

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, akan menggambarkan penjelasan terkait Informasi mengenai hasil data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti yang kemudian data tersebut akan disajikan dalam pengkategorian yang telah sesuai dengan kerangka berpikir yang digunakan. Selain melakukan penyajian data, peneliti juga melakukan Interpretasi data. Interpretasi data ini disajikan melalui jawaban Informan yang telah di paparkan sebagai hasil wawancara. Kemudian, nantinya beberapa temuan dalam penelitian ini diringkas dalam bentuk table untuk memudahkan pembaca agar dengan mudah mengerti data penelitian.

Pengkategorian pertama dimulai oleh penjelasan mengenai deskripsi umum masing-masing Informan yang menjadi subyek penelitian. setelah itu membagi sesuai dengan tema-tema yang akan diinterpretasikan. Interpretasi disediakan dalam penelitian ini mencangkup dengan keterkaitan dan juga relevansi rumusan masalah yang diajukan, tidak hanya pada seluruh aspek pengalaman maupun latar belakang Informan saja.

4.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memilih lima Informan yang sesuai berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Adapun kriteria Informan yang dipilih, yaitu Dewasa-Awal dengan umur 18 hingga 25 tahun, Berlokasi di Kawasan Urban, serta merupakan pengguna Instagram secara aktif setiap hari dengan durasi penggunaan minimal 60 menit/hari. Dimana, subyek penelitian ini dipakai untuk sumber data utama dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah serta mencapai tujuan penelitian.

Kelima Informan ialah Irsyad Muzaffar sebagai Informan 1, Rafika Az-zahra sebagai Informan 2, Putri Sepian Kusumah Wardini sebagai Informan 3, Siva Berliana sebagai Informan 4, dan Cici Rokayah sebagai Informan 5. Kelima Informan dalam penelitian ini memiliki perbedaan usia, dimana Informan pertama berusia 23.tahun, Informan kedua berusia 21.tahun, Informan ketiga berusia

18.tahun, Informan ke empat berusia 24.tahun, dan Informan ke lima berusia 25.Tahun.

Selain itu, kelima Informan memiliki perbedaan kota tempat tinggal. Untuk Informan 1 berada di kota Jakarta, Informan 2 berada di kota Tangerang Selatan, Informan 4 berada di kota Surabaya. Sementara Informan 3 dan 4 berada di kota Bandung. Meski begitu, kelima Informan memiliki karakteristik Homogen. Berdasarkan hasil pernyataan yang disampaikan oleh kelima Informan, kelima Informan mengatakan bahwa kelima Informan aktif dalam penggunaan Instagram perharinya. Selain itu, jenis konten yang sering mereka akses adalah Sosial dan Hiburan. Namun, untuk Informan 5 ialah Ekonomi dan Hiburan.

4.1.1. Informan 1

- Informan satu dalam penelitian ini bernama Irsyad Muzaffar. Irsyad merupakan seorang laki-laki berusia 23 tahun, yang saat ini tinggal di kota Jakarta. Irsyad merupakan salah satu mahasiswa yang sedang menjalani perkuliahan di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dengan pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA). Saat ini Irsyad belum bekerja, melainkan fokus pada kegiatan perkuliahannya. Tingkat pengeluaran Irsyad selama satu bulan untuk kesehariannya ialah sebanyak lima juta rupiah, namun untuk paket internet yang ia keluarkan selama satu bulan yakni lima ratus ribu rupiah.

Irsyad tergolong aktif dalam menggunakan Instagram, dimana Irsyad sudah menggunakan Instagram selama sebelas tahun dengan durasi penggunaan setiap harinya melebihi enam puluh menit. Dalam penggunaan Instagram ini, Irsyad memiliki motif dan jenis konten tersendiri yang selalu ia akses. Informan 1 dipilih menjadi narasumber pada penelitian ini karena telah sesuai dengan kriteria informan yang ditentukan oleh peneliti yaitu Dewasa awal usia (18-25 tahun) pengguna Instagram secara aktif setiap hari dan tinggal di Kawasan Urban.

4.1.2. Informan 2

Informan dua dalam penelitian ini bernama Rafika Azzahra. Rafika merupakan seorang perempuan berusia 21 tahun yang saat ini tinggal di kota Tangerang Selatan. Rafika merupakan salah satu mahasiswa yang sedang menjalani perkuliahan di Universitas Terbuka (UT) dengan pendirian terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA). Selain berkuliah, Rafika juga memiliki kegiatan lainnya yaitu sebagai *freelancer* di berbagai perusahaan, salah satunya pada perusahaan *E-Commerce* yaitu Shopee Indonesia. Tingkat pengeluaran Rafika selama satu bulan untuk kesehariannya ialah sebanyak dua juta rupiah, namun untuk paket internet yang ia keluarkan selama satu bulan yakni tiga ratus hingga tiga ratus lima puluh ribu rupiah.

Rafika tergolong aktif dalam menggunakan Instagram, dimana Rafika sudah menggunakan Instagram selama sebelas tahun dengan durasi penggunaan setiap harinya melebihi enam puluh menit. Dalam penggunaan Instagram ini, Rafika memiliki motif dan jenis konten tersendiri yang selalu ia akses. Informan 2 dipilih menjadi narasumber pada penelitian ini karena telah sesuai dengan kriteria informan yang ditentukan oleh peneliti yaitu Dewasa awal usia (18-25 tahun) pengguna instagram secara aktif setiap hari dan tinggal di Kawasan Urban.

4.1.3. Informan 3

Informan tiga dalam penelitian ini bernama Putri Sepian Kusumah Wardini. Putri merupakan seorang perempuan berusia 18 tahun, yang saat ini tinggal di kota Bandung. Putri merupakan salah satu mahasiswi yang sedang menjalani perkuliahan di Universitas Islam Nusantara dengan pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA). Selain berkuliah, Putri juga memiliki kegiatan lainnya yaitu sebagai barista di salah satu tempat kopi di Bandung. Tingkat pengeluaran Putri selama satu bulan untuk kesehariannya ialah sebanyak satu juta dua ratus ribu rupiah, namun untuk paket internet yang ia keluarkan selama satu bulan yakni lima puluh ribu rupiah.

Putri tergolong aktif dalam menggunakan Instagram, dimana Putri sudah menggunakan Instagram selama tiga belas tahun dengan durasi penggunaan setiap harinya melebihi enam puluh menit. Dalam penggunaan Instagram ini, Putri memiliki motif dan jenis konten tersendiri yang selalu ia akses. Informan 3 dipilih menjadi narasumber pada penelitian ini karena telah sesuai dengan kriteria informan yang ditentukan oleh peneliti yaitu Dewasa awal usia (18-25 tahun) pengguna Instagram secara aktif setiap hari dan tinggal di Kawasan Urban.

4.1.4. Informan 4

Informan empat pada penelitian ini bernama Siva Berliana. Siva merupakan seorang perempuan berusia 24 tahun, yang saat ini tinggal di kota Surabaya. Siva merupakan seorang pekerja di salah satu Industri perhotelan. Latar belakang pendidikan terakhir Siva ialah Stara Satu Teknik Sipil di Universitas Jendral Achamd Yani (Unjani). Tingkat pengeluaran Siva selama satu bulan untuk kesehariannya ialah tiga juta rupiah, namun untuk paket internet yang ia keluarkan selama satu bulan yakni seratus lima puluh ribu rupiah.

Siva tergolong aktif dalam menggunakan Instagram, dimana Siva sudah menggunakan Instagram selama enam tahun dengan durasi penggunaan setiap harinya melebihi enam puluh menit. Dalam penggunaan Instagram ini, Siva memiliki motif dan jenis konten yang selalu ia akses. Informan 4 dipilih menjadi narasumber pada penelitian ini karena telah sesuai dengan kriteria informan yang ditentukan oleh peneliti yaitu Dewasa awal usia (18-25 tahun) pengguna Instagram secara aktif setiap hari dan tinggal di Kawasan Urban.

4.1.5. Informan 5

Informan lima dalam penelitian ini bernama Cici Rokayah. Cici merupakan seorang perempuan berusia 25 tahun, yang saat ini tinggal di kota Bnadung. Cici memiliki kegiatan sebagai pengusaha di bidang fashion pada salah satu *E-Commerce*, serta menjadi *freelance* di salah satu perusahaan Indonesia. Latar belakang pendidikan terakhir Cici ialah Strata Satu. Tingkat pengeluaran Cici

selama satu bulan untuk kesehariannya ialah sebanyak empat juta rupiah, namun untuk paket internet yang ia keluarkan selama satu bulan yakni empat ratus lima puluh ribu rupiah.

Cici tergolong aktif dalam menggunakan Instagram, dimana Cici sudah menggunakan Instagram selama delapan tahun dengan durasi penggunaan setiap harinya melebihi enam puluh menit. Dalam penggunaan Instagram ini, Cici memiliki motif dan jenis konten yang selalu ia akses. Informan 5 dipilih menjadi narasumber pada penelitian ini karena telah sesuai dengan kriteria informan yang ditentukan oleh peneliti yaitu Dewasa awal usia (18-25 tahun) pengguna Instagram secara aktif setiap hari dan tinggal di Kawasan Urban.

Tabel 4.1. Deskripsi Umum Informan

Deskripsi	Irsyad (Informan 1)	Rafika (Informan 2)	Putri (Informan 3)	Siva (Informan 4)	Cici (Informan 5)
Jenis Kelamin	L	P	P	P	P
Usia	23 tahun	21 tahun	18 tahun	24 tahun	25 tahun
Kota Tempat Tinggal	Jakarta	Tangerang Selatan	Bandung	Surabaya	Bandung
Pendidikan	Mahasiswa	Mahasiswa	Mahasiswa	Sarjana	Sarjana
Pekerjaan	-	<i>Freelancer</i>	Barista	Admin	Pebisnis
Tingkat Pengeluaran/bulan	5 jt	2 jt	1,2 jt	3jt	4jt

Sumber : Olahan Peneliti

Temuan Menarik :

1. Karakteristik Informan heterogen baik dari sisi usia, pekerjaan, pendidikan akhir, kota tempat tinggal, maupun tingkat pengeluaran. Terlebih pada domisili kota tempat tinggal, dimana kelima Informan tinggal di Kawasan Urban yang memang besar di Indonesia, bukan hanya di Jakarta saja, tetapi juga di wilayah lainnya.

4.2. Hasil dan Analisis Penelitian

4.2.1. Penggunaan Media Instagram

Menurut website..resmi Instagram, Instagram ialah suatu hal yang memuaskan atau menggembarakan bagi Individu yang menggunakannya. Dalam media sosial Instagram, penggunaanya diberikan kesempatan untuk saling

bersosialisasi melalui fitur-fitur yang telah ditawarkan, seperti Direct Message, Likes, Comment, dan lain sebagainya. Untuk melihat pemakai aktif Instagram, salah satunya dapat dilihat dari frekuensi atau durasi penggunaan setiap hari. Dalam penggunaan Instagram, tentunya terdapat berbagai motif seseorang dalam menggunakan Instagram, diantaranya : Mencari Informasi, Identitas Pribadi, Integritas Sosial dan Hiburan. Selain itu, terdapat berbagai jenis konten pula yang dapat diakses oleh penggunanya seperti Konten Sosial, Politik, Ekonomi, dan Hiburan.

1. **Frekuensi**

Frekuensi ialah cerminan seberapa sering-ya seseorang memainkan/menggunakan Instagram. Idealnya seseorang diucapkan aktif menggunakan Instagram, dengan durasi penggunaan selama 60 hingga 180 menit/hari (Kominfo, 2016). Sehingga dengan adanya data tersebut menunjukkan bahwa, jika adanya pengguna yang menggunakan Instagram melebihi waktu selama lebih dari tiga jam, maka pengguna tersebut dapat dikatakan heavy viewers. Selain itu, jika pengguna dapat dikatakan heavy viewers, maka secara logika resiliensi penting untuk diteliti dalam penelitian ini. Pada bagian frekuensi pengguna Instagram. Awal penggunaan Instagram dari kelima Informan menyatakan secara umum, mereka menggunakan Instagram mulai tahun 2012 hingga 2016, yang dimana mereka sudah menggunakan Instagram selama kurang lebih 13 tahun lalu. Selain itu, intensitas penggunaan Instagram kelima informan dalam sehari mayoritas penggunaan selama 3 jam atau 180 menit, namun pada informan 5, ia memiliki intensitas penggunaan selama lima jam perhari. Hal ini menarik jika frekuensi Penggunaan Instagram Informan 5 masuk ke dalam heavy viewers, karena semakin banyak ia terkena terpaan dari sebuah media, maka ia akan memiliki persepsi. Hal ini menambah pengembangan dari konsep Teori Kultivasi, dimana terpaan itu berpengaruh terhadap persepsi. Berikut penjelasan Informan 1 :

“Hmm udah lumayan lama sih dari tahun 2012 ya kalau gak salah, berarti kalau diitung-itung ya sekitar 10 tahun, terus kalau ditanya berapa lama durasi penggunaan dalam satu hari itu mungkin 3 jam ya kurang lebih” (Informan 1, wawancara mendalam. 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, ia sudah menjadi pengguna Instagram dari tahun 2012, dimana ia sudah menggunakan Instagram

selama 8 tahun dengan durasi penggunaan setiap harinya ialah 3 jam per hari. Sama halnya dengan informan 2 memiliki kurun waktu yang serupa. Berikut penjelasan informan 2:

“Oke kalau instagram, aku pertama make itu pas diawal awal tu 2012 2013 ya, berarti mau 10 tahunan ya mungkin ya, lalu untuk durasi kita kita buka aja kali ya di Instagram, karena ini banget sih hmm oke untuk kalau dilihat dari ininya sih 2 sampai 3 jam waktu rata-rata aku main instagram” (Informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, ia sudah menjadi pengguna Instagram dari tahun 2013, dimana ia sudah menggunakan Instagram kurang lebih selama 8 tahun dengan durasi penggunaan dua sampai tiga jam per hari. Beda halnya dengan informan 3, berikut penjelasannya :

“Hmm tahun berapa ya, tahun eee 2009 2010 an deh kalau gak salah, berarti kurang lebih hampir 13 tahunan, kalau durasi untuk instagram sih aku gak akan lama paling 2 jaman aja seharusnya” (Informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, ia telah menjadi pengguna Instagram yang cukup lama, dimana Informan 3 telah menggunakan Instagram selama 13 tahun yakni dari tahun 2013 dengan duarsi penggunaan 2 jam per harinya. Beda halnya dengan informan 4, berikut penjelasannya :

“Untuk penggunaan instagram itu yang intens dari 2017 sampai sekarang, berarti udah sekitaran 5-6 tahunan lah ya, Untuk sehari-hari itu durasi aku gunain instagram itu berapa ya hmm 2 sampai 3 jam kali ya, tapi kayaknya sih 3 jam soalnya hampir sering sih buat buka instagram ini” (Informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, ia menyebutkan bahwa ia telah menjadi pengguna Instagram selama tujuh tahun yaitu dari tahun 2016 dengan durasi penggunaan 3 jam per hari. Sama halnya dengan infroman 5 yang memiliki frekuensi penggunaan yang serupa, berikut penjelasannya :

“Berarti dari tahun 2015 ya sampai sekarang 2023, berarti udah sekitaran 8 tahunan, Untuk satu hari durasi penggunaan instgaram itu kurang lebih 5 jaman lah ya” (Informan 5, wawancara mendalam, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, ia telah menjadi pengguna instagram dari tahun 2015, dimana informan 5 sudah menggunakan

instagram selama 8 tahun, dengan durasi penggunaan setiap harinya ialah lima jam per hari.

2. Motivasi

Pada teori Uses, terdapat motif penggunaan media yaitu untuk mencari informasi, interaksi sosial, motif identitas diri dan juga motif hiburan. Menurut survey yang dilakukan oleh GlobalWebIndex per 2019 terkait dengan perilaku masyarakat Indonesia dalam mempergunakan media sosial, menyatakan terdapat banyak alasan yang bisa membuat masyarakat Indonesia menggunakan media sosial Instagram, dimana 60% menggunakan untuk mencari informasi, 54% masyarakat menggunakan untuk berjejaring dengan pengguna lainnya, dan 54% menggunakan untuk mencari konten hiburan (Lidwina, 2019). Selaras dengan hasil dari wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat beragam alasan informan untuk menggunakan Instagram secara aktif. Informan 1 dan 2 menyebutkan bahwa motif ia menggunakan instagram yaitu untuk mencari informasi. Adanya kemiripan dengan informan 3 dan 4 bahwa yang menjadi motif ia menggunakan Instagram ialah mencari informasi dan hiburan, Sementara informan 5, mengatakan bahwa motif ia menggunakan Instagram untuk Integritas Sosial. Berikut penjelasan informan 1:

“Kalau ditanya motif sih ya Instagram ini aku jadiin buat sumber informasi sih, karena kan banyak juga ya masyarakat sekarang dapet suatu informasi atau berita itu dari ya Instagram ini.” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, motif ia dalam menggunakan instagram yaitu sebagai sumber informasi, dimana ia menjelaskan bahwa di media sosial Instagram saat ini penggunaanya dapat mengakses berbagai sumber informasi yang ada. Sama halnya dengan informan 2. Berikut penjelasan informan 2 :

“Kalau di instagram sih biasanya aku mungkin karena kemarin aku kerja di bidang yang sering mengulik mengenai *skincare* otomatis instagram tu jadi salah satu *platform* yang aku gunain untuk misal mencari info seputar *skincare* atau seputar *makeup* kayak gitu” (Informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, bahwa motif ia menggunakan media sosial Instagram ialah mencari informasi. Lebih lanjut, ia juga

mengemukakan bahwa ia bekerja dibidang yang memang memerlukan informasi lebih lanjut pada sebuah *platform* media sosial yang saat ini menjadi wadah masyarakat khususnya perempuan dalam mencari sebuah informasi seputar dengan *makeup*. Adanya kemiripan dengan informan 3, berikut penjelasannya :

“Buat hiburan sih sama mencari informasi ya kan disitu ada informasi pendidikan, lowongan kerja kayak gitu-gitu sih teh” (Informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, bahwa alasan ia menggunakan media sosial instagram yaitu mencari Hiburan dan juga Informasi. Sama halnya dengan Informan 4. Berikut penjelasannya :

“Kalau untuk pekerja seperti aku sekarang ini sih yang pertama itu untuk mencari hiburan ya, karena kan buat ngilangin rasa penat juga, terus yang kedua itu mencari informasi biar gak ketinggalan juga sama informasi-informasi yang sekarang lagi viral gitu, ya terkesan fomo sih, tapi ya memang ini kebutuhan juga biar ga norak dan ketinggalan jauh sama suatu hal “ (Informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, bahwa motif ia dalam menggunakan instagram yaitu mencari Hiburan dan juga Informasi. Lebih lanjut, informan 4 pun menjelaskan bahwa sebagai pekerja, tentunya konten hiburan sangat penting dilihat dengan tujuan untuk menghilangkan rasa penat yang ada setelah melakukan aktivitas bekerja. Beda halnya dengan informan 5, berikut penjelasan informan 5 :

“Hmm yang pertama itu karena emang ada bisnis *online*, jadi untuk itu juga untuk lebih apa sih eee untuk membuka relasi ya, kemudian yang kedua mempererat dengan rekan-rekan yang udah jarang ketemu, terus yang ketiga mungkin liat eee gimana nih perubahan temen-temen dan yang lain-lain, terus ngeliat juga perubahan fashion mungkin ya karena itu yang disukai gitu ya” (Informan 5, wawancara mendalam, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, bahwa motif ia dalam menggunakan Instagram yaitu mencari integritas sosial. Lebih lanjut, latar belakang informan 5 sebagai pengusaha di bidang *fashion*, sehingga membuat ia perlu untuk membuka relasi dengan pebisnis lainnya yang bergerak dibidang serupa.

