

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi semakin pesat memiliki dampak yang begitu besar pada semua bidang kehidupan manusia. Inidapatbervariasi dari perubahan gaya hidup orang dan Tren masyarakat yang semakin aktif di dunia maya. Semua kenyamanan hasil yang diperoleh berimplikasi pada sikap dan perilaku masyarakat. Dalam perkembangannya, keberadaan internet membuat website Jejaring sosial yang dapat diakses melalui Internet. Penampilan situs jejaring sosial seperti *Facebook, Twitter, Instagram, dan Youtube* Beberapa jejaring sosial lainnya. Khususnya pada Remaja, seolah sudah menjadi kebiasaan, tidak melewatkan satu hari pun tanpa membuka jejaring sosialnya, bahkan tanpa smartphone setiap hari.

Jumlah pengguna internet tumbuh dan berkembang. Internet juga memiliki dampak besar pada sains, dan pandangan dunia. Dengan mengandalkan mesin pencari seperti Google, pengguna di seluruh dunia dapat dengan mudah mengakses Internet berbagai informasi. Dibandingkan dengan buku dan perpustakaan. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) menyatakan pengguna internet tercatat 63 juta orang dengan 95% menggunakan internet untuk mengakses media sosial. Media sosial yang banyak digunakan saat ini adalah Saat ini antara lain *Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, Tik-Tok*. Media sosial sangat digemari diberbagai kalangan. Media sosial biasa diakses untuk membersihkan pikiran dari aktivitas yang penat atau hanya sekedar mengisi waktu luang. Salah satu media sosial yang banyak digemari yaitu *Instagram*. *Instagram* merupakan aplikasi yang dapat digunakan untuk mengekspresikan diri melalui foto maupun video yang dapat diposting melalui

instagram Stories dan juga *feeds*. Hal ini mengakibatkan pengguna *instagram* cenderung narsis dan ingin mendapatkan kepopuleran dari postingannya.

Berikut ini adalah Data Pengguna Instagram :



Gambar 1.1 Grafik Pengguna Instagram di Indonesia Menurut Jenis Kelamin Periode Januari-Mei

Keterangan :

Gambar tersebut adalah grafik batang yang menunjukkan perbandingan jumlah pengguna Instagram di Indonesia berdasarkan jenis kelamin dari Januari hingga Mei 2020.

- Judul Grafik: Pengguna Instagram di Indonesia Menurut Jenis Kelamin,

Periode Januari-Mei 2020.

- Sumbu Vertikal: Menunjukkan persentase pengguna dari 0% hingga 51%.

- Sumbu Horizontal: Menunjukkan bulan-bulan dari Januari hingga Mei.

- Warna Batang:

- Oranye: Mewakili persentase pengguna wanita.

- Biru: Mewakili persentase pengguna pria.

Data Persentase Pengguna:

- Januari: Wanita (51%), Pria (49%)

- Februari: Wanita (50.8%), Pria (49.2%)

- Maret: Wanita (50.3%), Pria (49.7%)

- April: Wanita (51.1%), Pria (48.9%)

- Mei: Wanita (51%), Pria (49%)

Secara keseluruhan, grafik menunjukkan bahwa persentase pengguna Instagram wanita di Indonesia sedikit lebih tinggi daripada pria selama periode Januari hingga Mei 2020. Perbedaan persentase antara wanita dan pria relatif kecil, berkisar antara 0.3% hingga 2.2%.

Media sosial adalah sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual. Media sosial merupakan media baru dan bersifat global yang berguna sebagai sarana untuk mendapatkan informasi dan interaksi manusia dari berbagai belahan dunia karena jangkauannya yang sangat luas. Istilah media baru dirujuk pada *digital devices* yakni alat komunikasi elektronik yang hanya butuh sentuhan jari. Salah satunya yang populer saat ini adalah dengan adanya media sosial.

