eJournal Sosiatri-Sosiologi 2020, 7 (4): 45-57
ISSN 0000-0000, ejournal.sos.fisip-unmul.ac.id
© Copyright 2020

MOTIVASI PENGGUNAAN INSTAGRAM PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MULAWARMAN

Harri Sufiyani[1]

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi apa saja yang mempengaruhi mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas mulawarman menggunakan instagram. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menguraikan dan menggambarkan motivasi penggunaan situs jejaring sosial *instagram* pada mahasiswa Fisip angakatan 2013/2014 Universitas Mulawarman. Penelitian diawali dengan melakukan wawancara kepada 14 informan. Kemudian hasil dari wawancara tersebut diolah dan dipisahkan ke dalam 3 kategori yaitu, social needs, esteem needs dan self actualization. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 11 dari 14 mahasiswa tergolong kedalam kategori social needs, 2 orang tergolong dalam kategori esteem needs, dan 1 orang tergolong dalam self actualization. Hal ini dikarenakan menurut hasil wawancara yang didapatkan motivasi mahasiswa dalam menggunakan instagram adalah untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa untuk berinteraksi dengan antar mahasiswa dan juga untuk memperluas jaringan sosial dari para mahasiswa itu sendiri. Karena interaksi sosial tidak hanya terjadi di kehidupan nyata namun juga mampu terjalin melewati media sosial khususnya instagram.

Kata Kunci: *instagram, mahasiswa, social needs, esteem needs, self actualization.*

Pendahuluan

Munculnya wujud internet seperti salah satunya situs jejaring sosial yang bernama *instagram*, sebuah aplikasi jejaring sosial di dunia internet yang diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger seorang pemogram komputer dan pengusaha internet dari Holliston di Massacahusset, Amerika Serikat, telah menarik perhatian masyarakat dunia. Dalam kurun waktu awal beberapa tahun sejak kemunculannya, instagram telah memiliki ratusan juta pengguna dari berbagai belahan dunia. Indonesia telah menjadi pasar terbesar di Asia terbukti dari hasil survei Wearesocial.net dan Hootsuite menyatakan bahwa Indonesia pengguna *Instagram* terbanyak ketiga di Dunia. Tak kurang dari 45 juta orang

[1] Mahasiswa Program S1 Sosiatri-Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: harrysuft@gmail.com

ternyata menggunakan media sosial ini secara aktif, serta tercatat sebagai pembuat konten *Intsgram Story* terbanyak di dunia. Di *Instagram* terjalin komunitas yang beragam dan saling terhubung, termasuk di Instameet Jakarta sebagai salah satu yang terbesar di dunia, Tempo.co-Jakarta 2017. Secara statistik setelah 10 bulan setelah dikeluarkan, *instagram* menarik perhatian 7 juta pengguna baru yang telah mengunduh 150 juta foto dan video dalam *instagram*. sampai pada saat ini setelah kurun waktu 10 bulan setelah dikeluarkan, belum ada spam diantara para pengguna dan aktivitas dari para pengguna lebih sering untuk menyukai sebuah foto dan video serta memberikan komentar pada foto dan video yang sudah dibagikan. Dari para pengguna yang secara berkelanjutan untuk berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya, hubungan antara para pengguna pun menjadi lebih erat lagi, terlebih bila mereka tahu bahwa mereka berada disatu lokasi yang sama. Hal inilah yang pada awalnya menjadi permulaan dari komunitas-komunitas *instagram* atau lebih sering dikenal dengan sebutan "*iGers*". Dengan adanya komunitas tersebut semangat untuk mendapatkan sebuah tanggapan dari pengguna lainnya menjadi hal yang penting ketika mengunggah foto atau video. Instagram memiliki fitur menarik, yang membuat proses interaksi menjadi lebih menyenangkan dan memiliki berbagai macam unggulan dan kecanggihan.