3. Akses terhadap Konten Instagram

Konten merupakan sebuah pokok, tipe, maupun unit. dari berbagai informasi digital Simarmata (2018). Konten sendiri bisa dikemas dalam berbagai bentuk,

seperti foto, video, suara, dokumen, maupun teks. Mengingat terdapat banyaknya media sosial saat ini, tentunya berpengaruh juga untuk berbagai macam jenis-jenis konten yang disediakan. Dimana, jenis-jenis konten ini mempunyai karakteristik sendiri yang sesuai dengan media sosial yang di gunakan, khususnya Instagram. Instagram juga bisa dipergunakan oleh kelima Informan sebagai pemenuhan dalam mengakses berbagai konten, seperti konten terkait Sosial, Politik, Ekonomi, dan Hiburan. Jika dikaitkan dengan konteks penelitian ini, berdasarkan data dari Universitas Airlangga mengenai Cyberspace Media Sosial serta Konsumsi Kolektif Masyarakat Urban per Desember 2018, menyatakan Masyarakat Urban lebih banyak mengonsumsi Konten Politik dan Ekonomi. Pada penjelasan ini, kelima informan menyatakan mengenai jenis konten yang selalu ia akses dalam penggunaan Instagram. Informan 1, 2, 3, dan 4 menyebutkan jenis konten Sosial dan Hiburan. Sementara pada Informan 5, mengatakan bahwa jenis konten yang diakses ialah Ekonomi. Hal ini menarik jika dilihat lebih lanjut, karena-nya temuan penelitian berbeda dengan data yang telah didapatkan, mengenai Masyarakat Urban dalam mengonsumsi konten. Berikut penjelasan Informan 1:

“Biasanya sih jenis konten tentang sosial atau hiburan ya.” (Informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, ia sering kali mengakses jenis konten Sosial dan juga Hiburan. Sama halnya dengan informan 2. Berikut penjelasannya :

“Mungkin lebih ke sosial dan hiburan ya, kalau politik dan ekonomi gak sih aku kurang” (Informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, jenis konten Sosial dan Hiburan lebih sering ia akses. Sama halnya dengan informan 3. Berikut penjelasannya :

“Hiburan, terus paling kayak *make up make up* luar negeri, tutorial masak, gitu aja sih” (Informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, jenis konten Hiburan dan Sosial lebih sering ia akses dalam penggunaan media sosial Instagram. Lebih

lanjut, informan 3 sering kali mengakses konten-konten yang memiliki unsur tutorial. Adanya kemiripan dengan informan 4, berikut penjelasannya :

“Eee untuk konten yang aku cari sih yang paling banyak itu hiburan ya, lalu setelahnya itu konten sosial” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, jenis konten hiburan menjadi konten pertama yang sering kali ia akses, lalu yang kedua ialah jenis konten sosial. Berbeda dengan informan 5 memiliki jawaban yang berbeda, berikut penjelasannya :

“Eee, saat ini sih kebanyakan akses konten ekonomi” (informan 5, Wawancara Mendalam, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, informan 5 lebih sering mengakses jenis konten Ekonomi. Lebih lanjut, informan 5 memiliki latar belakang sebagai pengusaha di bidang *fashion*, sehingga penting untuk mengakses jenis konten ekonomi.

1) **Konten Sosial**

Jenis konten sosial merupakan konten yang berisi pengetahuan yang bermanfaat. Selain itu, jenis konten sosial ini juga bertujuan untuk menginformasikan sesuatu, baik dalam bentuk teks, foto, maupun video. Menurut buku Menjadi Kreator Konten di Era Digital (2021) menyatakan terdapat macam jenis-jenis konten sosial, seperti konten mengenai Pendidikan, Kesehatan, Gaya Hidup, Edukasi (tutorial), Informasi lowongan pekerjaan, dan lain sebagainya. Jenis konten sosial ini juga tentunya dimanfaatkan oleh kelima informan dalam penelitian ini. Kelima informan menjelaskan mengenai jenis konten sosial yang sering diakses, intensitas mereka dalam mengakses jenis konten sosial serta ketertarikan dan kebiasaan yang mereka lakukan ketika menemukan jenis konten sosial di Instagram miliknya. Informan 1 menyebutkan konten *Lifestyle*/Gaya Hidup dan Edukasi. Serta memiliki intensitas selama dua jam dan menaruh perhatian terhadap konten sosial, sehingga selalu mengamati dengan teliti. Berikut penjelasan informan 1:

“Eee biasanya sih tentang *lifestyle* atau gaya hidup gitu sih kan banyak tuh sama edukasi paling. Kalau untuk penggunaan hmm sering sih yaa 2 jam

sehari ada haha, terus ya ya menarik sih makanya tertarik buat terus liat kalau lagi buka instagram dan cukup ngamatin sih kalau lagi liat isi kontennya” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1, informan 1 menyebutkan bahwa, konten sosial yang sering ia cari ialah konten mengenai *lifestyle* atau gaya hidup seseorang. Ia pun dapat dikatakan sering dalam mengakses konten sosial setiap harinya. Dimana, waktu yang ia habiskan ialah selama dua jam per hari. Lebih lanjut, ia pun menaruh perhatian terhadap konten sosial, sehingga ia selalu mengamati isi dari setiap konten sosial yang ia lihat. Adanya kemiripan dengan informan 2, berikut penjelasannya :

“Kalau sosial sih beragam ya hmm tentu nyari info pendidikan iya ee terus *lifestyle* eee tutorial-tutorial juga suka, untuk intentsitas sering kali ya hmm tapi jarang untuk yang spesifik karena kan biasanya lewat-lewat aja nih di feeds atau di *explore*, paling 1 jam. Kalau dibilang menaruh perhatian, menaruh perhatian dong, kalau memang misalkan emang lagi gabut ya kadang fokus atau memang eee informasi itu cukup yang interest karena kan info ya info sosial ya kalo interest kan kita akan kayak *keep update* ada yang engga, Tapi kalau misalnya yang informatif ya biasanya sih aku cukup memperhatikan ya karena biasanya lagi gabut untuk eee main instagramnya gitu” (informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, informan 2 mengatakan bahwa konten sosial yang biasa ia akses cukup beragam, namun menurutnya konten terkait pendidikan, gaya hidup serta edukasi lah yang biasa ia lihat di Instagram. Ia pun menghabiskan waktu selama satu jam untuk mengakses. Ia juga mengatakan bahwa ia cukup menaruh perhatian pada setiap jenis konten sosial, terlebih untuk konten yang bersifat informatif. Adanya kemiripan dengan informan 3, berikut penjelasannya :

“Kalau aku sih mungkin lebih ke edukasi ya, kayak edukasi tentang tutorial *make up*, tutorial masak hmm gitu aja, sama eee satu lg paling kayak *lifestyle* atau gaya hidup orang gitu. Kalau untuk intensitas paling lebih ke satu jaman lah ada. Iya menaruh perhatian sih, tapi kalau untuk ngeliat itu aku kayak ngamatin ngeliat tapi sambil melakukan aktivitas lain gitu kayak misalkan sambil makan, nugas gitu sih” (informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, informan 3 mengatakan bahwa ia biasa mengakses konten edukasi, seperti konten-konten yang menampilkan tutor/bimbingan serta konten *lifestyle* seperti gaya hidup seseorang. Untuk intensitas, ia menghabiskan waktu selama satu jam. Informan tiga pun

menjelaskan bahwa ia menaruh perhatian terhadap konten sosial. Namun, ia menjelaskan bahwa ia terkadang tidak begitu mengamati berbagai konten sosial yang ia lihat, tetapi bersamaan dengan melakukan aktivitas lain. Adanya kemiripan dengan informan 4, berikut penjelasannya :

“Untuk konten sosial itu yang pertama itu *lifestyle* ya gaya hidup, karena kan kita butuh juga perlu nih mencari tau gaya hidup dan *lifestyle* seseorang untuk dijadikan referensi kedepannya. Lalu yang kedua itu terkait edukasi kali ya kayak tutorial-tutorial gitu kan banyak tuh ya di instagram, itu kadang ada juga yang memang menarik dan bermanfaat buat diikutin. Kalau konten sosial itu sih eee hampir duajamnya sih, hampir ke dua jamnya untuk ngakses konten sosial di instagram gitu. Iya menaruh perhatian sih, tapi kalau untuk ngeliat itu aku kayak ngamatin ngeliat tapi sambil melakukan aktivitas lain gitu kayak misalkan sambil makan, nugas gitu sih” (informan 4. Wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, informan 4 mengatakan bahwa konten *lifestyle* dan edukasi merupakan konten sosial yang biasa ia lihat/akses ketika sedang menggunakan Instagram. Ia pun mengatakan bahwa ia hampir sering mengakses konten sosial dengan intensitas waktu selama dua jam. Lebih lanjut, ia mengatakan bahwa ia selalu menaruh perhatian terhadap konten-konten sosial yang ia lihat di instagram miliknya. Beda halnya dengan informan 5, berikut penjelasannya :

“Untuk konten sosial mungkin lebih ke eee kalau misalkan lagi ada penggalangan dana untuk misalkan kan ada bencana nih, itu kan termasuk sosial juga ya, nah jadi lebih di eksplora aja tuh tentang itu, nah terus jadi lebih kayak bagaimana nih solusinya supaya bencana yang terjadi itu kita bisa turun untuk membantu gitu, jadi lebih kayak ke gitu sih, jadi informasinya lebih di perluas aja. Kalau intensitas mengakses untuk konten sosial sih paling eee satu jaman lah. Terus juga kalau untuk sosial sih lebih ke kalau ada kejadian tertentu aja sih kalau misalkan eee lebih merhatiin, tapi kalau misalkan ada kejadian tertentu ya sambilan gitu” (informan 5, wawancara mendalam, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, informan 5 mengatakan bahwa konten sosial yang biasa ia lihat ialah konten sosial mengenai lingkungan. Ia pun menjelaskan bahwa ia menghabiskan waktus selama satu jam untuk mengakses konten sosial pada instagram miliknya. Selain itu, ia pun menjelaskan bahwa tidak semua konten sosial menaruh perhatian baginya. Melainkan, ia dapat menaruh perhatian terhadap konten-konten sosial tertentu saja.

2) **Konten Politik**

Jenis konten politik merupakan konten yang berisi pengetahuan yang bermanfaat mengenai politik. Dalam konten politik ini tentunya sebagai pengguna Instagram, dapat mengetahui informasi/berita yang terjadi seputar politik di Indonesia. Jenis konten politik ini juga bertujuan untuk menginformasikan sesuatu kepada masyarakatnya, yang dikemas dalam bentuk teks, foto, maupun video. Menurut buku *Menjadi Kreator Konten di Era Sigital* (2021) menyatakan bahwa terdapat macam jenis-jenis konten Politik, seperti konten mengenai berita politik, iklan kampanye politik, atau postingan-postingan mengenai informasi politik. Jenis konten politik ini juga tentunya dimanfaatkan oleh kelima informan dalam penelitian ini. Kelima informan menjelaskan mengenai jenis-jenis konten politik yang sering mereka akses, intensitas mereka dalam mengakses jenis konten politik serta ketertarikan dan kebiasaan yang mereka lakukan ketika menemukan jenis konten politik di Instagram miliknya. Informan 1 menyebutkan konten politik terkait dengan informasi atau berbagai berita mengenai politik. Serta memiliki intensitas selama tiga puluh menit dan tidak menaruh perhatian terhadap konten politik di Instagram, sehingga tidak begitu mengamati konten yang ia lihat. Berikut penjelasan informan 1 :

“Kalau politik sih biasanya isu tentang pemerintah sih eee oh iya kalau gak tentang partai, apalagi kan sekarang banyak artis juga tuh yang nyalonin jadi ya lebih banyak juga konten-konten informasinya. Untuk mengakses juga jarang sih aku, ya biasanya sih sekitar setengah jam aja. Kalau tertarik sih engga. Soalnya emang basicnya aku juga gak tertarik sama jenis konten begitu, jadi kalau ngeliat juga ga terlalu mengamati cuman sekilas” (informan 1, wawancara mendalam” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, informan 1 menjelaskan bahwa konten politik yang biasa ia akses terkait dengan informasi politik, seperti isu mengenai pemerintah. Ia pun menjelaskan bahwa ia tidak terlalu sering mengakses konten politik di Instagram miliknya, sehingga ia hanya menghabiskan waktu selama tiga puluh menit saja untuk mengaksesnya. Lebih lanjut, ia pun menegaskan bahwa ia tidak tertarik dengan konten politik, sehingga ia tidak begitu mengamati. Adanya kemiripan dengan informan 2, namun adanya perbedaan mengenai jenis konten politik yang diakses. Berikut penjelasannya :

“Eee kalau *inspection* dari konten politik itu jarang banget biasanya kalau lewat misalkan dari instagram-instagram media aja seperti kumparan atau *idnstime* itu biasanya lewat-lewat aja, terus paling hmm apa ya yang aku baca misalkan sekarang kan lagi mau pada kampanye lagi gitu ya jadi oh sekilas baca atau juga karena beberapa teman ku juga ada yang memang ikut kampanye, jadi memperhatikan dia oh mau kampanye nih, misalkan dari partai mana, apa kegiatannya, paling sebatas itu aja sih. Untuk akses juga gak terlalu sering sih gak terlalu, paling 30 menit. Menaruh perhatian juga engga engga begitu menarik perhatian sih haha” (informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, informan 2 menjelaskan bahwa konten politik mengenai kampanye sering kali muncul di instagram miliknya, sehingga ia sering kali mengakses dan mencari tahu mengenai kampanye politik yang ada di Indonesia. Ia juga menjelaskan bahwa ia tidak terlalu sering untuk mengakses konten politik yakni hanya tiga puluh menit saja. Meski begitu, ia mengatakan bahwa konten politik tidak menaruh perhatian baginya. Sama halnya dengan informan 4, namun adanya perbedaan terkait dengan konten dan intensitas waktu. Berikut penjelasannya :

“Kalau tentang konten politik sih aku kurang tertarik gitu jadi aku kurang diliat, paling akhir-akhir ini yang ada di beranda instagram aku itu politik yang tentang sambo itu aja sih. Terus ya Hmm kurang gitu, kurang minat, paling sekitar 10-15 menit. Menaruh perhatian apa engga hm engga, gak sama sekali haha” (informan 3, wawancara mendalam” (informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, informan 3 menjelaskan bahwa ia sering kali melihat konten-konten politik yang berisikan tentang informasi dari berbagai kejadian politik yang terjadi. Ia juga menjelaskan bahwa ia hanya menghabiskan waktu selama sepuluh hingga lima menit saja untuk mengakses konten politik di instagramnya. Lebih lanjut, ia mengatakan bahwa ia sama sekali tidak menaruh perhatian terhadap konten politik, sehingga ia sering kali tidak begitu mengamati. Sama halnya dengan informan 4, berikut penjelasannya :

“Paling eee yang lagi viral aja sih ya, misalkan yang kemarin yang kasus sambo tuh, itu sih kadang aku cari karena gak mau ketinggalan juga sama kasusnya. Eee paling kalau untuk konten politik itu cuman 10-15 menit ya. Kalau untuk politik sih tergantung sih, kalau lihat juga kayak sekilas aja yang penting udah tau nih poin penting dari pembahasan konten atau isi dari informasinya itu apa gitu sih” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, informan 4 mengatakan bahwa konten politik yang sering ia akses terkait dengan berita-berita politik yang terjadi di Indonesia. Ia juga hanya menghabiskan waktu selama sepuluh hingga lima menit saja setiap hari dalam mengakses. Lebih lanjut, ia mengatakan bahwa ia hanya menaruh perhatian pada konten-konten politik tertentu saja. Adanya kemiripan dengan informan 5, berikut penjelasannya :

“Politik hmm jarang sih kalau politik ya, lebih ke gak terlalu kalau untuk politik, paling waktu-waktu tertentu aja kalau misalkan lagi ada pemilihan presiden, lebih intens nya sih pas waktu-waktu tertentu aja. Terus juga untuk politik aksesnya itu Jarang sih paling 10 -15 menit aja gitu. Terus Kalau untuk politik sih kalau lagi booming diamin ya, tapi kalau engga lagi kayak gimana cuman sekilas aja tapi tetep kok masih kayak kita pointnya tau gitu intinya” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, informan 5 menjelaskan bahwa berita terkait pemilu sering kali ia lihat di instagram miliknya. Seperti berita saat pemilihan presiden, dan sebagainya. Ia mengatakan bahwa ia jarang sekali mengakses konten politik, sehingga ia hanya menghabiskan waktu selama sepuluh hingga lima belas menit saja untuk mengaksesnya. Lebih lanjut, ia hanya mengamati dan menaruh perhatian terhadap konten-konten politik yang sedang ramai dibicarakan saja. Dengan pernyataan dari kelima informan di atas, kelima informan disimpulkan kurang adanya ketertarikan terhadap konten Politik.