Pada awal 2010 Instagram diciptakan oleh Kevin Systrom, seorang lulusan Universitas Stanford berusia 27 tahun. Systrom membuat aplikasi Instagram tidak melalui pelatihan formal Ilmu Komputer karena ia bekerja di *startup* rekomendasi

perjalanan, namun karena sebelumnya ia bekerja di Google sebagai *corporatedevelopment associate* dan magang di Odeo (perusahaan yang kemudian berkembang menjadi *Twitter* (TWTR)). Ia hanya belajar kode pada malam hari dan juga di akhir pekan. Saat ini, didalam sosial media Instagram terdapat berbagi fitur yang sangat beragam mulai dari *live*, *reels*, *filter*. Salah satu fitur yang ditawarkan oleh *Instagram* sejak dulu yaitu *Instagram Story*. *Instagram Story* merupakan wadah untuk pengguna mengunggah foto atau video yang dapat dilihat oleh pengikut dengandurasi tayangan hanya 24 jam dan setelahnya akan hilang namun tetap tersip dalam akun pengguna. Hal ini berkaitan dengan eksistensi diri yang dialami oleh mahasiswa yang sebagian besar merupakan pengguna aktif Instagram setiap harinya. Eksistensi diri biasanya terjadi pada pengguna Instagram dengan mengunggah foto yang dianggap berkesan atau juga untuk mengabadikan momen dalam sosial medianya. Selain itu eksistensi diri juga bisa dibagikan melalui video yang menurutnya menarik untuk dilihat oleh pengikutnya. Secara tidak langsung Instagram menjadi *trend* untuk bergaya hidup di kalangan anak muda terutama mahasiswa.

Pengaruh eksistensi diri saat bermedia sosial juga menyebabkan gaya hidup yang selalu ingin mengikuti perkembangan zaman. Gaya hidup atau *Lifestyle* adalah gambaran tingkah laku, pola dan cara hidup yang ditunjukkan bagaimana aktivitas seseorang, minat dan ketertarikan serta apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri sehingga membedakan statusnya dari orang lain dan lingkungan melalui lambang-lambang sosial yang mereka miliki. Gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan serta perilakunya, gaya hidup juga seringkali dijadikan motivasi dasar pedoman dalam membeli sesuatu. Barang dipengaruhi oleh gaya hidupnya, gaya hidup berkaitan dengan perkembangan zaman, sehingga gaya hidup dapat memberikan pengaruh yang positif maupun negatif.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), Gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam masyarakat. Sedangkan dari sisi ekonomi, gaya hidup adalah perilaku seseorang dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktunya. Gaya hidup berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Gaya hidup menjadi upaya untuk membuat diri menjadi eksis dengan cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain. Berdasarkan pengalaman sendiri yang diperbandingkan dengan realitas sosial, individu memilih rangkaian tindakan dan penampilan mana yang menurutnya sesuai dan mana yang tidak sesuai untuk ditampilkan dengan ruang sosial. Maka dari itu saat orang membuat *instagram stories* cenderung memperlihatkan gaya hidup mereka agar terlihat baik di mata orang lain yang menontonya.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa terkait dengan pengaruh Instagram stories terhadap eksistensi diri dan gaya hidup karena mahasiswa yang aktif dalam penggunaan sosial media *Instagram*. Dilihat dari perkembangannya, kalangan mahasiswa cenderung memiliki rasa keingintahuan yang tinggi, selalu ingin mencoba hal baru, dan juga suka mulai memperluas hubungan antara pribadi dan berkomunikasi secara lebih dewasa dengan teman sebaya, baik laki-laki maupun perempuan.

Adawiyah (2015) juga menyatakan bahwa eksistensi diri berarti manusia berdiri sebagai dirinya sendiri. Manusia berada didalam suatu lingkungan dimana ia berada. Segala sesuatu di sekitarnya dihubungkan dengan dirinya. Di dalam hidupnya manusia dapat menentukan apa yang di kehendaknya melalui perbuatan perbuatannya. Dalam perbuatan-perbuatannya tersebut manusia membutuhkan peran lingkungannya, sehingga manusia dapat lebih mengenal dirinya sendiri.

