mall* ada tempat makan baru saya *update* ke *Insta Stories* berbagi informasi, karena biasanya kalau saya *update* di *Insta Stories* temen-temen juga nanya ini dimana. Kalau mau cepetnya sih saya yang original-original aja gak pernah edit-edit dan pakai *filter* seadanya aja. (Wawancara pada tanggal 28 Juni 2019).

Dan menurut dosen @sriwahyunalifian dari hasil wawancaranya sebagai berikut :

Enggak ada apa-apa sih, cuman ya biasa aja karena memang gak ada ya makanya gak apa-apa gitu artinya saya tidak tergantung gitu kan harus *update* di *Insta Stories*. Yang saya *update* juga gak menentu sih kadang ada dua nyampe lima juga, misalnya kaya hari ini gak ada tapi kalau pas ada kegiatan di luar aja sih. (Wawancara pada tanggal 12 Juli 2019).

Hal ini juga sama seperti yang dirasakan oleh dosen @fisidianfisidian bahwa ia merasa biasa-biasa saja seperti yang di dapat melalui hasil wawancaranya sebagai berikut :

Kalau untuk *Instagram*-nya gak buka sehari ya ngerasa kaya gak *update* gitu, tapi kalau untuk *Instagram Stories*-nya ya biasa aja. Kalau pas lagi *mood* ya saya *update* tapi kalau gak *mood* ya enggak gitu. Ya kalau saya *update* tu biar orang tau dan melihat ohh ternyata lagi ada acara ini dan lagi disini itu aja sih. (Wawancara pada tanggal 5 Juli 2019).

Hal ini pun tidak jauh berbeda dengan yang di sampaikan oleh dosen @rajaria_ahmad dengan hasil wawancaranya sebagai berikut :

Biasa aja sih, apalagi untuk saat ini saya lagi mengurusin akreditasi kan jarang kali *update* status di *Stories*, sering dulunya setiap hari pasti ada tapi semenjak beberapa bulan yang lalu udah jarang *update* status, konten yang dulu saya sering *update* bisa sampe banyak-banyak sekarang udah jarang paling cuma dua atau tiga atau bahkan hanya empat. Mulai bulan Januari deh kayaknya udah jarang, ada pun kalau sekarang kalau pengen ya tinggal klik aja gitu. (Wawancara pada tanggal 12 Juli 2019).

Dan hal ini juga sama seperti yang dirasakan oleh dosen

@mayrha_hafiza dari hasil wawancaranya sebagai berikut :

Biasa-biasa aja karena memang itu tadi saya bilang saya bukan termasuk orang suka *update-update* tan terus gitu kecuali saya ngerasa ohh ini lucu gitu di *update* atau lagi *have fun* gitu. Dan itu saya *update* juga pakai yang normal-normal aja lagian saya gak terlalu bisa juga. Karena saya *update* ya *update* aja gitu gak seperti orang-orang yang cukup *update* dari saya gitu. (Wawancara pada tanggal 09 Juli 2019).

Dari hasil wawancara di atas peneliti menyimpulkan bahwa dari keenam informan 5 diantaranya mengatakan bahwa apabila tidak mengunggah dalam satu hari saja mereka hanya merasa biasa saja hal ini yang disampaikan oleh dosen @tengkunila, @sriwahyunialfian, @fisidianfisidian, @rajaria_ahmad, dan @mayrha_hafiza. Sedangkan menurut dosen @lailafitriahzamri bahwa jika tidak menggunakan *Instagram Stories* satu hari saja ia merasa ada yang hilang, karena menurutnya *Instagram Stories* adalah bagian dari kebutuhan yang mana apabila tidak *update* dosen @lailafitriahzamri akan merasakan sepi paling tidak ia ada yang di *update* seperti *quotes*. Dua dosen lainnya yaitu @tengkunila dan @lailafitriahzamri menyampaikan bahwa dengan konten yang sering di unggahnya salah satunya untuk berbagi informasi mengenai tempat liburan ataupun seputar tempat makan, dan dosen @fisidianfisidian mengatakan bahwa ia mengunggah kontennya seputar informasi tentang kegiatan yang berkaitan dengan dirinya ataupun hal yang penting untuk dibagikan.

Melalui pemaparan yang telah di uraikan maka peneliti akan menganalisis hasil dari wawancara yang di dapat, dan untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang Schutz telah mengelompokkannya dalam dua *fase*, untuk mengkajinya maka menggunakan *in order to motive* (merujuk pada masa akan datang). Dimana pada tindakan yang dilakukan seseorang pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan yang mengacu kepada suatu keadaan dimana seseorang pasti berkeinginan untuk mencapainya melalui beberapa tindakannya tersebut (Elza, 2015:3). Berikut wawancara kepada ke enam informan mengenai motif penggunaan *Instagram Stories*, untuk itu peneliti akan menjabarkannya melalui hasil wawancara yang sudah di dapat di lapangan dengan informan pertama yaitu dosen @tengkunila terkait dengan apa yang dirasakannya saat unggahan di *Instagram Stories* di respon oleh *followers* yang lain, berikut hasil wawancaranya yaitu :

Ya saya merasa biasa aja, kalau buat saya hal itu menarik, lucu atau mungkin bermanfaat itu saya posting, tapi kalau misalkan kegiatan hari-hari rutinitas doang nih gak ada saya posting gitu. Kalau saya lagi keluar dari rutinitas saya itu saya unggah di *Insta Stories* bisa kaya jahitan panjangnya, karena menurut saya itu menarik, karena saya lihat sesuatu itu mau menunjukkan ke orang-orang ini nih tempat yang saya datangi, bukan buat pamer cuma biar orang lihat. Apalagi kalau saya posting kaya lagi di luar kota atau misalkan kemarin saya di luar negeri haa itu banyak banget yang komen, itu selalu ada yang ngasih reaksi *love*, komenan. Saya biasa aja cuma saya seneng ohh berarti dia tu memperhatikan saya gitu (Wawancara pada tanggal 02 Juli 2019).

Berbeda halnya dengan yang disampaikan oleh dosen

@lailafitriahzamri dari hasil wawancaranya sebagai berikut :

Ngerasa senenglah ada kepuasan yang saya dapat ya seperti waktu pas buat *review* video masak, karena dari yang saya *update* ternyata banyak yang merespon dan ini buat saya ngerasa puas. *Instagram Stories* itu udah jadi kebutuhan yang penting ada deh yang di buat di *Insta Stories* paling gak foto atau *quotes* (Wawancara pada tanggal 28 Juni 2019).

Hal ini juga dirasakan oleh dosen @sriwahyunialfian yang juga menyampaikan melalui hasil wawancaranya sebagai berikut :

Ngerasa seneng sih karena kaya apa yang saya bagikan ada dapat respon dari temen-temen, ada mahasiswa juga ternyata apa yang saya bagikan mereka merespon positif kaya saya yang pergi ke Padang itu kan saya *Insta Stories* kan, ada tanggapan respon juga sih kaya ehh udah nyampe sana aja, temen-temen nanya Ikip dimana gitu nanyanya (Wawancara pada tanggal 12 Juli 2019).

Sedangkan menurut dosen @fisdianfisdian melalui hasil wawancaranya yang menyampaikan sebagai berikut :

Ngerasa seneng sih, dan ada juga tanggapan positif kaya saya pergi liburan dan bilang ehh Ibuk kemana Ibuk liburan ya ajak-ajak lah kek gitu sih biasanya, ohh ternyata sudah di lihat orang banyak kan, ya berarti ada yang mantau dari unggahan saya gitu (Wawancara pada tanggal 05 Juli 2019).

