

## **Kebutuhan yang Mendorong Remaja Mem-*posting* Foto atau Video Pribadi dalam *Instagram***

**Florencia Inne Puspitasari**

Fakultas Psikologi Universitas Surabaya  
jfloo@yahoo.com

**Abstrak** – *Instagram* merupakan sosial media yang populer untuk *photo sharing*. Pengguna *instagram* sebagian besar adalah remaja. Remaja mem-*posting* foto atau video dalam *instagram* karena memiliki kebutuhan-kebutuhan yang dialami oleh remaja. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan kebutuhan apa saja yang mendorong remaja mem-*posting* foto atau video dalam *instagram*. Dasar teori kebutuhan yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kebutuhan menurut Murray. Subjek penelitian ini adalah remaja berusia 15-18 tahun, memiliki akun *instagram* dan mem-*posting* foto atau video dalam *instagram* paling tidak 1-2 foto/video dalam 1 bulan (N=103). Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis faktor eksploratori. Dari hasil analisis faktor ditemukan ada 4 kebutuhan yang mendorong remaja mem-*posting* foto atau video dalam *instagram*. Kebutuhan tersebut adalah eksplanasi diri, kebutuhan untuk mendukung orang lain, tampil baik, dan kebutuhan untuk menjalin relasi. Keempat kebutuhan tersebut mendorong remaja mem-*posting* foto atau video pribadi dalam *instagram* karena sebagai remaja ingin tampil baik dan menonjolkan diri, dikenal oleh banyak orang dan suka untuk menjadi pusat perhatian, dengan begitu remaja menerima dukungan atau kasih sayang dari orang lain. Dari situ remaja akan dapat mendukung orang lain. Remaja berusaha memenuhi kebutuhannya tersebut dengan mem-*posting* foto atau video pribadi dalam *instagram*.

**Kata Kunci:** kebutuhan, remaja, foto, video, *instagram*

**Abstract** – *Instagram* is a popular social media for photo sharing . *Instagram*'s users are mostly adolescence. Adolescence share photos or videos in *instagram* because they have needs that they experienced. This study aims to discover what needs to encourage teenagers posting photos or videos in *instagram* . The theory of needs used in this research is the theory of needs according to Murray . The subjects were adolescents aged 15-18 years , have *instagram* account and post a photo or video in at least 1-2 photos / videos in one month ( N = 103 ) . Data were analyzed using exploratory factor analysis technique. The results of the factor analysis found that there are four needs that encourage teens to post photos or videos in *instagram* . Those needs are self explanatory , the need to support others , perform well , and the need to establish relationships . Those four needs encourages teenagers posting photos or personal videos in *instagram* because as a teenager wants to look good and self-effacing , known by many people and likes to be the center of attention , so teens receive support or affection from others . From that teens will be able to support

others . Teens try to fulfill these needs by posting photos or personal videos in instagram .

**Keywords: needs, adolescence, photo, video, instagram**

## **PENDAHULUAN**

Kemajuan teknologi membuat kemajuan dalam bidang komunikasi. Kemajuan dalam teknologi komunikasi dapat membuat manusia berinteraksi satu sama lain tanpa batas tempat atau waktu (Widiantari & Herdiyanto, 2013). Salah satu kemajuan dalam bidang teknologi komunikasi adalah adanya internet (Kristanto & Astiarini, 2013). Sebagian besar pengguna internet menggunakan internet untuk mengakses sosial media. Sebanyak 64% dari pengguna media sosial tersebut adalah remaja (Widiantari & Herdiyanto, 2013).

Para pengguna media sosial melihat bahwa fungsi media sosial saat ini tidak hanya sekedar berbagi informasi atau berita saja, namun saat ini dijadikan sebagai media untuk berbagi foto oleh para penggunanya (SuaraKampus.com, 2014). Pada tahun 2014, *Instagram* menjadi media sosial yang terpopuler di berbagai kalangan dan *rating*-nya terus naik (Ceritamedan.com, 2014). Ada beberapa alasan mengapa *instagram* digemari oleh masyarakat, antara lain tampilan visualnya yang memudahkan pengguna untuk membagikan foto, efek dan filter foto yang memudahkan pengguna mengedit foto mereka, sebuah media promosi dengan dasar visual. Sebesar 5.9% pengguna *instagram* adalah remaja berumur 15-22 tahun.

