

**MOTIF PENGGUNAAN AKUN *INSTAGRAM @LAMBENYINYIR***  
**(Studi Deskriptif Kualitatif Motif Penggunaan Akun *Instagram @lambenyinyir***  
**dalam Kebutuhan Hiburan pada Mahasiswa Universitas**  
**Sumatera Utara )**  
*Safrin, Chairunnisa Nasution*

**ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul “Motif Penggunaan Akun *Instagram @lambenyinyir*” (Studi Deskriptif Kualitatif Motif Penggunaan Akun *Instagram @lambenyinyir* dalam Kebutuhan Hiburan pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan akun *instagram @lambenyinyir* pada kalangan mahasiswa di universitas sumatera utara dan untuk mendeskripsikan kebutuhan hiburan mahasiswa dalam mengakses akun ini. Paradigma penelitian adalah konstruktivisme. Teori yang digunakan adalah teori komunikasi, new media, teori kebutuhan, teori *uses and gratifications*, dan jejaring sosial. Metode penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling. Subjek penelitian ini adalah lima orang mahasiswa universitas sumatera utara yang mengikuti akun *instagram @lambenyinyir* dan juga pengguna aktif Instagram. Teknik analisis data dalam penelitian ini melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan akun *instagram @lambenyinyir* adalah akun berita infotainment dengan konten negatif yang menggiring opini publik ke persepsi negatif dengan konten yang diunggahnya. Motif mahasiswa dalam penggunaan akun *instagram @lambenyinyir* didorong oleh motif diversifikasi, personal identitas dan kognitif. Kebutuhan Hiburan yang dicapai mahasiswa dalam penggunaan akun *instagram @lambenyinyir* adalah kebutuhan hiburan akan berita infotainment seputar selebritis tanah air yang sedang viral di masyarakat.

Kata Kunci : Motif, Mahasiswa, Kebutuhan Hiburan, Instagram.

**PENDAHULUAN**

**Konteks Masalah**

Media sosial adalah hasil dari perkembangan teknologi informasi yang membawa perubahan besar dalam masyarakat, dimana media sosial adalah sebuah media online yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, berkomunikasi, serta mendapatkan informasi kapan saja dan dimana saja. Media online (Siregar, 2016:3) merupakan tipe baru jurnalisme karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik dari jurnalisme tradisional. Kelebihanannya menawarkan kemungkinan-kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita yang dikenal dengan jurnalisme online (Iriantara, 2005:123), salah satu bentuk kegiatan jurnalistik yang memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi dengan memanfaatkan medium internet. Salah satu bentuk dari media sosial adalah aplikasi *Instagram*.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih dan pesat, *Instagram* seakan menjadi gaya hidup (*lifestyle*) bagi penggunanya. Pengguna *Instagram* saat ini sudah semakin membludak. Seperti yang dilansir dari

Kompas.com (29/9/2017), bahwa pengguna *Instagram* sudah mencapai angka 800 juta orang pengguna aktif. Berdasarkan jumlah tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Instagram* merupakan media sosial yang sangat populer dan digemari oleh banyak orang. Sebagai salah satu media sosial yang paling populer, *Instagram* tidak hanya sekedar digunakan sebagai wadah untuk bermedia-sosial tetapi juga sering disalahgunakan oleh oknum-oknum tertentu untuk menyebarkan konten-konten berupa foto ataupun video yang berisi isu kebencian, *hoax* dan menyulut opini publik.

*Instagram* diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mieke Krieger serta diluncurkan pada bulan Oktober tahun 2010. Menurut definisinya, *Instagram* merupakan aplikasi jejaring sosial untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan para penggunanya untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial lainnya, termasuk kepada pemilik *Instagram* sendiri. Salah satu fitur yang unik di *Instagram* adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera *Kodak Instamatic* dan *Polaroid*. Hanya saja, yang membedakan adalah, tampilan foto *Instagram* memiliki ciri khas dengan “bingkai” persegi ([www.Instagram.com](http://www.Instagram.com)).

