

**Pengaruh Penggunaan Fitur Instagram Stories dan *Interface Design* Instagram Terhadap  
Kepuasan Menggunakan Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Gunadarma**

Ade Ahmad Fathoni

*Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma, Adeahmadfathoni10@gmail.com*  
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Fitur Instagram Stories dan *Interface Design* Terhadap Kepuasan Menggunakan Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma. Jenis penelitian ini menggunakan teori Media Baru dan *Uses And Gratification*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi yang terdapat pada Mahasiswa dan Mahasiswi Gunadarma Fakultas Komunikasi 2017 berjumlah 455 orang dan diambil sampel dengan menggunakan eror sebesar 10% maka jika di bulatkan diperoleh 82 orang yang akan menjadi responden. Dan untuk pengambilan sampel, penulis menggunakan teknik hitung dengan rumus *Slovin*. Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa Fitur Instagram Stories dan *Interface Design* memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Menggunakan Instagram. Hubungan antara ketiga variabel pun dinyatakan masuk dalam kategori hubungan yang sangat kuat, hal itu terbukti dengan hasil hipotesis penelitian menggunakan uji T bahwa  $H_0$  ditolak yang artinya terdapat pengaruh antara Fitur Instagram Stories dan *Interface Design* terhadap Kepuasan Menggunakan Instagram. Adapun hasil perhitungan koefisien determinasi pada summary output software SPSS 16 for Windows dengan angka R square sebesar 0,687 atau sebesar 68,7%. Jadi Fitur Instagram Stories dan *Interface Design* memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Menggunakan Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma.

**Kata Kunci** : Pengaruh Fitur Instagram Stories, *Interface Design*, Kepuasan, Instagram

**ABSTRACT**

*This research aims to find out how the influence Feature Instagram Stories and Interface Design Towards the satisfaction of Using Instagram On University Communication Sciences Faculty Students Gunadarma. This type of research using New Media theory and Uses And Gratification. The methods used in this research is quantitative methods. The population of the students and Faculty of communication Gunadarma Sorority 2017 amounted to 455 people and taken samples using a 10% error then if rounded retrieved 82 people who will become respondents. And for sampling, the author uses the Slovin's formula to calculate with techniques. Based on the discussion that has been described, the writer can draw a conclusion that Instagram Feature Stories and Interface Design has an impact on the satisfaction of Using Instagram. The relationship between these three variables fall into the category declared any relationship that is very powerful, it was proven by the results of the research hypothesis test with T that  $H_0$  is rejected, meaning there are influences between features Stories and Instagram Interface Design terhadap Satisfaction Using Instagram. As for the results of the calculation of the coefficient of determination on summary output software SPSS 16 for Windows by number R square of 0.687 or of 68.7%. So the features Instagram Stories and Interface Design gives influence on Satisfaction Using Instagram On University Communication Sciences Faculty Students Gunadarma.*

**Keywords** : Influence Of Features Of Instagram Stories, *Interface Design*, Satisfaction, Instagram.

## PENDAHULUAN

Dengan semakin berkembangnya internet, semakin banyak pula orang dari berbagai penjuru dunia menggunakan internet untuk keperluan berbagai macam hal. Jumlah pengguna internet di dunia tiap tahun semakin naik secara drastis. Menurut data terbaru yang dirilis oleh *We Are Social* per Agustus tahun 2017, jumlah pengguna internet global kini menyentuh angka 3,8 miliar dengan penetrasi 51 persen dari total populasi dunia. Dimana 41% dari mereka mengakses menggunakan situs web. Dan Sisanya berasal dari perangkat *mobile*, seperti *smartphone* dengan total 54 persen, tablet sebanyak 5 persen, dan perangkat lain 0,14 persen. Sama halnya dengan yang ada di dunia, penambahan jumlah pengguna di internet di Indonesia juga tergolong sangat pesat. Menurut data yang dilansir dari *website* Kemkominfo, jumlah pengguna internet di Indonesia adalah 82 juta orang, dimana dengan jumlah angka tersebut telah memposisikan Indonesia berada di peringkat ke 8 dunia sebagai jumlah pengguna internet terbanyak. Hampir 80 persen pengguna internet di Indonesia berada pada rentang usia remaja 15 sampai 19 tahun.

