

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi selalu memberikan inovasi-inovasi baru terhadap kehidupan manusia. Oleh karena itu, teknologi memiliki pengaruh yang besar pada kehidupan yang terus berjalan mengikuti arus globalisasi ini. Tak dapat dipungkiri, teknologi saat ini berkembang semakin pesat dan canggih. Pengaruhnya terhadap segala aspek kehidupan manusia mulai dari aspek sosial, ekonomi, pendidikan dan seluruh aspek lainnya sangat menonjol. Tak hanya dampak positif yang ditimbulkan, namun juga dampak negatif. Salah satu perkembangan aspek teknologi komunikasi dan informasi yaitu internet. Perkembangan internet membuat khalayak dapat dengan mudah mengakses segalanya hanya dengan menghubungkan komputer atau alat selulernya dengan jaringan. Kemudahan tersebut dapat diakses oleh siapa saja, dimana saja dan kapan saja. Tentu saja hal tersebut membawa dampak yang begitu besar pada khalayak. Saat ini internet dapat dengan mudah menampilkan segala informasi dari berbagai media baik media cetak online, siaran bahkan media sosial secara bebas dan tanpa batas.¹

Internet telah menyebabkan praktik media baru dan persaingan baru dalam bisnis media. Suatu hal yang tidak dapat diramalkan ketika

¹ Shirley Biagi, *Media Impact : An Introduction to Mass Media* (Surakarta: Salemba Humanika, 2010), 231.

internet muncul pada saat pertama kali 30 tahun yang lalu, pada saat itu internet dirancang oleh sekelompok ilmuwan yang hanya berharap untuk berbagi informasi. Pada awalnya internet dikembangkan untuk membantu peneliti, ilmuwan dan pendidik berkomunikasi, namun menurut Fidler yang dikutip oleh Shirley Biagi menyatakan bahwa pada saat ini internet telah berevolusi dengan cara yang tidak direncanakan atau diharapkan.² Kecanggihan internet dapat diperkirakan akan terus berkembang dan dapat melampaui batas pemikiran ilmuwan terdahulu.

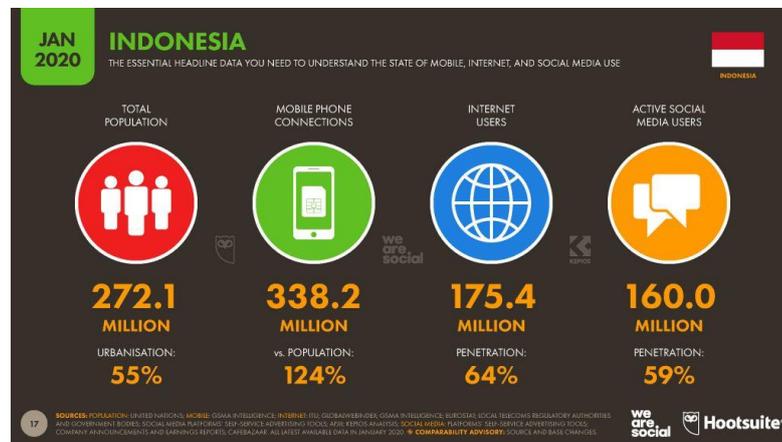
Setelah perkembangan internet yang terus berkembang, media digital ikut menjadi media populer yang banyak diakses oleh khalayak. Istilah digital media atau media digital yaitu menggambarkan segala bentuk media guna berkomunikasi yang menggabungkan teks, gambar, suara maupun video menggunakan komputer atau seluler. Jadi semua media komunikasi yang muncul dengan mengkombinasikan teks, suara, grafik dan video menggunakan alat teknologi dapat dikatakan sebagai media digital. Akibat dari pertumbuhan digital yang sangat cepat, komunikasi media digital menjadi salah satu faktor utama terhadap pengembangan seluruh industri media massa.

Pada zaman digital saat ini, fenomena penggunaan media sosial menjadi *trend* bagi segala kalangan, tak hanya pada kalangan milenial namun media sosial menjadi populer bagi seluruh kalangan masyarakat.

² Ibid, 232.

facebook, twitter, path dan *instagram* merupakan beberapa jenis media sosial yang sering dikunjungi oleh pengguna internet.