Maka dari itu peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh Instagram Stories terhadap eksistensi diri dikalangan mahasiswa.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Seberapa besar pengaruh *Instagram stories* terhadap gaya hidup dikalangan mahasiswa KPI UIN.
2. Seberapa besar pengaruh Instagram Stories terhadap gaya hidup dikalangan mahasiswa KPI UIN.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Instagram stories* terhadap eksistensi diri dikalangan mahasiswa KPI UIN.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Instagram stories* terhadap gaya hidup dikalangan mahasiswa KPI UIN.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah dipaparkan, maka penelitian ini memiliki manfaat bagi pembaca seperti manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut:

1) Secara Teoritis

Hasil dari penelitian menambah wawasan pembelajaran khususnya untuk mahasiswa komunikasi dan juga hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai efek bermedia sosial terutama pada pengembangan bidang jurnalistik dan memberikan kontribusi positif serta acuan penelitian selanjutnya.

2) Secara Praktis

Penelitian ini dapat berguna untuk memperluas wawasan dan pengetahuan bagi remaja agar memotivasikan dirinya dalam mengetahui pengaruh isi pesan *Instagram stories* terhadap eksistensi diri dan gaya hidup terutama pada mahasiswa Komunikasi Secara sosial.

Penelitian ini menjadi gambaran mengenai pembelajaran dari peran new media dalam penggunaan *instagram stories* yang berhubungan dengan eksistensi diri dan gaya hidup, serta memandang media sosial sebagai salah satu sarana untuk mendapatkan wawasan baru.

E. Keterbatasan Penelitian

Terdapat keterbatasan dalam melakukan penelitian ini antara lain:

1. Populasi penelitian ini hanya mengambil populasi responden dari para mahasiswa Komunikasi sehingga hasil penelitian hanya berlaku pada populasi tersebut, yang nantinya akan berbeda jika diteliti dilakukan pada objek yg berbeda.

F. Kerangka Teori

1. Paradigma

Dalam penelitian kuantitatif ini, paradigma yang digunakan oleh peneliti adalah *paradigma positivisme*. Paradigma tersebut untuk memperoleh sebuah proses linier atau proses sebab akibat, antara tayangan *instagram stories* terhadap eksistensi diri dan gaya hidup.

2. Teori penelitian

Teori sosial kognitif (*social cognitive theory*)

Dalam penelitian ini menggunakan teori sosial kognitif yaitu salah satu teori belajar yang menjelaskan pola-pola perilaku. Teori yang dikembangkan oleh Albert Bandura sejak tahun 1960an ini menitik beratkan pada bagaimana dan mengapa orang cenderung untuk meniru atau meneladani apa yang mereka lihat melalui media atau orang lain. Teori sosial kognitif merupakan pengembangan dari teori belajar sosial yang menyediakan kerangka kerja untuk memahami, memprediksi, dan merubah perilaku manusia.

Teori sosial kognitif menekankan pada kapasitas kita untuk belajartanpa melalui pengalaman langsung. Teori sosial kognitif yang disebut juga dengan teori belajar observasional bergantung pada sejumlah hal termasuk kemampuan subyek untuk memahami dan mengingat apa yang ia lihat, melakukan identifikasi dengancara memediasi karakter, dan keadaan atau situasi yang mempengaruhi peniruan perilaku.

Ahli psikologi yang pertama kali menaruh perhatian pada proses belajar melalui pengamatan adalah Neal Miller dan John Dollard (1941) melalui teori belajar sosial (*social learning theory*). Miller dan Dollard berpendapat bahwa belajar meniru

terjadi ketika pengamat termotivasi untuk belajar, ketika berbagai petunjuk atau elemen perilaku yang akan dipelajari disajikan, ketika pengamat menampilkan perilaku yang diberikan, dan ketika pengamat secara positif diperkuat untuk meniru perilaku. Dengan kata lain,

orang dapat meniru perilaku yang ia lihat, perilaku itu akan diperkuat dan karenanya dipelajari.