Penelitian dari Ohio State University menyebutkan bahwa 65% mahasiswa setiap hari mengakses *Instagram* minimal satu kali dan setidaknya satu jam di laman tersebut. Yang menarik, 79% dari pengguna instagram merasa bahwa menggunakan laman tersebut tidak mempengaruhi kualitas pekerjaan mereka. Namun yang terpengaruh adalah nilai ujian. "Hal ini seperti perbedaan antara nilai A dan B," kata Aryn Karpinski seorang peneliti dari Ohio State kepada TeknologiNET. (sumber:teknologinet.com) 2017. Mahasiswi Universitas Surabaya (Ubaya), Yovita Maria dalam skripsi bertopik *'Instagram* dan Narsisme" menyimpulkan 61,7 persen pengguna jejaring sosial *Instagram* bersikap narsis. Tingkat narsisme pengguna *Instagram* mencapai 61,7 persen dan tergolong masih wajar, karena bentuknya hanya mengunggah foto diri dan *update* status hingga beberapa kali dalam sehari. Selain itu, menurut Yovita, apa yang dilakukan pengguna Instagram tidak menghilangkan rasa sosial, karena mereka masih mengomentari update foto rekannya, meski komentar yang bersifat ringan. Jadi, mereka masih memiliki empati kepada orang lain (artikel tvone news+sports).

Mahasiswa merupakan bagian dari masyarakat yang identik dengan kehidupan akademis dalam lembaga pendidikan sesuai dengan disiplin ilmu yang dianutnya dan selalu berusaha untuk mengikuti dan menguasai berbagai macam kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, bahkan berusaha mengembangkannya untuk mencapai peradaban manusia yang lebih maju, guna semakin mempermudah aktifitas kehidupan manusia. Dunia internet bukanlah hal yang asing lagi bagi kehidupan mahasiswa, bahkan sekarang menjadi hal yang tak bisa dipisahkan dalam aktivitas mahasiswa, berbagai macam aktivitas akademik dapat

dilakukan melalui media internet. Internet menjadi hal yang cukup vital bagi mahasiswa mendukung kegiatan perkuliahan dalam lembaga pendidikan.

Semakin meningkatnya kecanggihan teknologi, mahasiswa UNMUL turut andil menjadi pengguna *Istagram*. Bagi mahasiswa UNMUL menggunakan internet bukanlah hal yang asing lagi, karena telah terbiasa menggunakan internet untuk berbagai keperluan, salah satunya adalah kewajiban untuk melakukan mekanisme administrasi dan akademis perkuliahan, yang dilakukan melalui bantuan internet yaitu berupa PORTAL (integrasi dari internet dan sistem informasi) UNMUL, sehingga mau tidak mau para mahasiswa harus bisa menggunakan internet. Juga tuntutan akademis yang harus bisa menggunakan fitur-fitur dalam internet guna menunjang berbagai macam proses pendidikan seperti informasi dan kepengurusan KRS dalam sistem SIA (Sistem Informasi Akademik) dalam website UNMUL.

Pihak kampus UNMUL membangun fasilitas, sarana, prasarana, dan infrastruktur hotspot, membuat mahasiswa kian akrab dan terbiasa untuk menggunakan internet. Pihak kampus UNMUL membangun Gazebo ber-hotspot bagi para mahasiswa untuk mengakses internet secara gratis (free), yang dilengkapi dengan terminal listrik sebagai sarana mengisi ulang (mencharger batterai laptop/hp, hal ini semakin memudahkan mahasiswa untuk mengakses internet.

Membuka Instagram menjadi suatu hal yang rutin dilakukan oleh mahasiswa UNMUL tiap kali gadged mereka terkoneksi ke internet. Walaupun pada awalnya berniat mengakses internet guna melakukan suatu tujuan, baik itu untuk membuka suatu situs atau mencari informasi atau referensi. Disela-sela waktu para mahasiswa juga sembari membuka *Instagram*, baik itu sekedar untuk meng-upload foto, melihat pemberitahuan, melihat-lihat *Instagram* Story teman, melihat upload foto terbaru teman dan sebagainya. Bahkan niat yang semula untuk mengerjakan suatu hal di internet menjadi tersisihkan karena asik menggunakan *Instagram*.

Dalam diri mahasiswa tentunya ada dorongan atau motif yang menyebabkan mahasiswa menggunakan *Instagram*, hal apa saja yang menyebabkan mahasiswa FisipUNMUL tertarik menggunakan *Instagram*, sehingga tiap kali mengakses internet dimanapun itu, baik di gadged atau media elektronik lainnya tentu akan membuka *Instagram*, seperti sebuah kebutuhan yang rutin untuk dilakukan di tiap sela-sela waktu yang ada, baik itu di kampus menggunakan *Instagram* dengan fasilitas *hotspot* gratis (18 April 2018).