3) **Konten Ekonomi**

Jenis konten ekonomi merupakan konten yang berisi pengetahuan yang bermanfaat mengenai perekonomian. Konten ekonomi dapat bersifat informatif, karena bertujuan untuk menginformasikan sesuatu yang penting atau hal utama dalam sebuah konten. Menurut buku Menjadi Kreator Konten di Era Sigital (2021) menyatakan bahwa terdapat macam jenis-jenis konten Ekonomi, seperti konten mengenai Iklan produk, Toko *online*, atau informasi mengenai berita ekonomi/usaha/bisnis. Jenis konten ekonomi ini juga tentunya dimanfaatkan oleh kelima informan dalam penelitian ini. Kelima informan menjelaskan mengenai jenis-jenis konten Ekonomi yang sering mereka akses, intensitas mereka dalam mengakses jenis konten Ekonomi serta ketertarikan dan kebiasaan yang mereka lakukan ketika menemukan jenis konten Ekonomi di Instagram miliknya. Informan 1 menyebutkan konten politik terkait dengan informasi seputar Ekonomi. Serta

memiliki intensitas lima belas menit dan menaruh perhatian terhadap konten ekonomi, tetapi ia menegaskan bahwa ia tidak begitu fanatik. Berikut penjelasan informan 1 :

“Biasanya sih konten tentang harga *kurs dollar*, saham, emas, ya kayak ke keuangan gitu sih. Paling 15 menitan sih untuk aksesnya. Hmm menaruh perhatian sih tapi gak yang se fanatic itu” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, informan 1 mengatakan bahwa konten ekonomi yang biasa ia akses mengenai investasi dan informasi seputar perekonomian. Ia juga menjelaskan bahwa waktu yang ia habiskan untuk mengakses konten ekonomi ialah lima belas menit. Lebih lanjut, ia mengatakan bahwa ia menaruh perhatian terhadap konten-konten ekonomi di Instagram, tetapi ia pun menegaskan bahwa ia tidak begitu *fanatic*. Adanya perbedaan terkait konten dan intensitas waktu dengan informan 2, berikut penjelasannya :

“Ya balik lagi sih paling itu ya kalo ekonomi sering banget memantau harga promo, itu bisa dikategorikan gak sih? Misalkan misalkan yang Namanya kerja sama sama *brand* harusnya udah tau dong prodaknya mereka dan membandingkan harga eee mereka dan harga di toko kita. Kalau konten ekonomi eee belakangan ini lagi jarang, tapi kalau kemaren kemaren itu cukup sering ya kalau dikatakan tadi cakupannya adalah misalkan ngeliat harga barang gimana gimana ya cukup sering ya misalkan dari baner baner promosi ya cukup sering, ya paling 20 menit. Hmm cukup memperhatikan karena itu kan bisa dikatakan salah satu kebutuhan kita ya untuk proses eee apa sih istilahnya hmm menganalisa. Jadi ya untuk itu cukup memperhatikan lah itu” (informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, informan 2 mengatakan bahwa ia selalu mengakses konten mengenai toko *online* dengan tujuan untuk memantau harga promo. Terlebih ia pun memiliki latar belakang sebagai pekerja. Ia juga menjelaskan bahwa ia menghabiskan waktu untuk mengakses konten ekonomi selama dua puluh menit. Lebih lanjut, ia menaruh perhatian dan cukup memperhatikan berbagai konten ekonomi yang ia lihat di instagram miliknya. Sama halnya dengan informan 3, berikut penjelasannya :

“Kalau aku sih biasanya Toko *Online* paling liat di instagramnya. Untuk ngakses kalau ekonomi mah paling cuman 20 menitan. Terus juga biasanya aku menaruh perhatian, tapi biasanya aku Sambil melakukan aktivitas sih teh, tapi tergantung kalau aku tertarik buat beli ya pasti aku lihat sampe ke

komentar *review* orang-orang” (informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, informan 3 mengatakan bahwa konten ekonomi yang biasa ia akses di instagram mengenai konten-konten dari sebuah *brand* toko. Ia juga mengatakan bahwa ia menghabiskan waktu selama dua puluh menit untuk mengakses konten ekonomi di instagram miliknya. Lebih lanjut, ia mengatakan bahwa ia menaruh perhatian terhadap konten ekonomi. Tetapi, ia pun menegaskan bahwa ia terkadang tidak begitu mengamati berbagai konten ekonomi yang ia lihat. Adanya kemiripan dengan informan 4, berikut penjelasannya :

“Kalau untuk sekarang sih kayak toko online kali ya, sama banyak iklan produk juga tuh kan, tapi yang sering aku akses sih lebih ke toko online aja karena memang kebutuhan juga tuh buat liat produk-produk fashion di Indonesia gitu. Ngakses konten ekonomi seharusnya itu dua puluh menit ya hampir dua puluh menit. Terus juga eee kalau untuk ekonomi sih ngamatin ya apalagi kalau toko online, karena kan kita butuh tau juga nih produk yang dijualnya itu bagus ga sih, terus harus liat juga komentar-komentarnya itu pada komentar baik apa buruk ke si produknya, jadi ngamatin banget tuh takutnya malah ketipu sama apa yang udah kita lihat gitu” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, informan 4 mengatakan bahwa ia selalu mengakses konten ekonomi mengenai iklan produk, toko *online* dan informasi seputar ekonomi. Ia juga mengatakan bahwa dalam penggunaan instagram perharinya, ia menghabiskan waktu selama dua puluh menit untuk mengakses berbagai konten ekonomi di instagram. Lebih lanjut, ia menaruh perhatian terhadap berbagai konten ekonomi, khususnya yang menarik baginya. Lebih lanjut, ia menjelaskan bahwa ia selalu mengamati berbagai konten ekonomi. Adanya kemiripan dengan informan 5, namun adanya perbedaan mengenai intensitas waktu. Berikut penjelasannya :

“Kalau konten ekonomi ini yang paling dicari mungkin lebih ke hmm gimana nih perkembangan ekonomi yang dibutuhkan masyarakat sekitar itu apa sih lagi butuh apa, sama toko *online* atau iklan produk juga sering sih. Terus juga kalau ngakses untuk konten ekonomi mungkin satu jam setengah ya. Kalau dibilang menaruh ya menaruh sih apalagi kan aku bisa dibilang sebagai pelaku usaha juga ya, jadi sering juga lihat beberapa pelaku usaha lain gimana strategi mereka gitu” (informan 5, wawancara mendalam, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, informan 5 mengatakan bahwa konten ekonomi yang paling sering ia akses ialah seputar perekonomian. Selain itu, ia pun mengakses mengenai iklan produk dan juga berbagai toko *online* di instagram miliknya. Ia juga mengatakan bahwa ia menghabiskan waktu selama tiga puluh menit untuk mengakses konten ekonomi. Lebih lanjut, ia mengatakan bahwa ia menaruh perhatian terhadap berbagai konten ekonomi, hal ini didasari dengan latar belakang ia sebagai pelaku usaha, sehingga penting untuk mengamati berbagai konten ekonomi khususnya untuk mengetahui strateginya.

4) **Konten Hiburan**

Jenis konten hiburan merupakan konten yang paling menarik serta disenangi oleh banyak pengguna media sosial Instagram. Dimana, konten hiburan ini selalu menjadi pilihan pengguna dalam mengisi waktu kosongnya saat bosan. Konten hiburan ini dapat dikemas dalam bentuk teks, foto, maupun video. Menurut buku *Menjadi Kreator Konten di Era Digital (2021)* menyatakan bahwa terdapat macam jenis-jenis Hiburan, seperti konten mengenai Berita artis, video musik, acara hiburan, maupun hal-hal mengenai liburan atau traveling. Kelima informan menjelaskan mengenai jenis-jenis konten Hiburan yang sering mereka akses, intensitas mereka dalam mengakses jenis konten Hiburan serta ketertarikan dan kebiasaan yang mereka lakukan ketika menemukan jenis konten Hiburan di Instagram miliknya. Informan 1 menyebutkan bahwa ia sering mengakses konten Hiburan mengenai berita artis. Serta memiliki intensitas waktu selama satu jam dan menaruh perhatian terhadap konten Hiburan, sehingga selalu mengamati konten Hiburan yang ia lihat. Berikut penjelasan informan 1 :

“Pokoknya kalau aku tuh konten hiburan apa aja sih intinya yang bisa menghibur kayak misal nih aku udah tau *public figure* ini suka ngelucu ya pasti aku bakal liat akunnya dia terus gitu. Terus juga dalam sehari itu bisa terbilang lama sih yaa hm paling, ya sekitar 1 itu ada. Ya tentu iya menaruh perhatian, karena bisa menghilangkan rasa penat juga, pasti aku selalu mengamati banget sih” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, informan 1 menjelaskan bahwa konten hiburan yang biasa ia akses mengenai video-video berita artis yang menghibur. Ia juga mengatakan bahwa ia dapat dikatakan memiliki frekuensi waktu yang cukup lama dalam mengakses konten hiburan, yakni selama

satu jam penggunaan. Lebih lanjut, ia menaruh perhatian terhadap konten hiburan, sehingga ia selalu mengamati konten yang ada. Adanya perbedaan jenis konten yang diakses dan intensitas waktu dalam mengakses dengan informan 2, berikut penjelasannya :

“Hiburan ini banyak ya, cumin aku tuh kalau misalkan di instagram itu Sukanya nonton-nonton hiburan mungkin seputar info-info musik atau kadang video.. aku menganggap kalau video tutorial masak itu masuk hiburan ya, karena buat ngilangin stress, atau gak aku suka banget liat konten-konten binatang karena cukup membantu juga ya apalagi ketika burnout gitu tuh menyenangkan. Kalau untuk akses konten hiburan sering sih pasti, pasti selalu ada paling hmm 30 menitan. Ya naruh perhatian sih iya karena cukup membantu buat ngilangin stress apalagi ketika burnout gitu” (informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, informan 2 menjelaskan bahwa konten hiburan mengenai video-video musik, binatang dan video tutorial merupakan konten hiburan yang biasa ia akses dalam penggunaan instagram. Ia juga menghabiskan waktu selama tiga puluh menit untuk mengakses konten hiburan. Lebih lanjut, ia menegaskan bahwa konten hiburan cukup membantu untuknya. Sehingga ia selalu menaruh perhatian dan mengamati berbagai konten hiburan yang ia dapatkan. Adanya kemiripan dengan informan 3, namun yang membedakan ialah jenis konten hiburan yang diakses, Berikut penjelasannya :

“Kalau hiburan aku biasanya liat status temen kayak dia lagi ngapain gitu-gitu sih teh. Untuk akses konten hiburan itu biasanya eee lumayan sih ya palig tiga puluh menit sih teh. Hmm konten hiburan itu Iya menarik sih kalau misal si videonya ini menarik mah aku bakal tonton terus berulang-ulang gitu” (informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, informan 3 mengatakan bahwa ia lebih menyukai konten hiburan terkait dengan tempat-tempat wisata, ia juga selalu melihat konten hiburan pada status teman di instgaram miliknya. Selain itu, ia juga mengatakan bahwa dalam penggunaan instagram perharinya, ia menghabiskan waktu selama tiga puluh menit untuk mengakses konten hiburan. Lebih lanjut, ia menaruh perhatian terhadap konten hiburan, sehingga selalu menonton konten hiburan secara berulang. Adanya perbedaan jenis konten yang diakses dan intensitas waktu dalam mengakses dengan informan 4, berikut penjelasannya :

“Ini sih kayak berita artis tuh banyak kan, itu termasuk hiburan sih buat aku, apalagi kalau artisnya ini artis yang aku suka. Terus kayak hal-hal tentang hiburan sih kayak misal video-video lucu netizen yang suka parodiin suatu hal yang lagi viral gitu, itu menghibur banget. Tapi kalau ditanya mana yang paling sering ya berita artis sih. Hmm kalau untuk konten hiburan itu sering biasanya 1 jam kali ya. Konten hiburan itu menaruh dong karena kan biar gak bikin pening juga buat aku yang udah kerja kayak gini, jadi larinya ke konten hiburan ini deh hehe” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, informan 4 mengatakan bahwa ia konten mengenai hiburan yang selalu ia akses yaitu konten hiburan mengenai berita artis. Selain itu, ia pun mengatakan bahwa ia selalu mengakses konten hiburan seperti video-video yang menghibur. Ia juga mengatakan bahwa ia cukup sering mengakses konten hiburan, dengan frekuensi waktu selama satu jam. Lebih lanjut, ia menegaskan bahwa ia selalu menaruh perhatian dan mengamati berbagai konten hiburan yang ia lihat, karena menurutnya konten hiburan cukup membantu dirinya saat sedang mengalami kepenatan dalam bekerja. Sama halnya dengan informan 5, berikut penjelasannya :

“Kalau untuk hiburan itu lebih ke eee kayak kucing, terus kayak hiburan-hiburan kayak video -video pendek tentang kayak bioskop lah yang cupilkan-cuplikan pendek terus mereka ngedit dibikin meme gitu, kayak gitu sih paling kalau untuk komedi. Dalam sehari itu aku akses konten hiburan 1 jaman lah paling. Terus kalau untuk aku sendiri sih Menaruh dan cukup mengamati sih ya” (informan 5, wawancara mendalam, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, informan 5 mengatakan bahwa konten seperti video-video yang menghibur, khususnya video-video pendek sering kali ia akses di instagram miliknya. Ia juga mengatakan bahwa ia menghabiskan waktu selama satu jam untuk mengakses konten hiburan setiap harinya. Lebih lanjut, ia cukup mengamati dan menaruh perhatian terhadap berbagai konten hiburan yang ia lihat.

Tabel 4.2. Penggunaan Media Instagram

Deskripsi	Irsyad (Informan 1)	Rafika (Informan 2)	Putri (Informan 3)	Siva (Informan 4)	Cici (Informan 5)
Awal pengguna an	2012	2012	2013	2016	2015
Frekuensi Pengguna an	3 jam/hari	3 jam/hari	2 jam/hari	3 jam/hari	5 jam/hari
Motif Pengguna an	Mencari Informasi	Mencari informasi	Mencari Informasi dan Hiburan	Mencari Informasi dan Hiburan	Integritas Sosial
Akses terhadap Jenis Konten	Sosial dan Hiburan	Sosial dan Hiburan	Sosial dan Hiburan	Sosial dan Hiburan	Ekonomi
Kebiasaan mengakses Jenis Konten Sosial	Gaya Hidup dan Edukasi. Mengakses selama dua jam/hari. Menaruh perhatian dan selalu mengamati konten sosial.	Gaya Hidup, Edukasi, dan Pendidikan. Mengakses selama satu jam/hari. Menaruh perhatian dan selalu mengamati konten sosial.	Gaya Hidup dan Edukasi. Mengakses selama satu jam/hari. Menaruh perhatian namun terkadang tidak begitu mengamati isi konten sosial.	Gaya Hidup dan Edukasi.. Mengakses selama dua jam/hari. Menaruh perhatian namun terkadang tidak begitu mengamati isi konten sosial.	Lingkungan dan Gaya Hidup. Mengakses selama satu jam/hari. Menaruh perhatian namun menagamati pada konteks tertentu saja.
Kebiasaan mengakses Jenis Konten Politik	Informasi/Berita Politik. Mengakses selama 30 menit/hari. Tidak menaruh perhatian terhadap konten politik.	Iklan/Kampanye Politik. Mengakses selama 30 menit/hari. Tidak menaruh perhatian terhadap konten politik.	Informasi/Berita Politik. Mengakses selama 10-15 menit/hari. Tidak menaruh perhatian terhadap konten politik.	Informasi/Berita Politik. Mengakses selama 10-15 menit/hari. Menaruh perhatian terhadap konten politik tertentu saja.	Informasi/Berita Politik. Mengakses selama 10-15 menit/hari. Menaruh perhatian terhadap konten politik tertentu saja.
Kebiasaan mengakses Jenis Konten Ekonomi	Informasi mengenai ekonomi. Mengakses selama 15 menit/hari. Menaruh perhatian dan selalu mengamati konten sosial.	Toko Online dan Iklan Produk. Mengakses selama 20 menit/hari. Menaruh perhatian dan selalu mengamati konten ekonomi	Toko Online dan Iklan Produk. Mengakses selama 20 menit/hari. Menaruh perhatian namun terhadap konten ekonomi tertentu saja.	Toko Online, Iklan Produk, dan Informasi Seputar Ekonomi. Mengakses selama 20 menit/hari. Menaruh perhatian dan selalu mengamati konten ekonomi.	Toko Online, Iklan Produk, dan Informasi Seputar Ekonomi. Mengakses selama 30 menit/hari. Menaruh perhatian dan selalu mengamati konten ekonomil.
Kebiasaan mengakses Jenis Konten Hiburan	Berita Artis. Mengakses selama 1 jam/hari.	Video Musik dan Tutorial. Mengakses selama 30	Tempat Wisata dan Berita Artis. Mengakses	Berita Artis. Menagkses selama 1 jam/hari.	Video menghibur, dan Berita Artis.