Landasan teori

Teori sosial kognitif yang dikemukakan oleh Bandura berawal dari berbagai gagasan teori seperti berikut ini :

1. Model penyebab–model of causation

Adaptasi yang dilakukan oleh manusia dijelaskan dalam istilah “triadic reciprocal causation ”atau“ timbal balik triadik”. Model penyebab ini menggambarkan adanya interaksi yang berlangsung secara terus menerus antara faktor lingkungan, perilaku, dan pribadi.

2. Melambangkan kemampuan–symbolizing capability

Kapasitas manusia untuk melambangkan kebebasan dari proses belajar “trial anderror”. Simbolisasi memungkinkan pemikiran abstrak dimana individu dapat mengkonseptualisasikan pengalaman yang mungkin dan mengujinya dengan pemikiran rasional.

3. Kemampuan perwakilan–vicarious capability

Seseorang dapat mempelajari perilaku dengan mengamati tindakan orang lain dan konsekuensi atau akibat dari tindakan tersebut. Kemampuan manusia untuk belajar secara turun temurun dapat menghalangi kebutuhan akan pendekatan trial and error, “belajar sambil melakukan” untuk mencapai perilaku. Manusia mempelajari berbagai kegiatan penting dengan memodelkan atau meneladani bahasa perilaku yang diamati, misalnya mengendarai mobil. Kemampuan manusia untuk pengalaman perwakilan ditumbuh kembangkan dengan memperluas gerai komunikasi massa yang menyediakan lingkungan simbolis yang kaya dan memperluas kesempatan peneladanan.

4. Kemampuan berpikir–for ethought capability

Sebagian perilaku manusia bersifat purposif atau memiliki tujuan dan karenanya diatur oleh pemikiran sebelumnya. Pemikiran mungkin memerlukan konsekuensi tindakan, menetapkan tujuan, dan merencanakan tindakan. Melambangkan adalah alat untuk melakukan pemikiran sebelumnya. Hal ini memungkinkan individu untuk mengkonseptualisasikan perilaku dan hasilnya serta menciptakan motivasi atau hambatan untuk memandu pemilihan tindakan.

5. Kemampuan mengatur diri sendiri–self-regulatory capability

Individu menggunakan kombinasi standar pribadi dan masyarakat untuk mengevaluasi perilaku mereka dan mengubahnya sesuai kebutuhan. Pengawasan diri ini dapat memiliki dampak motivasi atau penghambatan ketika seseorang mempertimbangkan tindakan.

6. Kemampuan refleksi diri–self-reflective capability

Melalui refleksi diri, orang mengevaluasi perilaku mereka dan melakukan penyesuaian terhadapnya sesuai dengan konsekuensi perilaku dan kepatuhannya

terhadap standar internal dan eksternal. Kegiatan metakognitif ini merupakan bagian integral dari persepsi individu tentang self-efficacy atau kompetensi mereka. Bandura menekankan bahwa refleksi diri dapat menghasilkan pola pikir yang salah.

7.Sifat manusia–human nature

Faktor genetik dapat mempengaruhi potensi perilaku. Tindakan manusia adalah kombinasi antara kemampuan kognitif yang dipelajari dengan faktor psiko-fisiologis bawaan.

New media

Kehadiran jenis-jenis media baru telah memperluas dan merubah keseluruhan spektrum dari kemungkinan-kemungkinan sosio-teknologi terhadap komunikasi publik. Media sosial seperti Facebook, Twitter , Instagram dan Path merupakan jenis-jenis media baru yang termasuk dalam kategori online media. Jenis-jenis media baru ini memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring secara online.

Tindak komunikasi melalui media secara intensif dapat dilakukan diantara penggunanya, di samping tindak komunikasi yang berlangsung secara intensif pengguna juga cenderung berkomunikasi secara ekspresif. Orang-orang bisa merasa lebih nyaman dan terbuka serta kemungkinan lebih jujur dalam menyampaikan pesan-pesan yang ingin dipertukarkan dengan orang lain.

