

ANALISIS ISI FITUR INSTAGRAM STORIES SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI INTERPERSONAL PENGGUNA INSTAGRAM DI KOTA MAKASSAR

Content Analysis Of Instagram Stories Features As Interpersonal Communication Media For Instagram Users In Makassar City

Nur Hikmah Indriani

nurhikmah2808000@gmail.com

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

Zelfia

zelfia.zelfia@umi.ac.id

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

ABSTRACT

The objectives of this study are, How is the description of Interpersonal Communication that occurs in Instagram users in Makassar City. How to Fill in the Instagram Stories Feature for Instagram users in Makassar City. This research lasted for one month with 4 (four) informants, where all of the informants were Instagram users who often used the question sticker feature on Instagram stories. The research method used is descriptive qualitative content analysis method, with data collection techniques carried out in two ways, namely primary and secondary data. The method of data collection by conducting observations, interviews, and documentation.

Keywords: Instagram stories, Interpersonal communication

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah: Bagaimana Gambaran Komunikasi Interpersonal yang terjadi pada pengguna instagram di Kota Makassar. Bagaimana Isi Fitur Instagram stories pengguna instagram di Kota Makassar. Penelitian ini berlangsung selama satu bulan dengan informan sebanyak 4 (empat) orang yang dimana semua informan merupakan pengguna instagram yang sering menggunakan fitur question stikers pada instagram stories. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode analisis isi kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data dilakukan melalui dua cara yaitu data primer dan sekunder. Adapun metode pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Kata kunci: Instagram stories, Komunikasi interpersonal

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Media sosial berhubungan erat dengan perkembangan zaman yang dimana media sosial juga digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi baik komunikasi jarak jauh maupun dekat. Dalam laporan *We Are Social*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Instagram sendiri menjadi salah satu aplikasi media sosial yang menarik karena dalam aplikasi ini seseorang dapat mengunggah informasi berbentuk Foto, Video, Tulisan, dan lain sebagainya. Instagram juga merupakan aplikasi yang memiliki banyak sekali fitur-fitur menarik yang sangat kekinian dan cocok untuk digunakan anak milenial hingga generasi Z masa kini, salah satu fitur yang sangat menarik yaitu fitur Instagram *stories*.

Instagram *stories* mulai diperkenalkan sejak Agustus 2016 dengan terinspirasi dari fitur aplikasi Snapchat. Fitur '*stories*' ini pengguna dapat mengunggah foto dan video singkat yang akan menghilang setelah 24 jam. *Stories* juga menyediakan filter wajah seperti karakter kartun di foto *selfie*, menggambar, dan berkreasi dalam isi konten pengguna. Krieger dan Systrom menolak pengadaan fitur *stories* yang sangat persis dengan aplikasi Snapchat, Namun kemudian keduanya berubah pikiran setelah diminta oleh Zuckerberg pemilik Facebook. Fitur Instagram *stories* Instagram pada awal tahun 2017 menjadi lebih populer dibandingkan Snapchat. Fitur Instagram *stories* sendiri memiliki berbagai fitur di dalamnya seperti fitur buat, *boomerang*, tata letak, beberapa tangkapan, *level*, *hands free*, musik, *poll stikers*, *poll emoji slider stikers*, *Question stikers*, *Quiz stikers*, *Chat stikers*, *Product stikers*, dan *Count down stikers*. Fitur Instagram *stories* ini sangat fleksibel bagi pengguna Instagram karena isi fitur instagram *stories* sendiri berdasarkan keinginan pengguna. Fitur instagram *stories* juga banyak digunakan sebagai media untuk bisnis, *self improvement*, penyaluran informasi dan sebagainya video yang ingin diunggah.

Dalam setiap unggahan pada Instagram *stories* pengguna Instagram terdapat berbagai kategori isi yang disuguhkan, semakin menarik isi *stories* pengguna maka semakin besar kemungkinan akan terjadi komunikasi interpersonal. Tujuan berkomunikasi ialah untuk mempengaruhi orang lain, memberi ataupun menerima informasi, serta mempertahankan hubungan interpersonal.

