



Analisis *Excessive Reassurance-Seeking* Terhadap Motif Penggunaan Instagram Oleh Mahasiswa

Ebtaria Nadeak¹, Malahayati²

^{1,2}Manajemen Informatika, Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang, Indonesia

Email: ¹ebtarianadeak12@gmail.com, ²malahayati@polsri.ac.id

Abstrak

Excessive reassurance-seeking adalah sikap yang meminta kepastian atau validasi diri tentang perasaan dicintai dan harga diri. Instagram adalah salah satu platform media sosial paling populer di kalangan anak muda berusia 18–24 tahun. Dengan pemikiran tersebut, Instagram adalah alat yang dapat digunakan untuk mendapatkan kepastian yang berlebihan. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dari survei kuesioner dengan sampel sebanyak 137 mahasiswa dan dianalisis menggunakan model Structural Equation Modeling (SEM) dengan aplikasi Smart PLS. Penelitian menunjukkan bahwa *Excessive reassurance-seeking* berkorelasi positif dengan interaksi sosial, dokumentasi, promosi diri, pengalihan, dan kreativitas. Semakin besar *Excessive reassurance-seeking* yang mereka miliki, semakin besar pula motif untuk menggunakan Instagram. Hal ini diperlukan responden untuk mencari kebutuhan akan pengakuan atau validasi dari orang lain.

Kata Kunci: Excessive reassurance-seeking, Instagram, Mahasiswa

1. PENDAHULUAN

Seiring perkembangan teknologi informasi yang kian pesat dan meningkatnya jumlah pengguna internet, media sosial telah bertransformasi sebagai salah satu sumber informasi yang paling akrab dengan masyarakat. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia menemukan bahwa media sosial merupakan layanan paling banyak diakses oleh internet dengan persentasi 89,15 % [1]. Instagram menjadi semakin populer, dengan beberapa analis industri yang menyatakan bahwa Instagram adalah media sosial yang paling cepat berkembang [2].

Instagram telah memiliki 1,38 miliar pengguna aktif dan berada pada urutan keempat *platform* media sosial yang digunakan di seluruh dunia [3]. Indonesia merupakan negara dengan pengguna Instagram urutan ke empat di dunia dengan jumlah pengguna Instagram hingga Juli 2021 sebesar 91,77 juta pengguna dan



golongan usia pengguna terbesar terdapat di kelompok usia 18 – 24 tahun yaitu 36,4% [4].

Motivasi pengguna dalam menggunakan media sosial sangat banyak. Penerapan teori *use and gratifications* menjelaskan bahwa alasan paling banyak untuk menggunakan media sosial yakni untuk interaksi sosial dan pencarian informasi [5]. Secara keseluruhan motif penggunaan Instagram lebih banyak untuk melihat postingan, terutama yang melibatkan interaksi sosial dan motif pengalihan [6].

Instagram menawarkan sejumlah fitur (suka, komentar) yang mungkin menarik bagi mereka yang mencari kepastian dari orang lain atau mengalami penolakan interpersonal. Penggunaan Instagram memungkinkan individu untuk melakukan perbandingan diri atau membangun citra diri yang positif bagi individu, yakni semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram maka semakin tinggi pula harga diri. Media sosial Instagram sangat berpengaruh penerimaan diri terhadap orang lain. Individu dengan harga diri rendah atau merasa adanya penolakan interpersonal akan berusaha mencari banyak teman untuk meningkatkan rasa memiliki dan menciptakan popularitas [7].

Memiliki rasa nyaman dalam mengungkapkan pikiran di Instagram dapat membuat seseorang terikat secara emosional. Selain itu, perasaan diterima dari orang lain juga dapat membuat individu terikat secara emosional dengan Instagram. Meningkatnya emosi berupa perasaan bahagia dan hadirnya orang-orang yang menyukainya merupakan salah satu hal positif yang dapat diperoleh dari penggunaan Instagram [8]. Rasa penerimaan inilah yang membuat individu ingin mendapatkan pengakuan atau memiliki citra yang baik di Instagram.