Melalui media sosial, aktivitas-aktivitas pengungkapan diri dapat dilakukan hampir tambah hambatan psikologis, bahkan mungkin proses penetrasi sosial seperti layaknya dalam jalinan komunikasi antarpribadi, dari tahapan orientasi menuju stabel

exchange bisa berjalan dengan intensif. Meskipun dampak negative dari pemakaian media sosial juga tidak bisa dihindari.

Dalam catatan Mc Quail (2011), ada perubahan-perubahan penting yang berhubungan dengan munculnya media baru, yaitu :

1. Digitalisasi dan konvergensi semua aspek dari media.
2. Interaktivitas dan konektivitas jejaring yang meningkat.
3. Mobilitas dan delokasi pengiriman dan penerimaan (pesan).
4. Adaptasi publikasi dan peran-peran khalayak
5. Munculnya beragam bentuk baru dari media gateway, yaitu pintu masuk untuk mengakses informasi pada Web atau untuk mengakses Web itu sendiri.
6. Fragmentasi dan kaburnya institusi media

Karakteristik New Media :

1. Digital

Karakteristik pertama adalah formatnya yang berbentuk digital. Digitalisasi memungkinkan begitu banyak informasi untuk disimpan dalam hard disk atau kartu memori mikro. Hal tersebut juga memungkinkan transmisi informasi yang cepat melalui kabel dan satelit. Digitalisasi juga telah menghasilkan konvergensi berbagai bentuk informasi (teks, audio, dan visual) ke dalam satu sistem. Sehingga memungkinkan informasi tersebut diakses melalui gadget.

2. Interaktif

New media memungkinkan konsumen dan pengguna untuk lebih terlibat. Ini lebih merupakan bentuk komunikasi dua arah daripada media lama (old media). Peningkatan interaksi ini dapat dilihat dalam tindakan sederhana seperti menyukai

atau mengomentari konten yang dibagikan. Beberapa pengguna juga jauh lebih terlibat dengan secara aktif mengupload konten mereka sendiri. Jenis media ini memupuk budaya yang lebih partisipatif. Sehingga, lebih banyak orang yang terlibat dan jarak antara konsumen dan produsen konten menjadi semakin kabur.

3. Hypertekstual

Hypertext atau link adalah fitur umum dari new media. Fitur ini memungkinkan pengguna memiliki lebih banyak kebebasan memilih atas bagaimana mereka menavigasi berbagai sumber informasi yang tersedia bagi mereka. Dalam istilah yang lebih teknis, link di website menawarkan koneksi tidak berurutan antara semua jenis data yang difasilitasi oleh komputer.

Orang yang optimis cenderung melihat fitur ini sebagai pilihan gaya hidup yang lebih individual. Ini memberinya kesempatan untuk bertindak lebih mandiri dan memanfaatkan peluang yang disediakan untuk mereka.

4. Jaringan global

Digitalisasi juga telah memfasilitasi globalisasi budaya. Pengguna sekarang berinteraksi secara lebih global dan melalui jaringan virtual orang daripada secara lokal.

Gaya hidup

Menurut Kotler yang diterjemahkan oleh Bob Sabran (2009:210) mengatakan: “Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.”

Gaya hidup menurut Sunarto (dalam Silvy 2009;93) menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Dimensi gaya hidup merupakan pengklasifikasian konsumen berdasarkan AIO activities (aktivitas), interest(minat) dan opinion (opini).

Sedangkan Menurut Sumarwan menjelaskan bahwa : “Gaya hidup seringkali digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (activities, interest , and opinion). Dan lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana mereka hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya”.

Dari beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan bagaimana perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup manusia dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Pada umumnya kebutuhan tetap seumur hidup, setelah sebelumnya dibentuk semasa kecil. Perubahan itu terjadi karena kehidupan yang dianut dapat berubah akibat pengaruh lingkungan.