Pada penelitian ini berfokus pada fitur "*questions stiker*" yang ada pada fitur instagram *stories* sebagai media komunikasi interpersonal pengguna Instagram. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek, persamaan dari penelitian tersebut yakni metode penelitian. Maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan metode yang sama dengan mengangkat objek yang berbeda. Penelitian ini penting dilakukan karena peneliti ingin menganalisis dan mengetahui isi fitur Instagram *stories* sebagai media komunikasi interpersonal yang dapat menjadi pengetahuan dan informasi baru.

Fenomena ini juga menjadikan pengguna Instagram di kota Makassar menggunakan media sosial instagram sebagai media komunikasi interpersonal kepada pengikut akun Instagram mereka. Berdasarkan latar belakang ini maka peneliti ingin mengetahui bagaimana gambaran komunikasi interpersonal yang terjadi pada fitur Instagram *stories* pengguna instagram peneliti menggunakan metode analisis isi, karena analisis isi digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang untuk menganalisis bentuk komunikasi interpersonal. Berdasarkan apa yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memilih judul penelitian "Analisis isi fitur instagram *stories* sebagai media komunikasi interpersonal pengguna instagram di kota Makassar".

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dibuat rumusan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran komunikasi interpersonal yang terjadi pada pengguna instagram di Kota Makassar?
2. Bagaimana isi fitur instagram *stories* sebagai media komunikasi interpersonal pengguna instagram di Kota Makassar?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis bagaimana gambaran komunikasi interpersonal terjadi pada pengguna instagram di kota Makassar dalam fitur instagram *stories*.
2. Untuk mengetahui bagaimana isi fitur instagram *stories* sebagai media komunikasi interpersonal pengguna instagram di kota Makassar.

Tinjauan Pustaka

Konsep Media Sosial

Menurut Michael Cross (2013), Media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web. Dikarenakan internet selalu mengalami perkembangan, maka berbagai macam teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna pun selalu mengalami perubahan. Hal ini menjadikan media sosial lebih *hypernym* dibandingkan sebuah referensi khusus terhadap berbagai penggunaan dan rancangan.

Instagram

Media sosial Instagram merupakan suatu alat penyampaian pesan untuk bisa berkomunikasi dengan khalayak secara luas dengan manfaat media sosial dalam meraup uang. Saling berbagi foto dan video, yang didalamnya juga terdapat fitur-fitur lain seperti *Direct message, comment, like*, dan instagram *stories*. Instagram sendiri masih menjadi bagian dari facebook yang memungkinkan teman facebook kita mengikuti akun instagram kita. Makin populernya Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto membuat banyak pengguna yang turun ke bisnis online turut mempromosikan produk-produknya lewat instagram.

Fitur Instagram Stories

Pada fitur *Instagram stories* pengguna Instagram bisa mengunggah apapun sesuka hati tanpa harus memikirkan kerapihan dari konten. Setiap unggahan pada *stories* hanya bertahan satu hari atau sama dengan 24 jam. Instagram *stories* dapat terlihat pada profil jika unggahan tersebut dijadikan *highlight*. Dalam fitur Instagram *stories* ada sangat banyak lagi fitur yang disediakan oleh pihak Instagram seperti Fitur *Question stickers*, Animasi dan Kartun, Polling dan kuis, Lirik lagu dinamis, tautan ke dana donasi dan amal, dan lain-lain.

Konsep Komunikasi

Komunikasi merupakan salah satu aspek terpenting namun juga kompleks dalam kehidupan manusia. Manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan manusia lain, baik yang sudah dikenal maupun yang tidak dikenal sama sekali. Komunikasi memiliki peran yang sangat vital bagi kehidupan manusia. (Morissan, 2018: 1-2).