Gambar 1.1 Data *Trend* Internet Dunia



Sumber : Hasil Survei Hootsuite, 2020

Menurut data Hootsuite yang merupakan situs layanan manajemen konten yang menyediakan layanan media daring yang terhubung dengan berbagai situs jejaring sosial seperti *youtube, facebook, instagram, twitter, line, pinterest, whatsapp, FB messenger* dan masih banyak lagi, memaparkan data pada tahun 2020 yaitu total populasi dunia (jumlah penduduk) yaitu 7,750 milyar, pengguna mobile sejumlah 5,190 milyar, pengguna internet yaitu 4,540 milyar, pengguna media sosial aktif sejumlah 3,800 milyar. Sedangkan di Indonesia sendiri total populasi yaitu 272,1 juta, lalu pengguna seluler sebanyak 338,2 juta, sedang pengguna Internet sebanyak 175,4 juta, dan pengguna media sosial aktif: 160 juta.³ Data tersebut menunjukkan lebih dari separuh jumlah penduduk menggunakan media sosial secara aktif.

³ Hootsuite, Survei Data Pengguna internet 2020, diakses melalui <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>, diakses pada tanggal 04 Desember 2020.

Instagram merupakan salah satu jenis media sosial yang banyak diminati oleh masyarakat, khususnya generasi milenial. Fitur-fitur menarik yang terdapat pada *instagram* seperti posting foto atau video, siaran langsung *instagram (live IG)*, pengikut (*followers*), penyuka (*like*), dan fitur-fitur lainnya yang masih sangat banyak membuat penggunanya dapat berkreasi dan berekspresi sesuai dengan keinginan dan kepuasan individu masing-masing. Oleh karena itu motif yang mendasari penggunaan *instagram* juga berbeda pada setiap individunya. Motif atau kebutuhan seseorang yang beragam sangat mempengaruhi bagaimana pola serta tujuan pelaku menggunakan *instagram*. Hal tersebut dapat dikaitkan dengan salah satu teori komunikasi yang menjelaskan bagaimana seseorang dapat memperlakukan media sesuai dengan kebutuhan serta tujuannya.

Penggunaan media sosial *instagram* yang didominasi oleh kalangan remaja memiliki suatu motif tertentu. Dalam sebuah jurnal penelitian oleh Hesti Wulandari pada tahun 2020 menyebutkan bahwa ukuran kepuasan remaja saat ini adalah eksistensi diri. Eksistensi diri menurut Kierkegaard adalah sesuatu yang menunjukkan diri bahwa seseorang itu ada dalam kehidupan manusia, karena eksistensi diri akan muncul melalui kesadaran manusia untuk membuktikan keberadaannya serta menjadikannya menarik agar dapat dianggap atau diakui oleh orang lain.⁴ Hal tersebut merupakan fenomena yang dapat dilihat pada remaja saat ini. Masa remaja merupakan

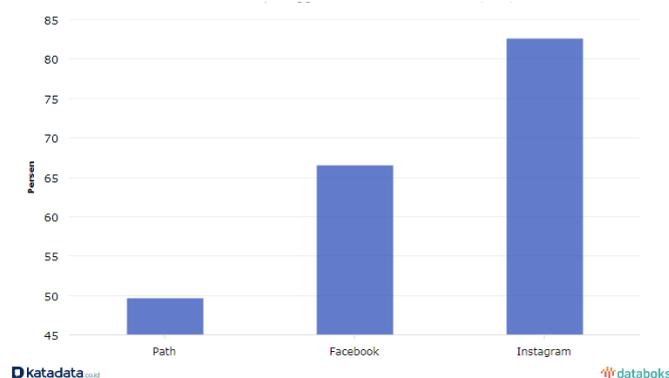
⁴ Hesti Wulandari. Pengaruh Intensitas Penggunaan *Instagram* Dan Motif Penggunaan *Instagram* Terhadap Eksistensi Diri Pada Mahasiswa KPI IAIN Ponorogo (Skripsi IAIN Ponorogo, 2020), 6.

masa yang dinilai adalah masa pencarian jati diri. Dimana pada masa ini, seseorang sedang menggali dan menemukan jati diri, hal tersebutlah yang mendorong seseorang membutuhkan pengakuan mengenai keberadaannya dari orang lain. Semakin berkembangnya zaman dan pesatnya teknologi, pembuktian eksistensi diri manusia semakin bervariasi mengikuti arus atau *trend* yang terjadi pada masanya. Dominasi penggunaan media sosial oleh kalangan remaja menunjukkan besarnya *effort* remaja terhadap hal baru yang berguna untuk menunjang kemampuan diri serta sebagai ajang dalam menunjukkan eksistensi diri. Dalam teori *uses and gratifications* (kegunaan dan kepuasan), pada dasarnya khalayak menggunakan media massa berdasarkan motif dan tujuan tertentu untuk mendapatkan kepuasan yang ingin dicapai. Hal tersebutlah yang melatar belakangi peneliti untuk menggunakan teori *uses and gratification* serta menganggap eksistensi diri sebagai wujud kepuasan yang diinginkan oleh khalayak dalam penggunaan media sosial *instagram*.