Hal ini juga tak jauh seperti yang di ungkapkan oleh dosen @tengkunila dengan dosen @lailafitriahzamri melalui hasil wawancaranya dengan dosen @rajaria_ahmad sebagai berikut :

Yang jelas senang apabila Ibuk membagikan cerita gitu berarti *Stories* kita dibaca gitu kan, tapi yang jelas waktu Ibuk membagikan *Stories* itu gak ada niat untuk memamerkan, soalnya Ibuk gak pernah juga mamerin rumah Ibuk gak pernah atau mobil atau motor gitu yang jelas kalau lagi ada disuatu tempat gitu misalnya lagi liburan atau apa ooh ini begini (Wawancara pada tanggal 12 Juli 2019).

Dan menurut dosen @mayrha_hafiza yang menyampaikan melalui hasil wawancaranya sebagai berikut :

Biasa aja sih, karena saya berbagi di *Insta Stories* kan tidak terlalu yang *up to date* ya. Jadi kalau pun gak *update* ya enggak apa-apa gitu (Wawancara pada tanggal 09 Juli 2019).

Dari hasil wawancara di atas maka peneliti menyimpulkan dari ke enam informan yang memaparkan hasil wawancaranya mengenai apa yang dirasakannya saat unggahan tersebut di respon oleh *followers* lain, dan diantaranya yang merasakan senang yaitu dosen @lailafitriahzamri, @sriwahyunalfian, @fisdianfisdian, dan @rajaria_ahamad. Sedangkan dua dosen lainnya yaitu @tengkunila dan @mayrha_hafiza hanya merasakan biasa-biasa saja dari unggahan yang ada di *Instagram Stories* miliknya. Dengan demikian bahwa 4 dosen yang lainnya dengan keberadaan *Instagram Stories* rata-rata menjawab senang, karena dari unggahan tersebut ternyata *followers* lain banyak yang merespon.

Untuk melihat sejauh mana para dosen wanita menggunakan *Instagram Stories* maka peneliti akan memaparkan dari hasil wawancara kepada ke enam informan yang terkait dengan perubahan yang di dapat sebelum dan sesudah menggunakan *Instagram Stories*, berikut hasil wawancaranya dengan dosen @tengkunila yaitu :

Kalau perubahan yang jelas berarti kan kehidupannya jadi lebih terbuka gitu kan, jadi maksudnya tu kaya apa yang saya posting tentu akan diketahui oleh orang lain, nah itu aja jadi tentu saya akan memposting hal-hal apa yang saya rasa layak di ketahui oleh orang lain kan gitu. Dan ada juga pilihannya kan ke *close friend* aja

atau ada yang ke semua nah kalau misalkan saya rasa itu agak *private* mungkin hanya ke *close friend* saja. Tapi kalau tidak ya semua mungkin bisa lihat kan gitu. Perubahannya ya kehidupan kita jadi dapat dilihat orang, tapi selama saya *update* saya gak ada centang yang hijau itu ya semua yang *follow* saya jadi bisa lihat (Wawancara pada tanggal 02 Juli 2019).

Sedangkan menurut dosen @lailafitriahzamri dari hasil wawancaranya yang menyampaikan sebagai berikut :

Yang saya rasain sekarang ya bisa dengan mudah jumpa sama temen-temen lama melalui *Instagram* ataupun keluarga saya yang keberadaannya jauh dengan saya, nah kalau sekarang kan maksudnya kaya saya *share-share* makanan gitu kalau gak di *Insta Stories* kan lebih jelas apalagi kalau cuma foto kan lewat aja jadi lebih cepetnya di *Insta Stories* gitu, nah perubahan setelahnya ya itu jadi bisa berbagi maksudnya lebih semangat lagi kalau masak bikin juga nah resepnya kaya gini, dan jadi lebih banyak temen juga jadinya kan berbagi info.

Hal ini juga sama yang dirasakan oleh dosen @sriwahyunalfian yang menyampaikan dari hasil wawancaranya sebagai berikut :

Kalau sekarang lebih mempermudah aja sih, ya seperti yang saya katakan tadi kita bisa ketemu teman-teman lama melalui *Instagram*, saya *update* dan mereka liat kepoin *Instagram Stories* saya. Ohh ternyata ini lagi aktif ohh ini lagi enggak kek gitu (Wawancara pada tanggal 12 Juli 2019).

Tak jauh berbeda dengan yang dirasakan oleh dosen @fisdianfisdian yang merasakan bisa bertemu dengan teman lama dari hasil wawancaranya sebagai berikut :

Ya pasti ketemu temen-temen lama sd yang udah lama gak pernah ketemu kan ya jadinya kan saya dapat informasi tentang mereka dan seputaran informasi lainnya gitu (Wawancara pada tanggal 05 Juli 2019).

Sedangkan menurut dosen @rajaria_ahmad yang menyampaikan hasil wawancaranya sebagai berikut :

Sekarang ni ya lebih memudahkanlah, terbantu sekali dengan adanya *Insta Stories* sekarang apalagi saya suka belanja *online* kalau saya buka *Instagram* pun suka lihatin model baju, karena nanti bisa untuk model bikin baju seragam. Jadi ini tu membantu saya juga untuk bisa mendapatkan informasi mengenai teman-teman saya lihat kegiatan dia melalui *Insta Stories*-nya (Wawancara pada tanggal 12 Juli 2019).

Hal ini juga sama seperti yang disampaikan oleh dosen @lailafitriahzamri, @sriwahyunialfian, @fisdianfisdian yang juga bertemu dengan teman lama, dan hal ini juga sama dari hasil wawancara dengan dosen @mayrha_hafiza sebagai berikut :

Ya pastinya saya bisa bertemu dengan teman lama saya termasuk kepada saudara-saudara jauh saya juga kalau pas saya *update* tentang anak-anak, supaya mereka juga tau tentang perkembangan anak-anak saya gitu ya (Wawancara pada tanggal 09 Juli 2019).

Dari hasil wawancara di atas maka dapat disimpulkan dari ke enam informan yang mengatakan bahwa perubahan yang didapat sebelum dan sesudah menggunakan *Instagram Stories* lebih dominan mengenai berjumpa dengan teman lama seperti yang disampaikan oleh dosen @lailafitriahzamri, @sriwahyunialfian, @fisdianfisdian dan @mayrha_hafiza bahwa adanya *Instagram Stories* saat ini banyak memberikan perubahan yang mana mereka jadi bisa bertemu dengan teman-teman lamanya kembali. Sedangkan dosen @tengkunila dengan dosen @rajaria_ahmad mengatakan bahwa beliau perubahan yang didapat adalah kehidupannya saat ini jadi terbuka kepada publik dan dosen @rajaria_ahmad mengatakan bahwa perubahannya menggunakan

Instagram Stories lebih terbantu karena berkat adanya *Instagram Stories* ia bisa melihat-lihat model baju yang nantinya bisa dijadikan referensi sebagai baju seragam.

Untuk lebih jelasnya maka peneliti akan memaparkan dari hasil wawancaranya kepada ke enam informan yang menyampaikan bahwa apa yang sampai membuat mereka masih bertahan eksis menggunakan *Instagram Stories* hingga sekarang. Seperti yang disampaikan oleh dosen @tengkunila sebagai berikut :

Sebagai hiburan, ya hiburanlah buat saya maksudnya kalau *Insta Stories* saya kan lebih aktif dibanding *Feed*, kalau *Feed* kan gak tiap hari *update*-nya. Tapi kalau *Insta Stories* kan tiap hari hitungannya jam kadang ada yang menit dan kadang ada yang sampe titik-titik gitu. Makanya saya suka *follow* orang-orang yang misalkan ya kecuali temen-temenlah yang postingannya tu berguna atau lucu atau gimana gitu jadi menurut saya *Insta Stories* ini untuk hiburan (Wawancara pada tanggal 02 Juli 2019).