Berbicara tentang internet tidak bisa dihindarkan dari yang namanya *New Media*, karena internet merupakan bagian dari *new media* itu sendiri. Banyak sekali dampak dari *new media* yang mempengaruhi segala aspek khususnya komunikasi di dunia. Dengan era sekarang yang serba digital, mengibaratkan dunia di era sekarang ini sudah tidak ada pembatas lagi. Semua orang dunia dengan mudahnya berkomunikasi dengan orang lain yang berbeda negara.

Manfaat dari *new media* ini sangat terasa dalam berbagai sector, mulai dari Pendidikan, social, bisnis, bidang informasi, pekerjaan dan lain lain. Untuk perkembangan *new media* di Indonesia sendiri juga mulai berjalan, dimana dampak dari *new media* ini sudah terasa. Yang paling terlihat adalah perubahan pola komunikasi di kalangan masyarakat Indonesia, yang pada kenyataannya perubahan tersebut mengubah karakter masyarakat menjadi orang yang lebih individual. Dengan semua hal yang serba praktis dan mudah mereka cenderung untuk mengerjakan hal tersebut secara sendiri – sendiri. Tentunya perubahan yang seperti ini bukan lah perubahan yang baik. Harus ada metode yang diajarkan kepada masyarakat dalam menggunakan *new media* agar terhindar dari dampak buruk seperti salah satu contoh diatas. Selain internet salah satu bentuk perkembangan dari *new media* adalah munculnya berbagai macam *social media*. *Social media* ini merupakan sebuah pilihan untuk berkomunikasi menggunakan aplikasi maupun *software*. Perkembangan media sosial yang semakin pesat tidak hanya terjadi pada negara-negara maju saja, di negara berkembang seperti tanah air kita ini, Indonesia saja banyak sekali user atau pengguna sosial media dan perkembangan yang pesat ini bisa menjadi pengganti peran

media massa atau konvensional dalam menyebarkan berita atau informasi. Berdasarkan data yang diporelasi melalui *We Are Social*, jumlah pengguna sosial media di Indonesia mencapai angka 130 juta jiwa. Jumlah populasi masyarakat yang menyentuh angka 265,4 juta jiwa, dengan 132,7 juta jiwa pengguna internet. Dimana 130 juta jiwa dikatakan sebagai pengguna sosial media yang sangat aktif dengan keterangan persentasi penetrasi sebesar 49%. Penggunaan internet dan sosial media tersebut lebih sering di akses melalui perangkat *Smartphone*. Hanya bermodalkan sebuah *Smart Phone* kita sudah bisa menikmati berbagai macam *social media* dan segala macam fitur – fitur yang ada di dalamnya. Fitur adalah sebuah aspek keistimewaan, karakteristik, layanan khusus atau ragam yang dimiliki atau dibawa oleh sebuah produk untuk memberikan pembaharuan terhadap produk yang sebelumnya telah di produksi.

Kita sudah ketahui bersama bahwa dengan semakin berkembangnya dunia digital, semakin banyak pula berbagai macam sosial media yang dengan mudahnya kita gunakan atau kita unduh untuk berbagai kepentingan. Ada yang menggunakannya untuk mencari teman baru, berkomunikasi dengan teman lama, sebagai media mempromosikan suatu produk dan juga bisa sebagai *storage* atau tempat penyimpanan data yang tidak terbatas. Menyimpan berbagai macam moment yang berupa sebuah foto atau video, dengan menggunakan *social media* kita tidak perlu lagi khawatir akan kehabisan storage. Salah satu *social media* yang sangat terkenal dan sudah banyak digunakan oleh masyarakat adalah Instagram.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Untuk dapat terus tumbuh dan berkembang, Instagram melakukan upgrade terhadap aplikasinya dan meluncurkan fitur terbaru yaitu Instagram Stories pada bulan Agustus 2016. Dan dengan meluncurkan fitur baru yaitu Instagram Stories, berdasarkan laporan dari Buzzfeed, dilansir dari TechCrunch pada Kamis (6/10/2016), Instagram Stories memiliki 100 juta pengguna aktif harian. Itu artinya setiap hari fitur tersebut digunakan oleh 100 juta pengguna Instagram. Jumlah pengguna yang mencapai 100 juta sejak awal dirilisnya fitur tersebut pada Agustus 2016, menjadi awal yang baik atas kemunculan Instagram Stories.