Konten Hiburan	Menaruh perhatian dan selalu mengamati konten hiburan.	menit/hari. Menaruh perhatian dan selalu mengamati konten hiburan.	selama 30 menit/hari. Menaruh perhatian dan selalu mengamati konten hiburan.	Menaruh perhatian dan selalu mengamati konten hiburan.	Mengakses selama 1/jam perhari. Menaruh perhatian dan selalu mengamati konten hiburan.
-----------------------	--	--	--	--	--

Sumber : Olahan Peneliti

Temuan Menarik :

1. Durasi penggunaan Instagram dalam penelitian ini, Informan 5 tergolong *heavy viewers*. Dimana, ia memiliki intensitas penggunaan selama lima jam perhari. Namun, waktu yang ia habiskan selama lima jam penggunaan bukan hanya untuk diri sendiri, namun juga untuk pekerjaannya. Ia menghabiskan waktu selama tiga jam untuk dirinya, dan dua jam untuk pekerjaan. Berdasarkan data *We Are Social* per Januari 2023 mengatakan, idealnya seseorang dikatakan aktif menggunakan Instagram dengan durasi penggunaan selama 60 hingga 180 menit perhari.
2. Pada bagian motif penggunaan Instagram dan jenis konten yang diakses, Informan 5 memiliki motif untuk Integritas Sosial dan sering kali mengakses konten Ekonomi. Berbeda dengan informan lainnya. Hal ini sesuai dengan karakteristik Informan 5 terkait dengan pekerjaan, dimana Informan 5 bekerja sebagai pebisnis.
3. Diantara keempat jenis konten, konten politik merupakan konten yang tidak banyak di cari/akses. Sementara, berdasarkan data dari Universitas Airlangga mengenai *Cyberspace Media Sosial dan Konsumsi Kolektif Masyarakat Urban* per Desember 2018, menyatakan Masyarakat Urban lebih banyak mengkonsumsi Konten Politik dan Ekonomi. Sehingga memiliki perbedaan dengan Informan dalam penelitian ini. Selain itu, dalam penelitian ini diasumsikan bahwa temuan ini dipengaruhi oleh jenis kelamin. Dimana, informan dalam penelitian ini dominan perempuan. Sementara, topik mengenai politik identik dengan laki-laki.
4. Konten Hiburan dan Sosial merupakan jenis konten yang sering di cari/akses oleh Informan dalam penelitian ini. Terlebih konten mengenai Gaya Hidup dan Berita Artis.

4.2.2. Resiliensi *Online* Dewasa Awal

Resiliensi *online* menurut Przybylski et al (2014) ialah suatu ketahanan yang dimiliki seseorang supaya bisa memiliki penyesuaian dan bersikap dengan akurat untuk segala kondisi lingkungan yang kurang memiliki pengetahuan akan pengaruh yang didapat, supaya seseorang bisa lebih bertenaga dalam memilah dan menanggapi berbagai macam hal yang didapatkan saat bertentangan dengan dunia online (Hendriani, 2019). Penting bagi setiap individu sejak usia dini memiliki kemahiran untuk memilah secara Individu terkait dengan hal. Supaya nantinya setiap anak mengantongi bekal yang cukup untuk membedakan respon terhadap konten negatif dan positif. Terdapat tujuh faktor dimensi resiliensi yang dipakai dalam penelitian ini, sesuai dimensi yang dikemukakan oleh Reivich dan Shate, diantaranya Emotion-Regulation, Impulse-Control, Optimism, Causal-Analysis, Empathy, Self-Efficacy, dan Reaching-Out.

1. *Emotion Regulation*

Emotion Regulation adalah sebuah kemampuan/kemahiran agar selalu tenang dibawah situasi yang mengancam. Dalam hal ini melihatkan dewasa awal yang kurang memiliki kemampuan untuk mengelola emosi, maka nantinya dapat mengalami kesulitan dalam mengontrol emosi. Dalam penggunaan instagram, tentunya dapat memunculkan berbagai konten/informasi yang tidak sesuai dengan pandangan penggunanya. Hal tersebut dapat memberi pengaruh tersendiri bagi penggunaannya, seperti dampak negatif dan juga positif, namun hal ini akan dimaknai sesuai dengan kemampuan dewasa awal dalam mengatur atau mengelola emosi dirinya. Kelima informan memberikan tanggapannya terkait konten yang diterima namun tidak sesuai dengan pandangannya. Informan 1,2,4 dan 5 menanggapi dengan acuh/tidak peduli/mengabaikannya, sementara Informan 3 meluapkan ketidaksukaannya. Berikut penjelasan informan 1:

“Abaikan sih gak peduli karena ya emang gak menarik perhatian juga sih buat bacanya” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, informan 1 menjelaskan bahwa ia selalu mengabaikan suatu berita yang memang pada

kenyataannya tidak menarik untuk dibaca lebih lanjut. Sama halnya dengan informan 2 memiliki kemiripan jawaban yang serupa, berikut penjelasannya :

“Hmm diemin aja ya jujur, karena kan mungkin ada ya orang yang kalau gak sesuai dengan opini dia mungkin dia akan berkoar juga, tapi kalau aku pribadi sih yaudalah stay silent aja, orang nanya ya gue kasih pendapat, tapi kalau engga ya yaudah aja gitu gamau diambil pusing” (informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, informan 2 menjelaskan bahwa ia tidak memperdulikan suatu berita yang menurutnya tidak sesuai dengan pandangan, dimana ia tidak mau mengambil resiko dari aktivitas penggunaan Instagram. Beda halnya dengan Informan 3, berikut penjelasannya :

“Hmm aku pribadi sih suka ngeluapin ketidaksukaan aku ya, tapi bukan dengan cara komentar apapun itu, itu bukan aku banget sih, aku sih paling ngeluapinnya kayak marah-marah sendiri dipendem gitu haha, jadi misal aku liat konten a nih, terus aku gak suka, ya aku ngeluapin ngegrutu sendiri disitu juga, abis itu udah, biar ga ber *impact* juga ke akunya” (informan 3, wawancara emndalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3, informan 3 mengatakan bahwa ia selalu meluapkan ketidaksukaan pada suatu berita atau informasi yang tidak sesuai pandangannya, dengan cara meluapkan ketidaksukaan sendiri (marah-marah sendiri) tanpa berkomentar yang dapat berdampak untuknya. Beda halnya dengan informan 4, berikut penjelasannya :

“Biasanya sih aku cuekin aja ya ga aku peduliin” (informan , wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan infroman 4 di atas, informan 4 mengatakan bahwa ia selalu bersikap cuek dan lebih tidak memperdulikan berita yang menurutnya tidak sesuai. Sama halnya dengan Informan 5, berikut penjelasannya :

“Dilihat aja abis itu yaudah gak di apa-apain sih paling lebih ke engga di *share* karena ya memang informasi tersebut ya kurang gitu, ya engga di peduliin juga” (informan 5, wawancara mendalma, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, informan 5 menjelaskan ketika ia mendapatkan suatu berita yang menurutnya tidak benar, maka ia hanya melihat terlebih dahulu isi beritanya, kemudian ia abaikan saja,

dibandingkan ia harus meluapkannya. Kemudian, kelima informan juga memberikan pandangan dalam menyikapi berbagai konten negatif yang muncul dalam penggunaan instagram. Informan 2, 3, 4, dan 5 memiliki pandangan yang serupa. Sementara informan 1 memiliki pandangan yang berbeda. Berikut penjelasan informan 1 :

“Aku sih tipe yang cuek ya kalau misalnya ada konten negative yang muncul gitu, gak terlalu dibawa pusing” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, informan 1 mengatakan bahwa ia termasuk dalam kriteria orang yang tidak mengambil pusing, sehingga ketika adanya konten negative yang muncul, maka ia mengabaikannya saja. Berbeda dengan informan 1, informan 2 memiliki pandangan berbeda, berikut penjelasannya :

“Tergantung, kalau konten itu kok sensitive banget buat aku ya mungkin aku baru deh berani untuk misalkan speak up juga, tapi *mostly* sih aku *stay silent* aja” (informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, informan 2 mengatakan bahwa ia akan memebrikan respon yang berbeda tergantung dari isi konten yang ia terima. Jika konten negatifnya lebih arah sensitif, maka ia akan melaporkannya ke pihak instagram. Sama halnya dengan informan 3 memiliki pandangan yang serupa, berikut penjelasannya :

“Di instagram itu kan ada fitur *Not Interested*, nah biasanya aku klik aja kayak kurang tertarikin aja gitu biar nanti tuh gak muncul lagi ya” (informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, informan 3 mengatakan jika adanya konten negative yang muncul di instagram miliknya, maka ia menyikapinya dengan memanfaatkan fitur yang telah disediakan oleh pihak Instagram, yang bertujuan supaya konten tersebut tidak dapat muncul kembali. Sama halnya dengan informan 4 pun menyikapi yang serupa, berikut penjelasannya :

“Nah itu biasanya tergantung sih, kalau misal konten negatifnya masih batas wajar, biasanya aku cuek aja gitu gak peduli, tapi kalau misalnya konten negatifnya itu udah keterlaluan banget, biasanya aku gunain fitur yang di

instagram, tujuannya ya biar instagram gak membolehkan konten itu muncul dan tayang diberanda penggunanya, gitu sih” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023)

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, informan 4 mengatakan bahwa ia selalu menyikapi konten negative tergantung dari isi konten yang ia terima. Jika konten negative yang ia terima masih dalam batas wajar, maka ia hanya cuek dan mengabaikannya saja. Tetapi, jika konten yang ia lihat sudah melebihi batas, maka ia akan melaporkannya menggunakan fitur yang telah disediakan oleh pihak instagram. Sama halnya dengan informan 5 pun memiliki pandangan yang serupa, berikut penjelasannya :

“Lebih ke kalau negatif ya iya sih lebih di abaikan aja, tapi kalau misal konten tersebut merugikan dari salah satu pihak didalamnya, itu lebih ke peduli juga sih, kayak aku share kontennya ke instagram misal info bandung, kayak gitu aja sih” (informan 5, wawancara mendalam, 28 April 2023)

- Seperti kutipan wawancara dengan informan 5, informan 5 mengatakan bahwa ia selalu memanfaatkan fitur yang telah disediakan oleh pihak Instagram, untuk melaporkan konten-konten negatif yang ia terima, hal ini pun disesuaikan dengan isi dari setiap konten yang ia terima. Berikutnya, kelima informan juga memberikan tanggapan mengenai penggunaan Instagram yang dapat memberikan perubahan standar gaya hidup. Informan 1, 2, 4, dan 5 mengatakan bahwa adanya perubahan standar gaya hidup, namun ke arah positif. Berbeda dengan Informan 3 yang merasakan perubahan standar gaya hidup (negative). Berikut penjelasan informan 1 :

“Jujur sih ada tapi ya engga karena kan adanya perbedaan ekonomi juga yang memang gak bisa dipaksain buat diikuti” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, informan 1 menjelaskan bahwa penggunaan Instagram selama ini tidak memberikan perubahan standar gaya hidup baginya. Lebih lanjut, ia pun mengatakan bahwa adanya tuntutan ekonomi yang memang tidak bisa dipaksakan. Sama halnya dengan informan 2 dalam memberikan tanggapan, berikut penjelasannya informan 1 :

“Pasti haha, pasti ada lah perubahan. Dan mungkin lebih kepada faktor ini juga ya mungkin karena udah punya penghasilan sendiri, jadi mungkin ya yang tadinya itu hanya sekedar *wishlist*, tapi ketika udah punya uang jadinya

mampu dan punya *effort* lah untuk bisa merasakan apa yang selama ini cuman jadi harapan aja gitu. Yaa ada lah” (informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, informan 2 menjelaskan bahwa ia mengalami perubahan standar gaya hidup, namun dalam hal positif. Lebih lanjut, ia pun mengatakan karena adanya faktor penghasilan sebagai pekerja, yang akhirnya membuat ia dapat mengubah standar gaya hidupnya itu sendiri. Beda halnya dengan informan 3, berikut penjelasannya :

“Ada sih perubahannya mah, ada banget sering *insecure*” (informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3, informan 3 menjelaskan bahwa dari adanya penggunaan Instagram ini membuat adanya perubahan bagi dirinya, namun perubahan yang ia rasakan lebih kepada sisi negative. Beda halnya dengan informan 4 merasakan adanya perubahan. Berikut penjelasannya :

“Iya, ya balik lagi aku orangnya fomo jadi kalau liat orang lain misal beli ini, aku jadi pengen, jadi adalah sedikit ngerubah gaya hidup aku haha, tapi lebih kea rah positif ya kalau aku” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, informan 4 menjelaskan bahwa ia mengalami perubahan standar gaya hidup, namun perubahan gaya hidup yang ia rasakan lebih kepada hal-hal positif. Sama halnya dengan informan 5, berikut penjelasannya :

“Eee lebih ke engga sih, lebih ke jadi diri sendiri aja” (informan 5, wawancara mendalam, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, informan 5 menjelaskan bahwa ia selalu merasa jadi diri sendiri, sehingga tidak adanya perubahan standar gaya hidup yang ia rasakan akibat banyaknya berbagai standar gaya hidup orang-orang yang ia lihat di Instagram.

Setelah penjelasan di atas, empat dari kelima informan dalam penelitian ini menyatakan bahwa mereka memiliki resiliensi pada dimensi *Emotion Regulation*. Dimana, keempat Informan memiliki kemampuan untuk tetap tenang di bahwa kondisi yang menekan, meskipun keempat informan menyatakan dalam penggunaan instagram sering kali memunculkan informasi/konten yang tidak

sesuai dengan pandangannya / konten yang diterima memiliki unsur negatif. Sementara Informan 3 dalam penelitian ini kurang memiliki resiliensi pada dimensi *Emotion Regulation*, hal ini sesuai dengan pernyataan Informan 3 yang mengatakan bahwa ia tidak dapat mengontrol emosi ditengah kondisi yang menekan.

2. *Impulse Control*

Impulse Control adalah kemampuan/kemahiran Individu supaya mengendalikan keinginan, dorongan, kesukaan, serta tekanan yang muncul dalam diri. Kelima informan memberikan pandangan yang muncul dalam diri sendiri mengenai kemampuan yang dimiliki dalam penggunaan Instagram. Informan 1 dan 4 mengemukakan bahwa ia memiliki kemampuan untuk membedakan berita yang benar atau salah dan membagikan hal-hal bermanfaat di Instagram. Sementara informan 2, 3, dan 5 memiliki kemampuan untuk membagikan hal-hal bermanfaat dan membuat konten positif di Instagram. Berikut penjelasan informan 1 :

“Kalau aku sih sebagai pengguna instagram ya bisa menghindari hal-hal yang berbau negative sih, terus juga hampir sering aku membagikan konten yang bermanfaat ke temen aku sendiri” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, informan 1 menyatakan bahwa sebagai pengguna instagram ia memiliki kemampuan untuk membedakan isi informasi yang benar dan salah. Selain itu, informan satu pun mengatakan bahwa ia sering kali membagikan konten-konten yang bermanfaat kepada teman-temannya. Adanya kemiripan dengan informan 2, berikut penjelasannya :

“Oke kalau instagram, ya ini berdasarkan *feedback* yang aku dapatkan ya dari teman-temanku, kayak misalkan aku kadang suka share tempat makan, *let say* temen-temen aku nyobain, terus misalkan nanti temen aku ngasih *feedback* kayak eh iya itu restoran yang kemarin lo posting di instagram *story* lo enak loh, terus misalkan produk-produk tentunya untuk sarana bisnis juga, kemudian eee apalagi ya.. sebetulnya instagram tuh buat aku pribadi eee sebuah media dimana aku bisa mengekspresikan diri ku lah dan memberi atau bertukar konten dan informasi yang tentunya bermanfaat juga” (informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, informan 2 menjelaskan bahwa kemampuan sebagai pengguna instagram, ia sering kali bertukar konten serta informasi yang tentunya bermanfaat. Lebih lanjut, ia juga

menjelaskan bahwa ia terkadang membuat konten yang bermuatan positif di Instagram. Sama halnya dengan informan 3, berikut penjelasannya :

“Biasanya sih aku suka membagikan hal-hal yang positif, kayak misal aku pernah bikin *story* kayak *sharing* kayak waktu itu kan ada gempa di Cianjur ya, nah terus open donasi kayak gitu sih di *story* Instagram aku nya” (informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, Informan 3 mengatakan bahwa kemampuan ia sebagai pengguna Instagram ia cenderung lebih sering membuat konten-konten yang positif, dan berdampak baik untuk teman-temannya. Adanya kemiripan dengan informan 4, berikut penjelasannya :

“Kalau memanfaatkan Instagram untuk berbagai kepentingan sih engga ya, eee tapi kalau untuk membedakan berita yang benar dan yang salah mungkin iya, karena gak terlalu percaya sama suatu hal yang dilihat gitu. Sama satu lagi mungkin ini ya, hmm aku suka banget tuh yang kayak share-share sesuatu yang bermanfaat ke temen, kayak misalnya ada konten lowongan kerja, kebetulan temen aku lagi cari kerjaan, biasanya aku suka *share* tuh buat bantu-bantu juga kan, kayak gitu sih” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, informan 4 menjelaskan ia memiliki kemampuan untuk membedakan berita yang benar dan yang salah. Lebih lanjut, ia mengatakan bahwa ia cenderung kurang percaya dengan sesuatu hal yang ia lihat. Ditambah lagi, ia mengatakan bahwa ia memiliki kemampuan untuk membagikan konten-konten yang bermanfaat. Adanya kemiripan dengan informan 5, berikut penjelasannya :

“Oke kemampuan sebagai pengguna Instagram sih yang pertama, membagikan informasi ke temen-temen ya, jadi lebih cepet juga, terus yang kedua itu lebih ke misalkan ekonomi juga sih kayak jualan lebih cepet juga nyampein informasinya, terus bikin konten sih lebih ke bikin konten kayak misalkan tempat yang dikunjungi dibikin konten, biar temen pada datang juga nih mungkin di tempat tersebut juga membutuhkan pengunjung yang datang, terus lebih ke ini sih kayak penggalangan dana, jadi biar cepet juga sih jadi kita kayak ga sendirian, tapi bersama-sama jadi informasinya juga sempat tersampaikan ke temen-temen, apalagi ya terus untuk lebih ke bisnis ya lebih cepet juga sampein informasinya terus juga marketingnya gak perlu bagi brosur dan lain-lain-lain ya jadi paling berupa konten kayak gitu aja sih” (informan 5, wawancara mendalam, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, informan 5 menyebutkan kemampuan yang ia miliki sebagai pengguna Instagram cukup banyak, dimana ia sering kali membagikan informasi yang bermanfaat kepada

teman-temannya. Selain itu, ia juga cenderung membuat konten-konten yang bermuatan positif dan memanfaatkan instagram untuk berbagai kepentingan, hal ini dikarenakan latar belakang informan lima yang merupakan seorang pebisnis online. Kemudian, kelima informan memberikan tanggapan terkait aktivitas penggunaan Instagram yang sering kali membuatnya merasa tidak menjadi diri sendiri. Berikut penjelasan informan 1 :

“Kalau aku sih selalu jadi diri sendiri aja, karena emang bukan termasuk orang yang FOMO gitu sih haha” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, informan 1 mengatakan bahwa ia selalu menjadi diri sendiri ketika sedang menggunakan instagram. Lebih lanjut, ia menjelaskan bahwa ia bukan termasuk dalam kriteria orang yang gampang terhasut dengan budaya-budaya baru. Sama halnya dengan informan 2, berikut penjelasannya :

“Hmm ya itu sih kadang kita selalu merasa tidak menjadi diri sendiri. Tapi kadang *so far* ya aku sih kadang selalu menjadi diri ku sendiri sih di instagram, maksudnya apa yang aku posting ya memang itu lah diri ku gitu ya bukan malah aku jadi orang lain. Selalu jadi diri ku”.