*Instagram* menggunakan foto sebagai media penyampai pesan. *Instagram* memang dapat dikatakan sebagai media sosial yang berbeda dari media sosial lainnya. Fitur lain yang ditawarkan *Instagram* ialah pemilik akun dapat menambahkan judul pada foto atau yang disebut dengan *caption*. Pada setiap foto yang dibagikan, sesama pengguna *Instagram* dapat memberikan *feedback* berupa tanda suka (*like*) jika ia menyukai foto tersebut dan dapat memberikan komentar di foto tersebut ([mediakontak.com](http://mediakontak.com)). Selain itu, *Instagram* juga meluncurkan pembaruan *story highlights* pada aplikasinya di bulan November tahun 2017 yakni memungkinkan kepada para penggunanya atau pemilik akun untuk dapat membagikan momen favoritnya (*story*) pada kolom *highlights* di akun *Instagram*nya.

Akun *Instagram* @lambenyinyir terindikasi sebagai akun yang menyebarkan konten berupa unggahan foto ataupun video yang disertai *caption* (keterangan foto) terkait berita infotainment seputar isu selebriti yang sedang viral di masyarakat. Dalam penyebaran konten-kontennya, akun *Instagram* @lambenyinyir selalu menuai beragam komentar dari netizen selaku pengguna *Instagram* khususnya dari pengikut (*Followers*) akun *Instagram* @lambenyinyir itu sendiri. Keseluruhan konten akun *Instagram* @lambenyinyir juga terindikasi sebagai konten negatif, yakni konten yang memuat foto ataupun video yang dengan sengaja disebarluaskan untuk memberitakan, menyindir, menyudutkan, bahkan menghina *public figure* tertentu yang menjadi sasarannya. Sehingga, akun *Instagram* @lambenyinyir dianggap dapat menggiring opini publik yang pada akhirnya menimbulkan trending, komentar, kericuhan, dan keresahan di masyarakat terkait konten ataupun pemberitaan yang diunggahnya.

Meskipun dianggap sebagai akun yang dapat menggiring opini publik, akun *Instagram* @lambenyinyir justru memiliki jumlah pengikut (*Followers*) yang sangat tinggi jumlahnya hingga mencapai angka lebih dari 1.6 juta pengikut

(*Followers*). Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya atensi publik terhadap konten yang diunggah oleh akun *Instagram @lambenyinyir*.

Pengguna *Instagram* di dominasi oleh kaum muda. Karena, kaum muda adalah kaum yang paling peka terhadap perkembangan teknologi dan paling aktif dalam berselancar di jejaring media-sosial. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan hasil riset dari *Taylor Nelson Sofres (TNS)* yang dikutip dari *dailysocial.id* (15/01/2016) bahwa 89% pengguna *Instagram* di Indonesia adalah kaum muda. Mahasiswa adalah kaum muda, karena di dalam dunia pendidikan mahasiswa merupakan orang yang berperan penting.

Mahasiswa diartikan sebagai pelajar yang menimba ilmu pengetahuan yang tinggi, dimana pada tingkat ini mereka dianggap memiliki kematangan fisik dan perkembangan pemikiran yang luas, sehingga dengan nilai lebih tersebut mereka memiliki kesadaran untuk menentukan sikap dirinya serta mampu bertanggung jawab terhadap sikap dan tingkah lakunya. Istilah ini digunakan oleh Yahya (Putri, 2012). Dikutip dari *usu.ac.id* (04/07/2018) Universitas Sumatera Utara (USU) adalah Universitas yang terdiri dari lima belas Fakultas, yakni, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Hukum, Fakultas Ilmu Budaya, Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Kedokteran, Fakultas Kedokteran Gigi, Fakultas Kehutanan, Fakultas Keperawatan, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Fakultas Pertanian, Fakultas Psikologi, Fakultas Farmasi, dan Fakultas Teknik. Dalam penelitian ini, peneliti lebih memfokuskan subjek penelitian hanya pada Mahasiswa di Universitas Sumatera Utara (USU) dengan program Sarjana (S1).

Mahasiswa adalah kaum muda yang dicirikan sebagai pengguna aktif terbesar *Instagram* dan juga sebagai pengikut (*followers*) terbanyak pada akun *Instagram @lambenyinyir* tentunya akan sangat terpengaruh atas pemberitaan maupun konten yang disebar oleh akun *Instagram @lambenyinyir*. Berdasarkan uraian konteks masalah diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana sebenarnya motif yang mendasari mahasiswa Universitas Sumatera Utara sebagai pengguna dan pengikut akun *Instagram @lambenyinyir*.

