

## PERUBAHAN PERILAKU KOMUNIKASI KAUM PEREMPUAN PENGGUNA INSTAGRAM STORIES DI KOTA MAKASSAR

*Changes in the Communication Behavior of Women Using Instagram Stories in Makassar City*

**Ernawati<sup>1</sup>, Muh. Resa Yudianto Suldani<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pancasakti, Makassar  
Email: ernifipo@gmail.com

<sup>2</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pancasakti, Makassar  
Email: yudiantoresa@gmail.com

### ARTICLE INFO

**Keywords:**  
Digital Age,  
Instagram Stories,  
Communication  
Technology, Women

**Kata Kunci:**  
Era Digital,  
Instagram Stories,  
Teknologi  
Komunikasi, Kaum  
Perempuan

**How to cite:**  
Ernawati, & Suldani,  
M. R. Y. (2020).  
Perubahan Perilaku  
Komunikasi Kaum  
Perempuan Pengguna  
Instagram Stories di  
Kota Makassar.  
Kareba: Jurnal Ilmu  
Komunikasi, 9(2),  
330-340

### ABSTRACT

*The development of internet-based communication technology has brought changes to the communication behavior of the digital society. Changes in communication in the digital era have an impact on the form of messages that previously used writing or texting through online chat services on social media to become audio-visual or video messages. This development is in line with the widespread use of social media in the digital community, especially women. One of the social media that is becoming a trend today is Instagram with the Instagram Stories feature as a feature that provides new things in communicating in the community. Based on this phenomenon, this study aims to determine how Instagram Stories brings changes in communication behavior among women in the city of Makassar. The research method used is a qualitative descriptive approach where the researcher makes observations through an analysis of the communication behavior of Instagram story users and is supported by the results of interviews with informants. The results of the study then showed that the Instagram story service gave changes to the communication behavior of Instagram users which had an impact on the user's social life. Changes in communication behavior occur because they are supported by interesting information obtained from uploading photos and videos of users on Instastory.*

### Abstrak

Perkembangan teknologi komunikasi berbasis internet telah membawa perubahan terhadap perilaku komunikasi masyarakat digital. Perubahan komunikasi di era digital berdampak pada bentuk pesan yang sebelumnya menggunakan tulisan atau texting melalui layanan online chat pada media sosial menjadi pesan audio visual atau video. Perkembangan ini sejalan dengan maraknya penggunaan media sosial di kalangan masyarakat digital khususnya kaum perempuan. Salah satu media sosial yang menjadi trend saat ini adalah Instagram dengan fitur Instagram Stories sebagai fitur yang memberikan hal baru dalam berkomunikasi di masyarakat. Berdasarkan fenomena tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Instagram Stories membawa perubahan perilaku komunikasi pada kaum perempuan di kota Makassar. Metode penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dimana peneliti melakukan observasi melalui analisis dari perilaku komunikasi pengguna Instagram story dan didukung dengan hasil

---

wawancara terhadap informan. Hasil penelitian kemudian memperlihatkan bahwa layanan Instagram story memberi perubahan terhadap perilaku komunikasi pengguna Instagram yang berdampak pada kehidupan sosial pengguna. Perubahan perilaku komunikasi terjadi karena didukung dengan informasi menarik yang diperoleh dari hasil unggahan foto dan video pengguna di Instastory.

---

## PENDAHULUAN

Perubahan perilaku masyarakat digital dalam berkomunikasi di kehidupan sosial telah menular kepada hampir seluruh pengguna media sosial. Teknologi yang melahirkan berbagai macam media sosial telah mengambil alih kehidupan bermasyarakat di dunia nyata menjadi kehidupan dunia maya (*cyberspace*). Media sosial yang berkembang di internet menjadi “kendaraan” baru bagi manusia untuk berkomunikasi dan berekspresi. Dilansir dari lembaga survey *Wearesocial.com* pada Januari 2018 memperlihatkan bahwa *Instagram* berada pada posisi ke-4 dari 12 media sosial yang ada di dunia menjadi media sosial yang paling banyak digunakan dengan penetrasi 38%. Sementara itu Indonesia tercatat memiliki 53 juta pengguna *Instagram* dan berada di posisi ke-3 sebagai pengguna terbanyak di dunia. Jumlah tersebut tentu berasal dari berbagai fitur menarik yang ada pada *Instagram* dan menjadikan media sosial ini berbeda dengan yang lain. Salah satu fitur yang menjadi *trend* saat ini adalah *Instagram Stories* atau biasa disebut *Instastory*. Fitur ini sebagai inovasi pada bentuk interaksi masyarakat digital yang umumnya menggunakan *online chat* menjadi komunikasi audio visual dimana pesan yang dikirimkan adalah sebuah video dan ditujukan kepada publik.