Saat mengakses *instagram*, remaja dapat mem-*posting* foto atau video pribadi mereka. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hu, Manikonda dan Kambhampati (*no date*) terdapat 9 kategori foto favorit yaitu kategori foto teman, makanan, *gadget*, *captioned photo*, hewan, aktivitas, *selfie*, dan *fashion*. Penelitian lain tentang *instagram* pernah dilakukan juga oleh McCune (2011). Penelitian ini dilakukan secara kualitatif dan berusaha untuk menemukan alasan mengapa remaja mem-*posting* foto atau video pribadi dalam *instagram*. Salah seorang responden mengatakan bahwa dengan mem-*posting* foto atau video dalam *instagram* dirinya dapat mengetahui kekurangan-kekurangan hasil fotografinya, responden lain mengatakan bahwa dengan

mem-*posting* foto dalam *instagram* dirinya dapat “bercerita” pada masyarakat sosial tentang apa yang dilakukannya.

Kebutuhan untuk memiliki hubungan dengan orang lain tinggi pada tahap perkembangan remaja (Papalia, Olds & Feldman, 2007). Sebanyak 76% remaja mengakses *instagram* untuk mem-*posting* foto atau video (Ngazis, 2014). Jika remaja mem-*posting* foto atau video ke dalam media sosial, remaja memenuhi kebutuhan mereka dalam menjalin hubungan dengan orang lain (Rinjani & Firmanto, 2013). Kebutuhan ini terpenuhi karena melalui media sosial, seperti *instagram*, remaja dapat berkoneksi dengan jaringan sosial yang luas dan dapat membuat remaja dikenal oleh orang lain (Rinjani & Firmanto, 2013).

Untuk mengetahui kebutuhan lain yang mendorong remaja mem-*posting* foto atau video dalam *instagram*, peneliti melakukan survei awal pada 30 mahasiswa psikologi untuk menentukan kebutuhan apa saja yang mendorong remaja mem-*posting* foto dalam *instagram*. Peneliti menanyakan dari 20 kebutuhan yang diungkapkan oleh Murray, kebutuhan manakah yang dapat mendorong remaja mem-*posting* foto atau video dalam *instagram*. Setelah melakukan survei, ditemukan bahwa ada 9 kebutuhan yang diperkirakan dapat mendorong remaja mem-*posting* foto atau video dalam *instagram*. Kebutuhan – kebutuhan tersebut antara lain adalah kebutuhan *abasement*, *achievement*, *affiliation*, *aggression*, *autonomy*, *counteraction*, *defendance*, *deference*, *dominance*, *exhibition*, *harmavoidance*, *infavoidance*, *nurturance*, *order*, *play*, *rejection*, *sentience*, *sex*, *succorance*, dan *understanding*. Hasil survei awal tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1: hasil survey awal

<b>Kebutuhan</b>	<b>Persentasi</b>
Kebutuhan <i>play</i>	83.3
Kebutuhan <i>exhibition</i>	70
Kebutuhan <i>affiliation</i>	66
Kebutuhan <i>understanding</i>	63.3
Kebutuhan <i>achievement</i>	16.6
Kebutuhan <i>autonomy</i>	16.6

Kebutuhan <i>succorance</i>	13.3
Kebutuhan <i>counteraction</i>	10
Kebutuhan <i>nurturance</i>	10
Kebutuhan <i>harmavoidance</i>	6.6
Kebutuhan <i>abasement</i>	3.33
Kebutuhan <i>agresion</i>	3.33
Kebutuhan <i>defendance</i>	3.33
Kebutuhan <i>infavoidance</i>	3.33
Kebutuhan <i>order</i>	3.33
Kebutuhan <i>sentience</i>	3.33
Kebutuhan <i>deference</i>	0
Kebutuhan <i>dominance</i>	0
Kebutuhan <i>rejection</i>	0
Kebutuhan <i>sex</i>	0

---

Dengan memanfaatkan *instagram*, remaja dapat menyalurkan kebutuhan mereka. Tapi ada juga pengaruh dalam memanfaatkan *instagram* untuk mem-*posting* foto atau video. Dalam penelitian Krasnova (sitat dalam health.detik.com, 2013) mem-*posting* foto pribadi ke dalam *instagram* dapat menjadi provokator perbandingan sosial dan dapat menjadikan perasaan orang menjadi rendah diri atau iri. Krasnova mengatakan bahwa ketika seseorang melihat foto-foto yang indah dan menarik di *instagram*, salah satu untuk mengimbangnya adalah dengan cara mem-*posting* foto yang lebih baik lagi. Situasi seperti ini disebut dengan iri spiral.