3. Tabel empiris penelitian

Berdasarkan pemaparan diatas, maka tabel empiris dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 1.1 tabel Empiris Penelitian

X1	Y1	Y2
Tayangan <i>Instagram Stories</i>	Eksistensi Diri	Gaya Hidup

Keterangan:

X : Variabel *Independen* adalah variabel yang bebas, *stimulus*, *prediktus*, *antecedent*, yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable *dependen* (terikat). Pada penelitian ini yang merupakan variabel *independen* adalah pengaruh tayangan *Instagram stories*.

Y :Variabel *Dependen* sering disebut dengan variabel terikat yaitu variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Sedangkan yang menjadi variabel *dependen* dalam penelitian ini adalah Eksistensi diri sebagai Y1 dan Gaya hidup sebagai Y2.

G. Hipotesis penelitian

H0: Tidak terdapat pengaruh *Instagram stories* terhadap eksistensi diri dikalangan mahasiswa komunikasi UIN syekh nurjati cirebon.

H1 : Terdapat pengaruh *Instagram stories terhadap eksistensi diri di kalangan* mahasiswa komunikasi UIN syekh nurjati cirebon.

H0 : Tidak terdapat pengaruh *Instagram stories* terhadap gaya hidup dikalangan

mahasiswaKomunikasi UIN syekh nurjati cirebon.

H1 : Terdapat pengaruh *Instagram stories* terhadap gaya hidup dikalangan mahasiswaKomunikasi UIN syekh nurjati cirebon.

H. Definisi konseptual

Instagram

Instagram merupakan salah satu jejaring media sosial yang sudah banyak digunakan oleh masyarakat diseluruh dunia. Instagram dibentuk oleh perusahaan Burbn Inc yang berdiri pada tahun 2010 yang merupakan sebuah perusahaan teknologi startup yang hanya berfokus pada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada akhirnya Kevin Systrom dan Mike Krieger selaku CEO membuat aplikasi berbagi foto dan video yang dimana pengguna bisa like, komentar, dan edit foto dan video tersebut dalam aplikasi itu. *Instagram* terdiri dari dua kata “insta” dan “gram “.Insta berasal dari instan yang artinya Instagram ini akan menampilkan foto-fotosecarainstan,layaknya polaroid.Sedangkankatagram berasal dari katatelegram yang berarti memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.

Eksistensi diri

Abidin Zaenal berpendapat bahwa eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu menjadi atau mengada. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni exsistere, yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasi potensi-potensinya.

Gaya hidup

Secara sederhana gaya hidup didefinisikan sebagai bagaimana seseorang hidup (*how one lives*), termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana ia mengalokasikan waktunya, dan sebagainya. Begitu pula dengan Kotler (2006) yang mendefinisikan gaya hidup sebagai pola hidup seseorang yang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat dan opininya.

I. Definisi operasional

1. Variabel X1 : Tayangan Instagram stories

- a. Frekuensi tayangan instagram stories yaitu seberapa banyak pengguna lain yang melihat dan apa saja insight yang didapat saat postingan diunggah.
- b. Durasi yaitu berapa lama pengguna mengakses instagram stories dalam satu hari.
Sedangkan durasi yang diberikan Instagram untuk instagram stories yaitu 5 detik untuk postingan foto dan 15 detik untuk postingan video.
- c. Tingkat Perhatian adalah seberapa banyak komentar atau tanggapan ketika seseorang membuat instagram stories. Serta urutan penonton adalah dilihat dari seberapa sering pengguna saling berinteraksi di instagram.