### **Fokus Masalah**

Berdasarkan konteks masalah yang telah diuraikan diatas, maka fokus masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana motif penggunaan akun *Instagram @lambenyinyir* pada mahasiswa di Universitas Sumatera Utara

### **Tujuan Penelitian**

Setiap penelitian yang dilakukan sudah pasti mempunyai tujuan yang akan dicapai. Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui motif penggunaan akun *Instagram @lambenyinyir* pada kalangan mahasiswa di Universitas Sumatera Utara.
2. Untuk mendeskripsikan kebutuhan hiburan mahasiswa di Universitas Sumatera Utara dalam mengakses akun *Instagram @lambenyinyir*.

### **Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai kajian ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan kebutuhan hiburan akan akun *instagram*.

2. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif terhadap pengetahuan di bidang komunikasi, memperluas bahan penelitian komunikasi serta dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Departemen Ilmu Komunikasi FISIP USU.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan kajian informasi dan dapat digunakan sebagai masukan bagi pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi, terutama bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

## **KAJIAN LITERATUR**

Paradigma pada penelitian ini mengacu pada paradigma konstruktivis. Teori Konstruktivisme menyatakan bahwa individu menginterpretasikan dan beraksi menurut kategori konseptual dan pikiran. Realitas tidak menggambarkan diri individu namun harus disaring melalui cara pandang orang terhadap realitas tersebut (Ardianto, 2007: 158).

### **Komunikasi**

Komunikasi atau dalam Bahasa Inggris disebut communication berasal dari Bahasa Latin yaitu *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti 'sama', dimana pada kata 'sama' merujuk pada hasil sama makna (Effendy, 2004:3). Menurut Shannon dan Weaver (Cangara, 2006:19) dalam penerapannya, komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi, sengaja ataupun tidak sengaja. Tidak terbatas pada konteks komunikasi verbal, tapi juga dalam konteks ekspresi muka, seni dan teknologi.

### **Media Baru**

Media baru adalah konsep yang menjelaskan kemampuan media yang dengan dukungan perangkat digital dapat mengakses konten kapan saja, dimana saja sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja baik sebagai penerima ataupun pengguna untuk berpartisipasi secara aktif, interaktif, dan kreatif terhadap umpan balik pesan yang pada gilirannya membentuk komunitas atau masyarakat baru melalui isi media (Liliweri, 2015: 284).

### **Teori Kebutuhan**

Teori kebutuhan adalah teori yang menggagas bahwa tingkah laku manusia pada hakikatnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut Husdarta, 2011 (Ahmad, 2012: 10) teori kebutuhan merupakan salah satu teori dari teori motivasi. Hamzah B. Uno (2008: 23) mengatakan bahwa istilah motivasi berasal dari kata motif yang dapat diartikan sebagai kekuatan yang menyebabkan individu tersebut berbuat atau bertindak. Sedangkan, pengertian motivasi adalah dorongan yang terdapat dalam diri seseorang untuk berusaha mengadakan perubahan tingkah laku yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhannya. Hubungan yang erat antara motif dan motivasi membuat kedua hal tersebut tidak dapat dipisahkan.

### **Teori Penggunaan dan Kepuasan**

Teori Uses and gratifications merupakan teori perluasan dari teori kebutuhan dan motivasi. Teori kebutuhan dan motivasi, Abraham Maslow (West dan Turner, 2008: 101) menyatakan bahwa orang secara aktif berusaha untuk memenuhi hierarki kebutuhannya. Hal tersebut seperti penggunaan isi media dalam mendapatkan pemenuhan atas kebutuhan individu atau lebih dikenal dengan uses and gratifications yang merupakan salah satu teori dan pendekatan yang sering digunakan dalam komunikasi massa. Teori dan pendekatan uses and gratifications tidak mencakup keseluruhan proses komunikasi karena teori ini lebih kepada pelaku audience, yang hanya dijelaskan melalui kebutuhan (needs) dan kepentingan (interest) mereka sebagai suatu fenomena mengenai proses penerimaan (pesan media). Pendekatan uses and gratifications ditujukan untuk menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan media oleh individu (Effendy, 2000: 289).