Berdasarkan hal ini, peneliti ingin melakukan penelitian mengenai motivasi penggunaan media sosial Instagram pada mahasiswa Manajemen Informatika, Politeknik Negeri Sriwijaya. Media sosial yang dipilih sebagai obyek penelitian adalah Instagram karena semakin bertumbuhnya pengguna Instagram dikalangan kelompok usia di usia 18-24.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Interaksi sosial dalam Instagram melihat apa yang dilakukan orang lain [5]. Menurut teori U&G, individu berinteraksi dengan satu sama lain untuk mencapai rasa memiliki [9]. Dalam beberapa tahun terakhir, peluang untuk interaksi sosial melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Snapchat, atau Skype sangat berkembang, karena pengguna mengatur acara, berbagi foto, dan mengobrol dengan keluarga dan teman-teman.

Dokumentasi. Motivasi baru untuk Penggunaan Instagram itulah yang mereka istilahkan dokumentasi— yaitu, individu menggunakan media sosial untuk menyimpan gambar dan kenangan sehingga mereka dapat mengingat peristiwa masa lalu [10]. Motif dokumentasi mengukur sejauh mana pengguna ingin mengingat acara khusus dengan membagikannya foto dan video di situs.

Pengalihan. Pengalihan penggunaan media sosial adalah untuk memenuhi kepuasan dan kesenangan termasuk melarikan diri dari tekanan kehidupan sehari-hari [11]. Di antara pengguna media sosial dengan masalah privasi yang tinggi, mereka yang mencari kepuasan pengalihan yang lebih besar dari situs tersebut memiliki masalah yang lebih tinggi penggunaan media sosial daripada mereka yang mencari lebih sedikit pengalihan dari situs tersebut [12].

Promosi diri. Alasan di balik penyiaran diri kita sendiri melalui teknologi baru yang dipersonalisasi mencerminkan pencarian kita akan ketenaran dan kebutuhan untuk merasa dilihat dan dihargai [13]. Salah satu tujuan utama dari banyak pengguna Instagram adalah untuk mendapatkan banyak "suka" untuk posting mereka. "Suka" seperti itu memvalidasi popularitas mereka dan status di antara teman sebaya [14].

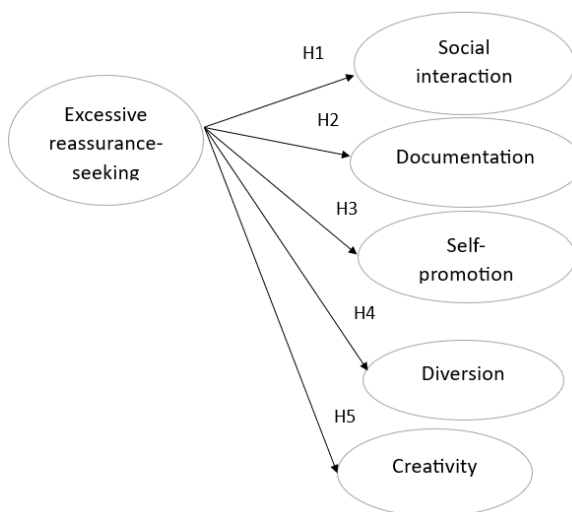
Kreativitas. Kreativitas juga merupakan salah satu kepuasan sosial yang paling baru ditemukan penggunaan media. Dalam penelitian ini, kreativitas didefinisikan sebagai memamerkan keterampilan seseorang dan menciptakan seni. Sebagai situs jejaring sosial berbasis visual, ada banyak peluang bagi pengguna untuk melakukannya menggambarkan bakat kreatif di Instagram. Instagram menawarkan sejumlah filter khusus yang memungkinkan pengguna untuk mengedit warna, filter, dan resolusi gambar sebelum diposting. Lalu ada teks dan tagar kreatif.