2. Variabel Y1 : Eksistensi diri

Langle dkk. (2003) merumuskan beberapa aspek aspek eksistensi diri yakni sebagai berikut :

- a. *Perception*

Perception berkaitan dengan bagaimana manusia memahami atau mempersepsikan objek di dunia. Dalam berinteraksi dengan dunia penting bagi individu untuk mengumpulkan informasi yang relevan dan mempelajari berbagai kondisi maupun situasi yang dihadapi.

b. Recognition of values

Recognition of values merupakan keadaan seseorang yang dapat memahami hubungan kualitatif antar objek dan antar objek dengan dirinya sendiri. Individu kini mengorientasikan dan mengalihkan perhatian kepada hal – hal diluar dirinya, yaitu menjalin hubungan dengan orang lain, sampai ia memperoleh keharmonisan antara dunia dan dirinya.

c. Freedom

Freedom atau kebebasan adalah kemampuan manusia dalam menentukan sikap dalam dirinya sendiri dan dunianya, termasuk menentukan tindakan – tindakan dan arah hidupnya. Individu harus sadar dengan pilihan dan konsekuensi terhadap apa yang dipilihnya.

d. Responsibility

Responsibility atau tanggung jawab dalam hal ini berarti ketetapan hati untuk menempatkan sebuah keputusan kedalam tindakan dan dapat konsisten serta menanggung konsekuensi – konsekuensi dari tindakan tersebut Lange (2003) mengemukakan jika individu bisa berada disini, mencintai hidup dan menemukan diri didalamnya, maka terpenuhilah kondisi untuk menuju kondisi fundamental keempat, keberadaan individu mengakui hidupnya dan apa saja tantangannya.

3. Variabel Y2 : Gaya hidup

1. Kegiatan (Activity) adalah apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.

2. Minat (Interest) adalah objek peristiwa, atau topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya. Interest dapat berupa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut. Minat merupakan apa yang konsumen anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.
3. Opini (Opinion) adalah pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal atau ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan pertimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

4. Tipe Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah eksplanatif atau eksploratif atau eksplorasi, penulis melakukan pengujian dengan mengkaitkan satu variabel dengan variabel lainnya sebagai hubungan sebab akibat. Menguji dan mencari tahu adakah pengaruh antara tayangan instagram stories sebagai variabel X atau variabel independent terhadap eksistensi diri sebagai variabel Y1 dan gaya hidup sebagai variabel Y2 atau variabel dependent.

5. Populasi dan sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Jessica, 2020:03). Populasi dalam penelitian ini adalah para mahasiswa komunikasi UIN syekh nurjati Cirebon.

Tabel 1.2 Daftar mahasiswa komunikasi UIN syekh nurjati cirebon

Angkatan	Banyak mahasiswa
2020	3.065
2021	800
2022	193
2023	159
Jumlah mahasiswa	4.217

Jumlah populasi mahasiswa Komunikasi UIN sebanyak.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Jessica, 2020:03). Sampel dalam penelitian ini menggunakan mahasiswa komunikasi UIN karena sejauh ini belum ada peneliti lain yang mengambil sampel mahasiswa komunikasi UIN yang terkait dengan hal tersebut. Kriteria yang harus dipenuhi seseorang untuk dapat menjadi responden penelitian adalah:

1. Mahasiswa komunikasi UIN
2. Mempunyai akun Instagram dan aktif menggunakannya.

Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari Yamane sebagai berikut:

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

d= Presisi (ditetapkan berdasarkan rumuster)

$$n = \frac{478}{d^2} = 82,$$

$$478.10^2+1$$

c. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Purposive sampling. Teknik Purposive sampling adalah suatu teknik penentuan dan pengambilan sampel yang ditentukan oleh peneliti dengan pertimbangan tertentu (S Suhertina, 2022). Kriteria pemilihan sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa komunikasi UIN syekh nurjati Cirebon yang menggunakan aplikasi Instagram.