Perubahan ini kemudian menjadi *trend* oleh masyarakat pengguna *Instagram* dimana mayoritas penggunanya adalah kaum perempuan. Hal ini dapat dilihat pada laman *goodnewsfromindonesia.id* yang memperlihatkan grafik survey dari *Nepoleon Cat* menyebutkan bahwa kaum pengguna *Instagram* lebih didominasi oleh kaum hawa atau perempuan. Layanan *Instagram Stories* kemudian menjadi media komunikasi yang telah mengubah perilaku komunikasi pengguna dan berdampak pada kehidupan sosialnya di masyarakat. Penelitian sebelumnya oleh Andy, Sanusi dan Risa (2020) juga menyebutkan bahwa *Instagram* mendorong perubahan karakter dan kepribadian dari segi sikap, fisik dan pola pikir perilaku penggunanya.

Hal ini memperlihatkan pengaruh dari *Instagram* yang membentuk model baru dalam berkomunikasi di masyarakat dimana pengguna lebih senang membagikan foto dan video sebagai cara menyampaikan pesan antara sesama pengguna. Disebutkan oleh Wahyudin, Ronauli, Elita, Mirawati (2016) dalam hasil penelitiannya yaitu terdapat pengaruh dari pesan yang dikirim melalui media sosial dengan adanya perubahan sikap dan gaya hidup masyarakat. Jelas bahwa pengaruh media sosial telah membentuk masyarakat yang lebih banyak dipengaruhi oleh interaksi melalui dunia maya. Selain itu, disebutkan oleh Bayu dan Fakhrudi (2018) dalam penelitiannya tentang perilaku komunikasi pengguna aktif *Instagram* menyebutkan bahwa salah satu perilaku komunikasi yang ditunjukkan oleh pengguna aktif *Instagram* adalah mengunggah foto dengan hasil karya yang lebih baik.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di masyarakat pengguna media sosial *Instagram* maka penelitian ini secara khusus bertujuan untuk mengetahui bentuk perubahan perilaku komunikasi yang terjadi pada pengguna *Instagram* khususnya kaum perempuan dalam berinteraksi di media sosial dan bagaimana hal tersebut berdampak pada kehidupan sosialnya.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Komunikasi**

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dimana individu ataupun kelompok, membuat dan mengirimkan informasi agar dapat terhubung dengan individu lain. Sementara itu, disebutkan dalam kamus besar bahasa Indonesia bahwa komunikasi diartikan sebagai proses pengiriman dan penerimaan informasi ataupun pesan dari dua orang atau lebih agar dapat dipahami maksudnya.

Proses komunikasi dapat juga diartikan sebagai pertukaran informasi atau pesan oleh komunikator kepada penerima pesan yaitu komunikan. Kemudian pada proses komunikasi tersebut diharapkan bertujuan untuk menciptakan saling pengertian (*mutual understanding*) antara komunikator dan komunikan terlibat dalam proses komunikasi tersebut.

### **Perilaku Komunikasi**

Perilaku komunikasi adalah semua aktivitas yang dengan sengaja dilakukan untuk mencari dan mendapatkan informasi sekaligus untuk menyebarkan informasi kepada berbagai pihak yang memerlukan. Perilaku komunikasi berorientasi pada tujuan yang artinya perilaku seseorang secara umum dimotivasi pada keinginan untuk memperoleh tujuan tertentu. Perilaku komunikasi dalam kelompok disebut sebagai tindakan dalam berkomunikasi (Khairil, 2012).

### **Media Sosial**

Media sosial adalah situs dan aplikasi yang digunakan melalui teknologi berbasis internet. Media yang berbasis teknologi internet ini mendorong dan memungkinkan pengguna untuk saling terhubung dengan siapa saja, baik itu orang-orang terdekat ataupun orang asing yang bahkan tidak pernah dikenal sebelumnya. Boyd dan Ellison menyebutkan bahwa hampir semua situs media sosial dapat memudahkan orang-orang untuk berkomunikasi, berkenalan dan terhubung dengan orang lain berdasar pada ketertarikan yang sama. Pengguna juga dapat berkomunikasi satu sama lain di media sosial melalui layanan yang tersedia termasuk *chatting*, bertukar pesan pribadi, memberi komentar pada kolom dari layanan yang tersedia, dan saling berbagi foto ataupun video (Zuniga, 2012 dalam Triastuti, dkk, 2017).