*Instagram* dapat membantu remaja dalam memenuhi kebutuhannya dan dapat memberikan banyak informasi mengenai dunia sosial yang sedang terjadi dalam masyarakat. Selain itu *instagram* juga dapat berguna untuk membantu pengguna berkeaktifitas terutama dalam hal fotografi dan videografi. Dalam penelitian ini peneliti ingin melihat faktor-faktor pendorong remaja mem-*posting* foto atau video pribadi ke dalam *instagram*. Hal ini berguna subjek penelitian dan peneliti lain yang ingin meneliti dengan tema yang sama.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang hanya memiliki 1 variabel yaitu kebutuhan yang mendorong remaja mem-*posting* foto dan video pribadi ke dalam media sosial *instagram*. Kebutuhan yang digunakan sebagai dasar untuk menyusun alat ukur adalah 9 kebutuhan yang ditemukan berdasarkan survey awal peneliti pada 30 mahasiswa psikologi UBAYA, antara lain kebutuhan *play, exhibition, affiliation, understanding, autonomy, achievement, succorance, nurturance* dan *counteraction*. Alasan peneliti menggunakan mahasiswa psikologi untuk menentukan kebutuhan yang mendorong remaja mem-*posting* foto atau video dalam *instagram* adalah karena mahasiswa psikologi mengerti mengenai kebutuhan-kebutuhan yang dialami oleh remaja sehingga dapat memperkirakan kebutuhan pendorong remaja mem-*posting* foto atau video dalam *instagram*.

Populasi penelitian ini adalah remaja berumur 15 – 18 tahun, laki-laki dan perempuan, memiliki akun *instagram*, mem-*posting* setidaknya 1 foto atau video ke dalam *instagram* 1 bulan sekali. Teknik pengambilan sampel adalah dengan cara *snowball sampling*, yaitu salah satu teknik pengambilan sampel didasarkan pada seseorang sumber dan kemudian dari seorang sumber tersebut dapat diketahui sumber lain yang dapat menjadi subjek dalam penelitian (Isgiyanto, 2009).

Untuk mengambil data, peneliti menggunakan angket terbuka dan tertutup. Angket terbuka bersisi tentang identitas subjek dan mengenai pemakaian *instagram*. Fungsi dari angket terbuka adalah untuk mengali data demografis dan kategori foto yang biasa di-*posting* oleh subjek. Sedangkan angket tertutup berisi 40 pernyataan yang disusun berdasarkan 9 kebutuhan yang menjadi pendorong remaja mem-*posting* foto atau video dalam *instagram*. Fungsi angket tertutup adalah untuk mengemukan kebutuhan apa yang menjadi pendorong remaja mem-*posting* foto atau video pribadi dalam *instagram*. Pada angket tertutup, peneliti menggunakan skala *likert* untuk *scoring*.

Peneliti menggunakan teknik analisis faktor eksploratori untuk mengolah data dan menemukan kebutuhan yang mendorong remaja mem-*posting* foto atau video

pribadi dalam *instagram*. Teknik analisis faktor merupakan teknik *interdependence* yang bertujuan untuk menentukan susunan yang mendasari antar variabel yang dianalisa (Hair et.al, 2006).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Subjek penelitian berjumlah 103 orang. Dari 103 subjek 68%-nya adalah subjek berjenis kelamin perempuan dan 32%-nya berjenis kelamin laki-laki. Umur subjek penelitian adalah 15-18 tahun dan sedang bersekolah di SMA kelas 10-12. Sebagian besar subjek penelitian ini berumur 17 tahun (43.7%) dan 15 tahun (35%). Jumlah subjek yang sedang berada di kelas 10 paling banyak, ada sebesar 41.7%, lalu diikuti dengan subjek kelas 12 sebanyak 39.8%. Peneliti mengambil data di 8 sekolah SMA. Ada 5 sekolah swasta dan 3 sekolah negeri. Sekolah swasta tempat peneliti mengambil data adalah SMAK St. Louis 1, SMAK St. Hendrikus, SMKK Mater Amabilis, SMAK St. Carolus, SMA Kr. Petra 2. Sekolah negeri tempat peneliti mengambil data adalah SMAN 6, SMAN 7 dan MATOA. Sebagian besar (50.5%) subjek berasal dari SMAK St. Louis 1 dan SMAK St. Hendrikus (24.3%).