Perilaku *Excessive reassurance-seeking* digambarkan sebagai kecenderungan stabil untuk mencari penegasan dari orang-orang di sekitar mereka, terlepas dari apakah mereka telah memperoleh konfirmasi tersebut [15]. Perilaku *Excessive reassurance-seeking* menyebabkan kecemasan pada individu kemudian individu tersebut kehilangan kepercayaan dirinya dan mendapat persetujuan dari orang lain berulang kali [16]. Selain itu, *Excessive reassurance-seeking* juga dapat mengarahkan individu ke hasil negatif termasuk isolasi sosial, kesusahan, kurangnya kepercayaan, dan kesejahteraan psikososial yang buruk [2].

Beberapa faktor mempengaruhi kecemasan sehingga memculkan perilaku pada mahasiswa mencari jaminan diri. Budaya memainkan peran penting dalam mendefinisikan dan membentuk praktik manusia [17]. Pakistan adalah budaya kolektivistik yang ditandai dengan masa kanak-kanak yang berkepanjangan dan

ketergantungan pada orang tua bahkan saat dewasa [18]. Dalam budaya seperti itu, keputusan hidup utama seseorang dibuat oleh orang tua mereka atau anggota keluarga yang penting. Karena ketergantungan orang tua dan keluarga ini, mahasiswa lebih rentan terhadap masalah interpersonal. Sehingga dengan menggali faktor-faktor yang berhubungan dengan masalah interpersonal, masalah tersebut dapat ditangani secara efektif. Perilaku *Excessive reassurance-seeking* memainkan peran penting sebagai faktor risiko kesulitan interpersonal.

Keterkaitan dengan itu, mahasiswa mencoba untuk menggunakan Instagram sebagai sarana untuk *Excessive reassurance-seeking* dalam menghadapi kesulitan interpersonal dalam diri mereka. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, kami menguji prediksi bahwa *Excessive reassurance-seeking* yang akan terkait dengan kelimanya yakni intekasi sosial, dokumentasi, promosi diri, pengalihan dan kreativitas. Berdasarkan penelitian sebelumnya kerangka penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Model Model Penelitian [19]

Berdasarkan model penelitian sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- H1: *Excessive reassurance-seeking* akan berpengaruh positif dalam penggunaan Instagram terhadap sosial interaksi
- H2: *Excessive reassurance-seeking* akan berpengaruh positif dalam penggunaan Instagram terhadap dokumentasi
- H3: *Excessive reassurance-seeking* akan berpengaruh positif dalam penggunaan Instagram terhadap promosi diri

H4: *Excessive reassurance-seeking* akan berpengaruh positif dalam penggunaan Instagram terhadap pengalihan

H5: *Excessive reassurance-seeking* akan berpengaruh positif dalam penggunaan Instagram terhadap kreativitas

2.1. Sampel dan Populasi

Langkah pertama adalah penentuan populasi penelitian dari data sekunder yang tersedia. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Manajemen Informatika yang aktif pada tahun ajaran 2022/2023 di Politeknik Negeri Sriwijaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dalam penelitian ini peneliti melakukan survey mengumpulkan data primer. Dalam pengambilan data primer ini, peneliti melakukan kuesioner melalui google form yang diberikan kepada responden. Pengambilan sampel dilakukan secara acak yakni dengan *simple random sampling* dimana setiap mahasiswa yang aktif mempunyai peluang sama besar untuk diambil sebagai sampel. Jumlah kuesioner yang dibagikan secara acak melalui google form sebagai responden terkumpul sebanyak 137 mahasiswa.

Kuesioner yang disebar terdiri dari beberapa komponen pertanyaan yang memuat konsep pembentukan identitas parsial pengguna media sosial. Oleh karena itu, setiap kriteria/pertanyaan direpresentasikan dalam satu pernyataan, dan responden akan menilai pernyataan tersebut pada skala Likert. Ada lima skala yang harus diikuti, 1-sangat tidak setuju, 2-tidak setuju, 3-netral, 4-setuju, dan 5-sangat setuju

2.2. Teknik Analisis Data

Untuk menjawab hipotesis yang diajukan diuji dengan menggunakan *partial least-square (PLS)*. Penggunaan PLS cocok untuk prediksi dan membangun teori dan sampel yang dibutuhkan relatif kecil, minimal 10 kali item konstruk yang paling kompleks (Ghozali, 2006). Keuntungan lain menggunakan PLS adalah PLS dapat mengestimasi ukuran model pada validitas dan reliabilitas, serta menggunakan indikator konstruk laten. Pengujian dengan menggunakan metode PLS pada dasarnya terdiri atas 2 macam pengujian, yaitu model pengukuran (*outer model*) dan struktural model (*inner model*).