Febi Ramadhani Rusdin (2016) dalam hasil penelitiannya memperlihatkan bahwa perilaku komunikasi siswa Sma Negeri 1 Makassar dalam mengakses dan menggunakan media sosial termasuk dalam kategori yang sangat tinggi, dimana intensitas para siswa remaja dapat mencapai persentasi hingga 88,2% dan dinyatakan sebagai sangat sering menggunakan media sosial untuk berkomunikasi.

### **Instagram**

Instagram adalah salah satu aplikasi sosial yang dapat disebut sebagai aplikasi populer dalam kalangan pengguna *Smartphone*. Instagram sendiri berasal dari kata instan dan gram yang digabungkan menjadi Instan-Telegram. Berdasar pada penggunaan kata tersebut, maka Instagram disebut sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi secara cepat melalui foto yang dapat diedit, dan dibagikan (*Share*) ke jejaring sosial lainnya (Ghazali, 2016).

Aturan pengguna Instagram yaitu; Pengguna tidak diperkenankan berusia 13 tahun, Pengguna

tidak dapat membagikan konten yang berhubungan dengan pornografi, kekerasan, kebencian ataupun konten sejenisnya dalam Instagram, Informasi yang diambil oleh Instagram ialah informasi personal yang terdapat pada biodata dari profil pengguna, Konten yang dibagikan oleh pengguna juga digunakan Instagram untuk pengembangan layanan, konten lain seperti foto, video, pesan dan materi lainnya juga dibagikan oleh pengguna dan dengan mudah diakses secara global (pengguna dengan mudah mengatur privasi dari konten yang dibagikan), dan konten yang telah dibagikan dan disimpan oleh pengguna lain tidak dapat dihilangkan meskipun pengguna tersebut telah menghapus konten aslinya (Triastuti, dkk, 2017).

Disebutkan dalam penelitian Andi Batari Alimuddin (2014) bahwa perubahan yang signifikan terjadi pada kalangan remaja (pengguna media sosial) khususnya perempuan yang kebanyakan memanfaatkan sebagai fasilitas menjalin pertemanan dan bergaul dengan teman-temannya. Kebutuhan untuk bersosialisasi dengan individu lain menjadi salah satu motivasi dari penggunaan media sosial *Facebook* sehingga secara serta merta merubah tingkah laku mereka dan merubah cara mereka berkomunikasi antar sesamanya.

### **Instagram Stories**

*Instagram Stories* adalah layanan yang hadir sejak awal bulan Agustus 2016 dan dengan cepat menarik perhatian para pengguna *Instagram*. Layanan ini memungkinkan para pengguna untuk mengirimkan foto dan video yang akan menghilang secara otomatis setelah 24 jam. Foto dan video yang telah dibagikan melalui *Instagram Stories* bersifat sementara dan tidak dapat dilihat setelah 24 jam, meskipun dapat disimpan secara manual oleh pemilik akun sebelum foto dan video tersebut menghilang.

Dijelaskan oleh Bayu Nugraha (2018) pada penelitiannya bahwa Instagram termasuk salah satu media sosial yang kehadirannya cukup fenomenal. Dalam kurun waktu 9 bulan memperlihatkan unggahan foto dalam Instagram telah mencapai angka 150 juta foto di San Francisco. Fenomena ini mengalahkan situs media-*sharing* populer lainnya seperti *flickr* ataupun situs jejaring sosial seperti *Facebook* yang juga cukup fenomenal.

### **Teori Teknologi Determinisme**

Marshall Mc Luhan pertama kali mengemukakan teori ini pada tahun 1962 dalam tulisannya *The Guttenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Teori ini berdasar pada sebuah ide yang menyebutkan bahwa perubahan yang terjadi pada bermacam-macam cara dalam berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi ini yang kemudian membentuk cara berpikir dan berperilaku seseorang dalam masyarakat sehingga teknologi pula yang akhirnya menggerakkan manusia untuk berpindah dari abad teknologi satu ke abad teknologi lainnya. Contohnya masyarakat suku yang masih belum mengetahui adanya huruf menuju masyarakat yang menggunakan alat komunikasi cetak lalu kemasyarakat yang menggunakan alat komunikasi elektronik.