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, informan 2 mengatakan bahwa ia selalu menjadi diri sendiri ketika sedang menggunakan instagram. Lebih lanjut ia pun menegaskan bahwa ia selalu memposting sesuatu hal berdasarkan dirinya sendiri. Beda halnya dengan informan 3, berikut penjelasannya :

“Engga sih, aku suka ngerasa bukan diri sendiri. Jadi kalau misal mau *upload* sesuatu itu suka mikirin tanggapan orang lain dulu, tanggapan orang lain bagus atau engga kalau misal aku posting ini, jadi masih kurang menjadi diri sendiri gitu sih teh” (informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, Informan 3 mengatakan bahwa ia sering kali merasa tidak menjadi diri sendiri saat menggunakan instagram. Lebih lanjut, ia sering kali memikirkan kedatangan tanggapan yang akan muncul secara tiba-tiba, sehingga ia sering kali tidak percaya diri. Beda halnya dengan informan 4, berikut penjelasannya :

“Jadi diri sendiri sih, maksudnya kayak gak pernah nih aku *upload* atau posting sesuatu cenderung buat ngelihatin kesenangan meskipun kenyataannya aku lagi sedih, terus juga kayak apa adanya sih, apa yang aku *upload* ya itu emang aku” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, informan 4 mengatakan selalu merasa jadi diri sendiri. Lebih lanjut, ia mengatakan bahwa ia bukan seperti topeng yang selalu posting yang tidak sesuai dengan latar belakangnya. Sama halnya dengan informan 5, berikut penjelasannya :

“Sering eee ngerasa jadi diri sendiri sih ya pastinya” (informan 5, wawancara mendalam, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, informan 5 mengatakan bahwa ketika ia menggunakan Instagram, ia selalu merasa menjadi diri sendiri. Kemudian, kelima informan memberikan pandangan mengenai kemampuan dalam mengendalikan keinginan dari iklan-iklan yang muncul di Instagram miliknya. Kelima informan menjelaskan bahwa iklan yang muncul di Instagram ini dapat membuat mereka berkeinginan untuk berbelanja. Hal ini pun didasari dengan kebutuhan dan ketertarikan. Berikut penjelasan informan 1 :

“Terkadang iya, tapi biasanya aku beli itu karena emang barangnya bagus kalau ga ya karena lagi dibutuhin aja sih gitu biasanya ” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, informan 1 menjelaskan bahwa iklan yang muncul di instagram ini terkadang membuatnya untuk berbelanja, namun ia pun menjelaskan bahwa ketika ia membeli sesuatu itu didasari karena ketertarikannya pada sebuah iklan yang dilihat dan juga karena ia memang membutuhkan barangnya tersebut. Adanya kemiripan jawaban dengan informan 2, berikut penjelasannya :

“Tentu ya, tapi kadang tergantung sih. Kalau di *platform* sebelah baru tuh yang pastinya keracunan mulu, kalau di instagram sendiri sih jarang ya karena kan kalau dari di instagram kan gabisa direct ya, kayak harus klik linknya dulu baru ini, jadi paling kalau di instagram ya keracunan sih pasti keracunan, tapi lebih kepada kayak oh iya *brand* ini lucu nih, masuk deh tuh ke *wishlist*. Terus cenderung karena eee kadang ya implusif aja lah ya, kayak kalau lucu beli. Tapi kalau misalkan untuk *skincare* itu ya karena memang aku butuh ya. Tapi kalau untuk yang lainnya ya kalau emang lagi implusif, ya beli aja gitu. Mau penting gak penting ya dibeli aja gitu. Cuman

kebanyakan beli karena memang butuh sih” (informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, informan 2 menjelaskan bahwa ia terkadang berkeinginan untuk berbelanja setelah melihat iklan yang muncul. Namun ia cenderung membeli sesuatu hal didasari iklan/barang yang ia lihat menarik perhatian. Lebih lanjut, ia pun menjelaskan bahwa ia membeli sesuatu didasari karena memang kebutuhan. Adanya kemiripan jawaban dengan informan 3, berikut penjelasannya :

“Iya kalau misal ada konten yang apa sih, eee yang muncul terus misal aku tertarik ya mungkin aku bisa tertarik untuk membelinya gitu. Tapi membeli sesuatu hal itu cenderung karena lebih ke keingan mata aja kali ya, tapi biasanya aku beli karena memang butuh juga sih” (informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, informan 3 mengatakan bahwa ia sering kali berkeinginan untuk berbelanja setelah melihat iklan yang muncul di Instagram. Namun informan tiga menyatakan bahwa ia cenderung membeli sesuatu hal dikarenakan adanya ketertarikan serta membutuhkan produk tersebut. Sama halnya dengan informan 4 memiliki kemiripan dalam memberikan pandangan. Berikut penjelasannya :

“Kalau aku sih biasanya ngeliat kondisi, baik itu kondisi ekonomi, ataupun produk iklan yang aku lihat bagus gak sih, kayak gitu sih Kalau misalnya produk itu menarik buat aku ya aku beli, terus kalau misalnya produknya bagus dan murah, itu biasanya langsung aku beli si haha, tapi aku kalau beli sesuatu juga dilihat dulu nih aku butuh gak sih, kalau butuh ya aku beli” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, informan 4 menjelaskan bahwa ia selalu melihat terlebih dahulu kondisi dari setiap iklan yang muncul di Instagramnya. Lebih lanjut, ia menjelaskan bahwa ia cenderung mempertimbangkan terlebih dahulu mengenai suatu hal yang akan ia beli. Akan tetapi, ia mengatakan bahwa ia selalu membeli suatu hal karena memang butuh, ditambah produk yang ia butuhkan menarik perhatiannya. Adanya perbedaan pandangan dengan informan 5, berikut penjelasannya :

“Engga sih, tapi balik lagi itu kan karena keinginan ya, kan kadang tuh ada yg disponsori, nah itu dilihat lagi yang disponsori itu karena ke keinginan atau kebutuhan, kalau keinginan ya di skip tapi kalau kebutuhan ya boleh

juga sih karena butuh juga gitu. Jadi cenderung beli sesuatu itu lebih karena eee butuh ya pastinya” (informan 5, wawancara mendalam, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, informan 5 menjelaskan bahwa ia selalu memposisikan dan cenderung melihat iklan yang muncul berdasarkan keinginan dan ketertarikan. Berikutnya, kelima informan memberikan pandangan mengenai cara mereka dalam mengendalikan diri dari keinginan maupun tekanan yang muncul dari adanya penggunaan instagram. Informan 1, 4, dan 5 mengatakan bahwa ia selalu tetap berpikir dan bersikap realistis. Sedangkan informan 2 mengendalikan diri dengan mengurangi waktu dalam bermedia sosial. Sementara informan 3 mengendalikan diri dengan cara menahan diri sendiri, serta tidak memaksakan untuk hal yang bukan kebutuhan. Berikut penjelasan informan 1:

“Kalau aku sih biasanya dapat mengontrol diri ya karena emang termasuk orang yang gak peduli juga apalagi karena adanya tekanan-tekanan gaya hidup haha” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, informan 1 menjelaskan bahwa ia dapat mengontrol dirinya untuk tetap tenang dan bersikap realistis dalam menanggapi tekanan akibat penggunaan media sosial Instagram. Beda tanggapan dengan informan 2, berikut penjelasannya :

“Ya paling biasanya ya ga buka instagram ya. Kalau misal ngerasa instagram kok lagi ga oke ya, ya tentu aku ga buka sih ga buka instagram, mengurangi lah” (informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, informan 2 menjelaskan bahwa ia sering kali mengendalikan diri dengan cara mengurangi waktu dalam bermedia sosial Instagram. Ia pun menegaskan bahwa hal ini sangat penting ia lakukan ketika ia merasa instagram sedang tidak baik-baik saja. Informan 3 memiliki cara yang berbeda, berikut penjelasannya:

“Kalau misal belanja ya belanja di iklan-iklan instagram itu aku suka mikir-mikir lagi kalau aku ini perlu banget gak, kalau misal aku lagi budget yang lagi pas-pasan banget terus aku lagi gak perlu-perlu banget mah ya nanti dulu aja lah, jadi aku bisa nahan diri buat gak memaksakan hal yang bukan kebutuhan aku, kayak gitu sih teh” (informan 3, wawancara emdalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, informan 3 menjelaskan bahwa ia selalu mengendalikan diri dari tekanan atau keinginan yang muncul dengan cara menahan diri dan tidak memaksakan hal yang bukan menjadi kebutuhan baginya. Beda tanggapan dengan informan 4, berikut penjelasannya :

“Kalau aku sih malah jadi kayak termotivasi ya, tapi kalau misalnya tekanan yang munculnya itu udah kayak apa sih kayak aduh aku pengen kayak gitu, biasanya sih aku mencoba untuk berpikir tenang sih dan mempertimbangan situasi atau kondisi aku, karena kan ya balik lagi setiap orang itu punya kondisi yang berbeda-beda, jadi aku suka yang kayak tenang dulu, maksudnya kayak gak semua aku paksain buat memenuhin apa yang aku mau gitu, bukan” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, informan 4 menjelaskan bahwa ia selalu menjadikan tekanan yang ia dapatkan sebagai motivasi ia kedepannya. Lebih lanjut, informan empat pun mengatakan bahwa ia selalu mengendalikan dirinya untuk tetap tenang dan bersikap realistis sesuai kebutuhan, tanpa memaksakan sesuatu hal. Sama halnya dengan informan 5, berikut penjelasannya:

“Untuk mengontrol dirinya lebih ke ini sih eee lebih disyukuri yang ada , siapata yang kita lihat itu lebih, mungkin dia juga sama punya masalahnya masing-masing, jadi lebih di inget lagi pencapaian-pencapaian drii sendiri itu apa, karena kan kita juga gak tau kalau ternyata ada juga orang yang mau di posisi kita saat ini gitu” (informan 5, wawancara mendalam, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, informan 5 mengatakan bahwa ia selalu mensyukuri segala pencapaian yang ia dapatkan. Selain itu, ia pun menegaskan bahwa ia selalu berpikir tenang dari segala tekanan yang muncul dan selalu berpikir realistis kedepannya.

Setelah penjelasan di atas, mayoritas kelima informan dalam penelitian ini menyatakan bahwa mereka memiliki resiliensi dalam dimensi *Impulse Control* atau pengendalian impuls. Dimana, mayoritas kelima informan dalam penelitian ini memiliki kemampuan untuk tetap tenang mengendalikan keinginan, dorongan, kesukaan, serta tekanan yang muncul dalam diri. Namun, informan 3 mengatakan bahwa ia sering kali merasa tidak menjadi diri sendiri. Meski begitu, mayoritas informan memiliki skor *Resilience Quotient* yang tinggi pada faktor pengendalian impuls, hal ini pun dikarenakan informan memiliki skor *Resilience Outient* yang tinggi pada faktor regulasi emosi.

3. *Optimism*

Optimism, Individu yang resilien ialah Individu yang optimis. Seseorang yang optimis memiliki kepercayaan dan keyakinan bahwa situasi sulit akan memberikan perubahan terhadap situasi yang baik. Optimisme yang dimiliki oleh Individu memberikan tanda bahwasanya Individu tersebut yakin dirinya mempunyai kemampuan/kemahiran dalam mengatasi masalah. Pada penjelasan ini, kelima informan memberikan pandangan mengenai keyakinan pada sebuah berita. Informan 1, 2, 4, dan 5 memiliki jawaban yang sama, dimana kelima informan selalu melakukan pengecekan terlebih dahulu dari berbagai sumber yang beragam. Sementara, Informan 3 hanya mengikuti insting saja. Berikut penjelasan dari informan 1:

“Hmm aku sih tipe yang gak percaya satu sumber ya, jadi ya biasanya ngecek di beberapa sumber sih buat ngepastiin kebenarannya” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1, informan 1 menjelaskan bahwa ia selalu melakukan pengecekan terlebih dahulu dari berbagai sumber yang beragam. Lebih lanjut, informan satu menjelaskan hal ini dilakukan untuk memastikan suatu kebenaran dari sebuah berita. Sama halnya dengan informan 1, informan 2 menjelaskan hal yang serupa:

“Pastinya mengecek dari Berbagai sumber sih, pasti berbagai sumber. Kayak pasti ada lah kayak berita *let say* paling gampang ya berita artis lah ya, misal artis ini, biasanya sih liat komen ini bener ga, atau misalkan ini *fake news* atau engga, nah akhirnya abis itu pasti ngecek juga dari *social media* lain, atau *platform* lain” (informan 2, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2, informan 2 menjelaskan bahwa ia selalu melakukan pengecekan terlebih dahulu dari berbagai sumber lainnya. Beda halnya dengan Informan 3, berikut penjelasannya :

“Biasanya sih aku *sharing* dulu sih sama temen-temen, tanya-tanya kalau informasi ini tuh bener apa engga kayak gitu, kalau emang bener baru aku *share*, tapi kalau aku tuh sering yang ngikutin insting dan gampang percaya sama berita haha” (informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3, informan 3 menjelaskan ia selalu berdiskusi terlebih dahulu dengan temannya untuk mencari tahu kebenaran dari suatu informasi. Meski begitu, ia pun mengatakan bahwa ia selalu mengikuti

insting tanpa mengecek sumber lain. Beda halnya dengan Informan 4, berikut penjelasannya :

“Hmm kalau aku sih biasanya mengecek lagi informasinya ya, tapi harus dari berbagai sumber yang beragam, bukan dari sumber yang kita percayai doang, karena setiap konten itu kadang suka ada yang gak bener juga, jadi biasanya aku cek dulu nih satu-satu, baru deh aku percaya sama yang suara terbanyak gitu” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, informan 4 mengatakan bahwa ia selalu melakukan pengecekan dari berbagai sumber beragam, tidak hanya dari sumber yang ia percayai saja. Lebih lanjut, ia mempercayai dan membuat keputusan dari adanya suara terbanyak yang ia temui. Sama halnya dengan informan 4, informan 5 pun melakukan hal yang sama:

“Biasanya sih aku ngecek dari berbagai sumber sih soalnya kan kalau satu doang siapa tau dia kayak buat konten untuk meningkatkan media dia doang, jadi lebih mencari informasi di tempat lain juga engga hanya dari satu sumber saja” (informan 5, wawancara mendalam, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5, informan 5 mengatakan bahwa saat ini media sering kali membuat berita-berita yang hanya menguntungkan pihak media saja. Sehingga sangat penting untuk mencari tahu dari berbagai sumber yang beragam, tidak hanya dari sumber yang dipercayainya saja. Kemudian, kelima informan dalam penelitian ini menyatakan bahwa mereka juga banyak dipengaruhi oleh dimensi *Optimisme*. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan informan yang mengatakan bahwa jenis konten yang bersifat sosial, ekonomi dan hiburan, mempengaruhi mereka, namun dalam hal positif. Berikut penjelasan informan 1 :

“Kalau buat aku sendiri sih cukup berpengaruh ya, konten yang berpengaruh itu biasanya kayak konten *lifestyle* gitu haha kadang tertarik juga sih buat ngikutin stylenya, tapi kalau yang gak berpengaruh itu kayak konten-konten yang ngeliatin kehidupan personal yang memiliki unsur sombong ya tanda kutip pamer kekayaan” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, ia menyebutkan bahwa jenis konten sosial sedikit berpengaruh bagi dirinya, dimana informan 1 terkadang mengikuti gaya seseorang yang telah ia lihat di Instagram. Sama halnya dengan informan 2, berikut penjelasannya :

“Oke, sosial ya. Mungkin yang cukup berpengaruh itu lebih ke eee mungkin *let say lifestyle* ya. *Lifestyle* mungkin cukup berpengaruh ya eee mungkin misal aku ada liat satu *influencer* dari cara dia berpakaian atau cara dia memposting sebuah konten yang memang itu menurut aku cukup menginspirasi, aku yang akhirnya suka mengikuti gitu. Pokoknya ya yang menurut aku menarik buat aku atau memiliki *interest* yang sama denganku, aku ikutin gitu” (informan 2, wawancara mendalam 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, informan 2 mengatakan bahwa konten sosial berpengaruh bagi dirinya, dan konten sosial yang memberikan pengaruh yang cukup besar yaitu pada jenis konten *Lifestyle*. Lebih lanjut, informan 2 suka mengikuti cara berpakaian seseorang yang cukup menginspirasi bagi dirinya. Beda halnya dengan informan 3, berikut penjelasannya :

“Berpengaruh banget sih, kalau kayak misal aku kan liat tutorial masak, jadi aku bisa ikutin buat masaknya, terus kalau informasi lowongan kerja juga aku jadi bisa buat daftar dan bisa diterima juga gitu kayak sekarang” (informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, ia menyebutkan bahwa konten sosial sangat berpengaruh baginya, dimana ia sering kali mengikuti konten-konten yang memberikan informasi terkait dengan lowongan pekerjaan, dibandingkan dengan konten-konten mengenai gaya hidup atau gaya berpakaian seseorang. Beda halnya dengan informan 4, berikut penjelasannya :

“Berpengaruh sih kalau buat aku yang orangnya fomo gini, jadi kadang suka pengen ngikutin apa yang dilihat gitu, apalagi kalau misal *lifestyle* ya, misal nih aku liat postingan orang foto ootd gitu, terus kayak ih kok bagus ya stylenya, atau kayak ih kok bagus ya badannya, nah aku kadang suka cari produk yang dia pakai, atau misal aku jadi termotivasi buat olahraga biar badannya bisa bagus, gitu haha, tapi gak dibuat stress ya, ini emang kemauan aku aja gitu” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, ia menjelaskan bahwa ia termasuk dalam kriteria seseorang yang FOMO dalam suatu keadaan, sehingga konten sosial khususnya konten *lifestyle* sangat berpengaruh bagi dirinya untuk mengikuti berbagai isi konten yang diterima. Sama halnya dengan informan 5, berikut penjelasannya :

“Oke kalau untuk konten sosial lebih ke kalau misalkan ada konten sosial terus abis dilihat itu sih lebih ke ngaruh sih, kalau si konten itu eee cukup bisa diterima, terus isi si konten itu kayak kena banget gitu kayak *reallife*, itu pasti sih ada bikin perubahan. tapi hal yang gak eee ngerubah banget itu sih

paling kayak ke di komunikasinya ya mungkin kurang kosakata nya atau isi kontennya memang kurang masuk, paling itu sih yang gak ngaruh jadi tergantung dari isi komunikasi di dalamnya gitu”.