1) Model Pengukuran (*Outer model*)

Convergent validity dari model pengukuran dengan refleksi indikator yang dinilai berdasarkan korelasi antar item skor dengan konstruk skor yang dihitung dengan menggunakan PLS. Ukuran refleksi individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Akan tetapi untuk penelitian tahap

awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,50 sampai 0,60 dianggap cukup. *Discriminant validity* dari model pengukuran dengan refleksi indikator dinilai berdasarkan cross loading pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi dengan membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model.

2) Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen, dan uji-t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Dalam menilai model dengan PLS, dimulai dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel dependen interprestasinya sama dengan interprestasi pada regresi. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel independent tertentu terhadap variabel dependen. Uji-t dengan tingkat signifikan pada 0,05 ($t_{\text{Hitung}} > t_{\text{table}}$) dari parameter jalur struktural

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Responden

Dari jumlah responden sebanyak 137 mahasiswa, jenis kelamin laki laki ada sebanyak 33 % dan perempuan lebih mendominasi sebanyak 67 %. Usia Responden mahasiswa 20-21 lebih banyak yakni 45 % dan rata-rata responden menggunakan Instagram cukup lama yakni 4 sampai 6 tahunan dengan jumlah 54 %. Dari antara total responden, rata-rata jumlah akun Instagram yang dimiliki lebih dari satu, paling banyak 65 % responden memiliki jumlah akun 2, dan selebihnya memiliki akun 1 sebanyak 35 % dan lebih dari 2 akun ada sebanyak 37 %. Intensitas penggunaan Instagram yang dilakukan oleh responden cukup sering 54 % menggunakan Instagram setiap beberapa jam sementara untuk post Instagram sebanyak 64 persen responden menjawab tahunan. Tabel 1 adalah karakteristik responden.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Item	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Perempuan	92	67
Laki-laki	45	33
Umur		
18-19	60	44

20-21	61	45
22-23	16	11
lama menggunakan Instagram		
< 1-2 tahun	2	1
3-4 tahun	33	25
4-6 tahun	54	39
> 7 tahun	48	35
jumlah akun Instagram		
1	35	26
2	65	47
>2	37	27
Intensitas buka Instagram		
setiap beberapa menit	20	15
setiap jam	15	11
setiap beberapa jam	54	39
sehari-hari	43	31
mingguan	5	4
Intensitas post Instagram		
setiap beberapa jam	3	2
sehari-hari	3	2
mingguan	10	7
Bulanan	57	42
tahunan	64	47

3.2 Model Pengukuran

Model pengukuran merupakan model untuk melihat reabilitas, validitas konvergen dan validitas diskriminan dari sebuah model penelitian. Uji reabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui kekonsistenan data dalam mengukur sasaran yang diukur. Dalam Hair et al (2012) Nilai reabilitas memenuhi standar reabilitas apabila loading faktor memiliki nilai ≥ 0.7 , nilai Cronbach Alpha variabel ≥ 0.7 dan composite reliability ≥ 0.7 . Hasil uji reabilitas dalam penelitian dianggap baik dan dapat diterima dimana semua variabel memiliki nilai ukur diatas 0,7 kecuali pada variabel pengalihan, namun masih dapat diterima jika masih berada diatas 0,6.