### **Jejaring Sosial**

Definisi media sosial diperluas dikatakan bahwa media sosial adalah demokratisasi informasi, mengubah orang dari pembaca konten ke penerbit konten. Hal ini merupakan pergeseran mekanisme siaran ke model banyak ke banyak, berakar pada percakapan antara penulis, orang dan teman sebaya. Berdasarkan definisi tersebut diketahui unsur-unsur fundamental dari media sosial yaitu pertama, media sosial melibatkan saluran sosial yang berbeda dan online menjadi saluran utama. Kedua, media sosial berubah dari waktu ke waktu. Artinya, media sosial terus berkembang. Ketiga, media sosial adalah partisipatif. "penonton" dianggap kreatif sehingga dapat memberikan komentar (Evans, 2008: 34).

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode pada dasarnya berarti cara yang dipergunakan untuk mencapai tujuan. Oleh karena tujuan umum penelitian adalah untuk memecahkan masalah, maka langkah-langkah yang akan ditempuh harus relevan dengan masalah yang telah dirumuskan (Nawawi, 2001:65).

### **Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah masalah yang ingin diteliti. Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini yaitu motif mahasiswa USU dalam kebutuhan hiburan sebagai pengikut akun *Instagram @lambenyinyir*.

### **Subjek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah lima orang mahasiswa universitas sumatera utara yang mengikuti akun *instagram @lambenyinyir* dan juga pengguna aktif instagram. Data yang diperoleh dari lapangan diperoleh melalui penelitian kepustakaan dan wawancara mendalam terhadap informan. Teknik analisis data dalam penelitian ini melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*in depth interview*). Wawancara mendalam adalah metode yang memungkinkan pewawancara untuk bertanya kepada informan dengan harapan untuk memperoleh informasi mengenai fenomena yang diteliti.

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara tak berstruktur. Pertanyaan dalam wawancara tak berstruktur biasanya tidak disusun terlebih dahulu, tetapi disesuaikan dengan keadaan dan cirri yang unik dari informan. Pelaksanaan tanya jawab mengalir seperti dalam percakapan sehari-hari.

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisirnya kedalam suatu pola, kategori, dan suatu uraian dasar. Adapun tahapan dalam menganalisis data pada penelitian ini yaitu (1) mencari bahan terkait topik penelitian dengan studi kepustakaan, (2) melakukan observasi untuk memperoleh data, (3) melakukan wawancara dengan informan yang sesuai dengan kriteria pada subjek penelitian, (4) memilah-milah data yang akan dianalisis, (5) hasil analisis tersebut dibahas dan ditarik kesimpulan.

### **HASIL DAN PEMAHASAN**

Peneliti melakukan observasi sejak awal bulan Februari hingga Maret 2018 dengan cara mencari akun *Instagram* yang sesuai dengan kriteria penelitian. Proses pencarian tersebut dilakukan dengan cara melihat daftar pengikut akun *Instagram @lambenyinyir* yang terkoneksi langsung dengan akun *Instagram* peneliti. Kemudian peneliti akan menyaring para pengikut akun *Instagram @lambenyinyir* yang terkoneksi dengan akun *Instagram* peneliti sehingga peneliti dapat mengetahui mahasiswa USU mana saja yang mengikuti akun *Instagram @lambenyinyir*. Setelah peneliti mengetahui mahasiswa USU mana saja yang mengikuti akun *Instagram @lambenyinyir*, peneliti secara personal pun menghubungi calon informan untuk ketersediaan mereka sebagai informan penelitian peneliti. Selanjutnya, peneliti menggunakan metode wawancara secara mendalam kepada informan. Proses wawancara dibantu dengan panduan pertanyaan dan alat perekam yang tersedia di fitur smartphone peneliti. Panduan pertanyaan tidak dibatasi untuk membatasi pertanyaan, tetapi membantu peneliti berdasarkan keterangan responden. Sedangkan alat perekam digunakan untuk membantu peneliti menulis transkrip wawancara.

Peneliti sudah memiliki informan 1, informan 2 dan informan 5 yang merupakan kerabat dekat peneliti, dimana mereka adalah mahasiswa USU yang berbeda jurusan dan pengikut akun *Instagram @lambenyinyir*. Peneliti dapat mengetahui bahwa informan 1, informan 2 dan informan 5 adalah pengikut dari akun *Instagram @lambenyinyir* karena ketiganya termasuk ke dalam daftar pengikut akun *Instagram @lambenyinyir* yang terkoneksi langsung dengan akun *instagram* peneliti. Dikarenakan ketiganya adalah kerabat dekat peneliti, tentunya peneliti lebih mudah untuk menjangkau mereka dan menjadikan mereka sebagai informan dalam penelitian yang peneliti lakukan. Pada akhirnya, peneliti pun

menghubungi mereka via *whats app* dan mereka bersedia menjadi informan dalam penelitian yang peneliti lakukan.