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, informan 5 mengatakan bahwa konten sosial sangat berpengaruh untuknya. Namun ia pun menegaskan bahwa hal ini pun selalu ia disesuaikan lagi dengan komunikasi di dalamnya. Kemudian, kelima informan menyatakan konten ekonomi yang juga memberikan pengaruh mereka. Berikut penjelasan informan 1 :

“Berpengaruh dong pastinya, apalagi tentang investasi gitu-gitu ya penting juga untuk diketahui” (Informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1, ia menjelaskan bahwa konten ekonomi yang ia terima pada media sosial Instagram ini memberikan pengaruh baginya. Lebih lanjut, ia mengatakan bahwa ia menjadi mengetahui tentang bagaimana cara berinvestasi. Sama halnya dengan informan 2, berikut penjelasannya :

“Konten ekonomi pasti ada ya, bagaimana belajar mengenai untuk tidak boros. Tentunya juga banyak belajar tentang investasi apa sih misalkan tentang kemarin *treading* atau *bit coin* blablabla, pasti itu juga nambah wawasan gitu” (informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2, informan dua mengatakan bahwa dengan adanya konten ekonomi, menambahkan wawasan untuk dirinya. Lebih lanjut, informan dua pun menjelaskan bahwa ia menjadi banyak belajar mengenai untuk tidak boros, serta belajar mengenai investasi. Sama halnya informan 3, yang mengatakan serupa. Berikut penjelasannya :

“Berpengaruh, jadi aku bisa lihat produk-produk yang belum aku lihat sebelumnya di *marketplace* lainnya gitu” (informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3, informan 3 menjelaskan bahwa konten ekonomi berpengaruh baginya, Dimana, informan tiga mengatakan bahwa konten ekonomi yang ia terima di media sosial Instagram ini, menjadi temuan-temuan baru yang ia lihat. Sama halnya dengan infroman 4 dan 5 yang menyatakan hal yang serupa. Berikutnya, kelima informan memnjelaskan

mengenai konten hiburan yang memberikan pengaruh baginya. Berikut penjelasan informan 1 :

“Haha konten hiburan berpengaruh banget dong pastinya malah konten ini juga salah satu tujuan aku ya buat buka instagram” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, informan 1 mengatakan bahwa jenis konten hiburan ini sangat berpengaruh. Lebih lanjut, konten hiburan salah satu konten yang lebih sering diakses oleh informan satu saat melakukan aktivitas penggunaan media sosial Instagram. Sama halnya dengan informan 2, berikut penjelasannya :

“Kalau hiburan, aku kan suka banget nonton *music*, ya jadi itu cukup sih cukup berpengaruh juga ya kayak jadi tau eee misal oh iya ternyata festival musik itu banyak, atau ga film-film itu juga banyak kayak yang tadi sempet aku bilang video-video tutorial masak juga.” (informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, Informan 2 mengatakan konten hiburan cukup berpengaruh. Lebih lanjut, ia pun menjelaskan bahwa banyaknya info yang ia ketahui dari adanya berbagai konten hiburan yang ia lihat/dapatkan. Sama halnya dengan informan 3, berikut penjelasannya :

“Konten hiburan cukup juga berpengaruh, kalau misalkan konten hiburannya misal *traveling* ke suatu tempat menarik buat aku, otomatis aku juga bakal tertarik buat datang ke tempat itu gitu kan, iya sih berpengaruh banget” (informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, informan 3 mengatakan bahwa konten hiburan berpengaruh untuknya, informan tiga pun mengatakan dengana adanya konten hiburan, menarik perhatian dirinya dan tertarik untuk mengikuti berbagai isi konten hiburan tersebut. Sama halnya dengan informan 4 pun menjelaskan adanya pengaruh. Berikut penjelasannya :

“Berpengaruh, karena kan kalau lagi penat pas lagi kerja, terus lagi istirahat buka konten hiburan tuh kek langsung ilang aja gitu stressnya” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, informan 4 menjelaskan bahwa jenis konten hiburan ini berpengaruh. Lebih lanjut, informan

empat mengatakan bahwa konten hiburan ini dapat mengatasi kepenatan untuknya ketika sedang *burnout* dalam pekerjaan. Sama halnya dengan informan 5 menjelaskan hal yang serupa. Berikut penjelasannya :

“Berpengaruh dong” (informan5, wawancara mendalam, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, informan 5 menjelaskan bahwa konten hiburan cukup berpengaruh, khususnya untuk menghilangkan rasa penat setelah melakukan berbagai aktivitas dalam kesehariannya.

Setelah penjelasan di atas, mayoritas kelima informan dalam penelitian ini menyatakan bahwa mereka memiliki resiliensi dalam dimensi *Optimisme*. Dimana, mayoritas kelima informan dalam penelitian ini memiliki kemampuan untuk selalu optimis dan percaya bahwa situasi yang sulit akan berubah menjadi situasi yang baik. Kelima informan juga menyatakan bahwa mereka juga banyak dipengaruhi oleh dimensi *Optimisme*. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan informan yang mengatakan bahwa jenis konten yang bersifat sosial, ekonomi dan hiburan, mempengaruhi mereka khususnya terhadap situasi yang baik.

4. Causal Analysis

Causal Analysis ialah kemampuan/kemahiran Individu dalam mengidentifikasi dengan akurat pemicu permasalahan yang dihadapinya. Dengan arti, Individu yang tidak mampu mengidentifikasi pemicu dalam permasalahan yang di hadapi, maka mereka nantinya terus menerus membuat kesalahan berulang kali dan sebaliknya. Kelima informan memberikan tanggapan mengenai konten yang sering kali muncul secara tiba-tiba. Dimana, kelima informan menyatakan bahwa sering kali mengalami peristiwa tersebut. Berikut penjelasan informan 1:

“Wah lumayan sering tuh kejadian, biasanya sih tertarik untuk melihat dan membacanya sih karena ya bisa aja konten yang muncul itu berita-berita yang lagi viral atau penting gitu” (Informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023)

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, ia menjelaskan bahwa ia cukup sering mengalami kejadian tersebut, dan sering kali ia tertarik untuk melihat serta membaca lebih lanjut konten yang muncul secara tiba-tiba, dimana

informan 1 menjelaskan bahwa konten yang muncul secara tiba-tiba ini penting untuk dilihat. Sama halnya dengan informan 2. Berikut penjelasannya informan 2:

“Oke eee sering kali ya, kita kan mungkin sering menganggap instagram ini mungkin cenayang ya kok kayaknya tau banget gitu. *Let say* mungkin jam-jam malem ya jam-jam *overthinking* kadang galau kayak bener-bener butuh banget nih sebuah afirmasi-afirmasi untuk menenangkan kita atau mengembalikan *mood* kita, nah itu kadang biasanya lagi ga ngapain-ngapain dan biasanya butuh buka instagram *suddenly* kok yang gue butuhkan ada gitu ya otomatis langsung baca dan kadang terus-terusan ada, kalau ga kayak di instagram ads atau instagram *story* kadang kan suka butuh kayaknya gue lagi mau cari hampers nih, nah si instagram ini kayak cenayang aja gitu tiba-tiba ih banyak ya iklan-iklan *hampers*. Nah itu sih biasanya langsung tuh dilihat lebih dalam lagi gitu” (Informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, ia menjelaskan bahwa ia sering kali mengalami peristiwa tersebut. Lebih lanjut, ia mengatakan bahwa Instagram ini seperti paranormal, yang mengetahui kebutuhan yang dibutuhkan oleh penggunanya. Berbeda dengan Informan 3 yang selalu melihat sekilas saja konten yang muncul secara tiba-tiba, dimana hal ini juga disesuaikan dengan isi dari konten tersebut. Berikut penjelasan infroman 3:

“Kalau melihat sekilas doang iya, tapi gak dilanjutin untuk dilihat gitu loh, jadi langsung di skip aja”(informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, ia menjelaskan bahwa ia tidak langsung tergiur untuk membaca sebuah konten yang muncul secara tiba-tiba. Melainkan ia melewati konten tersebut jika memang konten yang muncul tidak menarik bagi dirinya. Sama halnya dengan informan 4 yang memiliki kebiasaan yang serupa. Berikut penjelasannya :

“Biasanya sih kalau emang lagi sesuai sama apa yang kita alamin itu sih aku lihat ya, tapi balik lagi kalau misal konten yang tiba-tiba muncul itu yang gak menarik perhatian buat aku, itu sih langsung aku skip aja itu kayak cuman lihat *cover*, oh ini, yaudah skip, gitu sih” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, ia menjelaskan jika konten yang muncul secara tiba-tiba tidak menarik perhatian bagi dirinya untuk melihat lebih lanjut, maka ia hanya melihat sampul depan dari konten tersebut untuk mengetahui secara garis besarnya saja, setelah itu ia melewatinya tanpa membaca

lebih lanjut. Sama halnya dengan informan 5 yang memiliki kebiasaan serupa. Berikut penjelasannya :

“Hmm kalau misalkan hal yang emang gak suka banget, misalkan ya contoh kayak LGBT ya langsung di skip aja, tapi kalau misalkan kayak konten kan kalau di reels itu ada keterangan ya ini konten gaboleh dilihat karena mengandung kekerasan, kalau tentang itu suka dilihat dikit pasti karena pengen tau apa, tapi tetep diskip sih udah abis itu kalau misalkan hal yang emang gak disukai gitu” (informan 5, wawancara mendalam, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, ia menjelaskan bahwa ia sering melihat terlebih dahulu keterangan yang disajikan dari setiap konten yang ada sebelum ia melihat lebih lanjut konten yang muncul secara tiba-tiba. Lebih lanjut, ia sesekali membaca untuk mengetahui secara garis besar, setelah itu melewatinya. Kemudian, kelima informan juga memberikan pandangan mengenai penyebab dari suatu hal yang sering kali membuat dirinya merasa stress akibat penggunaan Instagram. Berikut penjelasan informan 1 :

“Biasanya nih konten yang ngebuat aku stress itu kayak di ig kan banyak konten yang ngebahas hal yang sama ya, apalagi berita yang lagi trending. Nah biasanya aku tuh suka bingung ngebedain mana konten yang benar dan mana konten yang salah, apalagi kalau belum liat sumber yang terpercaya” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, informan 1 menjelaskan bahwa hal yang bisa membuat ia stress ialah bingung untuk membedakan sebuah konten yang benar dan salah, ditambah lagi banyaknya konten yang memiliki unsur serupa sehingga hal tersebut-lah yang sering kali membuat dirinya stress. Beda halnya dengan informan 2, informan 2 merasakan stress jika menemukan postingan yang tidak disukai, berikut penjelasan informan 2:

“Paling stressnya kalau ya kadang kita posting ya, kadang posting kita tu ya gaada tujuan gitu. Kadang sering banget kan orang-orang tu pada *show off*, gitu ya pada pamer-pamer. Tapi itu pamer juga gak pernah, tapi mungkin pernah adalah dapet komen kayak ah dia posting buat ajang pamer, tapi bingung juga apa yang dipamerin, gue ga pamer apa-apa gitu loh. Terus juga ya *body shaming* juga ya pernah, atau kayak ih bucin banget dah lo. Kadang suka mikir loh in ikan instagram-instagram gue, tapi kok lo yang ribet gitu” (informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, informan 2 menjelaskan bahwa ia sering kali merasa stress jika mendapatkan/menemukan isi

berita yang ia tidak sukai atau konten tersebut memiliki tujuan untuk mengujar kebencian. Sama halnya dengan informan 3, berikut penjelasannya:

“Kayak misal eee apa ya, kayak misal konten yang di beranda nya tuh gak sesuai sama konten yang biasa aku buka gitu, terus kontennya tuh terus ada terus ada meskipun udah aku not interestedin” (informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, informan 3 mengatakan bahwa ia bisa merasakan stress akibat penggunaan Instagram, jika ia mendapatkan suatu berita yang menurutnya tidak sesuai dengan pandangannya, namun konten tersebut terus muncul di beranda instagramnya, meskipun ia sudah melaporkannya ke pihak instagram menggunakan fitur yang telah tersedia. Sama halnya dengan informan 4, berikut penjelasannya:

“Hmm hmm biasanya sih yang ngebuat aku stress itu kalau aku nemuin konten yang gak aku suka, jadi kalau misalnya aku nemuin berita yang memang gak aku suka, kadang itu sih buat aku stress ya haha” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, informan 4 mengatakan bahwa ia sering kali merasa stress jika menemukan konten yang tidak ia sukai. Ia pun menegaskan, jika ia menemukan konten yang tidak ia sukai, hal tersebut-lah dengan mudah bisa membuatnya menjadaii stress. Beda halnya dengan informan 5, berikut penjelaannya :

“Ketika ngebuat stress paling isi konten berisikan yang beulang-ulang dan sama, ya paling itu sih atau informasi yang gak benar dan si konten itu terus muncul, itu aja sih yang suka bikin pusing gitu” (informan 5, wawancara mendalam, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5, informan 5 menjelaskan bahwa banyaknya konten berisikan hal yang sama, membuat ia bingung untuk membedakan mana konten yang benar dan yang salah. Berikutnya, kelima informan juga menjelaskan mengenai kemampuan dalam mengidentifikasi penyebab dari suatu masalah yang didapatkan. Berikut penjelasan informan 1 :

“Tentu iya, sekarang missal nih aku di *judge* sama orang karena aku ngelakuin kesalahan, berarti kan dari situ aku tau penyebabnya karena apa, jadi sekarang balik lagi ke diri sendiri aja gimana cara dia bermain media sosial khususnya instagram ini. Terus juga nih kan di ig tuh kebanyakan konten yang belum bisa dipastikan kebenarannya, nah kalau kita tiba-tiba

terpengaruh sama konten yang membawa dampak buruk kan bahaya juga” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, informan 1 mengatakan bahwa ia bisa mengetahui penyebab suatu masalah dengan baik. Ia pun menegaskan bahwa hal ini kembali lagi pada diri sendiri bagaimana cara dalam bermain media sosial Instagram. Sama halnya dengan informan 2, berikut penjelasannya :

“Hmm bisa bisa, karena kan nyari tau. Jadi harusnya bisa sih” (informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, informan 2 mengatakan ketika ia mendapatkan suatu masalah, maka tahapan yang ia lakukan ialah mencari tahu penyebab dari suatu masalah tersebut. Sehingga, ia pun percaya bahwa ia bisa mengetahui dengan baik penyebab dari suatu masalah yang terjadi. Berbeda dengan informan 3, berikut penjelasannya:

“Kadang engga sih teh, makanya kadang suka butuh bantuan dari orang lain gitu teh” (informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, informan 3 mengatakan bahwa ia sering kali tidak bisa mengetahui dengan baik penyebab dari suatu masalah yang ia dapatkan dari penggunaan media sosial Instagram. Sehingga, ia sering kali membutuhkan bantuan orang lain untuk mencari tahu penyebabnya. Beda tanggapan dengan informan 4, berikut penjelasannya :

“Tau sih ya, karena kan itu semua balik lagi ke diri aku yang punya kuasanya, jadi dari semua masalah yang dihadapi ya aku selalu tau penyebabnya, kalau pun engga biasanya aku cari tahu sendiri, baru deh kayak oh” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, informan 4 mengatakan bahwa ia bisa mengetahui dengan baik penyebab dari suatu masalah yang terjadi. Ia pun mengatakan bahwa sebuah masalah akan muncul jika adanya kesalahan yang diperbuat olehnya, maka jika nantinya akan ada suatu masalah yang muncul, ia bisa mengetahui dengan baik penyebab dari masalah tersebut. Sama halnya dengan informan 5, berikut penjelasannya:

“Hmm cukup sih, cukup mengetahui dengan baik, karena kan kita nih yang punya kuasa dari akun instagram yang kita punya, jadi dari setiap hal yang kita lakuin itu pasti bakal ada impactnya” (informan 5, wawancara mendalam, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, informan 5 mengatakan bahwa setiap hal yang dilakukan tanpa berpikir panjang, maka akan ada dampak yang harus diterima. Ia menegaskan bahwa ia yang mempunyai kuasa akan akun instagram miliknya, sehingga ia bisa mengetahui dengan baik penyebab dari suatu masalah yang terjadi.

Setelah penjelasan diatas, keempat informan dalam penelitian ini memiliki resiliensi dalam dimensi *Casual Analysis*. Dimana, keempat informan dapat mengetahui atau mengidentifikasi penyebab dari permasalahan yang mereka hadapi. Sementara, satu informan dalam penelitian ini sering kali tidak dapat mengidentifikasi dengan baik penyebab dari setiap masalah yang ia hadapi, dimana informan 3 dalam penelitian ini kurang memiliki dimensi *Casual Analysis*.