Berbagai jurnal penelitian bahkan lembaga survei menyebutkan bahwa *instagram* merupakan aplikasi paling populer yang digunakan oleh masyarakat Indonesia. Menurut data yang di *release* oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII, penggunaan media sosial yang paling sering ialah *path*, *facebook* dan *instagram*. Dalam survei pada tahun 2016 tersebut, *instagram* menduduki peringkat utama sebagai media sosial yang paling sering digunakan dengan persentase sebesar 82,6% sedangkan peringkat kedua adalah *facebook* dengan persentase

66,5% lalu terakhir *path* dengan hasil persentase sebesar 49,6%.⁵ Hasil persentase dari survei tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini

Gambar 1.2 Data Pengguna Media Populer di Indonesia



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2016

Seiring dengan pengguna internet yang semakin hari semakin meningkat, pengunjung *instagram* juga terus meningkat. *instagram* merupakan *website* yang sering dikunjungi oleh pengguna internet, di Indonesia pengguna *instagram* menempati peringkat kedua dalam penggunaan aplikasi *instagram* dengan jumlah pengguna sebesar 38.164.520 orang.⁶ Popularitas *instagram* telah berkembang sejak rilisnya pada tahun 2010 lalu. Dengan pengguna aktif melebihi 500 milyar, *Instagram* telah menjadi *platform* media sosial terpopuler kedua setelah *facebook*.⁷ Data survei yang di *release* oleh APJII pada gambar 1.2 masih

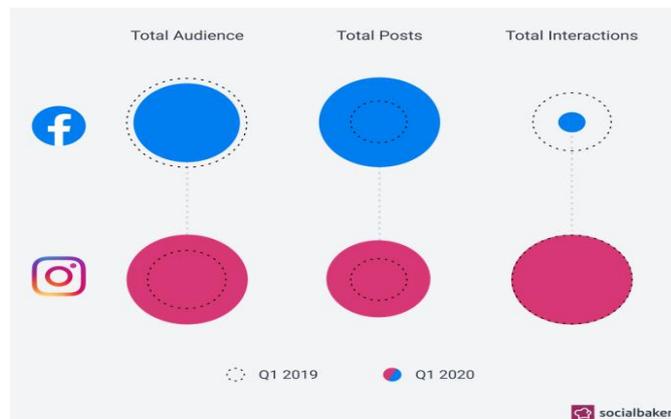
⁵ APJII, Survei Aplikasi Populer 2016, diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/01/13/kalahkan-facebook-Instagram-aplikasi-terpopuler-indonesia#>, diakses pada 12 Desember 2020.

⁶ Puguh Kurniawan, Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* sebagai Komunikasi Pemasaran Modern pada Batik Burneh Vol 11 No. 2 (Jurnal Kompetensi Universitas Madura, 2017) 223.

⁷ Picodio *Digital Agency Partner Google*, *Instagram* kalahkan Facebook 2017, diakses melalui <https://picodio.com/id/mengapa-Instagram-menjadi-social-media-terpopuler/>, diakses pada 25 Mei 2021.

sesuai dengan kondisi khalayak yang sekarang dengan ditemukan sebuah data yang menyebutkan bahwa saat ini, *instagram* telah menjadi media sosial yang dapat mengalahkan kepopuleran *facebook*.

Gambar 1.3 *Instagram* Kalahkan *Facebook*



Sumber: SocialBakers, 2020

Menurut data yang di *release* oleh SocialBakers, sebuah perusahaan analitik data media sosial yang menyediakan data dan analitik lintas media di berbagai *platform* di seluruh dunia menyebutkan bahwa *instagram* telah melampaui *facebook*. Pengguna *instagram* sebesar 35% lebih besar daripada *facebook*.⁸ Data tersebut menunjukkan bahwa *instagram* merupakan media yang paling populer saat ini.