McLuhan mempunyai pemikiran bahwa budaya kita akan dibentuk sebagaimana cara kita berkomunikasi. Terdapat beberapa tahapan yang perlu disimak. Pertama, penemuan teknologi komunikasi yang menyebabkan terjadinya perubahan budaya. Kedua, perubahan pada berbagai macam komunikasi yang akhirnya membentuk kehidupan manusia. Ketiga, McLuhan mengatakan bahwa:

*“Kita membentuk peralatan untuk berkomunikasi, dan akhirnya*

*peralatan untuk berkomunikasi yang kita gunakan itu akhirnya membentuk atau mempengaruhi kehidupan kita sendiri.”*

Manusia belajar, merasa dan berpikir tentang apa yang akan dilakukannya karena adanya pesan yang dimana teknologi komunikasi telah menyediakan untuk hal tersebut berlangsung. Dalam artian bahwa teknologi komunikasi sebagai penyedia pesan dan membentuk perilaku kita sendiri (Nurudin, 2012).

McLuhan menulis dalam bukunya yang berjudul *Understanding Media* yaitu “Dampak teknologi tidak terjadi pada tingkat opini atau konsep, tetapi mengubah rasio indra atau pola persepsi dengan mantap dan tanpa perlawanan”. McLuhan juga menambahkan bahwa dampak yang paling penting dari adanya media komunikasi adalah adanya pengaruh yang dihasilkan terhadap kebiasaan persepsi berpikir manusia (Wahyuni, 2014). Selain itu, McLuhan pada tahun 1960 (dalam Fajar dan Martinus, 2018) mengemukakan tentang pengaruh teknologi terhadap kehidupan manusia yang bermula pada adat istiadat, bagaimana cara berpikir, kehidupan sosial, ekonomi dan masih banyak hal lainnya. Maka berdasar pada penjelasan tersebut teori ini secara umum menjelaskan tentang bagaimana teknologi khususnya media membentuk individu di masyarakat dalam memikirkan sesuatu, merasakan sesuatu, ataupun melakukan tindakan tertentu.

## **METODE**

Metode penelitian yang digunakan peneliti yaitu deskriptif kualitatif dimana peneliti akan membuat deskripsi secara factual, sistematis, dan akurat mengenai beberapa fakta dan sifat dari populasi ataupun objek tertentu. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut: (1) observasi untuk mengumpulkan segala bentuk data dan informasi yang dibutuhkan (2) wawancara dilakukan secara virtual ataupun langsung (3) studi pustaka dan (4) analisis dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Wawancara terhadap informan penelitian dilakukan untuk menggali informasi terkait permasalahan pokok penelitian. Adapun kriteria informan yang akan diwawancarai, yakni:

- a) Kaum perempuan dengan batasan usia 17 tahun ke atas.
- b) Kaum perempuan yang tercatat sebagai penduduk kota Makassar.
- c) Menggunakan media sosial *Instagram* dan aktif dalam layanan *Instagram Stories*.
- d) Menghabiskan minimal 2-4 jam per hari menggunakan media sosial *Instagram*.
- e) Aktif menggunakan layanan *Instagram Stories* 4-5 kali per minggu.

Hasil observasi dan wawancara dari para informan akan diuraikan secara deskriptif dengan mengelompokkan perilaku-perilaku komunikasi yang ada. Dalam hal ini peneliti akan melakukan pemaknaan atau interpretasi sehingga dapat menghubungkan kajian pustaka dan hasil penelitian secara jelas.

## **HASIL PENELITIAN**

### **Pengguna Media Sosial Instagram**

Perkembangan teknologi di era digital membawa perubahan yang meningkat terhadap jumlah

pengguna media sosial sekarang ini. Terlebih lagi dimasa pandemi dimana setiap orang diwajibkan bekerja dari rumah semakin menjadi alasan atas perubahan peningkatan pengguna teknologi berbasis internet. Berbagai macam platform yang ada juga terus meningkatkan layanan agar dapat memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam berbagai kebutuhan. Salah satu platform yang kini marak digunakan adalah media sosial Instagram. Dari data yang dirilis Napoleoncat.com melalui GNFI (Good News from Indonesia) menyebutkan bahwa pengguna media sosial Instagram di Indonesia terus meningkat khususnya di bulan mei tahun 2020. Pencapaian ini dilihat dari hasil berbagi foto melalui platform Instagram.

Pada bulan januari sebelum masa pandemi tercatat 62,23 juta pengguna sampai kemudian meningkat di bulan maret hingga 64 juta pengguna. Berselang satu bulan setelah pandemi yakni dibulan april memperlihatkan angka hingga 65,780 juta pengguna. Perubahan jumlah pengguna platform Instagram yang terus meningkat menjadi tolak ukur peningkatan layanan pada Instagram untuk menyesuaikan kebutuhan pengguna. Layanan Instagram yang selalu berinovasi memberikan kemudahan kepada setiap penggunanya menjadikan platform ini banyak dimanfaatkan masyarakat digital untuk memenuhi segala kebutuhannya. Hal ini terbukti dengan peningkatan yang membludak dibulan mei 2020 yakni mencapai 69,2 juta pengguna.