Dari hasil analisis faktor, didapat 4 kebutuhan yang mendorong remaja mem-*posting* foto atau video pribadi dalam *instagram*. Kebutuhan-kebutuhan tersebut antara lain adalah eksplanasi diri, kebutuhan untuk mendukung orang lain, tampil baik dan kebutuhan untuk menjalin relasi dengan orang lain. Keempat faktor ini memiliki *total variance explained* sebesar 57,613%

Eksplanasi diri adalah keinginan untuk menonjolkan, menjelaskan, menampilkan diri sendiri kepada orang lain. Sama dengan kebutuhan *exhibition* menurut Murray yaitu kebutuhan untuk membuat suatu kesan, dilihat, didengar, membuat orang lain tertarik, terhibur, kagum, kaget, terpesona dan terpicat (dalam Schultz, 2008). Eksplanasi diri ini berarti bahwa remaja ingin keberadaannya diakui oleh orang lain. Hal ini merupakan kebutuhan umum yang dialami oleh remaja yaitu kebutuhan akan pengakuan orang lain dan kebutuhan untuk dihargai (Garrison dalam Mappiare, 1982).

Dalam *instagram* seseorang dapat memperlihatkan objek, subjek, atau kegiatan apa yang sedang dilakukan oleh seseorang melalui foto dan/atau video. Foto yang disukai remaja untuk di-*post* adalah foto aktifitas (30.1%) dan foto *selfie* (21.9%). Remaja suka untuk mem-*posting* foto kegiatan sehari-hari untuk menunjukkan keterbukaan diri mereka terhadap lingkungan sosial. Fenomena *selfie* berkaitan erat dengan citra yang dipersepsikan seseorang atas dirinya sendiri. Perilaku subjek yang mem-*posting* foto atau video ke dalam *instagram* dapat membuat subjek menilai dirinya sendiri atau dinilai oleh orang lain (Simatupang, 2015). Tingginya tingkat eksplanasi diri remaja yang mem-*posting* foto *selfie* disebabkan karena dalam masa remaja madya ada kecenderungan narsistik (Sarwono, 2006) sehingga remaja senang mem-*posting* foto atau video ke dalam *instagram* agar dapat dilihat oleh orang lain.

Remaja yang sering mengakses *instagram* dalam 1 hari (> 6 kali) memiliki tingkat eksplanasi diri yang lebih tinggi dari pada remaja yang mengakses *instagram* hanya 1-3 kali dalam 1 hari. Remaja yang mengakses *instagram* 1-3 kali dalam sehari memiliki tingkat eksplanasi diri sedang, sedangkan yang meng-akses lebih dari 6 kali memiliki tingkat eksplanasi diri yang tinggi. Hal ini disebabkan dengan mengakses *instagram* lebih sering maka subjek akan lebih sering melihat perubahan dan *update* foto atau video yang baru masuk dalam *instagram*. Melihat adanya foto atau video baru tersebut, subjek merasa ingin menunjukkan foto atau video yang dimilikinya lebih lagi.

Eksplanasi diri memerlukan adanya pengakuan dan penghargaan dari orang lain. Hal ini dapat membangun rasa kepercayaan diri dan kemampuan seseorang sehingga dapat menjadi lebih produktif. Sebaliknya jika seseorang tidak memiliki harga diri maka akan cenderung rendah diri, tidak percaya diri, tidak berdaya dan kehilangan inisiatif dan kebuntuan berpikir (Ali & Asrori, 2012). Orang yang tidak percaya diri dan rendah diri tidak akan menonjolkan dirinya sehingga tidak akan banyak mem-*posting* foto atau video dalam *instagram*.

Remaja yang mem-*posting* foto sebanyak 1 foto atau banyak foto dalam 1 kali kesempatan mem-*posting* sama-sama memiliki tingkat eksplanasi diri yang tinggi.

Hal ini disebabkan karena subjek yang mem-*posting* foto atau video ke dalam *instagram* sama-sama memiliki tujuan agar dilihat oleh orang lain, menunjukkan apa yang dimilikinya atau yang sedang dilakukan sehingga berapapun jumlah foto atau video yang di-*post* dalam *instagram* tidak dapat menentukan tingkat ekplanasi diri subjek.

Faktor yang kedua adalah kebutuhan untuk mendukung orang lain. Remaja memiliki kebutuhan akan kasih sayang (Garrison dalam Mappiare, 1982). Hal ini dapat dipenuhi dengan cara mem-*posting* foto atau video dalam *instagram*. Saat remaja mendapatkan tanda *like* atau *comment* dari pengguna lainnya, remaja mendapatkan dukungan atau kasih sayang dari orang lain. Hal ini disebabkan karena dalam setiap tanda *like* atau *comment* terdapat dukungan psikologis dan emosional sehingga remaja merasa bahwa diri mereka diterima dalam masyarakat (Aryaguna, 2012).