Uji Validitas konvergen diperoleh dengan mengamati nilai loading faktor pada masing-masing indikator. Jika nilai loading faktor lebih besar dari 0,70 maka dianggap memiliki validitas yang sangat baik. Pada tabel 2 diperoleh bahwa item

pengukuran valid dan dianggap baik karena loading faktornya masing-masing berada diatas 0.7. Selain uji validitas konvergen dapat dilihat dari nilai AVE. Berdasarkan hasil penelitian, hasil uji validitas kovergen telah memenuhi syarat dan dianggap valid yang ditunjukkan oleh nilai AVE berada diatas 0,5, hal ini membuktikan bahwa semua variabel tersebut yang dapat dilihat pada Tabel 2 memiliki validitas konvergen yang baik.

Tabel 2. Model Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel	Kode Pengukuran	Outer Loading	Composite Reliability	Cronbach's Alph	AVE
Excessive reassurance-seeking	ERS1	0.819	0.925	0.892	0.755
	ERS2	0.916			
	ERS3	0.907			
	ERS4	0.828			
Sosial Interaksi	SO1	0.732	0.843	0.760	0.644
	SO2	0.782			
	SO3	0.886			
Dokumentasi	DO1	0.923	0.927	0.882	0.810
	DO2	0.844			
	DO3	0.931			
Promosi Diri	PRO1	0.851	0.885	0.806	0.719
	PRO2	0.884			
	PRO3	0.808			
Pengalihan	PEN1	0.710	0.811	0.601	0.697
	PEN2	0.932			
Kreativitas	KREA1	0.828	0.887	0.816	0.724
	KREA2	0.874			
	KREA3	0.851			

Validitas diskriminan mengukur sejauh mana suatu variabel sama sekali berbeda dari variabel lain .Validitas diskriminan mengacu pada rasio HTMT (Heterotrait Monotrait Ratio). Nilai HTMT dari semua korelasi berada di bawah ambang batas maksimum 0,9. Hasil uji validitas diskriminan pada penelitian ini dapat diterima dan sudah baik. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Diskriminan

	<i>Excessive reassurance-seeking</i>	Kreativitas	Pengalihan	Promosi Diri	Sosial Interaksi
Dok					

Dokumentasi <i>Excessive reassurance- seeking</i>	0.206				
Kreativitas	0.608	0.268			
Pengalihan	0.364	0.276	0.358		
Promosi Diri Sosial	0.156	0.313	0.355	0.246	
Interaksi	0.352	0.220	0.500	0.154	0.351

3.3 Model Struktural dan Hipotesis

Penentuan hipotesis dapat diketahui dengan mengamati tingkat signifikansi hubungan variabel. Jika nilai t-statistik pada model struktural lebih tinggi dari 1,96, dapat disimpulkan bahwa hubungan antar konstruk secara statistik signifikan pada 5%. Selain itu perlu juga diperhatikan nilai p-value, dimana bila nilai kurang 0.05 maka hipotesis dapat diterima atau ada pengaruh yang signifikan. Hasil pengukuran hipotesis seperti pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil dari Pengukuran Hipotesis

Hipotesis	Path Coefficient	T-statistik	P-value	Hubungan
<i>H1: Ers → sosial interaksi</i>	0.227	2.341	0.019	diterima
<i>H2: Ers → dokumentasi</i>	0.203	2.099	0.036	diterima
<i>H3: Ers → promosi diri</i>	0.279	3.226	0.001	diterima
<i>H4: Ers → pengalihan</i>	0.219	2.077	0.038	diterima
<i>H5: Ers → kreativitas</i>	0.245	2.790	0.005	diterima

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada Tabel 4 dapat diketahui bahwa Hipotesis

- 1) H1 diterima menunjukkan bahwa nilai p-value 0.019 dan t-statistik 2,341 sehingga ada hubungan signifikan antara *excessive reassurance-seeking* dengan sosial interaksi dalam penggunaan Instagram.
- 2) H2 menunjukkan nilai p-value 0.036, t-statistik 2,099 dan path coefficient 0.203, sehingga dapat diketahui bahwa *excessive reassurance-seeking* dengan kaitannya dengan motif penggunaan Instagram adalah untuk dokumentasi.
- 3) H3 menunjukkan nilai p-value adalah 0,001 dan t-statistik 3,226 sehingga hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *excessive reassurance-seeking* pada mahasiswa berhubungan positif dengan promosi diri sebagai motif penggunaan Instagram.