Hal ini juga berbeda dengan yang disampaikan oleh dosen @lailafitriahzamri melalui hasil wawancaranya sebagai berikut :

Ya itu tadi untuk menyimpan momen-momen nah misalnya kalau suatu saat nanti kamera video *handphone* saya rusak atau memorinya rusak kan kita bisa lacak lagi di *Insta Stories*-nya melalui akun kita. Nah kalau sekarang kan fitur di *Insta Stories*-nya sudah lengkap ya jadi bisa *mengexplore* kemampuan memasaknya melalui *Insta Stories*. Sekarang sih udah nyaman aja gunain *Instagram* maksudnya di *Instagram* kan bisa langsung liat siapa aja yang sudah melihat cerita, sebenarnya sama di *Facebook* juga udah ada video cuma karena gak main *Facebook* lagi jadi *update*-nya di *Instagram* aja (Wawancara pada tanggal 28 Juni 2019).

Dan hal ini mendapat tanggapan berbeda yang disampaikan oleh dosen @sriwahyunialfian sebagai berikut :

Karena belum ada pengganti *Insta Stories* atau pengganti dari sosial media seperti *Instagram* ya kan mungkin kalau ada yang lebih *use full* dari *Instagram* mungkin saya pindah kesitu gitu. Tapi yang saat ini saya pake kan *Instagram* fitur yang sekarang ni ya lengkaplah gitu dan jangkauan *Instagram* ini kan lebih luas ya, informasi apa-apa bisa kita lihat disitu gitu. Cuman kan tujuan saya tu hanya sekedar iseng hanya sekedar punya gitu kan terus cuman *happy-happy* aja kek gitu jadi *followers* kan gak sengaja mencari gitu. (Wawancara pada tanggal 05 Juli 2019).

Dan menurut dosen @fisidianfisidian dari hasil wawancaranya sebagai berikut :

Ya itu sih karena *trend*, biar ada memori juga. Kalau make *Facebook* kayanya udah ketinggalan zaman gitu. Biasanya kaya apa ya ngabarin ke orang-orang aja sih kalau saya masih aktif, karena saya juga jarang buka kan, ya kalau buka sih sering cuma kalau *update* tu jarang. Nah kaya ngabarin juga ke yang lain oohh bahwa Ibuk ni lagi tidak di kampus, itu sih ngabarin ke mahasiswanya. Kaya saya buat *Insta Stories* mereka langsung ngerespon dan nanya saya masuk atau tidak hari ini (Wawancara pada tanggal 05 Juli 2019).

Tak jauh berbeda dengan yang disampaikan oleh dosen @tengkunila, seperti yang disampaikan juga oleh dosen @rajaria_ahmad sebagai berikut :

Buat saya setelah adanya *Instagram Stories* ini ya buat nambah hiburan, buat berbagi kegiatan saya oh ternyata lagi disini atau pas memang lagi ada seminar itu saya suka bagiin. Kita pun jadi lebih mudah mendapatkan informasi ya sebagai pengganti karena ketika ada kesibukan pasti jarang *update* (Wawancara pada tanggal 02 Juli 2019).

Sedangkan menurut dosen @mayrha_hafiza yang juga menyampaikan sebagai berikut :

Salah satunya media sosial yang saya pakai cuma itu gitu, untuk saya menyimpan kenangan ataupun momen-momen lainnya gitu yang suatu saat bisa kita liat lagi kan (Wawancara pada tanggal 09 Juli 2019).

Dari hasil wawancara di atas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa yang membuat mereka bertahan eksis dari ke enam informan dan dua diantaranya yaitu dosen @tengkunila, dan dosen @rajaria_ahmad mengatakan bahwa *Instagram Stories* sebagai media hiburan baginya, salah satunya karena *Instagram Stories* bisa melihat video-video lucu ataupun yang berkaitan dengan unggahannya. Sedangkan 3 informan lainnya mengatakan bahwa *Instagram Stories* sebagai media yang saat ini satu-satunya sering dipakai atau mengikuti perkembangan zaman. Sedangkan dosen @lailafitriahzamri bertahan karena takut suatu saat *handphone* beliau rusak sehingga ia memanfaatkan *Instagram Stories* guna menyimpan kenangannya.

Berkaitan dengan lamanya menggunakan *Instagram Stories* terkait dengan apa yang sudah mereka dapatkan setelah menggunakan *Instagram Stories* maka peneliti akan memaparkan hasil dari wawancara dengan dosen @tengkunila sebagai berikut :

Ya orang jadi lebih tau gitu terus saya sempat juga mendapat tawaran jadi *endorse* tiga kali, dan itu ada baju *couple* anak-anak sama orang tua gitu, masker wajah sama teh hijau, terus untuk kampus kartu telpon. Yang dua tu dari luar yang satu dari Jakarta. Yang kampus itu yang nawarin Malaysia dan itu pada tahun lalu sama tahun ini. Saya pernah juga promosikan punya temen itu kaya bawang goreng terus produk basreng namanya tu Uni *One Snack*

nah itu memang ada *Instagram*-nya. Nah itu pernah saya bawa ke Thailand sekali dan ke Belanda sekali bawang goreng itu. Akhirnya pas saya ke Belanda itu saya ya dikasih aja barangnya sama dia gak bayar padahal maksudnya saya itu mau beli (Wawancara pada tanggal 02 Juli 2019).

Hal ini juga sama yang dirasakan oleh dosen @lailafitriahzamri dengan adanya *Instagram Stories* bahwa beliau pernah menjadi *endorse* minuman dan hal ini disampaikan dari hasil wawancara dengannya sebagai berikut :

Ya pastinya mereka lebih jadi mengenal saya termasuk teman-teman lama pun setelah gunain *Insta Stories* malah lebih dekat dan malah lebih *intens* berhubungan jadinya. Melalui *Insta Stories* saya juga pernah mendapatkan tawaran jadi *endorse* waktu itu saya *endorse* apa ya kopi-kopi nyawa itu kaya Thai Tea (Wawancara pada tanggal 28 Juni 2019).

Sedangkan menurut dosen @sriwahyunialfian dari hasil wawancaranya yang menyampaikan sebagai berikut :

Enggak ada sih, tapi pernah waktu awal-awal gunain *Instagram* kan eee tapi saya itu gak tau itu akunnya punya siapa cuman itu judulnya Fkip UIR *Hits* atau UIR *Hits* gitu kan jadi foto saya di ambil tanpa izin terus *captions*-nya dosen kece gitu, nah tau karena mereka yang nge-tag (Wawancara pada tanggal 12 Juli 2019).

Dan menurut dosen @fisdianfisdian yang menyampaikan dari hasil wawancaranya sebagai berikut :

Sejauh saya gunain *Insta Stories* belum ada sih cuma orang jadi lebih tau saya ya kan orang bisa mengetahui apa yang saya *update*, ya walaupun *update* tan saya gak se-*update* pengguna yang lain, tapi pernah juga kalau pas saya *update* tu banyak juga yang ngeliat walaupun *followers* saya gak banyak (Wawancara pada tanggal 05 Juli 2019).

Tidak jauh berbeda dengan yang disampaikan oleh dosen @fisidianfisidian yang hal ini disampaikan oleh dosen @rajaria_ahmad dari hasil wawancaranya sebagai berikut :

Sedikit banyaknya orang pasti jadi tau tentang saya, mengenal saya kan, mereka jadi lebih *intens* dengan apa yang saya *update*. Selama menggunakan *Insta Stories* Ibuk pernah juga sempat mempromosikan tempat makan sama minuman konniciwa kaya thai tea (Wawancara pada tanggal 12 Juli 2019).

Sedangkan menurut dosen @mayrha_hafiza yang menyampaikan dari hasil wawancaranya sebagai berikut :

Selama menggunakan *Insta Stories* belum pernah, ya paling itu bisa dapat berkomunikasi dengan orang yang jauh yang jarang bisa berkomunikasi gitu karena kesibukan atau karena apa gitu (Wawancara pada tanggal 09 Juli 2019).

