

**PENGARUH MOTIF PENGGUNA INSTAGRAM TERHADAP
INTERAKSI SOSIAL MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA**

Fetty Febryanti

e-mail: *febryy13@yahoo.com*

*Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra Universitas Muslim Indonesia*

ABSTRAK

Penggunaan *smartphone* sebagai media komunikasi di era digital membuat individu lebih mudah berinteraksi dengan individu lain, namun aktivitas mengakses sosial media yang berlebihan dapat berpotensi mengalami penyimpangan (*distorsi*). Tidak jarang dua individu atau lebih sibuk dengan menggunakan *smartphone*. Hal tersebut dapat berdampak pada interaksi sosial menjadi terhambat atau pasif. Tujuan dari penelitian ini yaitu menjelaskan motivasi penggunaan Instagram dan mengidentifikasi penggunaan Instagram dalam interaksi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa angkatan 2018 program studi ilmu komunikasi Universitas Muslim Indonesia yang berjumlah 160 partisipan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *Analisis Regresi Linier Sederhana*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa motif penggunaan instagram yaitu motif informasi untuk mengetahui kondisi masyarakat umum, *kedua*, mahasiswa menggunakan Instagram didasari oleh motif integritas dan interaksi untuk berhubungan dengan teman di dunia nyata, *ketiga*, mahasiswa menggunakan Instagram didasari oleh motif hiburan untuk menghilangkan kejenuhan.. Terdapat pengaruh motif penggunaan instagram terhadap interaksi sosial Mahasiswa Angkatan 2018 Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia ($p=0,01$).

Kata kunci: instagram, interaksi sosial, mahasiswa, motivasi

ABSTRACT

The use of smartphone as a communication medium in the digital age makes it easier for individuals to interact with other individuals but having access to social media is potentially distorted. It is not uncommon for two or more individuals to engage in smartphone. It can impact social interaction become inhibited or passive.

The study commissioned to explain in the motivation for instagram use and identify the use of instagram in the interactions of Indonesian Muslim University Communications Student. The method used in this research is a quantitative. Respondents in this study were students of the 2018 batch of the Indonesian Muslim University communication science study program, of 160 participants. The data analysis technique used in this research is the Simple Linear Regression test. The results of the research show that the motive for the use of instagram as information on the condition of the general public, second, students using instagram is based on integrity and interactions with friend in a real world, third, student using instagram for entertainment to reduce saturation.. There is the influence of the class of the 2018 communication of the Indonesian Muslim University ($p = 0.01$).

Keyword : instagram, social interaction, student, motivation

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin modern membuat individu terpacu untuk menciptakan teknologi yang lebih inovatif dan dapat mempermudah pekerjaan individu. Salah satu teknologi yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat adalah media baru berbasis digital yaitu internet. Internet mampu menghubungkan antara individu yang satu sebagai pengirim pesan dengan individu yang lain sebagai penerima pesan sehingga dapat terjadi komunikasi interaktif. Internet sangat mudah untuk diakses oleh individu dimana saja dan kapan saja, sehingga individu dapat berinteraksi dengan individu lain walaupun berada di tempat yang berbeda. Namun, kehadiran internet juga membawa dampak negatif yang jarang disadari oleh sebagian individu.

Seseorang menjadi kecanduan internet dikarenakan mudahnya dalam mengakses beragam informasi serta penggunaan internet yang berlebihan, sehingga berpotensi akan menambah kesendirian sosial seseorang. Hal ini dapat dilihat dari lingkungan sekitar yang kini sedang mengalami pergeseran interaksi sosial. Seseorang lebih tertarik berinteraksi melalui internet dibandingkan berkomunikasi dengan orang yang berada di sekitarnya.

Penggunaan internet sudah familiar oleh masyarakat Indonesia. Hasil survei *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia* (APJII) pada Tahun 2019-2020 menunjukkan bahwa total penduduk Indonesia yang berjumlah 266,91 juta jiwa, sebanyak 196,71 jiwa menggunakan internet (51% Laki-laki dan 49% Perempuan). Jika dipersentasekan, maka diperoleh sebanyak 73,7% penduduk Indonesia menggunakan internet, sedangkan 26,7% tidak menggunakan internet.

Persentase tersebut menunjukkan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia mengakses internet. Yang artinya, jumlah pengguna internet di Indonesia lebih dominan dibandingkan dengan yang tidak menggunakan internet.