Mahasiswa Fisip UNMUL dalam menggunakan *Instagram* memiliki tujuan tertentu yang berbeda-beda antara individu satu dengan lainnya, baik yang terutama sebagai media untuk berinteraksi sosial maupun tujuan-tujuan lainnya. Hampir setiap mahasiswa Fisip UNMUL menggunakan *Instagram*, sehingga jumlahnya pun tidak tercover. Dengan penggunaan *Instagram* oleh mahasiswa Fisip UNMUL yang rutin dan terus-menerus, dengan konsumsi pemakaian yang

berbeda-beda, dengan tujuan yang beraneka ragam dan perilaku menggunakan *Instagram* yang bervariasi, tentunya bisa memberikan efek bagi diri mahasiswa pengguna *Instagram* tersebut.

Dari latar belakang yang sudah di jelaskan di atas tersebut, penulis tertarik mengangkat judul ini karena seperti yang sudah di jelaskan sebelumnya, di ketahui bahwa *Instagram* merupakan aplikasi yang paling sangat di minati pada zaman sekarang terutama oleh para mahasiswa, dan *Instagram* juga menjadi urutan terbanyak ketiga yang di gunakan sesudah Amerika Serikat dan Brazil. Oleh karena itu penulis akan melakukan penelitian ini lebih dalam lagi tentang motif apa saja yang menyebabkan mahasiswa menggunakan *Instagram*, dan juga untuk mengetahui implikasi dari penggunaan *Instagram* tersebut bagi mahasiswa, yaitu dengan judul **"Motivasi Penggunaan *Instagram* Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman"**

Kerangka Dasar Teori

Teori Motivasi

Teori Motivasi Abraham Maslow

Menurut teori Abraham Maslow (1943,1970), motivasi dapat diartikan sebagai kekuatan (energi) seseorang yang dapat menimbulkan tingkat persistensi dan entusiasmenya dalam melaksanakan sesuatu kegiatan, baik yang bersumber dari dalam diri luar individu (motivasi ekstrintik). Seberapa kuat motivasi yang dimiliki individu akan banyak menentukan terhadap kualitas perilaku yang ditampilkannya, baik dalam konteks belajar, bekerja maupun dalam kehidupan lainnya.

Dalam hal ini menggunakan hierarki kebutuhan sosial (*Social Needs*), kebutuhan akan bersahabat (kerjasama) dalam kelompok atau komunitas tertentu, kebutuhan akan keikutsertaan, meningkatkan, mengelola dan menambah relasi dengan berbagai pihak atau individu yang dapat dilakukan melalui media situs jejaring sosial *Instagram.*

Sebagai tambahan teori menurut McClelland (dalam Satiadarma, 2000) mengajukan teori motivasi yang didasari oleh pemenuhan kebutuhan (need achievement theory) di mana salah satu komponennya adalah kepribadian individu. McClelland (dalam Walgito, 2010) mengemukakan bahwa motif sosial merupakan motif yang kompleks dan merupakan sumber dari banyak perilaku atau perbuatan manusia. Motif sosial merupakan hal yang penting untuk mendapatkan gambaran tentang perilaku individu dan kelompok David McClelland (dalam Robbins, 2001) dalam teorinya Mc.Clelland's Achievment Motivation Theory atau teori motivasi prestasi McClelland mengemukakan bahwa individu mempunyai cadangan energi potensial, bagaimana energi ini dilepaskan dan dikembangkan tergantung pada kekuatan atau dorongan motivasi individu dan situasi serta peluang yang tersedia.

Media Sosial

Menurut Mandibergh (2012), media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user-gererated content*). Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (to share), bekerja sama (*to co-oporate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi. Boyd (2009) menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa. Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Meike dan Young (2012) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dari berbagai definisi atau penyataan tersebut, penulis mengambil kesimpulan bahwa definisi media sosial adalah "medium di internet yang memungkinkan pengguna mereprentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual".