Dilansir pada laman GNFI (Good News From Indonesia) menyebutkan bahwa pengguna Instagram didominasi oleh kaum perempuan terlihat dari grafik yang bersumber pada Napoleoncat.com. Dalam peningkatan jumlah pengguna Instagram pada sumber tersebut telah dibuat klasifikasi yang berdasar pada usia dan jenis kelamin. Dari kategori usia disebutkan 33,2% pengguna Instagram berusia 25-34 tahun dan angka terbanyak memperlihatkan usia 18-24 tahun pengguna Instagram mencapai 36,1% dibulan Mei 2020. Sedangkan untuk kategori jenis kelamin memperlihatkan jumlah pengguna wanita lebih besar dari pengguna pria yaitu 51% pengguna wanita dan 49% pengguna pria dibulan mei 2020. Hal ini jelas bahwa pengguna platform Instagram banyak diminati oleh kalangan perempuan.

Selain itu, data statistik dari We Are Social yang dilansir pada situs Teknoia.com menyebutkan bahwa hampir 80% penggunaan internet di ponsel digunakan untuk sosial media dengan durasi waktu selama 3 jam 46 menit. Durasi ini memperlihatkan bahwa pengguna Internet menaruh perhatian yang cukup banyak terhadap media sosial. Melalui data-data tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa terjadi perubahan perilaku masyarakat digital dalam hal intensitas mengakses media sosial khususnya Instagram.

### **Perubahan Perilaku Komunikasi yang Terjadi pada Kaum Perempuan dalam Menggunakan Media Sosial Instagram.**

Kebutuhan para pengguna Instagram dalam mengakses dan menyebarkan informasi terus meningkat secara drastis di tahun 2020. Salah satu faktor yang paling menonjol adalah situasi pandemi yang mengharuskan seluruh masyarakat untuk melakukan segala aktivitas dari rumah. Hal ini kemudian mendorong masyarakat untuk lebih banyak menghabiskan waktu di dunia maya karena kurangnya aktivitas luar rumah. Instagram mempunyai banyak layanan-layanan menarik yang disenangi oleh para pengguna aktif media sosial. Layanan yang paling banyak digemari khususnya kaum perempuan antara lain layanan fotografi dengan filter untuk mengedit foto menjadi lebih menarik dan layanan Instagram story atau biasa disebut Instastory yang dapat digunakan untuk membagikan foto, text, audio ataupun video melalui hasil rekaman ataupun berupa siaran langsung sehingga dapat berinteraksi dengan pengguna lain yang sedang menonton video yang dibagikan.

Kedua layanan tersebut menjadi yang paling sering digunakan oleh kaum perempuan yang gemar membagikan foto-foto dan video di media sosial. Hal ini sebagai cara untuk para pengguna aktif media sosial tersebut membagikan pesan secara visual di Instagram. Para pengguna memanfaatkan layanan instagram dan secara tidak sadar telah mengubah proses komunikasi yang berlangsung sehari-hari di lingkup sosial mereka. Dari 6 orang informan yang telah diwawancara menyebutkan bahwa Instagram tidak hanya digunakan sebagai media untuk berinteraksi, berbagi informasi tetapi juga untuk menjaga eksistensi di lingkup sosial. Hal tersebut serupa dengan yang disebutkan oleh Nasrullah (2015) tentang media sosial sebagai medium di internet yang memungkinkan penggunanya dapat merepresentasikan diri ataupun melakukan interaksi, menjalin kerja sama, saling berbagi informasi, berkomunikasi dengan para pengguna lainnya dan membentuk ikatan sosial meskipun secara virtual.

Para informan tersebut adalah orang-orang aktif pengguna media sosial dan menjadikan Instagram sebagai media komunikasi yang paling sering diakses setiap harinya. Rata-rata intensitas penggunaan Instagram dilakukan antara 2 sampai 3 jam lebih per hari. Dalam mengakses Instagram para informan mengaku dapat mengetahui berbagai informasi yang dibutuhkan antara lain; mengenai *fashion*, *travelling*, kuliner ataupun sekedar mengetahui hal-hal yang sedang marak diberitakan di media *online*. Selain memperoleh informasi, para pengguna juga dapat saling mengirimkan pesan, baik itu melalui pesan text ataupun gambar dan video pada layanan pesan di Instastory. Jelas bahwa interaksi yang terjadi di Instagram adalah bentuk proses pengiriman pesan kepada publik tanpa harus berinteraksi secara pribadi melalui telepon dan media *online chat* lainnya.