Media sosial dapat berupa *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan sejenisnya. Dalam penggunaannya, pengguna media sosial *Facebook* menempati jumlah pengguna yang tertinggi dengan 65,8%, kemudian *Youtube* 61%, *Instagram* 42,3%, *Twitter* 10%. APJII mencatat jika ditinjau dari penetrasi pengguna internet di Indonesia berdasarkan usia maka didapatkan tingkat pengguna internet pada usia 10-14 mencapai 5,5%, usia 15-19 9,6%, usia 20-24 14,1%, usia 25-29 13,1%. Data tersebut menunjukkan bahwa internet dominan digunakan oleh individu yang beranjak ke dewasa awal.

Namun, kehadiran media sosial dapat memperlemah hubungan individu di kehidupan nyata, dimana tidak jarang dua orang yang saling berhadapan tidak saling berbicara dan lebih sibuk bersama *smartphone*-nya dalam mengakses media sosialnya. Adapun dalam pertemuan komunitas, diskusi, sosialisasi, bahkan disaat rapat juga terdapat individu yang sulit melepaskan *smartphone*-nya. Hal ini dapat mengakibatkan individu tersebut menjadi pasif berkomunikasi. Peneliti mengamati bahwa penggunaan media sosial kini telah mengalami penyimpangan (*distorsi*).

Penyimpangan dalam penggunaan media sosial akan berdampak pada terganggunya fungsi dari interaksi sosial di dunia nyata. Hal ini dikarenakan pengguna media sosial menganggap berkomunikasi di media sosial lebih menarik dibandingkan berinteraksi dengan seseorang yang berada di hadapannya. Penggunaan media sosial dengan intensitas yang lebih sering dapat menghambat dan merusak keharmonisan berkomunikasi.

Penggunaan media sosial secara masif oleh individu yang tidak diiringi dengan regulasi diri yang baik akan menimbulkan dampak negatif terhadap interaksi sosial dalam kesehariannya seperti terjadinya pengisoliran terhadap kehadiran teman di

sekitarnya dikarenakan adanya distorsi, namun hal tersebut dapat diminimalisir dengan adanya regulasi diri.

Latar belakang yang telah diuraikan yang tanpa disadari kini hampir dirasakan oleh semua pihak, termasuk peneliti. Fenomena tersebut tidak dapat diabaikan demi keharmonisan komunikasi dan interaksi sosial. Peneliti menyadari adanya berbagai permasalahan pengaruh yang ditimbulkan akibat dari penggunaan media sosial di kehidupan sosial orang dewasa. Hal ini menarik dikaji untuk mengetahui dan menjelaskan motivasi pengguna media sosial sehingga lebih dominan bercengkrama di dunia maya, dan bagaimana penggunaan media sosial dapat mempengaruhi interaksi sosial di kalangan individu yang beranjak ke dewasa awal.

2. Rumusan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apa motivasi penggunaan media sosial instagram pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia di Kota Makassar?
2. Apakah terdapat pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap hubungan sosial pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia di Kota Makassar?

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan menjelaskan motivasi penggunaan media sosial instagram pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia di Kota Makassar.
2. Mengetahui dan mengidentifikasi penggunaan media sosial instagram terhadap interaksi sosial pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia di Kota Makassar.

3. KAJIAN PUSTAKA

Interaksi Sosial

Bentuk umum proses sosial adalah interaksi sosial, sedangkan bentuk khususnya adalah aktivitas-aktivitas sosial. Interaksi sosial merupakan hubungan sosial yang dinamis menyangkut hubungan antara orang perorang, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antar orang perorang dengan kelompok manusia (Soekanto, 2002). Syarat terjadinya interaksi sosial adalah adanya kontak sosial (*social contact*) dan adanya komunikasi (*communication*).

1. Kontak sosial

Menurut Soeryono Soekanto (2002), kontak sosial berasal dari bahasa latin *cont* atau *cum* (bersama-sama) dan *tango* (menyentuh), jadi, artinya secara harfiah adalah bersama-

sama menyentuh. Secara fisik, kontak sosial baru terjadi apabila adanya hubungan fisikal, sebagai gejala sosial hal itu bukan semata-mata hubungan badaniah, karena hubungan sosial terjadi tidak saja secara menyentuh seseorang, namun orang dapat berhubungan dengan orang lain tanpa harus menyentuhnya.

2. Komunikasi

Sosiologi menjelaskan komunikasi sebagai sebuah proses memaknai yang dilakukan oleh individu terhadap informasi, sikap, dan perilaku individu lain yang berbentuk pengetahuan, pembicaraan, gerak gerak atau sikap, perilaku dan perasaan-perasaan, sehingga individu membentuk reaksi-reaksi terhadap informasi, dan perilaku tersebut berdasarkan pada pengalaman yang pernah individu alami. Fenomena komunikasi dipengaruhi pula oleh media yang digunakan, sehingga media kadang kala juga memengaruhi isi informasi dan penafsiran, bahkan menurut Marshall McLuhan (1999) bahwa media juga adalah pesan itu sendiri.