- 4) H4 menunjukkan nilai p-value adalah 0.038 dan t-statistik 2.077, sehingga dapat diketahui bahwa ada pengaruh positif *excessive reassurance-seeking* terhadap pengalihan sebagai motif penggunaan Instagram.
- 5) H5 menunjukkan nilai p-value adalah 0.005 dan t-statistik 0,245, hal ini menunjukkan hipotesis diterima dengan nada pengaruh positif *excessive reassurance-seeking* terhadap kreativitas sebagai motif penggunaan Instagram.

3.4 Pembahasan Hipotesis

Penelitian ini mencoba untuk menganalisis pengguna Instagram oleh mahasiswa yang rentang usia antara 18-24 tahun tentang hubungan *excessive reassurance-seeking* terhadap motif penggunaan Instagram. *Excessive reassurance-seeking* adalah kecenderungan individu untuk terus mencari umpan balik mengenai harga diri dan kualitas hubungan mereka dari orang lain, meskipun menerima kepastian terus menerus. *excessive reassurance-seeking* juga kecenderungan individu untuk berulang-ulang dan terus-menerus meminta jaminan dari orang-orang terdekat tentang nilai dan daya tarik seseorang

Kegagalan untuk menyesuaikan diri dengan dunia sosial dapat menyebabkan mahasiswa kemungkinan menderita berbagai masalah psiko-sosial, yang paling khas dihadapi oleh mahasiswa adalah gangguan suasana hati, masalah interpersonal dan kesepian [20]. Dengan demikian individu membutuhkan jaminan ketika merasa tidak aman. Mahasiswa mencari *excessive reassurance-seeking* dalam banyak hal termasuk termasuk penampilan fisik dan kreativitas mereka. Dengan kata lain, mahasiswa membutuhkan validasi dari orang lain untuk mendorong mereka dalam berkreasi dengan diri mereka sendiri. Instagram memanfaatkan kebutuhan mereka untuk mengejar validasi sosial, yang memberi pengguna rasa kepuasan [21].

Penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh hipotesis telah diterima dimana *excessive reassurance-seeking* memiliki korelasi positif dan signifikan dengan motif menggunakan Instagram untuk tujuan sosial interaksi, dokumentasi, promosi diri, pengalihan dan kreativitas. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan sebelumnya yakni *excessive reassurance-seeking* memiliki pengaruh positif dalam menggunakan Instagram untuk promosi diri dan dan kepuasan kreativitas [19].

Pada hipotesis pertama *excessive reassurance-seeking* menunjukkan adanya korelasi dengan motif Instagram untuk interaksi sosial. Adapun alasan menggunakan media sosial adalah untuk berinteraksi sosial dengan berbagai jenis

orang mulai dari teman, keluarga, pasangan, rekan kerja, teman lama, kenalan lama, dan teman baru [5]. Sejalan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa tingkat kepuasan hidup yang rendah berhubungan dengan penggunaan Instagram untuk interaksi sosial secara pasif [22]. Secara keseluruhan, motif penggunaan Instagram kebanyakan untuk melihat postingan, terutama untuk kepentingan interaksi sosial [6]. Penggunaan Instagram menjadi wadah peting melakukan sosial interaksi untuk *excessive reassurance-seeking* pada mahasiswa.