Instagram Stories sebenarnya meniru fitur dari aplikasi Snapchat, jumlah pengguna Instagram Stories berhasil mencapai pengguna aktif sebanyak 200 juta perhari di seluruh dunia. Pengguna harian Instagram Stories jauh melebihi pengguna aktif Snapchat. Saat ini jumlah pengguna aktif Snapchat mencapai 158 juta setiap harinya. Jumlah pengguna Snapchat turun hingga 82% setelah Instagram merilis Instagram Stories. Jumlah pengguna

Instagram Stories yang terus bertambah, menandakan keberhasilan Instagram dalam menarik minat pengguna media sosial dengan menggunakan fitur Instagram Stories. Fitur ini sebenarnya tidaklah jauh berbeda dengan fitur yang sudah dimiliki Instagram sebelumnya yang tetap memfokuskan untuk berbagi foto maupun video. Akan tetapi yang membedakan adalah pada sisi kepentingannya, dan juga sifatnya tidak permanen. Maksudnya adalah fitur ini lebih cocok digunakan untuk situasi yang santai dan tidak memerlukan sifat permanen. Dan sifat permanen disini maksudnya adalah ketika kita membagikan sebuah momen foto atau video menggunakan fitur *Instagram Stories*, foto atau video kita ini hanya bisa bertahan selama 24 jam, yang artinya moment foto atau video tersebut akan otomatis terhapus dari Instagram kita apabila sudah melebihi dari 24 jam. Sangat berbeda pastinya ketika kita menggunakan Instagram pada umumnya, dimana moment foto atau video kita akan tetap tersimpan selamanya. Perbedaan juga terletak pada sisi durasi ketika ingin membagikan momen video. Jika menggunakan Instagram biasa, kita bisa membagikan video dengan durasi maksimal 1 menit, akan tetapi jika menggunakan fitur instastory kita hanya dapat membagikan video dengan durasi maksimal 30 detik.

Adapun alasan peneliti memilih Instagram sebagai bahan penelitian dikarenakan adanya peningkatan jumlah pengguna Instagram setelah dirilisnya fitur baru, yakni Instagram Stories dan pastinya diikuti pembaharuan dari tampilan Instagram itu sendiri (Interface Design). Kemunculan Instagram Stories juga diikuti dengan adanya fitur Stories di media sosial lain, seperti Facebook, WhatsApp dan Path. Lantas dengan adanya fitur tersebut apakah semakin memberikan kesan kepuasan terhadap penggunanya ? disini lah penulis ingin membuktikan apakah fitur *Instagram Stories* dan *Interface Design* Instagram ini lebih memberikan kepuasan dalam menggunakan Instagram atau tidak. Karena fitur sejenis ini sudah banyak juga dimiliki oleh social media lain.

## **METODE PENELITIAN**

Maksud dari subyek penelitian atau responden adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian. Subyek penelitian ini adalah mahasiswa/I Fakultas Ilmu Komunikasi Gunadarma. Sedangkan objek penelitian adalah pengaruh penggunaan fitur instagram stories dan *interface design* terhadap kepuasan menggunakan instagram pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Kuantitatif itu sendiri adalah penelitian yang ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Metode penelitian kuantitatif adalah ilmu yang berkaitan dengan dengan tata cara pengumpulan data, analisis data dan interpretasi hasil analisis untuk mendapatkan informasi guna penarikan kesimpulan. Metode kuantitatif merupakan pendekatan yang

digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Metode ini berkaitan dengan angka-angka dan analisis menggunakan statistik. (Sugiyono, 7:2009).

Populasi dalam penelitian ini yaitu, mahasiswa Universitas Gunadarma Fakultas Ilmu Komunikasi yang berjumlah (455) orang. Dalam pengambilan sampel ini menggunakan *probability* sampling yaitu sampel random sederhana yang merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan kepada setiap anggota yang ada dalam suatu populasi untuk dijadikan sampel. (Umar 2003 : 54). Pengambilan sampel, penulis menggunakan ukuran dari rumus Slovin, alasan menggunakan rumus ini adalah karena jumlah dari populasi yang diteliti sudah diketahui dan juga populasinya jelas, sehingga dapat dihitung menggunakan rumus tersebut, yang dijelaskan oleh Umar (2003 : 49).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan instrumen penelitian sebagai alat bantu untuk mempermudah pengumpulan data. Instrumen penelitian yang digunakan adalah angket (kuesioner). Untuk mengetahui pengaruh penggunaan fitur instagram stories dan *interface design* instagram terhadap kepuasan menggunakan instagram pada mahasiswa fakultas ilmu komunikasi universitas gunadarma, penelitian dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan kepada 82 responden. Dengan demikian , kuesioner yang dimaksudkan sebagai daftar pertanyaan untuk memperoleh data berupa jawaban dari responden.