Media Sosial

Media sosial adalah media yang mengubah dari komunikasi monologis menjadi komunikasi dialogis, hal ini dikarenakan media sosial menyediakan *platform online* bagi pengguna untuk berpartisipasi secara

aktif dan interaktif. Media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan secara virtual.

Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke pengguna yang lain, khususnya untuk pengikut (follower). Selain untuk posting foto dan video, saat ini Instagram juga memiliki fitur *stories* dan IGTV. Stories adalah foto/video yang akan muncul dalam profil kita, akan tetapi hanya dalam jangka waktu 24 jam. Sedangkan IGTV adalah fitur baru yang memungkinkan pengguna Instagram untuk mengunggah video panjang dalam format vertikal. Tingkat popularitas Instagram meningkat cukup pesat saat ini, khususnya bagi pengguna internet di Indonesia, terutama di kalangan muda. Dengan cara memposting foto dan video pengguna dapat berbagi dengan teman-temannya, berkomunikasi dengan orang baru, atau bahkan menggunakannya untuk tujuan lain seperti berdagang, berdakwah, dan lain-lain.

Motivasi

Motivasi merupakan suatu dorongan dengan tujuan yang menyebabkan adanya daya penggerak utama bagi individu dalam berupaya mencapai atau mendapatkan apa yang individu inginkan baik itu secara positif ataupun negative. Menurut Sadirman (2012), motivasi berasal dari kata “motif”, motivasi dapat diartikan sebagai daya penggerak yang menjadi aktif yang mendorong individu melakukan aktivitas tertentu demi mencapai tujuan tertentu. McQuail (1987) merumuskan motif serta motivasi dalam menggunakan media massa, yaitu:

- a. Informasi
- b. Integritas dan interaksi
- c. Hiburan

Teori *Uses and Gratifications*

Teori *Uses and Gratifications* merupakan teori dari komunikasi massa. Teori ini tidak berfokus pada apa yang dilakukan media pada individu, melainkan teori ini berfokus pada apa yang individu berikan terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk kebutuhan individu. Teori ini memusatkan pada pengguna (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratifications*) terhadap kebutuhan individu. Oleh karena itu, sebagian besar perilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan dan kepentingan individu. Teori ini meneliti awal mula

kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber lain dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan.

Teori Pelanggaran harapan

Teori ini membahas pengaruh komunikasi nonverbal dan pengaruh perilaku manusia. Teori pelanggaran harapan nonverbal yaitu sebuah teori yang dikemukakan oleh Judee K. Burgoon. Teori ini merupakan salah satu teori komunikasi yang menggambarkan bahwa seseorang memiliki harapan terhadap jarak perilaku non-verbal orang lain yang dapat memberikan kenyamanan kepada individu tersebut. Teori ini melihat sebagai pertukaran informasi positif atau negative hal ini dapat menentukan pada rasa suka atau harapan antara dua orang yang berinteraksi.

a) Valensi Pelanggaran (Violations Valence)s

Harapan nonverbal ketika dilanggar oleh individu lain, maka akan mengakibatkan individu tersebut melakukan penafsiran serta menilai apakah pelanggaran tersebut positif atau negative. Penafsiran dan evaluasi kita mengenai perilaku pelanggaran harapan nonverbal yang biasa disebut valensi pelanggaran. Pelanggaran dikatakan positif apabila kita menyukai perilaku atau tindakan pelanggaran tersebut, dan

sebaliknya dikatakan negative apabila kita menyukai perilaku atau tindakan pelanggaran tersebut.

b) Valensi Pelanggaran (Violations Valence)

Harapan nonverbal ketika dilanggar oleh individu lain, maka akan mengakibatkan individu tersebut melakukan penafsiran serta menilai apakah pelanggaran tersebut positif atau negative. Penafsiran dan evaluasi kita mengenai perilaku pelanggaran harapan nonverbal yang biasa disebut valensi pelanggaran. Pelanggaran dikatakan positif apabila kita menyukai perilaku atau tindakan pelanggaran tersebut, dan sebaliknya dikatakan negative apabila kita menyukai perilaku atau tindakan pelanggaran tersebut.

Hipotesis

- a. Ha: Terdapat pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap interaksi sosial mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia di Kota Makassar
- b. Ho: Tidak terdapat pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap interaksi sosial mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia di Kota Makassar

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan analisisnya data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistika. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat statistic dan bertujuan untuk menguji hipotesis-hipotesis (Siregar 2013; Sugiyono 2017).