Konsep Instagram

Menurut Bambang Winarso, 2015 (dalam artikel dailysocial.id) Instagram secara sederhana dapat didefinisikan bahwa *Instagram* adalah aplikasi mobile berbasis iOS, Android dan Windows Phone dimana pengguna dapat membidik, meng-edit dan mem-posting foto atau video ke halaman utama *Instagram* dan jejaring sosial lainnya.

Instagram menurut Atmoko dalam bukunya *Instagram Handbook* merupakan sebuah aplikasi berbagi foto atau video yang memungkinkan pengguna mengambil foto atau video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. (2012:4).

Satu fitur yang unik di instagram adalah memotong foto atau video menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan Polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peralatan bergerak. Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS 3.1.2 atau yang terbaru dan

telefon kamera Android apapun dengan sistem operasi 2.2 (Froyo) atau yang terbaru. Aplikasi Instagram ini tersebar melalui Apple App Store dan Google Play. (Frommer, 2010)

Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di feed pengguna lain yang menjadi follower Anda. Sistem pertemanan di Instagram menggunakan istilah following dan follower. Following berarti Anda mengikuti pengguna, sedangkan follower berarti pengguna lain yang mengikuti Anda. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna *Instagram* sendiri dapat terjalin. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto atau video yang dibagikan. Follower juga menjadi salah satu unsur penting, dimana jumlah tanda suka dari para follower sangat mempengaruhi apakah foto atau video tersebut dapat menjadi sebuah foto atau video yang populer atau tidak. Selain itu, *instagram* juga dapat terkoneksi langsung dengan aplikasi sosial media yang lain seperti Twitter dan Facebook.

Instagram awalnya dikembangkan oleh startup bernama Burbn, Inc yang berdiri pada tahun 2010 dan dimotori oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Pada awalnya Burbn, Inc. sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5 mobile, namun kedua CEO, Kevin Systorm dan juga Mike Krieger, memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja yaitu instagram. Di tangan keduanya *Instagram* sukses membuat raksasa jejaring sosial Facebook bertekuk lutut sehingga bersedia membelinya seharga $1 miliar, akuisisi itu terjadi pada 9 April 2012 (Winarso, dailysocial.id)

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif dilakukan untuk memahami peristiwa, kegiatan, perilaku,dan pelaku peristiwa dalam situasi tertentu dalam situasi yang ilmiah (natural). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena secara langsung dapat menyajikan hubungan antara peneliti dengan responden lebih peka. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2006:4) metode kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari para informan yaitu mahasiswa Fisip angkatan 2013/2014 UNMUL pengguna situs jejaring sosial *Instagram*. Metode yang dipilih dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan menguraikan dan menggambarkan motif dan implikasi penggunaan situs jejaring sosial *instagram* pada mahasiswa Fisip angakatan 2013/2014 UNMUL.

Tehnik Pengumpulan Data

Wawancara

Dalam pelaksanaan pengumpulan data, peneliti menggunakan metode wawancara *Purposive sampling. Seperti yang dikatakan oleh (*Sugiyono, 2013)

yaitu *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti.

Dokumentasi

Dokumentasi adalah tehnik pengumpulan data yang tidak langsung ditujunjukkan kepada subjek penelitian. Dokumentasi dapat berupa buku harian, surat pribadi, laporan, catatan khusus (case record) dalam pekerjaan sosial dan dokumentasi lainnya (Soehartono, 2005:70). Dalam penggunaan metode dokumentasi ini peneliti mengumpulkan data berdasarkan dokumen yang nyata dan ada sehingga data yang diperoleh mendukung keakuratan penelitian.

Instrument Penelitian

Instrument penelitian merupakan suatu yang penting dalam penelitian kualitatif, karena merupakan jaminan kepercayaan dalam pemecahan masalah yang diteliti. Dalam hal ini peneliti akan menjadi human istrument. Menurut (Sugiyono 2011:306) peneliti kualitatif sebagai human instrument berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan atas temuannya. Ionstrumen dalam penelitian adalah peneliti itun sendiri yang menggunakan pedoman wawancara dan dokumentasi yang dibuat sendiri oleh peneliti dan dibantu oleh dosen pembimbing.

Tehnik Analisa Data

Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara yang sedemikian rupa sehingga kesimpulannya data ditarik dan diverfikasi.

Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Data-data dan informasi yang sudah dikelompokan kemudian disajikan dalam bentuk narasi dan detail agar setiap data dan informasi tidak lepas dari kondisi permasalahan yang ada.

Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Merupakan kegiatan mencari arti data, mencatat keteraturan, pola-pola penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat dan proporsi. Penarikan kesimpulan digunakan sebagai langkah untuk meringkas data dalam bentuk kesimpulan, sehingga peneliti dapat mengetahui data apa saja yang telah diperoleh yang dapat mendukung penelitian dan menjawab permasalahan yang dirumuskan secara lebih mendalam.

Hasil Penelitian

Instagram merupakan media sosial berbasis foto pertama yang diluncurkan pada oktober 2010 oleh Kevin Systrom and Mike Krieger. Berbeda dengan media sosial lainnya, instagram memfokuskan dirinya hanya untuk berbagi foto dan video saja, hingga saat ini pengguna instagram telah memiliki lebih dari 100 juta pengguna. Dengan kesuksesannya ini instagram dinilai mampu merubah dunia fotografi karena tidak hanya melibatkan perubahan dalam cara apa dan bagaimana sebuah foto diambil tetapi juga memiliki kemampuan insteraksi melalui bahasa visual.

Instagram memberikan ruang bagi penggunanya untuk berbagi dan berinteraksi serta memberikan ruang pada penggunanya untuk menampilkan diri dan membentuk apa yang ingin ia sampaikan ke khalayaknya melalui foto dan video dibantu dengan caption yang ia tuliskan serta dengan kolom komentar.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui wawancara mendalam kepada informan-informan yang memiliki hobi online shop, pengembangan pekerjaan dan telah menggunakan instagram lebih dari tiga tahun. dan memiliki lebih dari 3000 *follower.*

Dalam penelitian ini pengalaman informan dalam menggunakan instagram sebagai media pengembangan pekerjaan dianalisis berdasarkan tiga tema pokok dan hasil yang didapat adalah:

1. **Perilaku informan dalam menggunakan internet sehari-hari**
   Dalam sehari informan menggunakan internet selama 10-12 jam untuk berbagai keperluan, namun informan memilih instagram sebagai sosial media yang paling sering ia gunakan, setidaknya informan menggunakan instagram dalam sehari selama 8-10 jam dalam sehari, dan informan mengunggah foto hampir setiap hari untuk kebutuhan online shop, dan 4-5 foto dalam seminggu untuk akun pribadi.
2. **Pengalaman informan melakukan kegiatan fronstage dan personal branding di instagramnya**
   Dalam menggunakan instagram informan melakukan personal branding tanpa sadar dengan menata galeri instagramnya sesui dengan *image* yang ingin ia tampilkan dan tanpa sadar membangun *brand* nya masing-masing seperti "*daichismakeup*, *finshop*" dan lain sebagainya. Informan berusaha

menampilkan ke-khas-annya dengan menggunggah foto-foto semenarik mungkin, dalam kegiatannya melakukan personal branding informan mendapatkan beberapa keuntungan dari instagram seperti mendapatkan popularitas dan mendapatkan keuntungan finansial bagi online shop.

3. **Karakter backstage informan**

Informan memisahkan galeri instagramnya dari hal-hal yang bersifat pribadi seperti *selfie*dan kegiatan pribadi lainnya untuk akun yang memiliki online shop, serta untuk akun pribadi lebih menunjukan kesehariannya dilaman instagramnya. Dari penelitian ini diketahui bahwa informan merupakan seseorang yang periang, humoris namun mampu berdedikasi pada apa yang ia kerjakan.