Menurut Joseph Dominick (2002) dalam Morissan (2013 : 17) setiap peristiwa komunikasi akan melibatkan delapan elemen komunikasi yang meliputi :Sumber (Komunikator), Enkoding, Pesan,Saluran, Dekoding, Penerima (Komunikan), Umpan Balik (*Feedback*), dan Gangguan (*Noise*).

Komunikasi Interpersonal

Komunikasi antar pribadi ialah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka, seperti yang dinyatakan R. Wayne Pace (1979) bahwa “*interpersonal communication is communication involving two or more people in a face to face setting*”. (Cangara, 2018 : 66).

Komunikasi interpersonal merupakan suatu pertukaran, yaitu tindakan menyampaikan dan menerima pesan secara timbal balik. Sedangkan makna, yaitu sesuatu yang dipertukarkan dalam proses tersebut, adalah kesamaan pemahaman di antara orang – orang yang berkomunikasi terhadap pesan – pesan yang digunakan dalam proses komunikasi (Daryanto & Muljo, 2016 : 37).

Tahapan Hubungan Interpersonal

Menurut Joseph A. Devito (A. Devito, 1997) dalam Poppy & Puji (2019:123) hubungan interpersonal dibangun melalui beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut: Kontak, Keterlibatan, Keakraban, Kemunduran, Perbaikan, dan Putusnya Hubungan.

Bentuk Komunikasi Interpersonal

Ada beberapa bentuk komunikasi antarpribadi atau biasa disebut juga dengan komunikasi interpersonal, yang bisa dilakukan dalam melakukan proses komunikasi dalam Anditha (2017:10). Diantaranya: Dialog, *Sharing*, Wawancara, dan Konseling.

Penelitian yang relevan

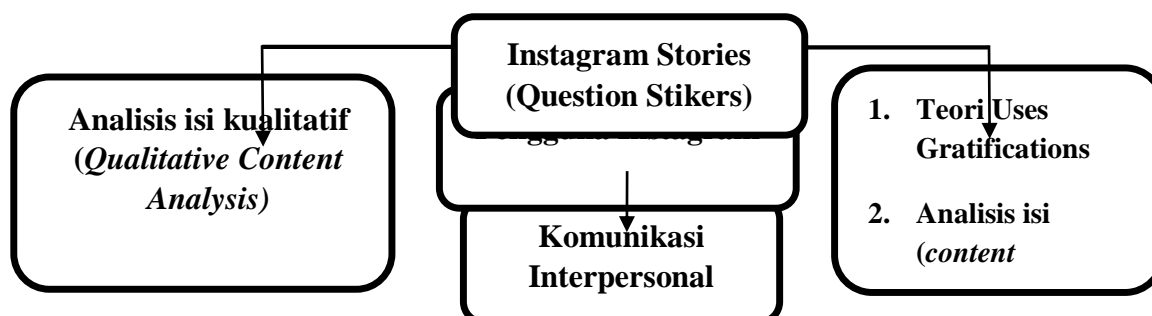
1. Zike Martha (2021)

Penelitian yang dilakukan Zike Martha pada tahun 2021 berjudul “Penggunaan fitur media sosial Instagram stories sebagai media komunikasi” menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu penelitian ini memiliki implikasi bahwa pengunggahan berbagai macam momen Instagram stories merupakan sarana untuk mengekspresikan informasi-informasi yang sebelumnya tersembunyi.

2. Ayu Kartika Putri (2018)

Penelitian yang dilakukan Ayu Kartika Putri pada tahun 2018 berjudul “Analisis isi opini dalam unggahan foto di Instagram” menggunakan metode Kualitatif deskriptif dengan hasil penelitian terdapat beberapa kesalahan dalam penggunaan Bahasa Indonesia dalam unggahan foto dari pemilik akun Instagram yang bernama divina aulia dilihat dari segi kebahasaan dan penulisan. Sehingga perlu diperhatikan penulisan Bahasa sesuai dengan kaidah Bahasa Indonesia yang baik dan benar karena penggunaan Bahasa melalui Instagram berpengaruh terhadap perkembangan Bahasa Indonesia dalam kehidupan sehari-hari dan perlunya pembenahan dalam segi kebahasaan tersebut bertujuan dengan menghormati orang-orang yang lebih dewasa dari pemilik akun dan agar terciptanya etika menulis yang baik dan benar.