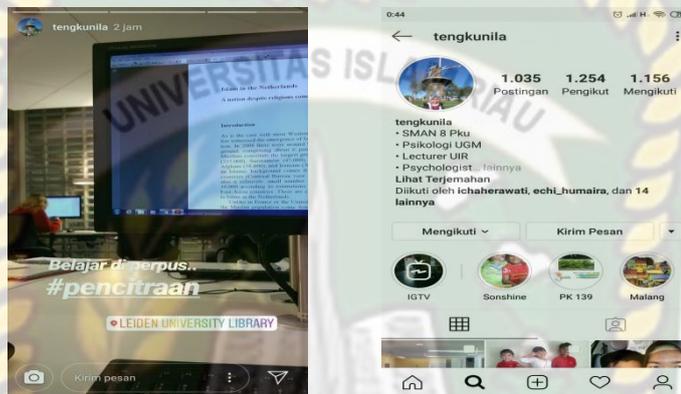
Dari hasil wawancara di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa dari ke enam informan tiga diantaranya yaitu dosen @tengkunila, @lailafitriahzamri, @rajaria_ahmad mengatakan bahwa adanya *Instagram Stories* ini hal yang pernah didapatnya adalah pernah menjadi *endorse* untuk mempromosikan produk makanan dan minuman milik orang lain, maka secara langsung mereka mendapatkan hasil dari apa yang pernah di promosikan olehnya. Sedangkan dua informan lainnya yaitu dosen @fisidianfisidian, @mayrha_hafiza bahwa mereka tidak pernah tetapi setelah menggunakan *Instagram Stories* ini mereka jadi lebih dikenal orang. Dan dosen @sriwahyunalifian mengatakan bahwa beliau juga tidak pernah, hanya saja ia menyampaikan mengenai foto dirinya yang sempat di *publish* oleh UIR *Hits* di *Instagram* sebagai dosen kece.

2. Hasil Observasi

Hasil observasi merupakan data-data penelitian yang diperoleh langsung dari kegiatan pengamatan terhadap subjek :

a. @tengkunila

Gambar 4.1
Instagram Stories @tengkunila di Instagram



Sumber : Olahan Pribadi, 2019

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan dapat diketahui bahwa akun yang bernama @tengkunila merupakan pengguna aktif di *Instagram Stories* hal ini peneliti temukan pada unggahan *Instagram Stories* miliknya yang ia *update* melalui akun pribadinya, kegiatan yang diunggahnya menandakan bahwa ia adalah sebagai pengguna aktif dalam menggunakan *Instagram Stories*. Dan dari pengamatan tersebut peneliti melihat bahwa dosen @tengkunila memang cenderung membagikan kegiatannya pada *Instagram Stories*, dalam setiap keseharian hampir rata-rata mengunggah kegiatannya di *Instagram Stories* dan salah satu bentuk kegiatan yang diunggahnya cenderung memperlihatkan foto daripada video, termasuk ketika foto sedang liburan ataupun ada hal yang berkaitan dengan dunia

kampus, dan panjangnya unggahan di *Instagram Stories* memperlihatkan seperti deretan titik-titik. Unggahan yang telah di *update* di *Instagram Stories* yang menyangkut *travelling* ia sematkan dan kelompokkan dengan nama pada masing-masing unggahan *travelling* tersebut.

b. @lailafitriahzamri

Gambar 4.2
Instagram Stories @lailafitriahzamri di Instagram



Sumber : Olahan Pribadi, 2019

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan dapat diketahui bahwa dosen @lailafitriahzamri merupakan pengguna aktif *Instagram Stories* dan hal ini peneliti temukan pada *Instagram Stories* miliknya yang ia *update* melalui akun pribadinya, dan pada kegiatan yang diunggahnya menandakan bahwa ia adalah sebagai pengguna aktif dalam menggunakan *Instagram Stories*. Dari unggahan *Instagram Stories* miliknya bahwa dosen @lailafitriahzamri kerap mengunggah kegiatannya, dalam seharinya peneliti lihat dosen @lailafitriahzamri memang cenderung membagikan kegiatannya di *Instagram Stories* salah satunya seperti mengunggah video tentang anaknya. Hal tersebut peneliti lihat bahwa dosen

@lalilafitriahzamri mengunggah kegiatannya di *Instagram Stories* dengan konten 3 hingga 5 seperti bersama dengan keluarga, bermain dengan anak, serta *review* masakan. Bagian dari unggahannya ia sematkan dengan mengelompokkan nama-nama dari kegiatan tersebut.

c. @sriwahyunalfian

Gambar 4.3
Instagram Stories @sriwahyunalfian di Instagram



Sumber : Olahan Pribadi, 2019

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan dapat diketahui bahwa dosen @sriwahyunalfian merupakan pengguna aktif *Instagram Stories* dan hal ini peneliti temukan pada *Instagram Stories* miliknya yang ia *update* melalui akun pribadinya. Pada unggahannya tersebut menandakan bahwa ia adalah pengguna aktif di *Instagram Stories*, tetapi artian aktif disini dosen @sriwahyunalfian dalam mengunggah di *Instagram Stories* tidak *everyday* yang peneliti lihat bahwa dosen @sriwahyunalfian jika mengunggah dalam seminggu hanya sesekali saja dan konten tersebut di unggah 1 hingga 3 kali, unggahan tersebut lebih menunjukkan kepada foto dan ada juga yang berkaitan dengan video anaknya, namun hal ini juga ada

memperlihatkan saat ia sedang ada seminar ataupun kegiatan yang berkaitan dengan akademik. Melalui unggahannya dosen @sriwahyunialfian juga menyematkan bagian dari kegiatan yang telah di unggahnya yang ia cantumkan di bagian profil.

d. @fisidianfisidian

Gambar 4.4
Instagram Stories @fisidianfisidian di Instagram



Sumber : Olahan Pribadi, 2019

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan dapat diketahui bahwa dosen @fisidianfisidian tergolong aktif, namun dosen @fisidianfisidian tersebut artian aktif di *Instagram Stories* miliknya yang peneliti amati dalam perharinya dan per minggunya tidak sering dalam mengunggah kegiatannya di *Instagram Stories*. Tetapi dari yang peneliti lihat bahwa jika ada unggahan di *Instagram Stories* itu hanya ada sekali ataupun dua kali dan tidak bisa ditentukan. Kegiatan yang diunggah di *Instagram Stories* lebih kepada ketika di kampus ataupun *repost* unggahan yang menandai akun *Instagram* miliknya, namun hal ini bisa ditandai apabila unggahan di *Instagram Stories* berupa titi-titik panjang itu menandakan

bahwa ia sedang liburan. Peneliti juga melihat bahwa pengunggahan liburan di *Instagram Stories* ia sematkan pada bagian profilnya.

e. @rajaria_ahmad

Gambar 4.5
Instagram Stories @rajaria_ahmad di Instagram



Sumber : Olahan Pribadi, 2019

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan dapat diketahui bahwa dosen @rajaria_ahmad merupakan pengguna aktif *Instagram Stories* dan hal ini peneliti temukan pada *Instagram Stories* miliknya yang ia *update* melalui akun pribadinya. Pada unggahannya tersebut menandakan bahwa ia adalah pengguna aktif di *Instagram Stories* salah satunya lebih kepada video seperti memvideokan tentang anak. Melalui unggahannya di *Instagram Stories* dosen @rajaria_ahmad tersebut dalam perharinya mengunggah dua konten hingga lebih serta membentuk titik-titik panjang, dan itu ia unggah cenderung menunjukkan video keponakannya, tetapi di lain hal itu ia juga mengunggah yang berkaitan dengan kegiatannya seperti saat ada seminar ataupun liburannya. Agar lebih mudah melihat unggahan

itu kembali dosen @rajaria_ahmad menyematkan dengan diberi nama pada masing-masing unggahannya.

f. @mayrha_hafiza

Gambar 4.6
Instagram Stories @mayrha_hafiza di Instagram



Sumber : Olahan Pribadi, 2019

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan dapat diketahui bahwa dosen @mayrha_hafiza merupakan pengguna aktif *Instagram Stories* dan hal ini peneliti temukan pada *Instagram Stories* miliknya yang ia *update* melalui akun pribadinya, namun yang dikatakan aktif disini bahwa dosen @mayrha_hafiza mengunggah kegiatan perharinya tidak sesering seperti pengguna yang lain namun peneliti melihat bahwa per minggunya pasti ada kegiatan yang di unggahnya di *Instagram Stories* dan itu ia unggah cenderung menunjukkan tentang anaknya. Melalui unggahannya peneliti mengamati bahwa dosen @mayrha_hafiza mengunggah kegiatannya di *Instagram Stories* perharinya tidak bisa ditentukan dalam arti bahwa bentuk kegiatan yang ia *update* tersebut berselang (berjarak) waktu hari, dan pengunggahan yang dibagikan terlihat dua hingga tiga kali *Stories*.