Pengguna media sosial *instagram* saat ini semakin hari semakin bervariasi. Segala macam bentuk inovasi serta informasi setiap harinya dapat diakses dengan sangat mudah. Akibat daya tarik yang dimiliki oleh media sosial *instagram*, hampir setiap hari rata-rata pengguna aktif internet

⁸ SocialBakers, *Instagram* vs. Facebook: Differences and Best Practices in 2021, diakses melalui <https://www.netimperative.com/2020/12/17/21-social-media-data-points-for-2021-pinterest-is-the-secret-social-star/>, diakses pada 25 Mei 2021.

mengakses aplikasi *instagram*. Milenial mendominasi pengguna *instagram* di Indonesia, khususnya kategori remaja juga tidak luput dari daftar konsumen pengguna aktif *instagram*. Menurut data yang dirilis oleh Napoleon.cat, tidak dapat dipungkiri pengguna *instagram* di Indonesia saat ini didominasi oleh golongan usia produktif, yaitu pada rentang usia 18-34 tahun, atau sering disebut dengan generasi milenial. Pada survei yang dilakukan oleh Napoleon.cat menunjukkan bahwa pengguna dari generasi milenial mendominasi hingga 25 juta pengguna atau mendominasi sebesar 36-38 persen pada usia 18-24.⁹ Hal tersebut dinilai wajar karena pada rentang usia tersebut, dilihat secara kemampuan generasi ini ramah terhadap perkembangan dunia digital serta mahir mengeksplorasi *smartphone* dan internet. Selain hal tersebut mereka juga masih produktif dan selalu haus akan hal baru, secara emosional mereka merupakan generasi yang aktif dalam berinteraksi antara satu sama lain.

Selain milenial sebagai generasi yang mendominasi media sosial *instagram*. Terdapat pula data yang menunjukkan pada penelitian dengan survei data pada sebanyak 10.000 orang, hasilnya ditemukan bahwa penggunaan *instagram* mereka sangat tertarik dengan fitur suka (*likes*) dari *instagram*. Mereka memberi *likes* dengan pola saling memberi satu pengguna pada pengguna lain, mereka juga tidak segan untuk menghapus postingan karena dirasa tidak mendapat cukup banyak *likes* pada

⁹ Napoleon.cat, Data Pengguna *Instagram* di Indonesia, diakses melalui <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-Instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>, diakses pada 05 Desember 2020.

unggahannya. Hal ini membuat pandangan remaja yang menggunakan media *instagram* sebagai ajang *narsisme*.¹⁰ Fenomena tersebut membuat peneliti berpikir bahwa pelaku penggunaan *instagram* pada remaja semakin bergeser ke arah yang dianggap salah. Pengguna semakin dimakan oleh *trend* dan fokus pada kepopuleran.

Populernya media sosial *instagram* juga terlihat pada kalangan remaja muslimah. Dalam Islam sudah diatur bagaimana etika seorang muslimin atau muslimah terhadap penggunaan media sosial termasuk *instagram*. Seorang muslimah tentu paham dengan etika-etika muslim yang telah diatur dalam agama Islam. Etika dapat dikatakan sebagai tata krama atau adab, mengatur pola perilaku seseorang yang bersumber pada Al-Qur'an dan As-Sunnah. Media sosial yang dinilai pesat teknologi ini tentu saja membawa banyak dampak bagi kehidupan manusia termasuk remaja muslimah. Oleh karena itu, seorang muslimah harus berpegang pada etika dalam menyikapi fenomena yang marak saat ini. Dalam penggunaan media sosial, sangat diperlukan sikap bijak dari penggunanya. Hal tersebut untuk menghindari dampak yang tidak diinginkan dari penggunaannya.

Fenomena tersebut juga dapat dilihat pada remaja muslimah di Kota Kediri. Banyaknya akun *instagram* yang memberi label “Kediri”

¹⁰ LendEDU, Survei : *Instagram* Media Sosial paling Narsis, diakses melalui <https://lendedu.com/blog/millennials-Instagram-narcissistic-social-media-platform/>, diakses pada tanggal 4 Desember 2020.

pada akunnya bertujuan untuk memberi identitas bahwa akun tersebut merupakan media sebagai “wadah” masyarakat wilayah Kota Kediri. Berdasarkan latar belakang fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk membuktikan hubungan antara motif dan intensitas penggunaan *instagram* terhadap eksistensi diri pada remaja muslimah di Kota Kediri.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, peneliti memfokuskan penelitian ini pada pengaruh motif dan intensitas penggunaan *instagram* terhadap eksistensi diri remaja muslimah di Kota Kediri. Jika fokus penelitian tersebut dirumuskan dalam rumusan masalah, maka peneliti menyusun rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

- a. Apakah terdapat pengaruh motif penggunaan *instagram* terhadap eksistensi diri remaja muslimah di Kota Kediri ?
- b. Apakah terdapat pengaruh intensitas penggunaan *instagram* terhadap eksistensi diri remaja di Kota Kediri ?
- c. Apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama antara motif dan intensitas penggunaan *instagram* terhadap eksistensi diri remaja muslimah di Kota Kediri ?