Menurut Sugiyono (2004 : 86) “Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pengukuran instrumen yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan pengisian kuesioner yang disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan dan responden diminta mengisi daftar pertanyaan tersebut dengan cara memberi tanda silang (X) pada lembar jawaban kuesioner. Dalam penelitian ini penulis menggunakan data responden mahasiswa Universitas Gunadarma angkatan tahun 2017 jurusan Fakultas Ilmu Komunikasi yang berada pada rentan usia antara 21 tahun sampai 23 tahun. Dengan rincian data jenis kelamin laki laki berjumlah 228 mahasiwa dan jenis kelamin perempuan berjumlah 227 mahasiswi. Untuk mengetahui besaran pengaruh menariknya fitur instagram stories dan *interface design* terhadap kepuasan menggunakan instagram pada mahasiswa fakultas ilmu komunikasi universitas gunadarma maka penulis menggunakan alat analisis regresi linier berganda dan berikut persamaan regresi berganda menurut Hasan (2003 : 255). Tujuan analisis regresi berganda adalah menggunakan nilai-nilai variabel independen yang diketahui, untuk meramalkan nilai variabel dependen. Analisis regresi berganda adalah suatu teknik ketergantungan. Maka, untuk menggunakannya, Anda harus dapat membagi

variabel menjadi variabel dependen dan independen. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Imam Ghozali, 2011: 97).

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Adapun prosedur pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis statistik yang digunakan :

$$H_0 : b_1 = 0$$

$$H_0 : b_1 \neq 0$$

2. *Level of significance* ( $\alpha$ ) : 0,1 dengan  $df = (n - k - 1)$

3. Nilai statistic F hitung rumus Rangkuti (2007 : 165) sebagai berikut :

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Dimana :

$R^2$  = koefisien korelasi berganda

k = jumlah variabel independen

n = banyak sampel

4. Kriteria penolakan dan penerimaan  $H_0$  dan  $H_a$  adalah :

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  : maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  : maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Instagram merupakan media sosial berbasis foto pertama yang diluncurkan pada oktober 2010. Berbeda dengan media sosial lainnya, instagram memfokuskan dirinya hanya untuk berbagi foto dan video saja, hingga saat ini pengguna instagram telah memiliki lebih dari 100 juta pengguna. Dengan kesuksesannya ini, Instagram dinilai mampu merubah dunia fotografi karena tidak hanya melibatkan perubahan dalam cara apa dan bagaimana sebuah foto diambil tetapi juga memiliki kemampuan untuk saling berbagi, saling terkoneksi dan membangun interaksi melalui bahasa visual. Instagram memberikan ruang bagi penggunanya untuk berbagi dan berinteraksi serta memberikan ruang pada penggunanya untuk menampilkan diri dan membentuk apa yang ingin ia sampaikan ke khalayaknya melalui foto dan video dibantu dengan caption yang ia tuliskan serta dengan kolom komentar. Mengapa pada penulisan kali ini penulis memilih instagram sebagai

salah satu materi utama adalah karena Instagram merupakan salah satu pilihan sosial media yang sedang dalam puncak kepopularitasannya, tidak hanya di Indonesia akan tetapi aplikasi ini sedang merajai dunia secara global. Tidak hanya kalangan masyarakat biasa yang menggunakan aplikasi ini, para selebriti dalam dan luar negeri pun menggunakan sosial media ini.

Mengingat begitu populernya aplikasi sosial media Instagram ini, apabila kita berbicara soal selebriti, mungkin aplikasi ini berguna untuk menyapa para penggemar mereka melalui setiap unggahannya. Bisa juga digunakan sebagai sarana untuk mempromosikan sebuah *brand*. Makanya di era sekarang kadang kita mengenal istilah Selebgram, dimana hal tersebut merupakan istilah yang digunakan untuk orang – orang yang memang mencari keuntungan atau menggunakan Instagram sebagai tempat untuk mencari uang. Hal tersebut tentunya sah – sah saja apabila kita memang jeli dalam melihat peluang usaha. Berbeda halnya dengan dunia broadcast, Instagram ini memiliki fungsi sebagai alat untuk menyebarkan informasi atau berita. Bahkan untuk sekelas media televisi pun sekarang lebih memprioritaskan social media Instagram sebagai *Platform* utama mereka ketika ada sebuah peristiwa. Yang mungkin jika mengirim seorang video jurnalis akan membuang waktu, jadi mereka lebih efisien apabila menggunakan Instagram yang notabene hanya membutuhkan sebuah *smartphone* tapi informasi tersebut dengan mudahnya sudah tersebar secara massal.