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat deskriptif. Kuantitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Metode penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana yang bertujuan untuk menemukan ada tidaknya pengaruh dan apabila ada pengaruh, berapa tingginya pengaruh serta berarti tidaknya pengaruh tersebut (Arikunto, 2006).

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala motivasi terdiri dari 16 aitem yang disusun

berdasarkan 3 aspek yaitu informasi, integritas dan interaksi, serta hiburan. Skala interaksi terdiri dari 16 aitem yang disusun berdasarkan 3 aspek yaitu percakapan, kontak mata, dan keterbukaan. Uji coba skala dilakukan terhadap 160 partisipan yang aktif menggunakan media sosial instagram. Hasil uji coba skala yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa terdapat 2 aitem yang gugur, yakni aitem 2 dan 17. Dengan nilai korelasi aitem $<0,249$ uji reliabilitas alat ukur juga dilakukan dan memperoleh nilai koefisien alpha (α) sebesar 0,898 pada skala motivasi dapat dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang bagus dan 0,781 pada skala interaksi sosial dapat memiliki tingkat reliabilitas yang cukup bagus. penelitian ini ingin menguji pengaruh motif penggunaan instagram terhadap interaksi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia, sehingga teknik analisis data yang digunakan yaitu uji *analisis regresi sederhana* yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program aplikasi JASP 0.14.1.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan uji analisis regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh motif pengguna instagram terhadap interaksi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia.

Tabel 1

Variabel	Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase%
Motivasi	Tinggi	$X > 70$	29	18%
	Sedang	$50 < X < 70$	111	69%
	Rendah	> 50	20	13%
Total			160	100

Data pada tabel diatas, menunjukkan bahwa dari jumlah keseluruhan partisipan yakni 160 orang, terdapat 29 partisipan dengan tingkat motivasi tinggi dengan persentase 18%, sebanyak 111 partisipan dengan tingkat motivasi sedang adengan persentase 69%, dan sebanyak 30 partisipan dengan tingkat motivasi rendah dengan persentase 13%. Secara umum partisipan mempunyai motivasi dan interaksi dengan pengguna media sosial yang lainnya. Hal ini dapat dilihat dari respon yang telah diberikan kepada partisipan melalui skala yang telah diisi.

Munandar (2001) mengemukakan bahwa motivasi merupakan suatu proses dimana kebutuhan-kebutuhan mendorong individu dalam melakukan kegiatan yang mengarah pada ketercapaiannya tujuan tertentu. Mahasiswa yang mempunyai motivasi tinggi di dalam dirinya akan mendorong mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan emosionalnya.

Tabel 2

Variabel	Kategorisasi	Skor	Frekuensi	Persentase(%)
Interaksi Sosial (Y)	Tinggi	$66 < X$	27	17%
	Sedang	$53 < X < 66$	111	69%
	Rendah	$X < 53$	22	14%
Total			160	100%

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa dari jumlah keseluruhan partisipan yakni 160 orang, terdapat 27 partisipan dengan tingkat interaksi sosial tinggi dengan persentase 17%, sebanyak 111 partisipan dengan tingkat interaksi sosial sedang dengan persentase 69%, dan sebanyak 22 partisipan dengan ingkat interaksi rendah dengan persentase 13%. Secara umum partisipan mempunyai interaksi sosial dengan pengguna media sosial yang lainnya. Hal ini dapat dilihat dari respon yang telah diberikan kepada partisipan melalui skala yang telah diisi.

Interaksi sosial merupakan kunci dari semua kehidupan sosial karena tanpa terjadinya interaksi sosial tidak akan mungkin ada kehidupan bersama. Pergaulan dalam hidup terjadi apabila individu atau kelompok manusia saling berbicara, bekerja sama, dan seterusnya untuk tercapainya tujuan bersama (Anagoro dan Widiyanti, 1990:24).

Tabel 3

Variabel	T	P	Keterangan
Motivasi Penggunaan Instagram	3.858	0,01	Signifikan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari nilai signifikansi dari nilai *Regresi Linier*

Sederhana yaitu $p=0,01$ ($p<0,05$) sehingga peneliti dapat mengatakan penelitian ini signifikan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap interaksi sosial mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia.