Alur Pikir



Metode penelitian

Tipe penelitian

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan analisis isi. Analisis isi (*Content Analysis*) yaitu teknik penelitian untuk membuat rumusan kesimpulan dengan mengidentifikasi karakteristik spesifik secara sistematis dan objektif dari suatu teks untuk memperoleh gambaran isi fitur instagram *stories*.

Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei-Juni 2022.

Hasil dan Pembahasan Penelitian

1. Gambaran komunikasi interpersonal yang terjadi pada pengguna instagram di Kota Makassar

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih yang di dalamnya terjadi pertukaran pesan secara timbal balik. Komunikasi juga biasaya terjadi karena komunikator dan komunikan memiliki ketertarikan yang sama untuk membahas sebuah topik higgs terjadinya interaksi.

1. Manfaat media sosial

Media sosial merupakan salah satu hal yang mempermudah interaksi sosial secara daring. Hal itu pula yang dilakukan oleh pengguna media sosial instagram yang ada di Kota Makassar. Seperti yang kita ketahui bahwa sebagian masyarakat sudah menggunakan instagram sebagai media untuk berinteraksi sosial secara virtual. Instagram sudah sangat erat dengan pemberdayaan seperti media promosi, peningkatan citra pribadi maupun perusahaan, dan juga hiburan. Setiap penggunaan media, masyarakat diharuskan menggunakannya dengan bijak.

2. Penggunaan fitur instagram *stories*

Dari sekian banyaknya fitur yang disuguhkan oleh pihak instagram, pengguna instagram di Kota Makassar lebih gemar menggunakan fitur instagram *stories* sebagai media komunikasi interpersonal mereka. Karena fitur instagram *stories* sangat membantu banyak hal seperti meningkatkan personal *branding* dan juga menjadi fitur yang sangat menghibur karena dalam fitur instagram *stories* banyak sekali fitur yang disediakan.

3. Manfaat *question stickers*

Question stickers merupakan bagian dari fitur instagram *stories*. *Question stickers* memungkinkan penggunaannya untuk mengusung sebuah topik berupa pertanyaan-pertanyaan dan sebagainya. Pengikut dari pengguna instagram bisa menanggapi topik yang disediakan oleh pengguna instagram yang menggunakan fitur *question stickers*.

4. Kemudahan mendapatkan informasi

Media sosial instagram dengan banyak fitur yang disuguhkan untuk penggunaannya, terkhusus untuk penggunaan *question stickers* memudahkan pengguna instagram untuk mendapatkan informasi dengan sangat mudah dan bersifat instan.

2. Isi Fitur Instagram *stories* @ayudg.kebo, @astridandani.a @lavivaa_, dan @matchaacc_

Isi instagram *stories* @ayudg.kebo, @astridandani.a, @lavivaa_, dan @matchaacc_ terdapat interaksi dengan pengguna lain dalam hal ini merupakan

pengikutnya di Instagram. 4 informan menggunakan *instagram stories* dengan membagikan video atau foto dan menggunakan fitur *question stickers* yang topiknya sesuai kebutuhan informasi yang diinginkan informan untuk ditanggapi oleh pengikutnya.

Beberapa pengguna pada umumnya mungkin menganggap fungsi Instagram hanya sebatas dengan share foto dan video serta untuk meningkatkan popularitas dengan banyaknya teman atau *followers*. Namun fungsi Instagram bisa menjadi lebih luas jika di *manage* dengan baik dan *continue*.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan mengenai analisis isi fitur *instagram stories* sebagai media komunikasi interpersonal pengguna *instagram* di Kota Makassar dalam hal ini ada 4 informan @ayudg.kebo @astridandriana.a @lavivaaa_ @matchaacc_ dapat disimpulkan bahwa fitur *instagram stories* merupakan media komunikasi interpersonal pengguna *instagram*. Peneliti menganalisis menggunakan teks, ikon, dan *stickers* yang digunakan pada *instagram stories* khususnya fitur *question stickers*.