Oleh sebab itu informan aktif pengguna *Instagram* mengaku bahwa dengan adanya sumber informasi yang lebih menarik melalui layanan *Instagram story* membawa kebiasaan baru dalam kehidupan sosial mereka. Informan menyebutkan bahwa informasi yang diperoleh dari melihat *Instagram story* lebih menarik karena didukung dengan foto ataupun video sehingga menjadi candu untuk terus mengakses *Instagram* dalam waktu yang cukup intens. Hal ini kemudian berdampak pada perubahan perilaku pengguna yang juga mengadopsi cara penyampaian informasi kepada public yaitu mengutamakan hasil karya foto dan video yang menarik daripada isi dari pesan yang ingin disampaikan. Disebutkan oleh Nasrullah (2015) bahwa media sosial sebagai wadah untuk memperlihatkan foto diri dari pengguna yang kemudian memperoleh timbal balik dari publikasi tersebut. Maka dari itu dapat diketahui bahwa transformasi praktik komunikasi juga mengubah jenis pesan yang dikirimkan oleh pengguna media sosial.

Adapun data informan pengguna Instagram sebagai berikut:

**Tabel 1.** Data informan pengguna aktif Instagram

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Penggunaan Instagram/hari	Pekerjaan	Akun Instagram
1	Indriyana	29	P	2 jam 44m	Karyawan swasta	@irnaindriyana
2	Rizka	31	P	4 jam 17m	Karyawan swasta	@rizkamurfiyaz
3	Retno	24	P	1 jam 20m	Karyawan swasta	@retnowulandari
4	Indah	26	P	3 jam 25m	Karyawan swasta	@inda_sr

---

5	Hani	31	P	2 jam 4m	Pengusaha <i>online shop</i>	@amelianhani
6	Any	28	P	2 jam 29m	Tenaga Pendidik	@any.akhfar

---

Selain kebutuhan pengguna dalam menghasilkan pesan yang menarik, melalui media sosial Instagram juga memperlihatkan perubahan proses komunikasi yang sebelumnya dari individu ke individu menjadi individu ke banyak atau publik. Bahkan percakapan pribadi yang harusnya menjadi konsumsi pribadi sering dibagikan ke publik melalui instastory. Hal ini sesuai dengan fungsi media sosial yang disebutkan oleh Fahlepi (2017) dalam penelitiannya bahwa Social media memiliki beberapa fungsi, yaitu:

1. Social media adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.
2. Social media berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (“one to many”) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audience (“many to many”).
3. Social media mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Berdasarkan fungsi dan layanan yang ada pada media sosial dan Instagram maka terbentuk pula kebiasaan baru dimasyarakat yaitu pesan yang ditujukan untuk satu orang individu dapat dikonsumsi oleh publik melalui *Instagram story*. Hal tersebut juga sesuai dengan pengakuan beberapa informan bahwa mereka tidak hanya memperoleh informasi yang mereka butuhkan tetapi juga mengetahui hal-hal yang sifatnya personal. Namun, melalui informasi personal yang dibagikan di *Instagram story* para informan mengaku cukup menikmati dan menganggap hal tersebut sebagai hiburan di dunia maya. Bahkan, hal tersebut ikut mempengaruhi para informan yang juga membagikan kehidupan personal mereka melalui *Instagram story* untuk dikonsumsi public.

### **Dampak yang dihasilkan dari perubahan perilaku komunikasi terhadap kehidupan masyarakat digital.**

Pesan-pesan yang dipublikasikan di Instagram merupakan bentuk transformasi perubahan jenis pesan oleh masyarakat digital sebagai pengguna aktif Instagram. Para informan menyebutkan bahwa dengan adanya layanan *Instagram story* sangat memudahkan proses komunikasi baik itu antar individu ataupun publik. Para kaum perempuan mengaku senang dengan layanan video yang dapat sekaligus menjadi sarana untuk membagikan informasi mengenai aktivitas sehari-hari pengguna. Layanan ini dinilai memudahkan dalam proses komunikasi karena dapat mewakili pesan yang ingin disampaikan tanpa harus menyertakan *text*. Selain itu, penyajian pesan visual dapat dibuat lebih menarik sehingga proses interaksi di dunia maya menjadi lebih menyenangkan.