Jika remaja mendapatkan kasih sayang atau dukungan dari orang lain, remaja dapat memulai langkah untuk memberikan dukungan atau kasih sayang pada orang lain (Panuju & Umami, 2005). Saat mengakses *instagram*, remaja dapat memberikan dukungan mereka melalui memberikan tanda *like* atau *comment* pada hasil *posting* orang lain. Remaja yang berhasil mendapatkan kasih sayang atau dukungan akan sanggup bergabung dengan kelompok masyarakat, sanggup membuat hubungan antar dirinya dan orang dewasa atau orang lain (Panuju & Umami, 2005). Dari pemberian tanda *like* atau *comment* pada hasil *posting* dapat membuat remaja menjalin hubungan dengan orang lain sehingga remaja dapat menjadi suatu bagian dari kelompok masyarakat.

Dari hasil data diketahui bahwa tingkat kebutuhan untuk mendukung remaja tinggi. Hal ini dapat disebabkan karena latar belakang keluarga dan lingkungan sosial sebagian besar subjek berasal dari keluarga yang berkecukupan dan lingkungan sosialnya baik. Hal ini menyebabkan subjek cukup mendapatkan dukungan atau kasih sayang dari lingkungannya sehingga menyebabkan subjek memiliki kebutuhan untuk mendukung orang lain yang tinggi.



Subjek sering mem-*posting* foto atau video saat ada *moment* yang menarik. Subjek yang mem-*posting* foto atau video di saat tersebut memiliki tingkat kebutuhan untuk mendukung orang lain yang tinggi (37.9%). *Moment* menarik menurut sebagian subjek adalah saat ada pesta ulang tahun teman, saat jalan-jalan bersama dengan teman atau saat berkumpul dengan teman di suatu tempat. Subjek mem-*posting* foto atau video di saat itu untuk menunjukkan bahwa subjek menikmati saat-saat tersebut (saat pesta atau saat berkumpul bersama dengan teman), mengucapkan terima kasih atas pesta atau menceritakan bahwa dirinya senang berkumpul dan menghabiskan waktu bersama dengan teman-temannya tersebut. Hal-hal tersebut dapat menjadi sebuah dukungan terhadap orang-orang yang ada dalam foto tersebut.

Video yang disukai oleh sebagian besar subjek adalah video kegiatan atau perilaku lucu (humor). Tingkat kebutuhan untuk mendukung orang lain pada subjek yang menyukai *posting* video lucu tinggi (17.5%). Hal ini disebabkan karena banyaknya akun-akun terkenal yang mem-*posting* video lucu dalam *instagram* (@9gag, @bestvines, @indovidgram, @kevinchocs, dll). Akun terkenal tersebut memperoleh banyak tanda *like* atau *comment* pada setiap hasil *posting*-nya. Melihat adanya konsekuensi positif tersebut, subjek juga banyak mem-*posting* video lucu dalam *instagram* (37%). Hasil *posting* video orang lain yang disukai oleh subjek adalah video lucu (50%). Hal ini menunjukkan bahwa jika ada orang lain yang mem-*posting* video lucu dalam *instagram*, remaja akan memberikan tanda *like* atau *comment* sebagai bentuk kesukaan mereka akan hasil *posting* tersebut. Hal ini adalah salah satu cara remaja untuk memberikan dukungan pada orang lain .

Faktor ketiga adalah tampil baik. Hal yang membuat remaja dapat diterima dalam kelompok teman sebaya salah satunya adalah tampang yang baik atau tampil baik (Mappiare, 1982). Penerimaan kelompok atau penerimaan dari orang lain merupakan kebutuhan remaja (Garrison dalam Mappiare, 1982). Penerimaan dari orang lain dapat berupa kasih sayang atau dukungan. Remaja memiliki kebutuhan akan kasih sayang. Kebutuhannya ini diperlihatkan untuk menjalin hubungan dengan teman sebayanya baik sesama jenis maupun lawan jenis (Garrison dalam Aryaguna, 2012).

Kebutuhan akan kasih sayang ini merupakan kebutuhan jiwa yang paling dasar dan pokok dalam kehidupan manusia (Panuju & Umami, 2005). Remaja memerlukan teman sebaya dari waktu ke waktu karena remaja ingin merasa bahwa orang lain menyayanginya dan lingkungan disekitarnya menerima dirinya sehingga pada akhirnya akan menimbulkan penghargaan kepada diri remaja (Panuju & Umami, 2005).

Dalam *instagram*, remaja dapat mem-*posting* foto atau video sesuai dengan yang mereka inginkan. Melalui *posting*, remaja menunjukkan pada orang lain tentang dirinya dan memiliki harapan agar orang lain memberikan tanda suka (*like*) atau komentar yang ada di bawah foto. Setiap hasil *posting* yang di-*like* atau dikomentari oleh pengguna lain menunjukkan bahwa keberadaan remaja diterima dalam lingkungan sosial.