A. **Kebutuhan Sosial (*Social Need*)**

Kebutuhuan sosial adalah kebutuhan akan saling berinteraksi antara manusia yang satu dengan manusia lainnya dalam kehidupan bermasyarakat. Kebutuhan sosial (social need) menurut Abraham Maslow adalah kebutuhan akan saling berinteraksi antara manusia yang satu dengan manusia lainnya dalam kehidupan bermasyarakat. kebutuhan sosial manusia tidak hanya terjalin didalam dunia nyata tetapi mampu terjalin hubungan sosial didalam dunia maya contohnya instagram. Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak dapat terlepas dari apa yang dinamakan komunikasi. Masyarakat tidak dapat dipisahkan dengan manusia karena hanya manusia saja yang dapat hidup masyarakat yaitu hidup bersama-sama dengan manusia lain dan saling memandang sebagai penanggung jawab hak dan kewajiban. Sebaliknya manusia juga tidak dapat dipisakan dari masyarakat sebab seorang manusia tidak akan dapat melakukan segala aktivitasnya dengan sendiri tanpa adanya masyarakat. Kebutuhan sosial manusia tidak hanya terjalin didalam dunia nyata tetapi mampu terjalin hubungan sosial didalam dunia maya contohnya intagram. Dalam kehidupan sehari- hari manusia sekarang ini tidak dapat lepas dari apa yang dinamakan komunikasi, komunikasi merupakan aspek penting dalam kehidupan manusia didunia ini. Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya, ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, rasa ingin tau ini memaksa manusia perlu berkomunikasi. Ada berbagai jenis komunikasi salah satunya komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan komunikasi yang membutuhkan media sebagai perantaranya salah satu media yang paling cepat penyebarannya adalah instagram. instagram mampu menghubungkan antar mahasiwa FISIP bahkan bukan hanya itu, instagram juga mampu menghubungkan manusia dibelahan bumi manapun. Instagram dikalangan mahasiswa FISIP menjadi sarana untuk menunjukan berbagai hal, baik itu sebuah foto maupun video atau bahkan hanya

sekedar mencari informasi – informasi. Para mahasiswa kecanduan menggunakan media sosial ini karena dapat memenuhi kebutuhan mereka sehingga interaksi sosial antar mahasiswa dilingkungan kampus pun terkena dampak hal ini. Banyak dari mereka yang telah bertahun-tahun menggunakan instagram sebagai wadah berkomunikasi.

B. Kebutuhan akan Prestasi (*Esteem Needs*)

Kebutuhan akan prestasi (esteem needs) menurut Abraham Maslow adalah kebutuhan akan prestasi merupakan dorongan untuk mengungguli, berprestasi sehubungan dengan seperangkat standar, bergulat untuk sukses. Kebutuhan ini pada hirarki maslow terletak antara kebutuhan akan penghargaan diri dan kebutuhan akan aktualisasi diri. Kebutuhan akan prestasi (esteem needs) menurut Abraham Maslow adalah kebutuhan akan prestasi merupakan dorongan untuk mengungguli, berprestasi sehubungan dengan seperangkat standar, bergulat untuk sukses. Kebutuhan ini pada hirarki maslow terletak antara kebutuhan akan penghargaan diri dan kebutuhan akan aktualisasi diri. Kebutuhan akan prestasi merupakan dorongan untuk mengungguli, berprestasi sehubungan dengan seperangkat standar, bergulat untuk sukses. Kebutuhan ini pada hirarki maslow terletak antara kebutuhan akan penghargaan diri dan kebutuhan akan aktualisasi diri. Ketika manusia sudah berinteraksi secara intens dengan lingkungan sosial nya, maka muncul keinginan dari dalam diri sendiri untuk ingin merasa diapresiasi serta diakui akan keahlian maupun kemampuannya dalam melakukan sesuatu hal. Hal ini juga yang membuat media sosial khususnya instagram dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa FISIP Unmul menjadi suatu wadah apresisasi diri dan ajang promosi yang berkaitan dengan diri pribadi maupun promosi dan sebagainya. Dengan menggunakan instagram mahasiswa mampu menggunggah foto atau video dan membuat diri mereka semakin percaya diri dan mendapatkan apresiasi berupa like dan komentar-komentar dari pertemanannya diinstagram. Dan instagram juga mampu sebagai wadah mencari pundi-pundi rupiah dengan cara memasarkan barang daganggannya diakun pribadinya tersebut karena halayak umum pun banyak yang telah menggunakan instagram sehingga mempermudah promosi.