Peneliti menemukan bahwa tingkat penggunaan instagram dapat mengurangi kualitas interaksi sosial pada saat dua individu saling berhadapan, pengguna instagram lebih banyak menghabiskan waktunya dengan mengakses instagramnya. Dalam teori *uses and gratifications* pengguna memiliki pilihan dalam memuaskan kebutuhannya. Teori ini dikemukakan oleh Maslow atas dasar kebutuhan dan motivasi (Nurudin, 2013). Jika dikaitkan dengan motif penggunaan instagram, dimana para pengguna instagram dapat lebih mudah untuk memperoleh informasi, integrasi, mendapatkan konten hiburan untuk kepuasan emosional, serta dapat dengan mudah berinteraksi satu dengan yang lainnya dalam wadah yang sama seperti media sosial untuk mencapai tujuan serta memenuhi kebutuhannya yang disebabkan oleh adanya dorongan atau motivasi dari diri individu tersebut, dimana terdapat harapan dari para pengguna instagram dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka.

Penelitian ini juga menggunakan Teori Pelanggaran Harapan (*expectancy violations theory*) dalam teori ini Bargoon mengamati cara-cara individu memberikan tanggapan akan suatu hal yang memungkinkan harapan mereka dilanggar atau tidak terpenuhi. Kontak mata, sudut tubuh (*body angle*), dan jarak tubuh para individu lain merupakan harapan atau penilaian tersendiri. Setiap individu memiliki harapan terhadap perilaku orang lain berdasarkan norma-norma sosial, situasi dimana perilaku itu terjadi, dan pengalaman sebelumnya dengan orang itu (Morrison, 2010).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan mengenai pengaruh motivasi penggunaan instagram terhadap interaksi sosial mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia yaitu sebagai berikut:

1. Penggunaan media sosial Instagram oleh Mahasiswa Angkatan 2018 Fakultas Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra Universitas Muslim Indonesia didasarkan atas tiga motivasi, yaitu *pertama*, mahasiswa menggunakan Instagram didasari oleh motif informasi untuk mengetahui kondisi masyarakat umum, *kedua*, mahasiswa menggunakan

Instagram didasari oleh motif integritas dan interaksi untuk berhubungan dengan teman di dunia nyata, *ketiga*, mahasiswa menggunakan Instagram didasari oleh motif hiburan untuk menghilangkan kejenuhan.

2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel penggunaan media sosial Instagram dengan variabel interaksi sosial. Penggunaan media sosial Instagram dalam interaksi sosial dapat berpotensi mengakibatkan 3 hal: *pertama*, terjadinya pengisoliran, gagal berkomunikasi atau menyampaikan pesan, serta dapat menghambat atau memperlemah interaksi tatap muka dan keterbukaan pengguna Instagram.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Motivasi penggunaan instagram untuk mendapatkan informasi, integrasi dan interaksi, serta hiburan menunjukkan potensi positif yang dapat memberi kepuasan kepada pengguna, sehingga Instagram dapat meninjau fitur, tampilan, maupun konten dalam beberapa fitur yang sering dikunjungi atau digunakan oleh para pengguna

Instagram yang dalam hal ini pengguna harus memiliki regulasi diri untuk memfilter konten yang ada dalam Instagram dikarenakan banyak konten yang beredar di Instagram merupakan produksi individu atau kelompok yang mempunyai kepentingan tertentu, sehingga keabsahan konten masih perlu dipertimbangkan.

2. Adanya potensi negatif terjadinya *distorsi* dalam penggunaan aplikasi Instagram, maka disarankan bagi Mahasiswa Angkatan 2018 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia dapat membuar regulasi diri dan membatasi diri untuk tidak mengakses sosial media saat sedang berinteraksi dengan teman dihadapannya. Mahasiswa sebaiknya lebih mengutamakan interaksi sosial secara tatap muka atau secara langsung demi menghadirkan komunikasi yang harmonis dan dinamis agar dapat meningkatkan kedekatan atau keakraban dengan lawan bicaranya.

DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi, Sahlan. 2002. *Teori Motivasi Dalam Pendekatan Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Studia Press
- Azwar, Saifuddin. 2013. *Metode Penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Belajar.

- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi*. Surabaya: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Devito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antarmanusia*. Pamulang-Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Hutagalung, Inge. 2007. *Pengembangan Kepribadian Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks.
- Indonesia, Departemen Pendidikan. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Krisyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Liliweri, Alo. 2015. *Komunikasi Antar-Personal*. Surabaya: Kencana Pranamedia Group.
- Littlejohn, Stephen W, Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuaill, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Muhammad, Arni. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nurudin. 2016. *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Laman Terkait**
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), *Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020.
- Pradiptasari, Lucia Prisca M. 2016. *Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Interaksi Sosial dengan Prestasi Akademik Dikalangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi-FKIP*. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Setiadi, Ahmad. 2018. *Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi*. Cakrawala-Jurnal Humaniora, Vol.18(2).