5. *Empathy*

Empathy adalah kemampuan/kemahiran dalam memiliki pemahaman serta kepedulian terhadap orang lain, empati memiliki keterkaitan yang dekat dengan kemahiran Individu dalam membaca tanda emosional dan psikologis seseorang. Pada penjelasan ini, kelima informan memberikan tanggapan mereka ketika akan mengomentari postingan seseorang di akun Instagram miliknya. Informan 1, 2, 4, dan 5 selalu memikrkan dan mempertimbangkan terlebih dahulu mengenai kondisi seseorang sebelum mengomentari postingannya. Sementara informan 3 langsung mengomentari begitu saja tanpa mempertimbangkan. Berikut penjelasan informan 1 :

“Biasanya mempertimbangin terlebih dahulu sih” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, informan 1 menjelaskan bahwa ketika ia ingin mengomentari sesuatu hal di Instagram, ia selalu mempertimbangkan kondisi terlebih dahulu. Sama halnya dengan informan 2, berikut penjelasannya :

“Pasti, pasti mikir dulu.. jujur aku tuh bukan tipe yang sering komen postingan orang atau misalkan *reply story* orang. Kalau memang dia bukan

temen dekat aku banget gitu, paling ya kalau komen, komen-komen aku ya standar paling kalau cewek ya aku komen cantik gitu gtu aja sih” (informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, informan 2 menjelaskan bahwa ia selalu memikirkan dan mempertimbangkan terlebih dahulu mengenai kondisi seseorang yang akan ia komentari. Beda halnya dengan informan 3, berikut penjelasannya :

“Kalau postingannya temen dekat aku yang dekat banget gitu, aku pasti langsung komen aja sih mau lagi becanda juga aku langsung komen” (informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, informan 3 mengatakan bahwa ia langsung mengomentari begitu saja berbagai postingan yang ia komentari, tanpa memikirkan terlebih dahulu kemungkinan dari kondisi orang tersebut. Beda halnya dengan informan 4, berikut penjelasannya :

“Kalau aku sih mempertimbangkan kondisi dulu ya, aku kan bukan tipe yang suka komentar-komentar gitu, paling kalau komentar itu ke orang-orang terdekat aja, tapi meskipun orang itu dekat sama aku ya biasanya aku pikirin dulu nih dia moodnya lagi gimana, takutnya lagi jelek, jadi takut yang niatnya bercanda eh tapi dia nya baper. Jadi lebih dipikirin dulu sih kondisinya lagi gimana, gitu” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, informan 4 mengatakan bahwa sebelum mengomentari sesuatu hal, ia selalu mempertimbangkan kondisi terlebih dahulu. Lebih lanjut, ia pun tidak termasuk dalam kriteria orang yang memberi komentar pada berbagai postingan. Sama halnya informan 5 pun memiliki pandangan yang serupa, berikut penjelasannya :

“Mikirin perasaan dia gitu ya, oke kalau untuk itu sih lebih ke mikirin dia dulu ya karena kan cara ngebahagiain diri sendiri beda-beda, mungkin kan dia ketika ngepost ya memang lagi pengen kayak gitu. Jadi kalau pun mau komen, mau ngejudge, atau nyangguh pun tetep sih ngejaga dulu perasaan, siapa tau dia gitu tuh karena lagi a b c d yang kita gak tau, jadi lebih ngejaga dulu sih gak seenaknya komen atau ngekoreksi dia” (informan 5, wawancara mendalam, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, informan 5 mengatakan bahwa ia selalu memikirkan perasaan orang terlebih dahulu, sebelum mengomentari postingan yang ada. Hal ini pun ia lakukan untuk menjaga perasaan

seseorang yang akan ia komentari, karena menurutnya ia sebagai pengguna Instagram tidak dapat mengetahui bagaimana kondisi atau perasaan setiap manusia.

Setelah penjelasan di atas, menyatakan bahwa mayoritas informan dalam penelitian ini memiliki resiliensi dalam dimensi *Empathy*, dimana keempat informan dalam penelitian ini selalu mempertimbangan kondisi seseorang sebelum mengomentari postingan atau story seseorang di Instagram. Sementara informan 3 kurang memiliki resiliensi pada dimensi *Empathy*, hal ini dikarenakan informan 3 tidak mempertimbangkan terlebih dahulu kondisi seseorang ketika akan mengomentari postingan seseorang tersebut.

6. Self Efficacy

Self-efficacy adalah akhir/hasil dari pemecahan masalah yang berhasil. Dalam hal ini, Individu memiliki suatu kepercayaan bahwasanya kita bisa memecahkan masalah dan menggapai kesuksesan. Pada penjelasan ini, kelima informan memberikan pandangan mengenai keyakinan yang mereka miliki dalam mengatasi berbagai masalah yang didapatkan dari aktivitas penggunaan Instagram. Informan 1, 2, 4, dan 5 memiliki keyakinan bahwa ia dapat mengatasi berbagai masalah atau pun kesulitan yang ia dapatkan. Sedangkan informan 3 tidak memiliki keyakinan untuk mengatasi masalah yang mungkin saja akan didapatkan dari adanya penggunaan instagram. Berikut penjelasan informan 1 :

“Yakin sih, karena aku juga termasuk orang yang yakin sama kepribadian diri sendiri jadi ya bisa mengatasi berbagai masalah yang dipicu akibat penggunaan instgram ini, dan emang termasuk orang yang cuek juga plus gak pernah berani dan niat untuk membagikan konten negatf gitu” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, informan 1 menjelaskan bahwa ia memiliki keyakinan untuk mengatasi berbagai masalah yang mungkin saja akan muncul. Lebih lanjut, ia menegaskan bahwa ia memiliki kepribadian yang cuek dan tidak pernah membagikan hal-hal yang bermuatan negative di instagram. Sama halnya dengan informan 2, berikut penjelasannya:

“Ya bisa sih yakin, *so far* karena maksudnya ya balik lagi sih karena kan kita yang handle akun kita, ya kalau aku pribadi sih ya aku bisa sih untuk menanganinya” (informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, informan 2 menjelaskan bahwa ia yakin dapat menangani berbagai masalah. Selain itu, ia pun mengatakan bahwa semua hal ini tergantung dari bagaimana cara kita menggunakan instagram yang kita miliki sendiri. Beda halnya dengan informan 3 yang tidak memiliki keyakinan. Berikut penjelasannya :

“Engga, engga yakin sih kalau bisa ngatasin sendiri, harus butuh bantuan orang lain” (informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, informan 3 menjelaskan bahwa ia tidak yakin dengan dirinya bahwa ia dapat menangani berbagai masalah yang ia dapatkan. Lebih lanjut, ia menegaskan bahwa ia selalu membutuhkan bantuan dari temannya. Beda halnya dengan informan 4, berikut penjelasannya :

“Kalau aku pribadi sih, yakin ya kalau aku bisa ngatasin masalah yang aku dapatkan dari aktivitas instagram ini” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, informan 4 menjelaskan ia yakin bahwa ia bisa mengatasi berbagai masalah yang akan ia dapatkan dari aktivitas penggunaan Instagram ini. Sama halnya dengan informan 5, berikut penjelasannya:

“Yakin dong, yakin bisa ngatasin masalahnya” (informan 5, wawancara mendalam, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, informan 5 mengatakan bahwa ia yakin dan bisa mengatasi suatu masalah yang mungkin saja akan ia dapatkan dari aktivitas bermedia sosial Instagram ini. Setelah penjelasan di atas, informan dalam penelitian ini mayoritas memiliki resiliensi dalam dimensi *Self-efficacy*. Dimana, keempat informan memiliki keyakinan dalam memecahkan masalah. Sementara Informan 3 tidak memiliki keyakinan dalam memecahkan suatu masalah yang ia hadapi dalam penggunaan Instagram.

Kemudian kelima informan dalam penelitian ini menyatakan bahwa resiliensi *online* mereka, jika ditanyakan mengenai perubahan, mereka mengatakan bahwa hal ini sesuai dengan dimensi *Self-efficacy*, hal ini dibuktikan dengan

pernyataan informan yang mengatakan bahwa dari adanya pengaruh yang ia rasakan terhadap berbagai jenis konten. konten yang bersifat sosial, dan ekonomi memberikan pengaruh positif bagi kelima informan, terutama dalam keyakinan untuk mencapai kesuksesan. Berikut penjelasan informan 1 :

“Ya gitu kayak yang udah aku *mention* tadi, kadang jadi ketagihan buat buka instagram kalau udah tertarik sama satu hal yang bagus. Tapi balik lagi nih kalau misal ada konten sosial yang berpengaruh buruk yaa aku acuh aja gitu karena takut bawa dampak buruk aja” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023)

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, informan 1 menjelaskan bahwa ia akan mengabaikan konten sosial yang dapat memberikan pengaruh buruk bagi dirinya, akan tetapi jika informan 1 sudah tertarik dengan suatu hal yang menarik bagi dirinya, maka informan 1 terkadang ketagihan untuk membuka jenis konten sosial tersebut secara berulang. Sama halnya dengan informan 2, berikut penjelasannya :

“Oke, kalau misalkan yang membuat insecure itu pasti ada, pernah la gitu, sesimple mungkin kadang misalkan kita lagi di fase jerawat parah pengen banget punya kulit bagus gitu, kadang liat postingan-postingan yang seharusnya itu menjadi motivasi ya awalnya itu bikin *insecure* parah, stress dan segala macam, sampai akhirnya aku mikir kalau gue gini terus percuma dong gak akan beres yang ada ni muka makin parah. Yauda deh akhirnya kita ubah jadinya itu sebagai hal yang memotivasi kita. Akhirnya aku mikir gak mungkin dong orang mukanya tiba-tiba glowing, pastinya dia pernah merasakan di fase-fase seperti yang aku alami, nah akhirnya aku suka tuh eee buka instagram *influencer* itu yang karena dia pernah menceritakan sebuah *journey* misalkan jerawat, aku tuh jadi suka baca oh dia nih pernah pake produk ini, akhirnya aku ikutin. kayak gitu sih bel” (informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, informan 2 mengatakan bahwa perubahan sosial yang dirasakan terkadang membuat dirinya tidak dapat tampil percaya diri, hal ini dikarenakan berbagai jenis konten mengenai gaya berpakaian serta gaya hidup yang ia terima. Meski begitu, ia sering kali memotivasi dirinya untuk tidak terlalu larut dalam fase yang ia terima. Sama pandangan dengan informan 3, berikut penjelasannya :

“Contohnya kayak sekarang aku kan kerja sambil kuliah, nah disitu aku lowongan pekerjaannya aku itu dapet dari instagram kayak gitu. Intinya jadi ketagihan buat buka instagram sih buat dapetin info lowongan-lowongan pekerjaan lainnya gitu” (informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, informan 3 menjelaskan dari konten sosial yang ia terima, ia menjadi ketagihan untuk terus membuka jenis konten sosial. Lebih lanjut, perubahan yang ia dapatkan ialah ia bisa mendapatkan pekerjaan dari sebuah konten sosial yang ia terima. Sama halnya dengan informan 4 yang memiliki perubahan serupa, berikut penjelasannya :

“ Iya betul, jatohnya sih kayak jadi ketagihan ya buat lihat konten-konten sosial ini, tapi untuk sisi positif ya, kalau misal kontennya emang punya unsur negative gitu sih aku gak aku ikutin dan langsung skip aja, tapi kalau konten sosialnya punya banyak unsur positif, itu pasti ngebuat aku jadi ketagihan terus buat buka, gitu sih” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, ia mengatakan bahwa perubahan sosial yang ia dapatkan setelah ia diterpa konten sosial secara berulang di Instagram, ia menjadi ketagihan untuk terus mengaksesnya. Lebih lanjut, konten sosial sering kali memberikan dampak positif bagi dirinya. Sama halnya dengan informan 5 memiliki perubahan sosial yang hampir serupa, berikut penjelasannya :

“Hmm perubahannya itu kalau ini kan lebih ke poin positif ya, lebih ke oh iya bener juga sih paling kayak ada perubahan untuk si gaya hidup, mungkin kalau yang poin baiknya itu berarti kita harus kayak gini nih, atau misalkan si isi kontennya tentang misalkan cara kita menghargai orang, oh berarti bener nih kita harus menghargai orang, kalau orang diluar sana ternyata a b c d, mungkin lebih ke gitu sih ada ngaruhnya juga untuk ke kehidupan. Lebih meningkatkan kepedulian untuk hal-hal yang berbaur sosial lah intinya” (informan 5, wawancara mendalam, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, ia menyebutkan bahwa dengan menerima konten sosial, memberikan perubahan sosial secara signifikan bagi dirinya, dimana informan 5 mengatakan perubahan sosial yang didapatkan mengubah dirinya untuk lebih meningkatkan kepedulian untuk hal-hal yang bermuatan positif. Kemudian, kelima informan juga menjelaskan mengenai pengaruh positif yang dirasakan akibat konten-konten ekonomi. Berikut penjelasan informan 1 :

“Ini sih kalau udah ngeliat konten ekonomi nih kayak tentang investasi, itu tuh kayak ngebuat aku jadi ngepush diri aku sendiri gitu buat kerja keras biar bisa ngelakuin investasi kan lumayan juga untuk jangka panjang kedepannya haha ditambah lagi jadi banyak pengetahuan lah yang aku dapet tentang perekonomian ini” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1, informan 1 mengatakan bahwa dengan adanya berbagai konten ekonomi yang ia lihat di Instagram, membuat informan satu menjadi lebih banyak mendapatkan pengetahuan mengenai perekonomian, terlebih mengenai bagaimana cara berinvestasi. Sehingga, membuat informan satu menjadi lebih bekerja keras dalam mencari uang. Sama halnya dengan informan 2, berikut penjelasannya :

“Jadi membawa perubahan juga tentunya untuk tidak boros dan bekerja keras biar bisa ngikutin investasi haha” (informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, informan 2 mengatakan bahwa perubahan yang ia rasakan dari adanya konten ekonomi ini membawa perubahan bagi informan dua untuk tidak boros dan membuat informan dua lebih semangat dalam bekerja, terutama dalam memenuhi kebutuhan dirinya untuk belajar berinvestasi. Sama halnya dengan informan 3, yang memiliki perubahan serupa, berikut penjelasannya :

“Lebih ke kerjanya harus giat aja gitu biar aku bisa dapet produk apa yang aku mau aja gitu” (informan3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, informan 3 menjelaskan bahwa konten ekonomi membawa perubahan bagi dirinya untuk lebih bekerja keras agar bisa memenuhi segala keinginan dan kebutuhan yang diharapkan. Berbeda tanggapan dengan Informan 4, berikut penjelasannya :

“Hm kalau buat aku pribadi sih ngebuat boros banget ya, karena kalau misal lihat yang bagus, langsung beli, gitu sih jadi lebih sering keluar uang buat beli sesuatu yang aku lihat di instagram gitu haha” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 4, informan 4 menjelaskan bahwa perubahan yang ia rasakan membuat informan empat menjadi lebih boros, karena dengan adanya konten ekomini ini membuat informan satu menjadi lebih sering membeli kebutuhan dan keinginannya. Berbeda dengan informan 5 merasakan perubahan yang tidak serupa, berikut penjelasannya :

“Oke kalau untuk ekonomi setelah melihat beberapa konten di Instagram itu lebih ke duh kayaknya ekonomi di sekitar nih kurang baik, nah bagaimana nih sekiranya untuk memperbaiki ekonomi yang sekitar aja dulu misalkan

gimana sih caranya membuat lapangan kerja untuk orang-orang sekitar dulu, gimana sih caranya paling kayak gitu sih nah paling step by step nya mungkin bakal berpengaruh juga nih untuk poin poin hal besar yang meningkat gitu dari bawah ke atas sih kalau ekonomi lebih ke aduh harus semangat nih mumpung masih muda kan jadi harus bisa memperbaiki juga ekonomi disekitar setelah itu bisa lah nextnya siapa tau ada rezekinya untuk yang lebih” (informan 5, wawancara mendalam, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, informan 5 mengatakan bahwa konten ekonomi membawa perubahan yang cukup signifikan bagi informan lima, dimana perubahan ini membuat dirinya untuk lebih giat lagi dalam meningkatkan penghasilan ekonomi supaya dapat memperbaiki serta membantu ekonomi disekitarnya. Lebih lanjut, informan 5 memiliki usaha fashion online di media sosial Instagram.

7. *Reaching Out*

Reaching Out adalah kemampuan/kemahiran Individu supaya bisa mengatasi masalah dan bangkit dari keterpurukan. Sering kali Individu tidak bisa untuk melakukan untuk bangkit dari masalah, dikarenakan Individu tersebut memegang pedoman agar menghindari kegagalan. Pada penjelasan ini, kelima informan memberikan tanggapan mengenai apa yang mereka rasakan, setelah mengalami kesulitan atau masalah yang didapatkan selama bermedia sosial Instagram. Berikut penjelasan infroman 1:

“Ya tentunya menjadi lebih hati-hati dong dalam penggunaan instagram ini, karena kan sering juga banyak informasi yang belum tentu bener” (informan 1, wawancara mendalam, 12 April 2023) .

Seperti kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, informan 1 menjelaskan bahwa ia akan lebih berhati-hati dalam bermedia sosial. Terlebih dalam memilah berbagai konten yang didapatkan, selain itu ia pun menegaskan bahwa sering kali mendapatkan informasi yang belum teruji kebenarannya. Sehingga membuatnya untuk lebih berhati-hati. Sama halnya dengan informan 2, berikut penjelasannya:

“Oh oke, kalau misalkan nih ada masalah dari penggunaan instagram, tentu kedepannya akan lebih hati-hati lagi ya dalam menggunakan instagram. Ya intinya lebih berhati-hati lagi sih dalam bermedia sosial” (informan 2, wawancara mendalam, 16 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, informan 2 menjelaskan bahwa kedepannya ia akan lebih berhati-hati dalam bermedia sosial. Beda pandangan dengan informan 3, berikut penjelasannya :

“Biasanya yang aku pikirin ya sering kai merasa Lelah sih, terus juga kadang ya hmm suka ngerasai stress, kadang aku juga mikir instagram ini kenapa sih gitu-gitu” (informan 3, wawancara mendalam, 19 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, informan 3 mengatakan bahwa ia merasa bahwa ia sering kali merasa lelah dan stress yang cukup lama. Berbeda halnya dengan informan 4, berikut penjelasannya:

“Kalau aku sih selalu menjadikan masalah yang aku hadapi itu menjadi sebuah pelajaran buat aku ya, gimana caranya biar aku bisa memepbaiki diri aku biar lebih baik kedepannya, gak pernah aku sesalin, tapi ya aku jadiin itu semua pelajaran buat aku kedepannya” (informan 4, wawancara mendalam, 25 April 2023).