C. Pembahasan Penelitian

Melalui hasil wawancara yang telah di dapat dari lapangan maka pada sub pembahasan ini peneliti akan menganalisis penelitian ini dengan menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz guna dapat menjawab apa yang sebenarnya menjadi dorongan bagi dosen wanita di Universitas Islam Riau yang menggunakan *Instagram* sebagai ruang untuk mengunggah segala kegiatan mereka di *Instagram Stories*. Teori fenomenologi Alfred Schutz ini mempelajari bagaimana fenomena tersebut dialami dalam kesadaran, pikiran dan dalam tindakan yang dibagi menjadi ke dalam dua *fase* yaitu *because motive* yang merujuk pada tindakan masa lalu para dosen wanita di Universitas Islam Riau yang memiliki pengalaman bahwa ada kejadian dimasa lalu yang mendorong mereka untuk bertindak tentunya hal ini ada alasan yang melatarbelakangi para aktor ketika ia melakukannya. Jika pada alasan masa lalunya di dahului dengan sebab-sebab maka pada tindakan berikutnya yaitu *in order to motive* dimana tindakan ini yang selalu diikuti dengan tujuan-tujuan, harapan dan cita-cita, yang mengacu kepada suatu keadaan di masa mendatang dimana aktor berkeinginan untuk mencapainya melalui beberapa tindakannya.

1. *Because Motive* (Motif Masa Lalu)

Para dosen wanita di Universitas Islam Riau menggunakan *Instagram Stories* tentu ada berbagai alasan mengapa ia melakukannya, melalui motif ini para dosen wanita di Universitas Islam Riau tentunya ada alasan ataupun dorongan dari diri mereka untuk bertindak serta

mengunggah kegiatannya ke dalam *Instagram Stories*. Pada dasarnya adanya faktor dorongan tersebut yang tertanam di dalam pikiran mereka bahwa apa yang telah dilakukannya tentu sudah menjadi kebiasaan dan hal yang wajar.

Dalam penelitian ini, motif karena yang peneliti temukan dari ke enam informan dan beberapa diantaranya memiliki motif yang berbeda. Perbedaan inilah yang menjadi beberapa alasan dan latar belakang dari masing-masing informan yang menyebabkan mereka menggunakan *Instagram Stories* sebagai media untuk mengunggah kegiatannya, yaitu :

a. Motif Mengabadikan Momen

Melalui motif ini para dosen wanita memutuskan menggunakan *Instagram Stories* salah satunya karena dilandasi beberapa hal yang akhirnya membuat mereka memilih *Instagram Stories* sebagai media penyimpan yang ampuh guna bisa mengabadikan momen tersebut. Hal ini disebabkan karena lemahnya teknologi yang mereka gunakan dalam berbagi momen terhadap fitur-fitur yang belum mendukung, dengan demikian bahwa perubahan dari media sosial itu sendiri saat ini menarik perhatian masyarakat, seperti lansiran yang dikutip oleh *liputan6.com* bahwa memang tak dapat dipungkiri media sosial kini telah menjadi *platform* utama bagi para penggunanya yang setiap harinya digunakan untuk akses informasi serta sebagai wadah dalam berbagi momen. Melalui berbagi momen mereka dapat menyampaikan

ataupun berbagi seputar kehidupannya baik itu yang bersifat foto ataupun video, baik yang penting ataupun yang bersifat informatif serta juga yang tidak penting sama sekali¹¹. Hal ini tentu sangat berarti bagi mereka, dengan suguhan teknologi yang sudah canggih dan media sosial yang sudah berubah tentu hal ini yang akhirnya menjadi kebutuhan sehari-hari dimana perkembangan yang terjadi sudah bisa dirasakan bahkan meluas.

b. Motif Hobi

Melalui motif ini ada beberapa dosen wanita yang pada masa lalunya mereka memiliki hobi yang sudah ada sejak sebelum mereka memiliki aplikasi *Instagram*, dua dari ke enam informan memiliki hobi *berphotography* dan memasak dimana bakat ini memang sudah ada sejak lama. Tetapi hal ini tak dapat mereka salurkan ke media sosial dikarenakan media sosial dulu yang *trend* dan populer adalah mengunggah foto. Seiring dengan besarnya arus perkembangan media sosial seperti kemunculan *Instagram*, dimana sebagian besar orang beralih menggunakan *Instagram* untuk bisa menyalurkan dari hobi yang mereka miliki ketika fitur *Instagram Stories* hadir dan memenuhi kebutuhan mereka sebagai wadah dalam *mengexplore* kemampuannya. Melalui lansiran *bridgekepri.com* bahwa fungsi dari media sosial itu sendiri memang digunakan sebagai tempat untuk menyalurkan hobi seseorang yang mana hal ini dipaparkan bahwa

¹¹<https://m.liputan6.com/tekno/read3205639/5-ramalan-tren-medsos-yang-bakal-booming-di-2018/>
di unduh pada tanggal 5 September 2019

ada banyak akun dan grup media sosial sebagai tempat berkumpulnya pengguna yang memiliki hobi dan minat yang sejenis¹². Seperti yang peneliti tangkap bahwa ini terjadi disebabkan karena dahulu sebenarnya memang pada diri mereka sendiri sudah ada hobi hanya saja media untuk berbagi pada saat dulu belum seanggih seperti sekarang ini dan respon yang didapat juga tidaklah banyak yang akhirnya membuat mereka beralih menggunakan *Instagram* sebagai wadah dalam menyalurkan hobinya tersebut.

2. *In Order To Motive* (Motif Yang Akan Datang)

Motif ini berkaitan dengan adanya tindakan dimasa yang akan datang. Seperti yang di dapat melalui wawancara di lapangan bahwa ada beberapa dari enam informan peneliti melihat bahwa dari diri mereka peneliti menemukan beberapa motif yang di dapat dari para informan, hal ini tentu ada didasari karena adanya tindakan untuk memenuhi yang ingin dicapai di masa yang akan datang, yaitu :

a. **Motif Hiburan**

Pada dasarnya adanya motif ini yang menyebabkan beberapa para dosen wanita memutuskan untuk mencari kesenangannya maka melalui media sosial *Instagram* lah mereka menyalurkannya, untuk itu mereka mencari sesuatu yang berbeda dari rutinitas biasanya yang bukan hanya berfokus pada pekerjaannya saja. Maka dari itu