Hasil penelitian pada hipotesis kedua menyatakan bahwa *excessive reassurance-seeking* berhubungan dengan motif menggunakan Instagram untuk tujuan dokumentasi. Dokumentasi adalah motif Instagram yang mampu untuk merekam keadaan emosi dan menggambarkan hidup melalui foto [6]. Instagram memiliki sejumlah fitur yang berkontribusi untuk mencari kepastian dari orang lain. Selanjutnya pada hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *excessive reassurance-seeking* berhubungan dengan motif menggunakan Instagram untuk promosi diri. Artinya semakin besar *excessive reassurance-seeking* yang dimiliki akan semakin besar pula tingkat kebutuhan untuk diakui, menjadi populer atau tenar sehingga tak sedikit mahasiswa mempromosikan diri di Instagram. Sejalan dengan penelitian [19] yang menyatakan bahwa semakin tinggi *feedback* yang diharapkan artinya semakin besar promosi diri yang harus dilakukan dan semakin tinggi pula tingkat *excessive reassurance-seeking*. Dari perspektif *computer-mediated communication* (CMC), popularitas Instagram di kalangan anak muda sangat berkaitan dengan penggunaan gambar visual sebagai sarana utama untuk mengungkapkan informasi. Dengan demikian promosi diri melalui Instagram mampu mendorong mahasiswa untuk mengesankan orang lain dengan memberikan informasi tentang diri baik melalui upload foto atau dengan aktivitas tertentu.

Hipotesis keempat yang menyatakan bahwa *excessive reassurance-seeking* berhubungan dengan pengalihan. Artinya semakin besar *excessive reassurance-seeking* maka semakin tinggi tingkat pengalihan mahasiswa untuk menggunakan Instagram. Hal ini sebagai bentuk pelarian dari kenyataan dan kesepian yang di alami oleh mahasiswa. Sejalan dengan penelitian sebelumnya ditemukan bahwa mahasiswa sarjana dengan skor kesepian yang lebih tinggi cenderung buat dan konsumsi lebih banyak konten (misalnya, gambar, video) di Instagram [23]. Hal ini memungkinkan bahwa Instagram dapat digunakan menghilangkan rasa bosan dan keluar dari permasalahan sehari-hari yang dialami oleh mahasiswa

Pada hipotesis kelima menyatakan bahwa *excessive reassurance-seeking* berhubungan dengan kreativitas. Instagram menjadi tempat untuk menunjukkan berbagai macam kreativitas. Dengan kata lain bahwa mahasiswa butuh validasi dari orang lain sehingga menggunakan Instagram dalam berkreasi. Sejalan

dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa anak muda yang jurusan design sangat setuju bahwa motif mereka menggunakan Instagram dikaitkan dengan kreativitas [6].

4. KESIMPULAN

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan *Excessive reassurance-seeking* dengan motivasi penggunaan Instagram oleh mahasiswa, dimana penggunaan Instagram paling banyak berada di usia 18-24 tahun. Temuan ini menegaskan bahwa mahasiswa dalam memenuhi *Excessive reassurance-seeking* menggunakan Instagram untuk mendapatkan validasi dari orang lain. Mahasiswa menghadapi berbagai macam masalah sehingga Instagram menjadi sarana utama mendapatkan pengakuan dari orang lain dalam bentuk interaksi sosial, dokumentasi, promosi diri, pengalihan dan kreativitas. Keterbatasan penelitian ini adalah responden penelitian hanya diambil dari mahasiswa Manajemen Informatika Politeknik Negeri Sriwijaya. Dimana sampelnya masih dalam lingkup kecil. Dalam Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengambil sampel mahasiswa yang lebih jelas dari berbagai universitas di Indonesia

REFERENSI

- [1] APJII, "Indonesia Digital Outlook 2022," 2022.
- [2] T. E. Hames, J. L., Chiurliza, B., Podlogar, M. C., Smith, A. R., Selby, E. A., Anestis, M. D., & Joiner, "Perceived burdensomeness and thwarted belongingness predict excessive reassurance seeking among clinical outpatients," *J. Clin. Psychol.*, vol. 71, no. 6, pp. 597–605, 2015.
- [3] C. M. Annur, "Jumlah Pengguna Instagram Indonesia Terbanyak ke-4 di Dunia," 2023.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia>
- [4] Cindy Mutia Annur, "Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa?," 2021.
- [5] A. Whiting, D. Williams, A. Whiting, and D. Williams, "Why people use social media : a uses and gratifications approach," 2013, doi: 10.1108/QMR-06-2013-0041.
- [6] Y. Huang, "Motives for Instagram Use and Topics of Interest among Young Adults," 2018, doi: 10.3390/fi10080077.
- [7] S. Tazghini and K. L. Siedlecki, "A mixed method approach to examining Facebook use and its relationship to self-esteem," *Comput. Human Behav.*, vol. 29, no. 3, pp. 827–832, 2013.
- [8] K. Kircaburun and M. D. Griffiths, "Problematic Instagram use: The role of