• Seperti kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, informan 4 mengatakan bahwa yang ia rasakan dan pikirkan ialah menjadikan suatu masalah/kesulitan menjadi sebuah pelajaran untuk bisa memperbaiki diri menjadi lebih baik kedepannya. Beda halnya dengan informan 5, berikut penjelasannya :

“Yang dipikirkan dan dirasakan hmm paling ada sepintas ya orang-orang kayaknya gak ada kesedihan ya. Karena di sosial media kan seseorang cenderung menonjolkan kebahagiaan ya ketimbang kesusahan, jadi oke lebih ke berhati-hati sih setelah mendapatkan masalah tersebut terus belajar dari masalah yang dihadapi dan yang terakhir yakin percaya bahwa diri sendiri bisa menyelesaikan masalah tersebut” (informan 5, wawancara mendalam, 28 April 2023).

Seperti kutipan wawancara dengan informan 5 di atas, informan 5 menjelaskan bahwa ia merasa akan lebih berhati-hati dalam bermedia sosial Instagram. Karena menurutnya, saat ini orang lebih banyak cenderung menonjolkan hal-hal yang terkadang berdampak buruk bagi penggunanya yang lain.

Setelah penjelasan di atas, mayoritas informan dalam penelitian ini memiliki resiliensi dalam dimensi *Reaching Out*, dimana keempat informan memiliki kemampuan untuk mengatasi masalah dan bangkit dari keterpurukan. Berbeda halnya dengan informan 3 yang tidak memiliki kemampuan pada dimensi *Reaching Out*, hal ini juga disebabkan karena ia tidak memiliki memiliki skor *Resilience Quotient* yang tinggi pada faktor *Casual Analysis* dan *Self-efficacy*.

Tabel 4.3 Dimensi Resiliensi Online Kelima Informan

Dimensi	Irsyad (Informan 1)	Rafika (Informan 2)	Putri (Informan 3)	Siva (Informan 4)	Cici (Informan 5)
<i>Emotion Regulation</i>	Memiliki sikap tidak peduli terhadap konten-konten yang bermuatan <i>negative</i> .	Tidak mengambil pusing terhadap konten <i>negative</i> ,	Tidak dapat mengontrol emosi, sehingga sering kali meluapkan ketidaksukaan.	Sering kali memanfaatkan fitur yang disediakan di Instagram.	Selalu mengabaikan dan bersikap acuh ketika mendapatkan konten yang tidak disukai.
<i>Impulsive Control</i>	Dapat mengontrol diri dengan cara tidak memperdulikan tekanan yang muncul akibat penggunaan Instagram.	Mengurangi penggunaan Instagram.	Sering merasa tidak jadi diri sendiri, akibat tekanan dan keinginan yang muncul.	Selalu berpikir tenang dalam menanggapi tekanan yang muncul.	Selalu bersikap realistis dan mensyukuri segala pencapaian.
<i>Optimism</i>	Percaya untuk mengatasi masalah yang muncul.	Menganggap pengaruh yang dirasakan, akan merubah menjadi situasi yang baik.	Percaya untuk memberikan perubahan yang baik.	Menganggap semua kejadian ada hikmah.	Percaya situasi buruk akan menjadi situasi baik.
<i>Casual Analysis</i>	Dapat mengidentifikasi penyebab dari situasi/masalah yang terjadi.	Selalu mencari tahu penyebab dari suatu masalah yang terjadi untuk memastikan penyebab yang dialami.	Mebutuhkan bantuan teman untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi.	Bisa mengetahui penyebab dari masalah yang terjadi.	Menganggap bahwa memiliki kuasa akan akun Instagram miliknya, sehingga bisa mengetahui dengan baik penyebab dari masalah yang terjadi.
<i>Empathy</i>	Memiliki kepedulian akan kondisi psikologis seseorang, khususnya dalam berkomentar.	Memikirkan segala sesuatu terhadap orang lain.	Tidak memiliki pemahaman atau kepedulian terhadap orang lain.	Memiliki sikap untuk selalu memikirkan kondisi orang lain.	Selalu menjaga perasaan orang lain.
<i>Self-efficacy</i>	Yakin, karena memang percaya diri sendiri	Yakin, karena balik lagi punya kuasa atas	Engga, karena memang butuh bantuan orang lain.	Yakin bisa ngatasin segala	Yakin, karena semua sesuatu yang

		akun diri sendiri		masalah yang dihadapi.	terjadi pasti ada punya tujuannya.
Reaching Out	Lebih berhati-hati.	Mencoba untuk lebih hati-hati dalam bermedia sosial Instagram.	Lebih ke Pusing, Lelah, dan Stress	Memperbaiki diri dan dijadikan pelajaran kedepannya	Berhati-hati dan belajar dari masalah yang telah dihadapi.

Sumber : Olahan Peneliti

Informan 1, 2, 4, dan 5 dalam penelitian ini memiliki resiliensi online. Sementara Informan 3 dalam penelitian ini kurang memiliki resiliensi online. Terlihat dari dimensi-dimensi resiliensi online yang ia miliki. Pada dimensi Emotion Regulation, keempat informan mempunyai kemampuan/kemahiran untuk tetap tenang pada saat situasi mencekam atau menekan, meski mereka sering kali dihadapi dengan konten-konten yang bermuatan negatif, sementara informan 3 tidak memiliki kemampuan untuk mengontrol atau mengendalikan dirinya. Pada dimensi Impulsive Control, keempat informan dalam penelitian ini memiliki kemampuan untuk tetap tenang mengendalikan keinginan yang muncul dalam diri akibat aktivitas penggunaan Instagram, sementara Informan 3 tidak mampu mengendalikan dirinya, sehingga ia sering kali merasa tidak menjadi diri sendiri. Pada dimensi Optimism, Kelima informan memiliki kemampuan untuk selalu optimis dan yakin bahwasanya kondisi sulit akan berubah menjadi situasi yang baik. Pada dimensi Causal Analysis, mayoritas informan memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi penyebab dari permasalahan yang mereka hadapi, sementara Informan 3 dalam penelitian ini tidak mahir dalam mengidentifikasi pemicu permasalahan yang dihadapi. Pada dimensi Empathy, mayoritas informan memiliki kemampuan kepedulian dalam memahami orang lain, sementara Informan 3 tidak memiliki kepedulian. Pada dimensi Self-Efficacy, mayoritas informan memiliki keyakinan dalam memecahkan suatu masalah, sementara Informan 3 tidak memiliki keyakinan dalam memecahkan suatu masalah yang ia hadapi dalam penggunaan Instagram. Pada dimensi Reaching Out, mayoritas informan mempunyai kemampuan/kemahiran dalam mengattasi masalah serta bangkit dari adanya keterpurukkan, sementara Informan 3 tidak memiliki kemampuan dalam mengatasi masalah.

Selain itu, jika dikaitkannya dengan jenis-jenis konten, seperti Sosial, Ekonomi, Politik, dan Hiburan. Kelima informan juga menyatakan bahwa mereka

banyak dipengaruhi oleh dimensi Optimisme. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan informan yang mengatakan bahwa jenis konten yang bersifat sosial, ekonomi dan hiburan, mempengaruhi mereka khususnya terhadap situasi yang baik. Kemudian kelima informan dalam penelitian ini menyatakan bahwa resiliensi online mereka, jika ditanyakan mengenai perubahan, mereka mengatakan bahwa mereka dipengaruhi oleh dimensi Self-efficacy, hal ini dibuktikan dengan pernyataan informan yang mengatakan bahwa dari adanya pengaruh yang ia rasakan terhadap berbagai jenis, memberikan pengaruh positif bagi kelima informan, terutama dalam keyakinan untuk mencapai kesuksesan.

Temuan Menarik :

1. Secara umum, mayoritas Informan dalam penelitian ini memiliki Resiliensi *Online*, sementara satu Informan dinyatakan kurang memiliki Resiliensi *Online*. Keempat Informan tersebut ialah Informan 1, Informan 2, Informan 4, dan Informan 5. Hal ini ditunjukkan oleh faktor dimensi resiliensi *online* yang dimiliki, dimana empat dari kelima informan memiliki ketujuh dimensi resiliensi *online* dalam aktivitas penggunaan Instagram, seperti *Emotion Regulation*, *Impulsive Control*, *Optimisme*, *Casual Analysis*, *Empathy*, *Self-Efficacy*, dan *Reaching Out*. Sementara Informan 3 dalam penelitian ini dinyatakan kurang memiliki resiliensi *online*, hal ini dikarenakan Informan 3 dalam penelitian ini hanya memiliki satu faktor dimensi resiliensi *online*, ialah *Optimisme*. Selain itu, faktor usia salah satu penyebab Informan 3 kurang memiliki resiliensi *online*, karena jika dikaitkan dengan perkembangan secara psikologis, usia 18 tahun sedang mencari identitas dan jati diri, sehingga usia tersebut masih tergolong labil dan tidak memiliki kuasa penuh atas pengendalian diri sendiri.
2. Secara khusus, jika dikaitkan dengan resiliensi terhadap jenis konten, kelima informan menyatakan bahwa resiliensi online mereka lebih banyak dipengaruhi oleh dimensi Optimisme. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan informan, yang mengatakan bahwa konten yang bersifat Sosial, Ekonomi, dan Hiburan mempengaruhi mereka, khususnya dalam hal positif. Sebagaimana dengan definisi optimisme yang menyatakan bahwasannya situasi yang sulit dapat berubah menjadi sebuah situasi yang baik.

3. Ketika ditanyakan mengenai perubahan setelah mendapatkan terpaan dari empat jenis konten, kelima informan menyatakan bahwa resiliensi online mereka banyak dipengaruhi oleh dimensi Self-efficacy. Hal ini dikarenakan, setelah mereka mengalami perubahan, mereka memiliki sebuah keyakinan dalam memecahkan masalah bahwa pengaruh dari adanya jenis-jenis konten yang telah mereka terpa, dapat membuat mereka mencapai kesuksesan.

4.3. Diskusi Teoritik

Penelitian ini difokuskan untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan yaitu terkait dengan resiliensi online khayalak dewasa awal pengguna Instagram di Kawasan Urban. Penelitian ini telah berupaya untuk mengeksplorasi konsep resiliensi online atau kemampuan khalayak dewasa awal yang tinggal di Kawasan Urban dalam penggunaan media sosial Instagram dengan menggunakan teori Uses and Effects serta berbagai dimensi pada konsep Resiliensi Online. Berangkat dari permasalahan tersebut, sehingga penelitian ini penting untuk dilakukan. Pertama, seiring dengan tingginya penggunaan Instagram di kalangan dewasa awal yang tinggal di Kawasan Urban, sehingga penting untuk peneliti mengetahui resiliensi online dewasa awal di Kawasan Urban ketika sedang menggunakan Instagram. Kedua, semakin maraknya informasi tidak disaring dengan benar oleh penggunanya, dapat memberikan pengaruh tidak baik untuk kondisi psikologisnya. Ketiga, masih adanya dewasa awal yang tidak bisa mengidentifikasi penyebab dari suatu masalah yang dihadapi. Keempat, dari penggunaan Instagram, masih adanya dewasa awal yang merasa stress karena tidak dapat membedakan respons seperti apa yang harus diberikan pada konten-konten yang bermuatan positif atau pun negatif. Kelima, literasi digital saat ini merupakan suatu hal sangat penting bagi pemakai media sosial, khususnya dewasa awal, secara khusus sebanyak 71% dewasa-awal memperoleh berbagai jenis informasi dari media sosial. Sehingga dewasa awal perlu memiliki kemampuan yang dapat membantu mereka dalam memberikan tanggapan pada berbagai faktor risiko.

Konsep resiliensi online di Indonesia khususnya pada kalangan dewasa awal merupakan istilah konsep yang belum banyak dipahami. Selain itu, untuk melihat resiliensi online khalayak pengguna media sosial saat ini juga belum banyak dilakukan. Meski sejatinya mereka sudah memiliki kebiasaan untuk menggunakan media sosial Instagram setiap harinya, hal ini tidak dapat dipungkiri bahwa dewasa awal pengguna media sosial ini mampu menyikapi berbagai faktor risiko ataukah sudah memiliki kemampuan yang banyak untuk bisa membedakan respons yang perlu diberikan. Selain Informan dalam penelitian ini menggunakan Instagram secara aktif setiap harinya, hal inipun tentu saja telah serupa dengan karakteristik umur mereka yang dimana, dewasa awal usia 18-25 tahun ini tercatat menduduki peringkat pertama dalam penggunaan media sosial Instagram, secara tidak langsung dewasa awal 18 – 25 tahun dapat dikatakan sudah lekat dengan penggunaan Instagram dalam kegiatan kesehariannya.

- Selanjutnya, dalam penggunaan Instagram tentunya pengguna dapat menerima dan mengakses berbagai jenis konten yang diterima. Seperti konten Sosial, Ekonomi, Politik bahkan Hiburan sekali pun. Namun, berbagai jenis konten yang diterima dapat memberikan dua aspek yang dapat mempengaruhi manusia sebagai pengguna media sosial, yaitu aspek negative dan juga positif. Bagi pemilik akun, mungkin mereka hanya ingin membagikan kehidupan mereka, seperti hobi, suasana hati, dan sebagainya. Sementara penonton yang melihatnya dapat menilai dan memberikan pandangan pada sisi negative. Sehingga penting untuk dewasa awal membutuhkan kestabilan emosi yang baik, karena pada masa tersebut termasuk masa transisi seseorang, baik transisi secara fisik (physical transition), transisi secara intelektual (cognitive transition), serta transisi peran sosial (social role transition). Secara umum, rata-rata resiliensi usia 18-25 tahun masih dikatakan rendah, dimana mereka tidak tahan terhadap tekanan dan condong lebih pesimis pada masa depan, terlebih saat mengalami situasi yang mengekam.

Temuan utama yang dapat ditindaklanjuti untuk diskusi teoritik dalam penelitian ini adalah temuan terkait resiliensi online pengguna Instagram, dewasa awal usia 21 – 25 tahun yang tinggal di Kawasan Urban dalam penelitian ini, memiliki kemampuan resiliensi online, sementara dewasa awal usia 18 tahun kurang memiliki resiliensi online. Hal ini ditunjukkan oleh faktor dimensi resiliensi

online yang dimiliki, dimana empat dari kelima informan memiliki ketujuh dimensi resiliensi online dalam aktivitas penggunaan Instagram, seperti Emotion Regulation, Impulsive Control, Optimisme, Casual Analysis, Empathy, Self-Efficacy, dan Reaching Out. Sementara Informan 3 dalam penelitian ini dinyatakan kurang memiliki resiliensi online, hal ini dikarenakan Informan 3 dalam penelitian ini hanya memiliki satu faktor dimensi resiliensi online, ialah Optimisme. Selain itu, temuan ini juga disebabkan oleh faktor usia yang dimana jika dikaitkan dengan perkembangan secara psikologis, usia 18 tahun sedang mencari identitas dan jati diri, sehingga usia tersebut masih tergolong labil, dan tidak bisa memiliki kuasa penuh atas pengendalian diri sendiri. Dalam penelitian ini pun, Informan dengan usia 18 tahun dinyatakan kurang memiliki resiliensi online, karena ia tidak mampu mengendalikan dirinya untuk bangkit dari berbagai tekanan atau situasi negatif yang ia hadapi. Sehingga, keempat informan dengan usia 21 – 25 tahun dinyatakan memiliki resiliensi online, karena faktor usia mereka sudah matang secara psikologis, selain itu dalam konteks penelitian ini tingkat pendidikan sangat memberikan pengaruh terhadap resiliensi online, dimana semakin tinggi tingkat pendidikan, maka akan semakin kritis seseorang, sehingga akan memiliki resiliensi online yang lebih baik.

Sementara, temuan menarik yang dapat ditindaklanjuti untuk diskusi teoritik dalam penelitian ini adalah. Terkait dengan durasi penggunaan Instagram, Informan 5 tergolong heavy viewers. Dimana, ia memiliki intensitas penggunaan selama lima jam perhari. Menurut data We,Are,Social pada Januari 2023 mengatakan, idealnya seseorang dikatakan aktif menggunakan Instagram dengan durasi penggunaan selama 60 hingga 180 menit perhari. Lalu, mengenai dengan keempat jenis konten, konten politik merupakan konten yang tidak banyak dicari/akses. Sementara, berdasarkan data dari Universitas Airlangga mengenai Cyberspace Media Sosial serta Konsumsi kolektif Masyarakat Urban pada December 2018, menyatakan Masyarakat Urban lebih banyak mengkonsumsi Konten Politik dan Ekonomi. Selain itu, dalam penelitian ini diasumsikan bahwa temuan ini dipengaruhi oleh jenis kelamin. Dimana, informan dalam penelitian ini dominan perempuan. Sementara, topik mengenai politik identik dengan laki-laki. Selain itu, terkait resiliensi online secara khusus jika dikaitkan dengan jenis konten,

adanya temuan perubahan individu akibat terpapar konten yang diterima, menunjukkan bahwa resiliensi online mereka dapat dikatakan tinggi. Dimana, setelah mereka mengalami perubahan, mereka memiliki keyakinan bahwa perubahan yang mereka rasakan dapat membuat mereka menjadi lebih baik, hal ini pun sesuai dengan dimensi “Optimisme” dan “Self-efficacy”

Dari berbagai hasil yang sudah dipaparkan, kebaruan yang dapat ditawarkan pada penelitian ini ialah terkait teori Uses and Effects serta berbagai dimensi pada konsep Resiliensi Online. Jika melakukan tinjauan literature pada penelitian terdahulu, tidak adanya penelitian sebelumnya yang membahas terkait dengan penggunaan media yang menerapkannya dengan konsep resiliensi online. Yang peneliti temukan hanya adanya persamaan dari konsep resiliensi online yang digunakannya saja, namun adanya perbedaan dari objek dan subjek. Dimana, penelitian sebelumnya ini berjudul “Resiliensi Online Siswa SMP Ditinjau dari Gaya Komunikasi Guru dan Regulasi Moral Siswa pada Masa Pandemi Covid di Yogyakarta”. Selain itu, terkait dengan konsep yang digunakan, pada penelitian ini menggunakan konsep Resiliensi Online dan Penggunaan Media Instagram sebagai konsep utama. Hal ini dapat mengembangkan konsep yang ada di Teori Kultivasi. Dimana, Teori Kultivasi mengatakan bahwa terpapar dari sebuah media dapat dikaitkan dengan persepsi. Sementara, dalam penelitian ini terpapar yang dilihat dari adanya intensitas penggunaan media yang dikaitkan dengan Resiliensi.