¹²<http://bridgekepri.com/fungsi-media-sosial/> di unduh pada tanggal 8 September 2019

para dosen wanita untuk melepaskan beberapa beban tersebut mereka mencari kesenangannya melalui media sosial untuk menghibur diri sendiri, seperti pemaparan yang di lansir oleh *belifollowers.com* bahwa hiburan merupakan salah satu kebutuhan yang ingin selalu dipenuhi bagi setiap orang agar kehidupan yang sedang dijalani tidak terasa begitu berat. Sebisa mungkin beban-beban tersebut menjadi hilang sejenak saat menggunakan media sosial¹³. Ternyata dengan hadirnya *Instagram* yang dilengkapi fitur *Instagram Stories* tersebut beberapa informan yang peneliti tangkap bahwa untuk melepas beban berat dari aktivitas pekerjaannya mereka mencari hiburan dengan membuka *Instagram*. Seperti yang kita ketahui dengan bebasnya dalam menggunakan media sosial orang akan lebih senang apabila yang menjadi kebutuhannya terpenuhi dan terhibur ketika melihat konten-konten lucu orang lain berupa video ataupun kekosongan waktu bisa di isi dengan mengunggah aktivitas dengan memberikan *captions* sebagai pelengkap unggahan pada *Instagram Stories*.

b. Motif Trend

Seperti yang kita ketahui bahwa kini perkembangan terhadap media sudah banyak berubah salah satunya pada media sosial, dan tak heran jika saat ini masyarakat sudah memiliki media sosial salah

¹³<https://belifollowers.com/efek-sosial-media-tidak-disangka-ataupun-disambut-kehadirannya/> di unduh pada tanggal 12 September 2019

satunya *Instagram*. Para dosen wanita ini memutuskan menggunakan *Instagram* dikarenakan fungsi dari *Instagram* itu sendiri memiliki fitur yang lengkap dan bukan hanya untuk mengunggah foto saja. Salah satu faktor yang mendasarinya karena lingkungan sekitar juga yang mendorong mereka tak mau disebut ketinggalan zaman, dimana pada zaman modern seperti sekarang ini baik yang muda ataupun yang tua tentu ingin terlihat *up to date* terhadap perkembangan zaman. Melalui lansiran *izwie.com* mayoritas masyarakat memang sangat *up to date* terhadap perkembangan yang terjadi, baik itu di dunia nyata maupun yang ada di dunia maya yang mana dengan menggunakan media sosial dapat mempertemukan yang jauh menjadi dekat¹⁴.

c. Motif Eksistensi Diri

Motif eksistensi yaitu dimana para dosen wanita ini yang menampilkan bagian dari sisi unggahannya yang berkaitan dengan kegiatan dirinya dan lebih dari satu konten untuk menunjukkan ataupun memberitahukan tentang keberadaan mereka. Nyatanya perubahan baru pada *Instagram* saat ini memang dibuat sedemikian unik dengan beberapa fitur terbaru yang dimilikinya memang diciptakan untuk membuat orang bergantung karena kegunaan media sosial itu sendiri sudah jadi kebutuhan bagi masyarakat yang menggunakan *Instagram Stories*, wajar saja jika saat sekarang para

¹⁴<https://www.izwie.com/2014/12/7-alasan-kenapa-seseorang-gemar-menggunakan-media-sosial..html?m=1/> di unduh pada tanggal 18 September 2019

dosen wanita menunjukkan keeksistensiannya. Hal ini diperkuat melalui lansiran *pijarpsikologi.org.com* bahwa mereka menciptakan media sosial dan menargetkan kebutuhan dasar manusia untuk diakui, diterima dan dianggap populer. Sehingga adanya tanda *love*, *likes*, *comments* dan tombol lainnya yang membuat kebutuhan kita untuk eksis di media sosial terpenuhi dan sekaligus semakin ingin menunjukkan bahwa dirinya ingin lebih eksis¹⁵. Hal tersebut memang tidak dapat dipungkiri bahwa dengan terkenal maka secara psikologis mereka akan merasa lebih bangga, hal ini juga merupakan hal yang wajar. Ini menunjukkan bahwa memang beberapa dosen wanita yang ingin eksis dengan berselancar di media sosial salah satunya karena jangkauan yang luas maka tak heran apabila banyak dari sebagian orang terkenal karena aktivitasnya diketahui oleh khalayak luas.

Teori fenomenologi yang dikembangkan oleh Alfred Shcutz dibagi ke dalam dua *fase* yaitu adanya *because motive* dan *in order to motive* dimana melalui *fase* ini ada kejadian dari masa lalu yang mendorong para dosen wanita sehingga ia memutuskan dalam melakukan kegiatan *Instagram Stories* karena beberapa hal, sedangkan pada masa depan tersebut adalah sebagai tindakan yang ingin dicapai oleh para aktor untuk dapat memenuhi kebutuhannya

¹⁵<https://www.google.com/amp/s/pijarpsikologi.org/memahami-mereka-yang-haus-eksis-di-media-sosial/amp/> di unduh pada tanggal 18 September 2019

ada hal-hal yang ingin dikejar melalui kegiatan *Instagram Stories* yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.2
Kategoresasi Motif Pengguna *Instagram Stories*

No	Fakultas	Usia	Jabatan	Pendidikan	<i>Because Motif</i>	<i>In Order To Motive</i>
1	Psikologi	35 Tahun	Lektor	S2	Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan maka yang menjadi motif dalam penelitian ini adalah bahwa dosen @tengkunila memiliki motif karena yaitu ia hanya sebagai <i>photographer</i> dari <i>handphone</i> karena tidak memiliki kamera bagus. Sedangkan motif lainnya menggunakan <i>Instagram Stories</i> karena <i>Instagram Stories</i> dianggap sebagai media yang bagus dalam mengabadikan momen yang bisa dilihat kapan-kapan. Dan motif karena lainnya adanya hobi yang dimiliki oleh dosen @tengkunila yaitu motif hobi maka dengan adanya <i>Instagram Stories</i> ini ia dapat <i>mengeksplor</i> lagi dalam segi <i>berphotography</i> . Dan hal inilah yang menjadi dorongan ia melakukan kegiatan <i>Instagram Stories</i> .	Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan maka yang menjadi motif dalam penelitian ini adalah bahwa dosen @tengkunila memiliki motif hiburan yang mana melalui <i>Instagram Stories</i> ia merasa senang apabila melihat konten-konten lucu ataupun <i>Insta Stories</i> lainnya. Dan motif lainnya berkaitan dengan kehidupan menjadi lebih terbuka kepada publik dimana jika tidak <i>update</i> akan dianggap ketinggalan zaman. Sedangkan motif lainnya yaitu motif eksistensi diri bahwa dosen @tengkunila dimana ini menunjukkan bahwa adanya <i>Instagram Stories</i> ini memberikan ruang akan keeksistensian dalam melakukan unggahan <i>Instagram Stories</i> yang lebih dari satu konten dengan menunjukkan bahwa aktif dalam melakukan kegiatan <i>Instagram Stories</i> membuat dosen @tengkunila akhirnya dikenal oleh orang karena jangkauan akses dalam menggunakan <i>Instagram</i> luas, dan hal yang didapat adalah mendapatkan jasa tawaran <i>endorse</i> .
2	Fkip Sendratasik	31 Tahun	Asisten Ahli	S2	Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan maka yang menjadi motif karena dosen @lailafitriahzamri dalam menggunakan <i>Instagram Stories</i> adalah sebagai mengabadikan momen, untuk memperlihatkan dengan saudara yang tidak dekat dengan keberadaannya mengenai perkembangan anaknya guna sebagai momen penting sebab ia tergolong orang yang suka mengingat dengan album-album lalu. Dan motif lainnya yaitu adanya motif hobi dimana alasan ia menggunakan <i>Instagram Stories</i> karena untuk bisa	Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan maka yang menjadi motif dalam penelitian ini adalah dosen @lailafitriahzamri memiliki motif <i>trend</i> dimana ikut perkembangan zaman. Karena keaktifannya dalam melakukan kegiatan <i>Instagram Stories</i> ia menjadi candu dan apabila tidak <i>update</i> akan merasa hampa karena sudah menjadi kebutuhan baginya. Sedangkan motif lainnya adalah motif eksistensi diri dimana dosen @lailafitriahzamri memang tergolong orang yang aktif melakukan kegiatan <i>Instagram</i>