Terjadinya perubahan proses komunikasi di kalangan perempuan pengguna *Instagram* mengakibatkan kurangnya interaksi langsung terhadap lingkungan sekitar. Konteks sebuah pesan yang bertujuan untuk berinteraksi antar individu berubah menjadi ajang untuk eksis di media sosial. Hal ini kemudian berdampak pada kurangnya intensitas interaksi secara langsung ketika berkumpul di lingkup



sosial. Beberapa orang dari informan mengaku seringkali mengabaikan percakapan langsung saat sibuk mempublikasikan foto dan video di Instagram. Beberapa hal yang juga jelas terlihat yaitu perubahan perilaku pengguna Instagram di setiap melakukan aktivitas, misalnya; saat makan didahului dengan mengambil gambar, saat berkumpul bersama orang terdekat sering diabadikan dan dipublikasikan di Instastory, saat berkunjung ke tempat wisata yang menarik para pengguna Instagram senang membagikan foto dan video mereka, dan hal lainnya yang telah menjadi kebiasaan para pengguna aktif Instastory khususnya kaum perempuan.

Hal-hal yang dilakukan para informan tersebut kemudian berdampak pada perubahan aktivitas sehari-hari seperti; pola tidur yang terganggu, aktivitas kerja yang sering tertunda, kebutuhan internet setiap saat dan ketergantungan terhadap media sosial *Instagram* yang selalu menjadi prioritas dalam segala aktivitas pengguna. Para informan juga mengaku bahwa kebutuhan mereka mengakses dan mengunggah foto dan video di *Instastory* sekaligus menjadi ajang untuk memperoleh pengakuan agar tetap eksis di dunia maya.

Penjelasan tersebut terkait pada penjelasan tentang perilaku komunikasi yaitu segala aktivitas yang bertujuan untuk mencari dan memperoleh informasi dari berbagai sumber dan untuk menyebarkan informasi kepada pihak manapun yang memerlukan. Perilaku komunikasi pada dasarnya berorientasi pada tujuan dalam arti perilaku seseorang secara umum dimotivasi oleh adanya keinginan untuk suatu tujuan tertentu. Perilaku komunikasi dalam kelompok adalah tindakan dalam berkomunikasi (Khairil, 2012). Maka dapat diketahui bahwa proses komunikasi kaum perempuan pengguna Instastory memberi perubahan pada perilaku komunikasi dan berdampak pada lingkup sosialnya.

## PEMBAHASAN

Perubahan perilaku komunikasi yang terjadi pada masyarakat digital pengguna *Instagram Stories* khususnya kaum perempuan telah membentuk kebiasaan baru di masyarakat. Melalui *Instagram Stories*, pengiriman pesan dalam proses komunikasi menjadi lebih variatif dengan segala kreatifitas pengguna memvisualisasikan apa yang ingin disampaikan. Para pengguna tanpa sadar telah mentransformasi bentuk pesan *text* menjadi pesan visual dan menjadikan proses interaksi terpublikasi kepada banyak orang sekalipun pesan tersebut seharusnya tertuju untuk 1 orang saja. Kemudian model komunikasi tersebut telah menjadi *trend* dan membudaya di masyarakat khususnya kaum perempuan pengguna *Instagram*.

Perubahan perilaku komunikasi yang diperlihatkan adalah para pengguna menjadi kecanduan dalam mengakses *Instagram story* untuk membagikan ataupun memperoleh informasi dari pengguna lainnya. Sehingga membentuk kebiasaan-kebiasaan baru di masyarakat yang saling diadopsi antara sesama pengguna akun *Instagram*. Selain itu, mereka juga menganggap bahwa pesan yang diterima melalui *Instagram story* cukup menarik dan menjadi hiburan sehari-hari dalam kehidupan mereka. Hal ini kemudian berdampak pada perubahan aktivitas dan pola pikir para informan dalam kehidupan mereka sehari-hari.

Teori Determinisme disebutkan oleh McLuhan bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk bagaimana individu berpikir, berperilaku di masyarakat dan teknologi ini akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari abad teknologi yang satu ke abad teknologi lainnya. Seperti yang terjadi sekarang ini bahwa layanan yang tersedia pada *Instagram stories* telah membentuk model komunikasi yang diadopsi oleh hampir semua masyarakat digital.