C. Tujuan Penelitian

Dengan berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun sesuai dengan latar belakang penelitian ini, peneliti menetapkan tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu :

- a. Dapat mengetahui pengaruh motif penggunaan *instagram* terhadap eksistensi diri pada kalangan remaja muslimah di Kota Kediri.
- b. Dapat mengetahui pengaruh intensitas penggunaan *instagram* terhadap eksistensi diri pada kalangan remaja muslimah kota Kediri.
- c. Dapat mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara motif dan intensitas penggunaan *instagram* terhadap eksistensi diri kalangan remaja muslimah di Kota Kediri.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta nilai guna untuk pengembangan ilmu pada umumnya dalam bidang Ilmu Komunikasi. Maka kegunaan penelitian ini terbagi menjadi dua macam guna, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis sebagai berikut:

- a. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai pengaruh motif serta intensitas penggunaan media sosial *instagram* terhadap eksistensi diri pada kalangan remaja muslimah, khususnya di Kota Kediri. Penelitian ini diharapkan dan berusaha untuk menjadi bahan pertimbangan masyarakat khususnya kalangan muslim atau muslimah terhadap penggunaan serta pemanfaatan media sosial sebagai media pendukung eksistensi diri atau lainnya. Diharapkan pula dengan

dilakukannya penelitian ini membuat masyarakat sadar dan lebih bijak untuk menggunakan media sosial *instagram*.

b. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah variasi bahan kajian tentang pengaruh penggunaan media sosial *instagram* terhadap eksistensi diri dikalangan remaja Kota Kediri, serta memberikan kontribusi bagi penelitian dalam bidang ilmu komunikasi yang melakukan penelitian pada kasus yang serupa. Dengan selesainya dilakukan penelitian ini maka diharapkan akan sangat berguna bagi perkembangan program studi ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam pada umumnya serta dapat menjadi bahan masukan, informasi, referensi dan melengkapi bahan kepustakaan bagi pihak yang membutuhkan, khususnya bagi akademisi dan praktisi.

E. Hipotesis Penelitian

.Peneliti membuat tiga hipotesis pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

H₁ : Terdapat pengaruh motif penggunaan *instagram* terhadap eksistensi diri pada kalangan remaja muslimah di Kota Kediri.

H₂ : Terdapat pengaruh intensitas penggunaan *instagram* terhadap eksistensi diri pada remaja muslimah di Kota Kediri.

H₃ : Terdapat pengaruh motif dan intensitas penggunaan *instagram* terhadap intensitas diri remaja muslimah di Kota Kediri.

F. Kajian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini, kajian terdahulu berguna bagi peneliti untuk dapat melihat sejauh mana penelitian mengenai topik serupa yang dilakukan sebelumnya. Berikut penelitian terdahulu yang serupa dengan penelitian pengaruh motif serta intensitas penggunaan *instagram* terhadap eksistensi diri remaja muslimah di Kota Kediri pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu sebagai Kajian

No	Identitas	Fokus dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Afrizal Nur Islami, “ <i>Instagram: Media Sosial dan Eksistensi Diri Remaja Berprestasi di Kota Palu</i> ”. (Jurnal Universitas Tadulako, 2018)	Fokus pada penelitian tersebut ialah bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran eksistensi diri pengguna <i>instagram</i> di kalangan remaja di Kota Palu. Penelitian Afrizal tersebut dilatarbelakangi oleh fenomena penggunaan <i>instagram</i> yang sedang marak saat ini, ia ingin mengetahui eksistensi diri remaja yang berprestasi melalui media sosial <i>Instagram</i> di kalangan remaja di Kota Palu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah metode	Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa <i>instagram</i> adalah salah satu media sosial yang digunakan untuk menunjukkan eksistensi diri remaja kepada pengguna <i>instagram</i> lainnya.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian sebelumnya menggunakan metode deskriptif kualitatif dan teori yang digunakan adalah teori komunikasi massa sedangkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teori <i>uses and gratifications</i> . Pada penelitian ini menggunakan