					menyalurkan hobinya dalam memasak. Dimana ia memiliki hobi ini memang sebelum ia menikah dan hingga akhirnya ia memutuskan untuk <i>mengeksplor</i> hobinya melalui <i>Instagram Stories</i> .	<i>Stories</i> , dengan unggahan yang lebih dari satu konten maka melalui <i>Instagram Stories</i> tersebut ia jadi dapat dikenal oleh <i>followers</i> dan adanya rasa bangga saat unggahan tersebut disukai oleh orang banyak dan akhirnya ia mendapatkan jasa <i>endorse</i> .
3	Fkip Bahasa Inggris	30 Tahun	Lektor	S2	Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan maka yang menjadi motif karena yaitu keterbatasan terhadap penyimpanan internal yang tidak cukup untuk digunakan. Sehingga ini menyebabkan dosen @sriwahyunalifian menggunakan <i>Instagram Stories</i> dimana ia menganggap bahwa <i>Instagram Stories</i> adalah media yang dianggap positif dalam melakukan kegiatan <i>Instagram Stories</i> yang bisa dijadikan sebagai konsumsi publik. Sebab melalui <i>Instagram Stories</i> baginya ini adalah media yang dianggap akan mampu menyimpan kenangan. Dan hal inilah yang menjadi dasar dosen @sriwahyunalifian melakukan <i>Instagram Stories</i> karena untuk dapat menyimpan.	Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan maka yang menjadi motif yaitu adanya motif <i>trend</i> dimana ia memilih <i>Instagram Stories</i> karena ia menganggap <i>Instagram Stories</i> media yang satu-satunya ia gunakan dalam unggahan kegiatannya atau yang disebut mengikuti perkembangan zaman. Dan melalui <i>Instagram Stories</i> ini adanya motif eksistensi diri yang mana dosen @sriwahyunalifian merasa ada kesenangan yang didapat, dan merasa bahwa hadirnya <i>Instagram Stories</i> orang jadi lebih tau dengan beliau ataupun jadi dikenal oleh orang lain yang akhirnya dapat mempertemukan dengan teman lamanya.
4	Fisipol	27 Tahun	Asisten Ahli	S2	Berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan maka yang menjadi motif yaitu adanya motif mengabadikan momen, dimana alasan ia dalam menggunakan <i>Instagram Stories</i> sebenarnya karena untuk memori saja, yang nantinya juga bisa dilihat kapan dibutuhkan. Tidak ada tujuan khusus lainnya hanya untuk bisa mengabadikannya melalui <i>Instagram Stories</i> tersebut. Dan hal inilah yang membuat dosen @fisidianfisidian menggunakan <i>Instagram Stories</i> karena sebagai media kedua atau penyimpanan guna bisa melihat kembali apa yang telah di unggah dalam <i>Instagram Stories</i> tersebut.	Berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan maka yang menjadi motif yaitu memiliki motif <i>trend</i> dimana dosen @fisidianfisidian melakukan kegiatan <i>Instagram Stories</i> karena ia menganggap <i>Facebook</i> sudah ketinggalan zaman. Dan akhirnya yang menjadi motif eksistensi diri tersebut karena ia mendapatkan respon positif dari <i>followers</i> lain ataupun dukungan yang akhirnya ia jadi lebih diketahui oleh orang banyak. Sedangkan motif lainnya adanya motif informasi dimana melalui informasi ini ia bisa dapat bertemu dengan teman-teman SD nya. Hal ini yang menjadi tindakan dimana ia berusaha mencari ataupun aktif dalam melakukan <i>Instagram Stories</i> karena untuk bisa bertemu dengan temannya.
5	Fekon	31 Tahun	Asisten Ahli	S3	Berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan maka yang menjadi	Berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan maka yang menjadi

				<p>motif dalam penelitian ini adalah adanya motif karena yaitu keterbatasan ataupun kelemahan terhadap teknologi yang menyebabkan ia dimasa lalunya tidak suka dalam berbagi foto karena dianggap masih jadul-jadul. Dan inilah alasan yang akhirnya membuat dosen @rajaria_ahmad memilih <i>Instagram Stories</i> karena dianggap sebagai aplikasi yang lengkap dan cocok dalam mengabadikan momen termasuk momen penting mengenai video ponakannya tersebut.</p>	<p>motif dalam penelitian ini adalah adanya motif hiburan bahwa dengan adanya hiburan ia merasa lebih senang, dan mudah dalam melakukan belanja <i>online</i>. Dan motif lainnya yaitu motif eksistensi diri dimana ia bertindak dalam melakukan kegiatan <i>Instagram Stories</i> sebagai salah satu agar orang lain lihat kegiatan yang diunggahnya. Melalui keaktifannya tersebut ia jadi mendapatkan tawaran jasa endorse untuk dapat mempromosikan produk tersebut. Hal inilah sebagai hasil pencapaian terakhir yang ia dapat setelah melakukan <i>Instagram Stories</i>.</p>	
6	<p>Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota</p>	35 Tahun	Non Fungsional	S2	<p>Berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan maka yang menjadi motif dalam penelitian ini adalah adanya motif karena dizaman beliau yang belum hitek ataupun teknologi masih belum canggih. Dan ia lebih merasa bahwa hidup diantara zaman tersebut merasa bahwa kemudahan tersebut tidak sepenuhnya ia rasakan seperti sekarang ini yang lebih banyak di tanggapinya cepat oleh mahasiswa yang lain karena melalui <i>Instagram Stories</i> ia merasakan itu lebih mudah terhadap hal-hal yang dibagikannya kepada <i>followers</i> lain. Dan hal inilah yang akhirnya menjadi dorongan dosen @mayrha_hafiza menggunakan <i>Instagram Stories</i> sebagai media penyampai pesan.</p>	<p>Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan maka yang menjadi motif dalam penelitian ini adalah adanya motif <i>trend</i> yang mana ia bertahan dalam menggunakan <i>Instagram Stories</i> karena itu adalah yang satu-satunya ia gunakan dalam menyimpan kenangan. Adapun motif lainnya yaitu <i>Instagram Stories</i> digunakan sebagai media informasi untuk bisa bertemu dengan teman lamanya. Dan hal inilah yang menjadi motif ataupun tindakan yang telah ia capai melalui beberapa tindakannya tersebut.</p>

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik wawancara mendalam dan observasi antara peneliti dengan ke enam informan mengenai Motif Penggunaan *Instagram Stories* Oleh Dosen Universitas Islam Riau, dengan menggunakan teori fenomenologi Alfred Shcutz yang mengkaji pada dua fase yaitu *because motive* (motif masa lalu) dan *in order to motive* (motif masa depan), maka ada beberapa hal yang menjadi motif masa lalu yang menjadi alasan para dosen wanita di Universitas Islam Riau menggunakan *Instagram Stories* yaitu berdasarkan masa lalu terdapat adanya beberapa motif yaitu motif mengabadikan momen, dan motif hobi. Dan juga adanya motif masa depan dari para dosen wanita yang mengacu pada keinginan untuk mencapainya dari tindakannya tersebut yaitu adanya motif hiburan, motif *trend*, dan motif eksistensi diri.

B. Saran

1. Sebaiknya sebagai tenaga pengajar alangkah lebih baik jika hal-hal yang di unggah mengandung motivasi bagi *followers* lain.
2. Sebagai tenaga pengajar sebaiknya menggunakan media sosial untuk membagikan hal-hal yang berkaitan dengan ketenagaan pendidikan juga.

3. Alangkah baiknya sebagai tenaga pengajar juga mengurangi membagikan ataupun mengunggah hal-hal yang berkaitan dengan privasi diri sebagai dosen.
4. Untuk pengguna selanjutnya alangkah lebih baik jika konten *Instagram Stories* yang di bagikan lebih kepada hal-hal yang bersifat positif dan memberikan manfaat kepada khalayak lain.