McLuhan juga menambahkan bahwa budaya kita dibentuk oleh bagaimana cara kita berkomunikasi. Dari hasil penelitian jelas bahwa kaum perempuan menciptakan budaya baru yang dilihat dari perubahan proses penyampaian pesan dalam berkomunikasi melalui layanan *Instagram stories*. Tahapan-tahapan yang disebutkan McLuhan dalam teori determinisme telah menggambarkan bagaimana teknologi mengubah model komunikasi masyarakat digital. Tahapan-tahapan tersebut terdiri atas 3, yaitu; penemuan pada teknologi komunikasi menyebabkan terjadinya perubahan budaya, perubahan yang terjadi pada berbagai jenis komunikasi akhirnya membentuk kehidupan manusia dan seperti perkataan McLuhan bahwa:

*“Kita membentuk peralatan untuk berkomunikasi, dan akhirnya peralatan untuk berkomunikasi yang kita gunakan itu akhirnya membentuk atau mempengaruhi kehidupan kita sendiri”.*

## **KESIMPULAN**

Dari hasil penelitian memperlihatkan bahwa terjadi perubahan perilaku komunikasi pada kaum perempuan pengguna *Instagram stories* di masyarakat. Hal ini terlihat dari bagaimana para pengguna menjadi candu dan rela menghabiskan waktu hanya untuk mengakses *Instagram* dan menjadi penonton dari unggahan para pengguna lain di *Instastory*. Selain itu, penelitian juga menunjukkan bahwa media sosial *Instagram* telah memperlihatkan bahwa sumber informasi lebih menarik jika disajikan dalam bentuk foto ataupun video. Hal ini yang kemudian saling diadopsi oleh para pengguna *Instagram* dan menjadi kebiasaan baru dalam berinteraksi di media sosial.

Perubahan tersebut pada akhirnya memberi dampak terhadap kehidupan sosial pengguna aktif *Instastory*. Para pengguna *Instagram* mengaku telah membentuk kebiasaan baru dengan melibatkan layanan *Instastory* di setiap aktivitasnya sehari-hari. Hal ini sebagai bentuk dari perubahan sikap dan pola pikir akibat layanan *Instagram* yang dianggap menarik dan menghibur. Sehingga dapat disimpulkan bahwa para pengguna mengakses *Instagram* dengan tujuan untuk memperoleh hiburan dan sebagai cara untuk menjaga eksistensi diri di dunia maya. Sedangkan, kehadiran media sosial sebagai salah satu sumber informasi seharusnya dapat dijadikan sarana untuk hal-hal yang lebih bermanfaat khususnya di era pandemic sekarang ini.

## REFERENSI

- Andi Batari Alimuddin, Riza S. Sadjad, Muh. Najib. 2014. *Sikap Dan Perilaku Remaja Perempuan Dalam Ajang Gaul Melalui Media Sosial Facebook*. Jurnal komunikasi KAREBA, Vol. 3, No. 4.
- Andy Bagus Prasetyo, Sanusi, Risa Dwi Ayuni. 2020. Implikasi Penggunaan Instagram Pada Perilaku Komunikasi Mahasiswa Di Universitas Islam Kalimantan. Repository Universitas Islam Kalimantan.
- Bayu Nugraha, M. Fakhruddin Akbar. 2018. *Perilaku Komunikasi Pengguna Aktif Instagram*. Jurnal Manajemen Komunikasi, Vol.2 No. 2.
- Febi Ramadhani Rusdin, Abdul Gafar, Mursalim. 2016. *Media Sosial Dan Pola Perilaku Komunikasi Siswa Sma Negeri 1 Makassar*. Jurnal Komunikasi KAREBA, Vol. 5 No.1
- Fahlepi Roma Doni. 2017. Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja. Indonesian Journal on Software Engineering, Vol. 3, No.2.
- Fajar dan Martinus. 2018. Perubahan Interaksi Sosial pada Pengguna *Smartphone* Studi Kasus pada Mahasiswa FISIP Universitas Syiah Kuala. Jurnal ilmiah mahasiswa FISIP Unsyiah Vol. 3 No. 2.
- Ghazali, Miliza. 2016. *Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House.
- Khairil, Muhammad. 2012. Perilaku Komunikasi Terpidana Kelompok Terorisme. Yogyakarta: Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 10, No. 2.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial (perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi)*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin, 2012. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nursih Wahyuni, Isti. 2014. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ronauli, M., Wahyudin, U., Elita, F.U., Mirawati, I., 2016, Hubungan Antara Pesan Kampanye 9 Aksi Ramah Lingkungan Di Akun Twitter Earth Hour Bandung Dengan Sikap Followers Aktif Terhadap Gaya Hidup Ramah Lingkungan. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 2, No.2.
- Ruben, Brent D., Stewart Lea P. 2013. *Komunikasi dan Perilaku Manusia (Edisi Kelima)*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Triastuti, dkk. 2017. *Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Anak dan Remaja*. Jakarta: Kemkominfo.