Berdasarkan apa yang telah peneliti analisis pada media sosial *instagram* @ayudg.kebo @astridandani.a @lavivaaaa_ @matchaacc_ dan melakukan wawancara kepada 4 informan, peneliti menemukan banyak penggunaan *question stickers* yang menjadikan fitur *question stickers* pada *instagram stories* sebagai media komunikasi interpersonal baik dalam bentuk teks, gambar, dan video. fitur *question stickers* sebagai media komunikasi interpersonal baik dalam bentuk teks, gambar dan video.

Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

Media sosial diharapkan bisa digunakan semaksimal mungkin terlepas siapapun penggunaannya dan media sosial apapun yang digunakan, semakin banyak fitur-fitur menarik yang disuguhkan maka semakin tinggi juga pemberdayaan yang harus dilakukan oleh setiap pengguna.

REFERENSI

BUKU

Ahmad, Sultra Rustan dan Nurhakki Hakki. 2017. Pengantar Ilmu Komunikasi. Deepublish : Yogyakarta.

Albi dan Johan. 2018. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak : Sukabumi

Anditha Sari. 2017. *Komunikasi AntarPribadi*. CV. Budi Utama : Yogyakarta.

Changara Hafied. 2018. *Pengantar Ilmu Komunikasi* RajaGrafindo Persada. Jakarta.

Daryanto, Muljo Rahardjo. 2016. *Teori komunikasi*. Gava Media : Yogyakarta.

Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Prenadamedia Group: Jakarta.

Poppy, Ruliana dan Puji Lestari. 2019. *Teori Komunikasi*. PT. Rajagrafindo Persada : Depok.

Sarmanu. 2017. *Dasar Meteorologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Statistika*. Airlangga University Press : Jawa Timur.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung :Alfabeta.

-----, 2012. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.

-----, 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

-----, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

pSujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

JURNAL DAN INTERNET

About Instagram. 2018. Introducing gif stickers. Diakses 5 Januari 2022

About Instagram. 2018. Introducing the questions stickers for instagram stories Diakses 5 Januari 2022

All stars. 2021. Allstars. www.allstars.id Diakses 1 Januari 2022

Fathoni, Ade Ahmad. 2018. Pengaruh Penggunaan Fitur Instagram Stories dan Interface Design Instagram Terhadap Kepuasan 72 gunakan Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gun

Kumparan. 2018. Kisah dibalik hadirnya instagram stories yang kini jadi idola. Diakses 1 Januari 2022

Marketing craft. 2020. Getcraft.com Diakses 29 Januari 2022

Pakar Komunikasi. 2017. Teori Komunikasi Media baru Diakses 1 Januari 2022

Pakar Komunikasi. 2017. Teori Komunikasi Interpersonal Diakses 1 Januari 2022

Pakar Komunikasi. 2017. Pengertian media sosial menurut para ahli Diakses 1 Januari 2022

Putri, Ayu Kartika. 2018. Analisis opini dalam unggahan foto di instagram

Referensi Makalah. 2012. Pengertian Unit Analisis dalam penelitian. Diakses 4 Februari 2022

Rosmaliana, Asriyanti & Tia Khaerunnisa. 2021. Penggunaan Media Sosial dalam Kesehatan Mental Remaja. *Jurnal IAIN Syekh Nurjati Cirebon*. Vol. (4) No 1

Tekno Kompas. 2022. Fitur polling instagram stories kini bisa munculkan 4 opsi Indonesia sudah kebagian Diakses 29 Januari 2022

Utomo, Dea Anggraeni. 2013. Motif Pengguna jejaring sosial google+ di Indonesia Welta, Fretty. (2013). Perancangan social networking sebagai media informasi bagi pemerintah. *Jurnal AMIK Bina Sriwijaya Palembang. Vol 5*