Kebutuhan untuk tampil baik pada remaja yang mengharapkan mendapat banyak *like* dari pengguna lainnya tinggi (32%). Hal ini terjadi karena dalam setiap tanda *like* atau komentar yang diberikan oleh pengguna lainnya terdapat dukungan psikologis dan emosional sehingga remaja merasa bahwa dirinya diterima dalam masyarakat sosial (Aryaguna, 2012).

Akibat langsung adanya penerimaan teman sebaya bagi seorang remaja adalah adanya rasa berharga dan berarti serta dibutuhkan bagi/ oleh kelompoknya. Hal ini dapat menimbulkan rasa bahagia atau senang dan dapat mengakibatkan adanya kepercayaan diri (Mappiare, 1982). Hal ini juga dapat mendorong remaja untuk terus mem-*posting* foto atau video dalam *instagram*.

Faktor keempat adalah kebutuhan untuk menjalin relasi dengan orang lain. Kecenderungan untuk membentuk pertemanan dan untuk bersosialisasi, untuk berinteraksi secara dekat dengan orang lain, untuk bekerjasama dan berkomunikasi dengan orang lain merupakan bentuk dari kebutuhan afiliasi (Baron & Byrne, 2003 dalam Rinjani & Firmanto, 2013). Kebutuhan afiliasi seseorang paling tinggi ketika berada dalam masa remaja (Santrock, 2007). Perkembangan teknologi dalam komunikasi dapat menjadi salah satu cara bagi remaja untuk berinteraksi dengan

orang lain. Remaja dapat berinteraksi dengan orang lain dengan menggunakan media sosial, termasuk salah satunya adalah *instagram*.

Melalui *instagram* remaja dapat berinteraksi dengan teman-temannya. Berinteraksi tidak harus dengan kata-kata atau pesan singkat (*chat*) dengan orang lain. *Instagram* memungkinkan orang lain berkomunikasi dengan cara *posting* foto atau video. Melalui foto atau video subjek dapat menyampaikan pesan kepada orang lain dalam bentuk gambar bukan melalui tulisan. Remaja yang suka untuk *posting* foto menunjukkan keterbukaan diri (Yoseptian, *no date*). Ketika subjek membagikan informasi-informasi yang bersifat pribadi (foto atau video pribadi), terbentuklah rasa saling percaya kepada sesama. Hal tersebut merupakan bagian dari kebutuhan afiliasi (Rinjani & Firmanto, 2013). Rasa kepercayaan kepada sesama dapat mendorong subjek untuk *posting* foto atau video pribadi ke dalam *instagram*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Latane dan Bidwell menyatakan bahwa perempuan lebih berafiliasi daripada laki-laki. Penelitian Rutter, Smith dan Hall menyatakan hal yang berbeda bahwa pelajar laki-laki memiliki kebutuhan afiliasi yang lebih tinggi daripada perempuan. Penelitian yang dilakukan oleh Wheeler dan Nezlek menghasilkan hasil yang berbeda dari kedua penelitian tersebut dan menyatakan bahwa perempuan dan laki-laki memiliki tingkat kebutuhan afiliasi yang sama (dalam Seprina & Mulyadi, *no date*). Maka dari itu, peneliti mencoba untuk melihat apakah jenis kelamin mempengaruhi afiliasi seseorang. Menurut hasil tabulasi silang pada tabel 4.39, perempuan dan laki-laki sama-sama memiliki tingkat kebutuhan afiliasi yang tinggi. Pada penelitian ini jumlah subjek perempuan lebih banyak daripada jumlah subjek laki-laki, tetapi tingkat kebutuhannya sama-sama memiliki tingkat kategori yang tinggi.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Rinjani dan Firmanto (2013) dihasilkan bahwa remaja yang memiliki tingkat kebutuhan afiliasi yang tinggi memiliki tingkat intensitas menggunakan media sosial (*facebook*) yang tinggi pula. Pada penelitian ini, peneliti melihat frekuensi dan durasi penggunaan *instagram* pada subjek penelitian. Durasi subjek menggunakan *instagram* dalam 1 hari sebagian besar

(41.7%) adalah selama 5-10 menit. Subjek yang mengakses *instagram* selama 5-10 menit dalam 1 hari memiliki tingkat kebutuhan afiliasi yang tinggi. Semakin lama mengakses *instagram*, kebutuhan afiliasi juga tinggi. Frekuensi subjek mengakses *instagram* dalam sehari rata-rata adalah 1-3 kali sehari (35.9%) dan lebih dari 6 kali sehari (35.9%). Remaja yang mengakses *instagram* 1-3 kali dan lebih dari 6 kali memiliki tingkat kebutuhan afiliasi yang tinggi. Remaja yang mengakses *instagram* 4-6 kali (28.2%) juga memiliki tingkat kebutuhan afiliasi yang tinggi.

Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan yang cukup signifikan antara subjek perempuan dan laki-laki mengenai tingkat kebutuhan afiliasi. Lamanya durasi remaja mengakses *instagram* dan banyaknya frekuensi remaja mengakses *instagram* kurang dapat menggambarkan tingkat kebutuhan afiliasi remaja dalam mengakses *instagram*.

Menurut Munandar (2006), orang-orang yang memiliki kebutuhan afiliasi tinggi adalah orang-orang yang berusaha mendapatkan persahabatan (dalam Rinjani & Firmanto, 2013). Dalam hal ini, persahabatan dapat terjadi dengan mem-*posting* foto atau video ke dalam *instagram*. Remaja dapat menunjukkan relasinya dengan orang lain atau dengan teman melalui foto atau video yang di-*posting* ke dalam *instagram*. Sesuai dengan hasil angket, sebagian besar subjek (26.2%) suka mem-*posting* foto diri sendiri bersama dengan teman. Kebutuhan afiliasi mengarahkan tingkah laku untuk mengadakan hubungan secara akrab dengan orang lain (McClelland, dalam Rinjani & Firmanto, 2013). Dengan mem-*posting* foto bersama dengan teman, remaja merasa memiliki suatu relasi dan merasa akrab dengan orang lain (dalam Yoseptian, *no date*).

Christofides, Muise dan Desmarais (2009) menyatakan bahwa remaja suka untuk mem-*posting* foto-foto kegiatan mereka dan foto dengan teman untuk menunjukkan keterbukaan diri (dalam Yoseptian, *no date*). Foto memiliki banyak arti bagi setiap orang yang melihatnya dan foto dapat berbicara banyak. Remaja mungkin merasa foto lebih merupakan bukti otentik dibanding hanya sekedar kata-kata (Yoseptian, *no date*).n Tingginya kebutuhan afiliasi pada remaja akan berguna bagi masing-masing subjek karena pada masa ini remaja memiliki keinginan untuk

mengadakan interaksi sosial dan mempersiapkan karir ekonomi dan perkawinan (Rinjani & Firmanto, 2013).

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat diketahui bahwa kebutuhan yang mendorong remaja mem-*posting* foto atau video pribadi ke dalam *instagram* adalah faktor eksplanasi diri, kebutuhan untuk mendukung orang lain, tampil baik dan kebutuhan untuk menjalin relasi dengan orang lain. Remaja memiliki ciri yaitu suka untuk menonjolkan dirinya pada lingkungan. Hal-hal yang ditampilkan pada lingkungan biasanya adalah sisi baik mereka, hal ini dilakukan agar remaja dapat diterima oleh lingkungan sosial dan memperoleh hubungan pertemanan atau dapat menjalin relasi. Dari hubungan pertemanan atau relasi tersebut remaja dapat memperoleh dukungan atau kasih sayang dari sesama dan lingkungan sehingga remaja juga dapat memberikan dukungan pada orang lain sebagai suatu langkah untuk menjadi bagian dari kelompok sosial. Kebutuhan-kebutuhan tersebut sama-sama memerlukan adanya interaksi sosial karena dalam masa perkembangannya, remaja mulai memperhatikan kebutuhan untuk menjalin hubungan dengan teman sebaya dan terlepas dari keluarganya.

Berdasarkan hasil, bahasan dan keterbatasan penelitian, maka saran yang dapat diberikan bagi subjek penelitian adalah mem-*posting* foto atau video ke dalam *instagram* berguna untuk memenuhi kebutuhan eksplanasi diri, tampil baik, kebutuhan untuk mendukung orang lain dan kebutuhan untuk menjalin relasi. Dengan mem-*posting* foto atau video dalam *instagram*, subjek dapat mendapatkan dukungan atau perhatian dari orang lain sehingga subjek dapat menjalin relasi dengan orang lain. Subjek juga dapat memperoleh *feedback* dari pengguna lainnya melalui fitur *like* atau *comment*. Orang lain dapat dan mengetahui diri remaja sehingga usaha remaja untuk menunjukkan dirinya terpenuhi. Ada baiknya bila remaja juga mendapat pembekalan untuk bisa lebih menghargai diri sendiri sehingga tidak tergantung pada dukungan eksternal yang diperoleh melalui multi media. Saat mem-*posting* foto atau

video pribadi dalam *instagram* perlu diperhatikan akan adanya ancaman eksploitasi foto atau video yang beredar dalam internet.