6. Sumber Data

1. Data Primer, data yang diperoleh secara langsung dari sumber data pertama, dalam penelitian ini didapat dari mahasiswa komunikasi UIN.
2. Data Sekunder, sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya dapat melalui orang lain, dokumen, catatan atau dalam arsip (data dokumentasi) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

7. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Skala pengukuran:

Sangat tidak setuju = 1

Tidak setuju = 2

Netral = 3

Setuju = 4

Sangat setuju = 5

8. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan alat pengumpul data yang berupa kuesioner. Dimana menggunakan gabungan metode pengumpulan data yang berupa angket. Dimana angket berupa checklist yang menggunakan skala likert. Penggunaan kuesioner merupakan hal yang pokok untuk mengumpulkan data. Hasil kuesioner tersebut akan berbentuk angka-angka, tabel-tabel, analisis statistik, dan uraian serta kesimpulan hasil penelitian. Tujuan pokok pembuatan kuesioner adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan survei.

9. Teknik pengolahan data

Teknik-teknik pengolahan data yang digunakan:

1. Editing: meneliti kembali kelengkapan isi lembar kuesioner. Biasanya dilakukan pada tempat pengambilan data, sehingga mempermudah dalam melengkapi data bila terjadi kekurangan.
2. Coding: dilakukan dengan memberi tanda pada masing-masing jawaban dengan kode berupa angka, selanjutnya dimasukkan ke dalam lembar tabel kerja untuk mempermudah pengolahan.
3. Tabulating: berupa bentuk tabel yang terdiri dari beberapa baris dan beberapa kolom, yang digunakan untuk memaparkan sekaligus beberapa variabel hasil

survei atau penelitian sehingga mudah dibaca dan mengerti.

10. Teknik Analisis

Analisis yang dilakukan peneliti akan dibagi menjadi tiga tahap, pertama akan dilakukan analisis deskriptif dan yang kedua analisis mengenai validitas dan reliabilitas variabel, dan yang terakhir, analisis korelasi bivariat untuk menguji hubungan antara variabel X1 terhadap Y1 dan Y2.

11. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengukuran validitas dapat dilakukan dengan menggunakan analisis faktor yaitu menguji apakah butir-butir pernyataan yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah variabel. Jika masing-masing butir pernyataan merupakan indikator pengukur sebuah variabel maka memiliki loading factor yang tinggi. Nilai KMO yang dikehendaki harus $>0,5$ untuk dilakukan analisis faktor sedangkan nilai masing-masing item dikatakan valid apabila loading factor merupakan nilai $>0,4$ (Ghozali, 2016)

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas memberikan pengertian suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila diukur beberapa kali dengan alat ukur yang sama.

Pernyataan dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini pengujian

reliabilitas dengan menggunakan aplikasi SPSS 25. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius atau mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang realibel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Reliabilitas dari konstruk dalam penelitian ini akan diukur menggunakan Cronbach alpha. Perhitungan cronbach alpha akan dilakukan menggunakan SPSS. Suatu konstruk dikatakan mempunyai reliabilitas yang mumpuni apabila nilai Cronbach Alpha nya sama dengan atau lebih besar dari 0,7 (Hair, 2014).

c. Teknik Analisis Data

Agar suatu data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Tujuan analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul yang nantinya data tersebut mudah dipahami dan bermanfaat untuk solusi permasalahan, terutama yang berkaitan dengan penelitian. Analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan (Dr Muhammad Yusuf, 2018) Kemudian teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik regresi linier sederhana, dimana analisisnya menggunakan aplikasi SPSS.

Analisis regresi linier sederhana adalah suatu metode yang digunakan untuk melihat bentuk hubungan antar suatu variabel independen (bebas) dan mempunyai hubungan garis lurus dengan variabel dependennya (terikat) yang diukur dengan hubungan antar dua variabel atau lebih yang dinyatakan dengan bentuk hubungan atau fungsi. Diperlukan pemisah yang tegas antara variabel bebas dan variabel terikat, yang biasanya disimbolkan dengan x dan y.

Model persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut :

Y = Variabel Dependen yang diprediksi

X = Variabel Independen yang mempunyai nilai tertentu

a = Nilai intercept (konstan)

b = Koefisien Variabel Independen