Akun *Instagram @lambenyinyir* sudah berhasil menarik atensi publik dengan unggahan kontennya berupa pemberitaan infotainment seputar selebritis tanah air yang condong menggiring opini publik ke arah negatif. Sehingga, akun *Instagram @lambenyinyir* menjadi salah satu akun gosip atau yang lebih halusya disebut sebagai salah satu akun berita infotainment di *Instagram* yang paling banyak diikuti di *Instagram*. Mahasiswa merupakan salah satu pengguna dan pengikut aktif terbesar di akun *Instagram @lambenyinyir*, hal ini terbukti didasari oleh hasil survey dari *Taylor Nelson Sofres (TNS)* yang membuktikan bahwa mahasiswa sebagai kaum muda pengguna terbesar *Instagram*.

Mahasiswa USU yang memfollow akun *Instagram @lambenyinyir* tentunya mempunyai beragam motif yang mendasari mereka sebagai pengikut akun *Instagram @lambenyinyir*. Mengingat, konten yang disebar oleh akun *Instagram @lambenyinyir* adalah konten negatif. Selain itu, mahasiswa USU sebagai pengikut akun *Instagram @lambenyinyir* memiliki kebutuhan hiburan yang berbeda-beda tiap individu terhadap akun *Instagram @lambenyinyir*.

Hal inilah yang menjadi fokus peneliti dan untuk itu peneliti telah mewawancarai lima orang informan dimana kelimanya adalah mahasiswa di Universitas Sumatera Utara yang menjadi pengikut di akun *Instagram @lambenyinyir*. Wawancara telah selesai dilakukan dan telah didapatkan jawaban dari seluruh informan. Setelah mendapatkan hasil wawancara dari informan pertama, kedua, ketiga, keempat dan kelima, peneliti merasa bahwa data yang didapatkan sudah jenuh dan tidak ada lagi hal baru yang peneliti dapatkan sehingga penelitian dihentikan sampai pada informan kelima. Hasil wawancara kelima informan telah dipaparkan dan peneliti menganalisis motif apa yang mendasari kelima informan sehingga mereka menjadi pengikut akun *Instagram @lambenyinyir* serta bagaimana respon mahasiswa USU yang menjadi informan dalam penelitian ini ketika mereka melihat konten berupa foto ataupun video yang diunggah oleh akun *Instagram @lambenyinyir*, begitupula dengan kebutuhan hiburan mana saja yang terpenuhi oleh mereka.

Kelima informan adalah pengguna aktif *Instagram* dan pengikut akun *Instagram @lambenyinyir*. Mereka pada umumnya mengerti dengan baik mengenai informasi berita infotainment yang disebar oleh akun *Instagram @lambenyinyir*, bahkan masing-masing dari mereka dapat menyebutkan konten berita infotainment apa yang paling mempengaruhi mereka. Dalam penelitian ini, wawancara yang peneliti lakukan terhadap kelima informan untuk mengetahui motif mereka dalam mengikuti akun *Instagram @lambenyinyir* dilandaskan berdasarkan teori *uses and gratificationss* mengenai motif. Kemudian peneliti akan mendeskripsikan mengenai kebutuhan hiburan yang dicapai oleh kelima informan terhadap akun *Instagram @lambenyinyir*. Kelima informan mengakui bahwa mereka mengikuti akun *Instagram @lambenyinyir* didasari oleh motif diversifikasi. Motif diversifikasi adalah motif kebutuhan akan hiburan. Menurut kelima informan, meskipun konten yang diunggah oleh akun *Instagram @lambenyinyir* adalah konten negatif, namun berita yang dikemas oleh akun *Instagram @lambenyinyir* di akun *Instagramnya* adalah jenis berita ringan yang menghibur.

Masing-masing dari informan memiliki kadar rasa terhibur yang berbeda tergantung dari unggahan konten yang mereka sukai. Kelima informan tetap dapat menyebutkan secara detail konten apa yang paling membuat mereka merasa terhibur, seperti mereka dapat menyebutkan secara gamblang *public figure* yang diberitakan di akun *Instagram @lambenyinyir*.