Daftar Pustaka

Buku

- Ahmadi, Abu. 2002. *Psikologi Sosial*. Rineka Cipta: Jakarta
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Gunawan, Imam. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Pt. Bumi Aksara: Jakarta
- Herdiansyah, Haris. 2013. *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups*. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- _____. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Salemba Humanika: Jakarta
- Iskandar. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Gaung Persada Press : Jakarta
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Media Group: Jakarta
- Moleong, Lexy. J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya: Bandung
- _____. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Remaja Rosdakarya: Bandung
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Morissan. 2014. *Metode Penelitian Survei*. Kencana: Jakarta
- Ngalimun. 2017. *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*. Pustaka Baru Press: Yogyakarta
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung
- _____. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta : Bandung
- Romli, Asep. Syamsul. 2018. *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Kiat Blogger, Teknisi SEO, Media Kerja Citizen Journalism*. Nuansa Cendekia: Bandung:

Tamburaka, Apriadi. 2018. *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Pt. Rajagrafindo Persada: Jakarta

Wirawan, Ida. Bagus 2012. *Teori-teori Sosial Dalam Tiga Paradigma (Fakta Sosial, Defenisi Sosial, dan Perilaku Sosial)*. Prenadamedia Group: Jakarta

Jurnal

Aji, Pria. Purnama. 2017. *Instagram Sebagai Sarana Untuk Menunjukkan Eksistensi Diri di Kalangan Mahasiswa Uny*. Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta.

Ariati, Jati. 2010. *Subjective Well-Being (Kesejahteraan Subjektif) dan Kepuasan Kerja Pada Staf Pengajar (Dosen) di Lingkungan Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro*. Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro, Vol. 8, No.2.

Elza, Putri. 2015. *Konstruksi Makna Media Sosial Ask.Fm Bagi Pengguna di Kota Pekanbaru*. Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial, Universitas Riau, Vol.2., No. 2.

Guna, B. S., dan Martini Erni 2017. *Penggunaan Instagram Sebagai Alat Pemasaran (Perspektif Pada Mahasiswa di Kota Bandung)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Vol.4., No. 1.

Isnaini, dkk. 2016. *Pengaruh Kompetensi Dosen dan Fasilitas Belajar Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Uns*. Halaman 1, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Lubis, Adinda. Meidina. 2015. *Instagram dan Pemenuhan Kebutuhan Pengguna Instagram di Klangen Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Usu*. Halaman 4, Universitas Sumatera Utara.

Lusianai, dkk. 2018. *Fungsi Instagram Stories Dalam Aktualisasi Diri (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kota Kendari)* . Halaman 2, Universitas Halu Oleo.

Permanasari, dkk. 2014. *Model Hubungan Kompetensi Profesionalisme Kinerja Dosen*. Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Vol.1., No. 2.

Prihatiningsih, Witanti. 2017. *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja Fakultas Ekonomi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Vol.3., No. 1.

Syahreza dan Tanjung. 2018. *Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Unimed*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Vol.2, No.1.

Trisnaningsih, Sri. 2011. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Dosen Akuntansi*. Universitas Pembangunan Nasional, Jawa Timur, Vol.8, No.1.

Yulianto Much dan Sakti. B. C. 2018. *Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, Vol.24, No.4.

Zakiah dan Eny, Susilowati. 2016. *Citra Diri Mahasiswa Iain Surakarta Sebagai Pengguna Media Sosial Instagram*. Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Skripsi Online

Bekti, Bagus. Kharisma. 2018. *Motif dan Kepuasan Menggunakan Jejaring Sosial Instagram (Studi Kesenjangan Antara Motif dan Kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta Terhadap Akun Instagram @umsurakarta)*. Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Kesuma, Halimah. Dian. 2018. *Fenomena Penggunaan Instagram Stories Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*. Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau.

Khoiroh, Umatul. 2017. *Instagram Sebagai Media Interaksi Simbolik Dalam Menciptakan Gaya Hidup (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Fitur Pada Konsumen Secret Garden & Chocolate Yogyakarta)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Mahendra, Ikhsan. Tila. 2017. *Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Nurchayani, Eny. 2018. *Pengaruh Intagram Stories Terhadap EksistensiI Diri di Kalangan Siswa-Siwi SMAN 1 Makssar*. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Hasanuddin.
- Oktafanisa, Ulzyana. 2018. *Akun Gosip Lambe Turah di Instagram (Studi Fenomenologi Akun Gosip Lambe Turah Di Instagram Pada Masyarakat Kota Bandung*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan Bandung.
- Pinresta, Hamidah. Elga 2017. *Fenomena Trend Jejaring Sosial Insastory di Kalangan Mahasiswi Fisip Unpas*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan Bandung.
- Rahmayani, Irma. 2017. *Hubungan Antara Tingkat Penggunaan Instagram Dengan Tingkat Pemahaman Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin Tentang Etika Komunikasi di Media Sosial*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin Makassar.
- Rizki, Andry. Ivana. 2017. *Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Harga Diri*. Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Taqwa, Mayvita. Innani. 2018. *Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Stories Dengan Kesehatan Mental*. Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Utami, Metta. Resty. 2018. *Fenomena Penggunaan Instagram Stories (Studi Fenomenologi pada Mahasiswi di Bandung)*. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung.
- Zhafirah, Talita. Nur. 2018. *Gaya Komunikasi dan Citra Diri Selebgram Perempuan (Studi Deskriptif Kualitatif Gaya Komunikasi Perempuan Selebgram di Kota Medan dalam Membentuk Citra)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara.

Internet

<https://faktakampus.com/sekilas-universitas-islam-riau/> (di unduh pada tanggal 26 Februari 2019)

<https://mojok.co/apk/ulasan/pojokan/tren-template-instagram-story/> (di unduh pada tanggal 05 Januari 2019)

<https://www.apjii.or.id/survei/> (diunduh pada tanggal 15 Juni 2019)

<https://www.gosumbar.com/berita/baca/berumur-56-tahun-uir-berhasil-jadi-universitas-terkemuka-di-indonesia-dan-berada-di-posisi-137-nasional/> (di unduh pada tanggal 25 Januari 2019)

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3037227/orang-indonesia-paling-doyan-main-instagram-stories/> (di unduh pada tanggal 07 Januari 2019)

<https://womantalk.com/gadget-tech/articles/ini-penyebab-instagram-stories-bikin-anda-kecanduan-ykB3p/> (di unduh pada tanggal 15 Januari 2019)

<https://kompas.com/read/2017/07/14/073913720/instagram-media-sosial-paling-buruk-bagi-kesehatan-mental/> (di unduh pada tanggal 23 Januari 2019)

<https://pakarkomunikasi.com/internet-sebagai-media-komunikasi/> (di unduh pada tanggal 10 Februari 2019)

<https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/> (di unduh pada tanggal 20 Juli 2019)

<https://uir.ac.id/sejarah/> (di unduh pada tanggal 10 Juli 2019)

<http://bridgekepri.com/fungsi-media-sosial/> (di unduh pada tanggal 8 September 2019)

<https://belifollowers.com/efek-sosial-media-tidak-disangka-ataupun-disambut-kehadirannya/> (di unduh pada tanggal 12 September 2019)

<https://www.izwie.com/2014/12/7-alasan-kenapa-seseorang-gemar-menggunakan-media-sosial..html?m=1> (di unduh pada tanggal 18 September 2019)

<https://www.google.com/amp/s/pijarpsikologi.org/memahami-mereka-yang-haus-eksis-di-media-sosial/amp/> (di unduh pada tanggal 18 September 2019)

<https://m.liputan6.com/tekno/read3205639/5-ramalan-tren-medsos-yang-bakal-booming-di-2018/> (di unduh pada tanggal 5 September 2019)