		deskriptif kualitatif.		n motif dan intensitas sebagai variabel bebas yang akan mempengaruhi variabel terikat yaitu eksistensi diri.
2.	Tri Hastuti Caisari, "Fenomena Penggunaan <i>Path</i> sebagai Ajang Menunjukkan Eksistensi Diri". (Skripsi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro Semarang, 2014).	Latar belakang dari penelitiannya tersebut karena maraknya penggunaan jejaring sosial <i>path</i> serta menjadikan <i>path</i> merupakan jejaring sosial yang sangat populer dikalangan masyarakat modern khususnya dikalangan anak muda. Tujuan penelitiannya yaitu untuk mendeskripsikan pengalaman individu dalam menampilkan eksistensi diri pada jejaring sosial <i>path</i> . Dalam penelitiannya ditemukan hasil bahwa kalangan anak muda menggunakan menggunakan <i>path</i> untuk menampilkan diri mereka sebaik mungkin agar tercapai tujuan yang diinginkan yaitu eksistensi diri. Metode penelitian yang digunakan pada	Dalam penelitiannya ditemukan hasil bahwa kalangan anak muda menggunakan menggunakan <i>path</i> untuk menampilkan diri mereka sebaik mungkin agar tercapai tujuan yang diinginkan yaitu eksistensi diri.	Perbedaan terletak pada metode penelitian yang digunakan oleh Tri Hastuti yaitu kualitatif sedangkan penelitian ini kuantitatif, lalu teori digunakan Tri Hastuti adalah dramaturgi yang merupakan karya dari Erving Goffman didukung teori interaksi symbolic dan teori Konsumsi, sedangkan peneliti menggunakan teori uses and gratifications, perbedaan

		penelitian tersebut adalah kualitatif dan teori dramaturgi yang merupakan karya dari Erving Goffman.		yang terakhir yaitu Tri Hastuti membahas mengenai media sosial Path sedangkan peneliti membahas mengenai media sosial <i>instagram</i> .
3.	Hesti Wulandari, "Pengaruh Intensitas Penggunaan <i>Instagram</i> Dan Motif Penggunaan <i>Instagram</i> Terhadap Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Iain Ponorogo". (Skripsi IAIN Ponorogo, 2020).	Fokus penelitiannya untuk mencari pengaruh parsial dan simultan variabel <i>independent</i> dengan variabel <i>dependent</i> . Penelitian tersebut dilatarbelakangi oleh penggunaan <i>instagram</i> yang populer dikalangan masyarakat saat ini. Intensitas dan motif penggunaan media sosial setiap masyarakat memiliki tingkat yang berbeda. Tujuan penelitiannya yaitu untuk mengetahui pengaruh motif dan intensitas penggunaan <i>instagram</i> terhadap eksistensi diri secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan teori <i>Uses and Gratifications</i> .	Ditemukan bahwa secara parsial ada pengaruh antara intensitas penggunaan <i>instagram</i> terhadap eksistensi diri sebesar 40,3% dan 48% pengaruh antara motif penggunaan <i>instagram</i> terhadap eksistensi diri serta adanya pengaruh secara simultan keduanya terhadap eksistensi diri sebesar 55,6%.	Perbedaannya yaitu Hesti menggunakan mahasiswa KPI sebagai subjek yang diteliti sedangkan peneliti menggunakan remaja di Kota Kediri sebagai subjek penelitiannya.