Motif diversifikasi menurut teori *uses and gratifications* adalah kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan. Berdasarkan definisi mengenai motif diversifikasi ini, maka peneliti menyimpulkan bahwa kelima informan mengikuti akun *Instagram @lambenyinyir* karena didorong oleh motif diversifikasi. Akun *Instagram @lambenyinyir* memberikan hiburan kepada kelima informan meski unggahan kontennya adalah pemberitaan infotainment yang bersifat negatif, namun pada realitanya kelima informan justru merasa terhibur terhadap unggahan konten tersebut. Meskipun kelima informan merasa terhibur setelah melihat unggahan konten di akun *Instagram @lambenyinyir*, informan 2, informan 3 dan informan 4 mengaku bahwa mereka tidak membuka akun *Instagram @lambenyinyir* untuk mengisi kelangkaan waktu mereka. Hal ini menandakan bahwa akun *Instagram @lambenyinyir* tidak digunakan para informan secara khusus untuk mengisi kelangkaan waktu mereka.

Berdasarkan definisi mengenai motif personal identitas yang didapat dari teori *uses and gratifications*, motif personal identitas menggunakan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi orang itu sendiri. Dalam kajian ini, rasa percaya diri tentunya merupakan bagian dari 'menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau diri pribadi seseorang'. Sehingga, rasa percaya diri dapat dikaitkan kepada seorang pengguna dan pengikut *Instagram*. Informan 1, informan 3 dan informan 5 mengaku setuju bahwa mereka merasa percaya diri dengan mengikuti akun *Instagram @lambenyinyir*. Karena bagi mereka, ketika telah mengikuti suatu akun tentunya mereka memiliki rasa percaya diri. Sehingga, peneliti menyimpulkan bahwa kelima informan yang mengikuti akun *Instagram @lambenyinyir* juga didorong oleh motif personal identitas. Karena, dominan dari mereka merasa menjadi bagian dari netizen dan juga merasa percaya diri dengan mengikuti akun *Instagram @lambenyinyir*. Rasa percaya diri ini diartikan sebagai mereka percaya diri untuk mengikuti akun *Instagram @lambenyinyir*, bahkan untuk berkomentar, memberikan *like* ataupun *share*. Hanya saja mereka tidak melakukan interaksi apapun kepada sesama netizen dan hanya melihat unggahan konten sembari memberikan *like* sesekali tergantung dari unggahan konten mana yang mereka sukai.

Kelima informan pengikut akun *Instagram @lambenyinyir* tentunya mempunyai kebutuhan hiburan yang dicapai akan akun tersebut. Kelima informan mengaku mendapatkan kebutuhan hiburan akan informasi seputar berita infotainment yang membahas selebritis tanah air yang sedang viral di masyarakat. Namun, kelima informan tidak merasa bahwa akun *Instagram @lambenyinyir* dapat memenuhi kebutuhan informasi dan kebutuhan sosial media mereka terhadap pemberitaan infotainment, mengingat masih banyaknya sumber media lain yang dapat memberikan mereka informasi mengenai berita infotainment seperti media cetak, media televisi, media siar dan juga media online sejenis.



Kemudian, kelima informan juga mengaku tidak terlalu membutuhkan akun *Instagram @lambenyinyir* karena bagi mereka akun *Instagram @lambenyinyir* hanya sekedar untuk menghibur dan memenuhi rasa keingintahuan akan pemberitaan infotainment yang sedang viral di masyarakat.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

1. Akun *Instagram @lambenyinyir* adalah sebuah akun berita infotainment atau yang biasa disebut sebagai akun gosip yang berkonten negatif karena menggiring opini publik ke persepsi negatif dengan pemberitaannya yang diunggah melalui konten mereka di *Instagram*. Alasan dibalik terus meningkatnya jumlah pengikut (followers) akun *Instagram @lambenyinyir* adalah karena tingginya atensi publik terhadap pemberitaan infotainment yang diunggah akun *Instagram @lambenyinyir* meskipun pemberitaan tersebut lekat dengan nuansa konten negatif. Publik cenderung menyukai konten yang viral atau pemberitaan yang cenderung menjadi buah bibir di masyarakat. Meskipun konten yang viral tersebut adalah konten negatif. Motif mahasiswa dalam penggunaan akun *Instagram @lambenyinyir* dipengaruhi oleh dua motif. Yakni motif diversifikasi dan motif personal identitas. Ketika mengikuti akun *Instagram @lambenyinyir* tentunya mahasiswa mempunyai rasa percaya diri untuk berkomentar ataupun membagikan share terhadap konten yang diunggah. Dan dengan mengikuti akun *Instagram @lambenyinyir*, mahasiswa juga merasa menjadi bagian dari netizen.