C. Kebutuhan Mempertinggi Kapasitas Kerja (*Self Actualization*)

Kebutuhan mempertinggi kapasitas kerja (self actualization) menurut Abraham Maslow adalah berhubungan erat dengan proses perkembangan diri maupun potensi yang dimiliki oleh seseorang. Kebutuhan untuk menunjukan potensi, kelebihan,keahlian,skill maupun ilmu yang dimiliki seseorang. Didalam self actualization manusia cenderung mengalami

peningkatan didalam dirinya, apabila didalam tingkatan ini manusia mempunyai aktualisasi diri yang sangat kuat maka manusia tersebut akan sangat menyukai hal-hal yang suseai passion maupun potensi yang ada dalam dirinya karena merasa sangat membutuhkannya untuk teruis meningkatkannya.Kebutuhan mempertinggi kapasitas kerja berhubungan erat dengan proses perkembangan diri maupun potensi yang dimiliki oleh seseorang. Kebutuhan untuk menunjukan potensi, kelebihan, keahlian,skill maupun ilmu yang dimiliki seseorang. Didalam self actualization manusia cenderung mengalami peningkatan didalam dirinya. Apabila didalam tingkatan ini manusia mempunyai aktualisasi diri yang sangat kuat, maka manusia tersebut akan sangat menyukai hal-hal yang sesuai dengan passion maupun potensi yang ada dalam dirinya, karena merasa sangat mebutuhkannya untuk terus meningkatkannya. Hal ini juga yang membuat media sosial khususnya instagram dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa-mahasiswi FISIP Universitas Mulawarman untuk menjadi suatu wadah apresiasi agar potensi dalam dirinya semakin terlihat. Dan dengan instagram pula mampu meningkatkan kapasitas kerja penggunanya dengan cara mempromisikan pekerjaannya melalui akun pribadinya, agar lebih menarik biasanya pengguna menggunakan tambahan caption kata-kata pada setiap postingan foto maupun video nya dan hal ini pula yang menyebabkan daya tarik tersendiri bagi teman- teman pengikutnya untuk sekedar melihat atau bahkan memberi komentar dan like (suka).

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

1. Dengan instagram mahasiswa-mahasiswi FISIP Universitas Mulawarman mampu menjalin kebutuhan sosial mereka karena diinstagram mereka memiliki banyak pertemanan dari berbagai kalangan bahkan mampu mengetahui dan mengikuti kegiatan artis favoritnya serta mereka mampu mengapresiasikan dirinya dengan cara membuat story, upload foto atau video pada akun pribadinya. Selain dapat membagikan foto dan video, instagram juga menyajikan wadah untuk membentuk citra diri di Instagram. Mahasiswa FISIP Unmul sebelum membagikan sebuah foto atau video, selalu menyematkan editan dalam foto atau video tersebut. Kemudian mahasiswa FISIP Unmul juga mengaku bahwa mereka membentuk citra diri di instagram dengan tujuan yang salah satu alasan mereka untuk membentuk citra diri dalam akun instagram yakni karena ingin diakui oleh publik tentang keberadaannya di dunia maya, kemudian ada juga yang menyatakan bahwa ingin memberikan dampak positif untuk lingkungan sekitar serta keinginan untuk tawaran pekerjaan yang lebih banyak lagi.

2. Ketika manusia sudah berinteraksi secara intens dengan lingkungan sosial nya maka muncul keinginan dari dalam diri sendiri untuk ingin merasa diapresiasi serta diakui akan keahlian maupun kemampuannya dalam melakukan sesuatu hal.salah satunya dengan instagram, Instagram juga mampu meningkatkan kapasitas kerja penggunanya karena diinstagram mereka mampu mempromosikan dirinya atau pekerjaannya sesuai dengan bakat masing-masing, dan akan lebih mempermudah penggunanya untuk wadah promosi khusunya mahasiswa-mahasiswi FISIP Unmul yang beberapa memiliki olshop atau pekerjaan yang perlu ditunjang menggunakan media sosial khusunya instagram.
3. Motivasi ini yang mampu membuat mahasiswa UNMUL menggunakan instagram ialah banyaknya sumber berita yang dapat diakses dan banyaknya peluang pekerjaan yang dapat dilakukan melalui promosi diinstagram serta mampu menjadi tempat pengembangan pekerjaan seperti MC dan lain sebagainya. Selain itu keuntungan mendapatkan popularitas dan finansial juga mampu didapatkan dari penggunaan instagram ,maka dari itu mahasiswa fisip UNMUL sangat termotivasi untuk menggunakan instagram.