- perceived feeling of presence and escapism," *Int. J. Ment. Health Addict.*, vol. 17, pp. 909–921, 2019.
- [9] A. M. Rubin, "Uses, gratifications, and media effects research," *Perspect. media Eff.*, pp. 281–301, 1986.
- [10] P. Sheldon and K. Bryant, "Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age," *Comput. Human Behav.*, vol. 58, pp. 89–97, 2016.
- [11] A. E. Krause, A. C. North, and B. Heritage, "The uses and gratifications of using Facebook music listening applications," *Comput. Human Behav.*, vol. 39, pp. 71–77, 2014.
- [12] H. Chen and Y. Kim, "Problematic Use of Social Network Sites :," no. March 2015, 2013, doi: 10.1089/cyber.2011.0608.
- [13] D. N. Greenwood, "Fame, Facebook, and Twitter: How attitudes about fame predict frequency and nature of social media use," *Psychol. Pop. Media Cult.*, vol. 2, pp. 222–236, 2013.
- [14] P. A. Dumas, T. M., Maxwell-Smith, M., Davis, J. P., & Giulietti, "No TitleLying or longing for likes? Narcissism, peer belonging, loneliness and normative versus deceptive like-seeking on Instagram in emerging adulthood," *Comput. Human Behav.*, vol. 71, pp. 1–10, 2017.
- [15] M. M. Anagnostopoulos, V., & Carter, "No TitleSelf-report versus informant responses: Exploring the relationship between excessive reassurance seeking and depression. *Journal of Social and Clinical Psychology*," *Guilford Press Period.*, 2019.
- [16] P. Boss, "The context and process of theory development: The story of ambiguous loss," *J. Fam. Theory Rev.*, vol. 8, no. 3, pp. 269–286, 2016.
- [17] L. G. Horlings, "The inner dimension of sustainability : Personal and cultural values ScienceDirect Connecting people to place: sustainable place-shaping practices as transformative power," *Curr. Opin. Environ. Sustain.*, vol. 20, no. April, pp. 32–40, 2020, doi: 10.1016/j.cosust.2016.05.003.
- [18] S. T. Zahra, S. Saleem, S. Subhan, and Z. Mahmood, "Interpersonal skills scale: Development and validation in urbanized sample of adolescents," *Soc. Dev.*, vol. 30, no. 1, pp. 23–37, 2021.
- [19] P. Sheldon and M. Newman, "Instagram and American Teens: Understanding Motives for Its Use and Relationship to Excessive Reassurance-Seeking and Interpersonal Rejection," vol. 8, no. 1, pp. 1–16, 2019.
- [20] A. Chung, E., Turnbull, D., & Chur-Hansen, "„non-traditional“, Differences in resilience between „traditional“ and," *Act. Learn. High. Educ.*, vol. 18, no. 1, pp. 77–87, 2017.
- [21] S. Brewer, M.B.; Roccas, "Individual Values, social identity and optimal distinctiveness. In *Individual Self, Relational Self, Collective Self*; Sedikides, C., Brewer, M.B., Eds.," *PsydiNFOI; Psychol. Press New York, NY, USA*, vol.

- 56, pp. 98–107, 2011.
- [22] P. Verduyn, O. Ybarra, M. Résibois, J. Jonides, and E. Kross, “Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review,” *Soc. Issues Policy Rev.*, vol. 11, no. 1, pp. 274–302, 2017.
- [23] M. Pittman, “Creating, consuming, and connecting: Examining the relationship between social media engagement and loneliness,” *J. Soc. Media Soc.*, vol. 4, no. 1, 2015.