4.	Nidya Zahra Hayumi, "Penggunaan <i>Instagram</i> sebagai Bentuk Eksistensi Diri", (Skripsi Universitas Indonesia Jakarta, 2014).	Fokus penelitian yang dilakukan oleh Nidya untuk melihat berkembangnya media sosial yang membawa perubahan perilaku manusia dalam cara berpikir serta memaknai diri sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perkembangan eksistensi dalam diri remaja pada saat ini. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dan menggunakan teori <i>uses and gratifications</i> .	Hasil kesimpulan dari penelitian tersebut adalah ditemukan bahwa kalangan remaja menggunakan <i>instagram</i> sebagai salah satu alat untuk menunjukkan eksistensi diri.	Perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Nidya tidak menggunakan motif penggunaan <i>instagram</i> sebagai variabel <i>independent</i> dalam faktor pengaruh terhadap eksistensi diri.
5.	Witanti Prihatiningsih, "Motif Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> Di Kalangan Remaja". (Skripsi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, 2017).	Fokus penelitian tersebut yaitu peneliti ingin melihat pola penggunaan <i>instagram</i> di kalangan remaja, apakah kebutuhannya terpenuhi dengan menggunakan <i>instagram</i> . Witanti menggunakan metode penelitian kualitatif serta menggunakan teori <i>Uses and Gratifications</i> .	Hasil dari penelitiannya tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial <i>instagram</i> dapat memenuhi kebutuhan seseorang baik itu kebutuhan afektif, kognitif, integritas pribadi, integrasi sosial serta berkhayal.	Perbedaannya yaitu penelitian oleh Witanti tidak meneliti mengenai intensitas dan eksistensi diri seseorang, lalu metode yang digunakan juga berbeda yaitu penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian Witanti menggunakan metode

				kualitatif dalam penelitiannya .
6.	M. Fachri Syahreza dan Irwan Syari Tanjung, “Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> Di Kalangan Mahasiswa”. (Jurnal Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018).	Fokus penelitian tersebut adalah untuk mengetahui apakah motif dan pola penggunaan <i>instagram</i> di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dan teori <i>Uses and Gratifications</i> .	Dari hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa motif utama responden menggunakan <i>instagram</i> adalah untuk hiburan.	Perbedaan terletak pada kajian yang akan diteliti yaitu Fachri tidak meneliti mengenai eksistensi diri seseorang sedangkan peneliti meneliti mengenai pengaruh motif serta intensitas penggunaan <i>instagram</i> terhadap eksistensi diri remaja.
7.	Siti Fauji, “Pengaruh Penggunaan <i>Instagram</i> terhadap Eksistensi Diri pada Siswa-siswi SMA Wachid Hasyim 1 Surabaya”. (Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya, 2018).	Fokus penelitiannya tersebut dilatarbelakangi oleh ketertarikan siswa sekolah menengah atas terhadap berbagai fitur yang tersedia di media sosial <i>instagram</i> . Tujuan diadakannya penelitiannya tersebut untuk mengetahui pengaruh penggunaan <i>instagram</i> pada siswa SMA Wachid Hasyim 1 Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode	Hasil hipotesis pada penelitian tersebut yaitu adanya pengaruh penggunaan <i>instagram</i> yang signifikan terhadap eksistensi diri siswa-siswi SMA tersebut dengan pengaruh sebesar 11,9% sedangkan untuk nilai korelasi koefisien yang ada dalam regresi linier sederhana	Perbedaannya a dengan penelitian sebelumnya yaitu dari segi teori yang digunakan untuk penelitian, pada penelitian tersebut menggunakan teori kebutuhan Masslow, sedangkan penelitian ini menggunakan teori <i>Uses</i>

		kuantitatif deskriptif serta menggunakan teori kebutuhan menurut Masslow.	sebesar 0,345 yang dapat dimasukkan pada kategori rendah.	<i>and Gratification s.</i>
8.	Nafa Dwi Citra Pratiwi, "Youtube sebagai Media Eksistensi Diri (<i>Self-Perfomance</i>) mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya". (Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020).	Penelitian ini dilatarbelakangi oleh eksistensi mahasiswa yang saat ini menarik untuk diteliti dan bagaimana mahasiswa memanfaatkan media sosial <i>Youtube</i> untuk membangun eksistensi diri (<i>self perfomance</i>). Fokus penelitian tersebut adalah untuk mengetahui secara segi sosiologis bagaimana cara mahasiswa dalam menciptakan serta menjaga citra diri agar mencapai keeksistensian diri. Nafa menggunakan metode kualitatif serta menggunakan teori Dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman.	Dari hasil penelitiannya terdapat beberapa mahasiswa yang berprofesi sebagai konten kreator yang menggunakan <i>Youtube</i> sebagai tempat untuk berkarya, media penyimpanan karyanya sekaligus juga untuk mendapat penghasilan dari karya-karya yang telah diupload dan dilihat banyak orang.	Perbedaannya dari penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nafa meneliti mengenai youtube sebagai faktor yang berpengaruh terhadap eksistensi diri, sedangkan pada penelitian ini peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh motif dan penggunaan <i>instagram</i> terhadap eksistensi diri, dari segi teori dan metode penelitiannya juga berbeda. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif

				dan menggunakan teori <i>Uses and Gratifications</i> .
9.	Iandesi Andarwati, "Citra Diri ditinjau dari Intensitas Penggunaan Media Jejaring Sosial <i>Instagram</i> pada Siswa Kelas XI SMA N 9 Yogyakarta". (E-Journal Universitas Negeri Yogyakarta, 2016).	Fokus penelitian yang dilakukan Landesi tersebut ialah untuk mengetahui bagaimana profil citra diri, profil intensitas dalam penggunaan media sosial <i>instagram</i> , dan bagaimana hubungan antara intensitas penggunaan media jejaring sosial <i>instagram</i> dengan citra diri pada siswa kelas XI SMA Negeri 9 Yogyakarta. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif.	Hasil dari penelitian tersebut yaitu sebanyak 62% memiliki citra diri tinggi, sedangkan 76% memiliki intensitas tinggi penggunaan <i>instagram</i> dan terdapat hubungan antara pengaruh intensitas penggunaan media <i>instagram</i> yaitu dengan koefisien korelasi sebesar 0,298 dan taraf signifikansi sebesar 0,03, artinya semakin tinggi intensitas penggunaan media jejaring sosial <i>instagram</i> maka semakin tinggi citra diri dan begitu sebaliknya.	Perbedaannya yaitu penelitian Iandesi membahas mengenai citra diri jika ditinjau dari intensitas penggunaan <i>instagram</i> , jika dianalisis penelitian tersebut menggunakan intensitas penggunaan <i>instagram</i> sebagai variabel <i>independent</i> dan citra diri sebagai variabel <i>dependent</i> sedangkan penelitian ini meneliti mengenai pengaruh intensitas serta motif penggunaan terhadap eksistensi diri.
10.	Cicillia Sedy Setya Ardari, "Pengaruh	Latar belakang dari penelitian ini yaitu peneliti ingin mengetahui apakah	Dari hasil penelitiannya ditemukan bahwa aspek	Perbedaannya yaitu penelitian Cicillia

	Kepercayaan Diri Terhadap Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Remaja Awal". (Skripsi Universitas Sanata Dharmayogy akarta, 2016).	ada pengaruh aspek kepercayaan diri terhadap intensitas dalam penggunaan <i>instagram</i> pada kalangan remaja awal atau siswa sekolah menengah pertama. Cicillia menggunakan menggunakan metode kuantitatif dalam penelitian	kepercayaan diri tidak berpengaruh terhadap intensitas seseorang dalam menggunakan <i>instagram</i> .	menggunakan teknik analisis data uji regresi linier sederhana karena hanya menguji satu variabel bebas dan satu variabel terikat sedangkan dalam penelitian ini menggunakan uji validasi reliabilitas data karena menguji dua variabel bebas yaitu intensitas penggunaan <i>instagram</i> dan motif penggunaan <i>instagram</i> serta satu variabel terikat yaitu eksistensi diri remaja.
--	---	---	---	---

Sumber : Penelitian Terdahulu yang Diolah Peneliti

Dari beberapa penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan pada tabel di atas, peneliti telah membandingkan penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Tentu saja penelitian ini memiliki perbedaan dengan setiap penelitian terdahulu sebagai bahan kajian yang telah dipaparkan pula oleh peneliti. Peneliti tidak bermaksud

untuk melakukan plagiasi terhadap penelitian-penelitian di atas, namun hanya untuk dijadikan bahan referensi untuk mendukung penelitian ini.

G. Definisi Istilah

a. Motif

Motif merupakan suatu dorongan, keinginan, hasrat dan tenaga penggerak lainnya dari manusia. Motif muncul dari dalam diri manusia dan dirangsang oleh kebutuhan internal dan eksternal, oleh karena itu motif menjadi faktor penentu arah gerak atau perilaku manusia

b. Intensitas

Intensitas adalah kekuatan atau besarnya tingkah laku, jumlah energi fisik yang diperlukan untuk merangsang suatu indra, data indera serta ukuran fisik dari suatu energi.

c. Eksistensi Diri

Eksistensi diri merupakan kebutuhan manusia untuk diakui dalam dunia. Eksistensi berarti keberadaan (manusia itu sendiri). Seseorang atau manusia selalu membutuhkan pengakuan diri. Pembentukan kepercayaan diri merupakan bagian dari eksistensi diri. Bagaimana kemampuan manusia itu pandai mengaktualisasikan diri dengan kepercayaan diri yang dimiliki.