Saran

1. Sosial Needs
   Sebagai pengguna dalam media sosial khususnya instagram kita harus mampu bijak dalam memilih informasi baik positif maupun negatif, karena seperti yang kita ketahui bahwa instagram adalah wadah komunikasi yang berbeda dengan dunia nyata yang dapat mempengaruhi kita dalam cara pandang di dunia nyata. Pengguna instagram harus mampu memilih dan memilah berita mana yang sekirannya memang dibutuhkan sehingga tidak terjadi penyalahgunaan informasi.
2. Esteem Needs
   Sebagai pengguna akun dalam instagram kita harus mampu mengambil kesempatan untuk mengupgreat informasi yang kita dapatkan. Tidak hanya dalam memberikan postingan agar mendapat pengakuan dan pujian dari pengguna lain namun kita juga harus siap menerima resiko pengguna lain yang tidak menyukai karya kita, komentar tidak baik dijadikan sebagai motivasi untuk menjadi lebih baik lagi dan komentar baik mampu membuat pengguna lebih percaya diri. Contoh dikalangan mahasiswa ketika pengguna instagram aktif adalah seorang ketua BEM aktif fakultas, maka jelas akan ada beberapa mahasiswa penggunanya (instagram) yang tidak menyukainya dan ada beberapa mahasiswalain yang menyukainya.
3. Self Actualization
   Sebagai pengguna akun media sosial dalam instagram kita juga harus mampu mengembangkan potensi yang dimiliki agar manusia (pengguna akun instgram

lain) dapat memiliki peningkatan dalam dirinya dan dapat menghasilkan keuntungan bagi penggunanya. Contohnya saat pengguna instagram adalah seorang mc (*master ceremony*) dan sudah dikenal secara luas melalui instagram atau dunia maya maka dapat mempermudah mc dalam pekerjaannya karena akan banyak orang mengenalnya dan mengetahui pekerjaannya sehingga mempermudah pengguna jasanya.

Sisi lain dari penggunaan instagram ialah mampu menyaring konten-konten porno-grafi sehingga dapat dikatakan lebih aman dibandingkan dengan sosial media yang lainnya, selain itu instagram mampu menyaring pertemanan dan penyebaran gambar-gambar karena terdapat fitur *privasi* didalamnya.

Dengan adanya penelitian ini, para pengguna Instagram khususnya Mahasiswa Fakltas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman, lebih memikirkan terlebih dahulu sebelum membagikan foto atau video yang akan dibagikan di Instagram. akan lebih baik membagikan foto dan video yang memiliki nilai positif dan bermanfaat. Bukan hanya bermanafaat untuk diri sendiri, melainkan juga dengan orang lain.

DaftarPustaka

Atmoko, Bambang Dwi. 2012. Instagram Handbooks Tips Fotografi Ponsel. Media Kita. Jakarta.

Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunuikasi*. Jakarta: Kencana

Fuchs, C. 2014. Socoal Media a Critical Introduction. Los Angeles: SAGE Publications, Ltd.

Metode penelitian Kuantitatif, *Kualitatif* dan R&D Penulis: Prof. Dr. Sugiyono. Cetakan Ke-19, Oktober 2013, Penerbit Alfabeta, CV. Bandung

Nasrullah, Rulli 2015. Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, R. 2014. "Selling' Self-Image In The Era Of New Media". *Jurnal Humaniora, 26*(1), 3-12.

Robbins. S. P & Judge, T, A. 2008. *Perilaku Organisasi*.Penerjemah: Diana, Ria, & Abdul. Edisi. 12. Jakarta: Salemba Empat. 59-68.

Schultz, D. P., & Schultz, S. E. 2005. *Theories of personality*. (8th ed.). Belmont, CA: Cengage Learning/Wadsworth.

Siagian, Sondang P. 2004. *Teori Motivasi dan Aplikasinya.* Jakarta; PT. Rineka Cipta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Cetakan Ke-19, Alfabeta, CV. Bandung.

Walgito, B. 2010. *Pengantar Psikologi Umum.*Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Winarso, 2016. https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram (Diakses 1 juli 2018)