Saran yang dapat diberikan pada peneliti selanjutnya adalah menambah referensi mengenai *instagram* dan kebutuhan-kebutuhan remaja. Kebutuhan yang ditemukan dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar untuk penelitian selanjutnya. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan teori tentang *self-efficacy* dan *self-esteem* sehingga dapat diketahui motivasi subjek mem-*posting* foto atau video dalam *instagram*. Untuk lebih dapat memperkaya bahasan, dapat ditambah pula dengan wawancara dengan beberapa subjek penelitian agar data yang diperoleh objektif dan dapat memberikan gambaran lebih lanjut mengenai penelitian. Selain itu, dalam mengambil data perlu diperhatikan heterogenitas subjek. Lebih baik apabila subjek penelitian dapat berasal dari berbagai sekolah dengan karakter yang berlainan seperti sekolah negeri, swasta, agama, dan tingkat ekonomi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ali, Mohammad & Asrori, Mohammad. (2012). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Aryaguna, Prima. (2012). *Analisis Faktor Pendorong Remaja Dalam Penggunaannya Terhadap Media Jejaring Sosial: Twitter*. Skripsi, tidak diterbitkan. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Surabaya.
- Ceritamedan. (2014). *Social Media Populer 2014*. Diunduh pada 19 Oktober 2014, dari <http://www.ceritamedan.com/2014/01/social-media-populer-2014.html>
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Tatham, R. L., (2006). *Multivariate Data Analysis*. Sixth Edition. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Hu, Yuheng, L. M. S. K. (ND). "What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types." Diunduh pada 7 April 2014 dari <http://www.public.asu.edu/~yuhenghu/paper/icwsm14.pdf>
- Isgiyanto, A (2009). Teknik pengambilan sampel pada penelitian non-eksperimental. Jogjakarta: mitra cendikia press.
- Mappire, Andi. (1982). *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.

- McCune, Z. (2011). *Consumer Production in Social Media Networks: A Case Study of the "Instagram" iPhone App*. Diunduh pada 7 April 2014 dari <http://thames2thayer.com/portfolio/a-study-of-instagram/>
- Ngazis, Amal Nur. (2014). *Survei: Remaja Makin Cinta Instagram, Facebook Makin Dibenci. Penggunaan Instagram Mengalami Kenaikan*. Diunduh 19 Oktober 2014, dari <http://m.news.viva.co.id/news/read/545971-survei---remaja-makin-cinta-instagram--facebook-makin-dibenci>
- Papalia, D. E., Olds, S. W., & Feldman, R. D. (2007). *Human Development*. New York: McGraw Hill.
- Panuju, P., & Umami, I. (2005). *Psikologi Remaja*. Yogyakarta: PT. Tiara Wacana Yoyga.
- Rinjani, Hefrina & Ari Firmanto. (2013). *Kebutuhan Afiliasi Dengan Intensitas Mengakses Facebook Pada Remaja*. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*. Vol.1, 75-84.
- Santrock, John. W. (2002). *Life-Span Development*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sarwono, P. D. S. W., Ed. (2006). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Schultz, D. S. S., Ed. (2008). *Theories of Personality*. (Chapter 5). Diunduh 7 April 2014 dari [http://cengagesites.com/academic/assets/sites/Schultz\\_Ch05.pdf](http://cengagesites.com/academic/assets/sites/Schultz_Ch05.pdf)
- Simatumpang, F.F. (2015). *Fenomena Selfie (Self Portrait) di Instagram (Studi Fenomenologi Pada Remaja Di Kelurahan Simpang Baru Pekanbaru)*. Jom FISIP. Vol.2. 1-15.
- Widiantari, Komang S. , Herdiyanto, YOhanes K. (2013). *Perbedaan Intensitas Komunikasi Melalui Jejaring Sosial antara Tipe Kepribadian Ekstrovert dan Introvert pada Remaja*. *Jurnal Psikologi Udayana*. Vol. 1, No. 1, 106-115.
- Yoseptian. (ND). *Kebutuhan Afiliasi dan Keterbukaan Diri pada Remaja Pengguna Facebook*. Depok: Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma. Diunduh pada 7 April 2014 dari <http://publication.gunadarma.ac.id/bitstream/123456789/1233/1/10507261.pdf>