2. Kebutuhan hiburan yang didapat mahasiswa dalam mengikuti akun *Instagram @lambenyinyir* adalah pemenuhan kebutuhan akan berita infotainment seputar pemberitaan selebritis tanah air yang sedang viral di masyarakat. Mahasiswa menyukai konten yang diunggah oleh akun *Instagram @lambenyinyir*, meskipun kontennya adalah konten negatif. Karena, konten yang diunggah oleh akun *Instagram @lambenyinyir* adalah pemberitaan yang viral di masyarakat. Akun *Instagram @lambenyinyir* dianggap dapat memberikan hiburan kepada pengikutnya melalui informasi ataupun pemberitaan yang disebarkannya, hal ini termasuk juga kedalam motif kognitif. Dimana, motif kognitif adalah motif kebutuhan akan informasi. Meskipun begitu, Mahasiswa menganggap bahwa akun *Instagram @lambenyinyir* tidak dapat dikatakan sebagai satu-satunya sumber informasi mengenai berita infotainment mengingat masih banyak media lain seperti media televisi, media cetak, media online bahkan media siar. Mahasiswa merasa terhibur atas konten yang diunggah oleh akun *Instagram @lambenyinyir*.

### **Saran**

1. Saran dalam Kaitan Akademis

Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa yang melakukan penelitian serupa, serta dapat melanjutkan penelitian dengan topik yang hampir sama secara lebih terperinci. Peneliti berharap topik dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat menimbulkan rasa keingintahuan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan melakukan wawancara yang lebih mendalam kepada pihak terkait untuk mendapatkan informasi yang lebih banyak lagi sehingga dapat disampaikan kepada semua pihak.

2. Saran dalam Kaitan Teoritis

Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat menambah kajian dalam teori yang sudah ada sebelumnya dan diharapkan agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi terhadap penelitian sejenis dengan menggunakan studi penelitian yang berbeda dari studi deskriptif kualitatif yang peneliti gunakan di dalam penelitian ini.

### 3. Saran dalam Kaitan Praktis

Saran praktis, penelitian kualitatif pada umumnya tidak mempunyai ukuran yang pasti mengenai batas benar ataupun salah. Semua tergantung dari nilai, etika dan moral yang dianut peneliti. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan warna dan kajian baru bagi pemikiran pembaca yang ingin melakukan penelitian serupa lebih lanjut serta dapat memperbaiki penelitian sebelumnya dan yang lebih penting agar dapat memberikan masukan serta saran demi motif penggunaan akun *Instagram @lambenyinyir* di kalangan mahasiswa. Khususnya, di kalangan mahasiswa Universitas Sumatera Utara.

### Daftar Pustaka

Ardianto, Elvirano dan Bambang Q-Anees. (2007). *Filsafat Ilmu Komunikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Cangara, H. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Rosdakarya

Efendy, Onong Uchjana. (2004). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Iriantara, Yosol. (2005). *Media Relationship Konsep, Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Liliwiri, Alo. (2011). *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_. (2015). *Komunikasi Antarpersonal*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Nawawi, Hadari. (2001). *Komunikasi Lintas Budaya*. Bandung: Rosdakarya.

Uno, Hamzah B. (2008). *Teori Motivasi dan Pengukuran*. Jakarta: PT. Bumi Aksaras

West, Richard dan Lynn Turner. (2008). *Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

### Sumber lain :

[www.instagram.com](http://www.instagram.com)

<https://dailysocial.id/post/riset-tns-generasi-terpelajar-dominasi-pengguna-instagram-di-indonesia/>(diakses tanggal 27/11/2017 18.00 WIB)

<http://digilib.uinsby.ac.id/387/4/Bab%202.pdf> (diakses tanggal 7/12/2017 18.00 WIB)

<http://www.iisip.ac.id/content/motif-penggunaan-akun-instagram-dan-facebook-cotton-ink-terhadap-kepuasan-mahasiswi-iisip-ju> (diakses tanggal 1/3/2018 10.00 WIB)

<http://www.usu.ac.id/id/>(diakses tanggal 12/12/2017 18.00 WIB)

<http://www.usu.ac.id/id/>(diakses tanggal 04/07/2018 20.00 WIB)