Apabila kita berbicara hubungan antara Instagram dengan responden yang penulis pilih yaitu mahasiswa jurusan ilmu komunikasi adalah karena Instagram ini merupakan salah satu media komunikasi di era milenial ini. Fakultas Ilmu Komunikasi pastinya haruslah memiliki pengetahuan yang luas atau bisa dibilang melek akan teknologi. Mereka tidak hanya pandai dalam berbicara secara verbal, akan tetapi harus juga pandai dalam menggunakan teknologi yang dimana berfungsinya sebagai alat pendukung ketika mereka sedang melakukan sebuah komunikasi.

Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah butir pertanyaan dari kuesioner yang sudah disebar dan diujikan dikatakan sah atau valid. Berdasarkan hasil perhitungan korelasi antara skor tiap butir pernyataan ( $r_i$ ) 30 dengan skor totalnya, untuk sampel  $n = 82$  responden, melalui pengolahan data dengan program SPSS16.0, maka hasil nilai – nilai korelasi tersebut dibandingkan dengan patokan yang ditetapkan untuk menyatakan valid atau tidaknya, yaitu apabila  $p > 0,237$ , berarti butir itu valid sedangkan  $p < 0,237$  berarti butir gugur atau tidak valid.

Berdasarkan fungsinya, uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana pengukuran dari suatu tes apakah tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Sedangkan pengujian reliabilitas dilakukan

dengan bantuan Program SPSS 16.0 dengan menghitung variasi seluruh pernyataan hingga total skor pernyataan dengan *function* “VAR” dan hasil variasi tersebut dihitung menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Untuk lebih jelas disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel Penelitian	Alpha Cronbach	Keterangan
Pengaruh Fitur Instagram Stories	0,871	Sangat Kuat
Menariknya Interface Design	0,939	Sangat Kuat
Kepuasan	0,915	Sangat Kuat

Berdasarkan rangkuman hasil uji reliabilitas diatas, diperoleh nilai alpha Cronbach pada variabel X1 yaitu Pengaruh Fitur Instagram Stories sebesar 0,871 ; pada variabel X2 yaitu Menariknya Interface Design sebesar 0,939 ; dan pada variabel Y yaitu Kepuasan sebesar 0,915.

Untuk mengetahui pengaruh fitur Instagram stories dan interface design yang merupakan variabel bebas atau independen tentang kepuasan menggunakan Instagram di Universitas Gunadarma Fakultas Ilmu Komunikasi yang merupakan variabel terikat dengan menggunakan rumus regresi linear berganda dari jawaban kuesioner terlebih dahulu. Jawaban ini dihitung dimana terdiri dari 30 pertanyaan yang berhubungan dengan pengaruh Instagram stories dan interface design terhadap kepuasan menggunakan Instagram.

Tabel 2. Deskripsi Data mahasiswa Gunadarma.

	Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean		Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
Fitur Instagram Stories	82	21	50	3340	40.73	.624	5.646
Interface Design	82	25	50	3145	38.35	.648	5.868
Kepuasan	82	21	50	3172	38.68	.756	6.846
Valid N (listwise)	82						

Pada tabel diatas terlihat gambaran dari kedua variabel yang diregresikan, pengaruh fitur Instagram stories (X1) dan *Interface Design* (X2) terhadap kepuasan menggunakan Instagram mahasiswa Universitas Gunadarma Fakultas Ilmu Komunikasi (Y). isi gambaran tabel ini yaitu, mean (rata – rata) X1 = 40,73, X2 = 38,35, dan Y = 38,68 ; std Deviation (Simpangan Baku) X1 = 5,646, X2 = 5,868, dan Y= 6,846

Tabel 3. Hasil Regresi  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	3.909	3.298		.239
Fitur Instagram Stories	.496	.101	.409	.000
Interface Design	.583	.098	.500	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan tabel diatas , maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut :

$Y = 3,909 + 0,496 X_1 + 0,583 X_2$ . Dari persamaan tersebut nilai koefisien regresi variabel fitur Instagram stories dan *interface design* bernilai positif yaitu, 0,496 dan 0,583. Hal ini menggambarkan adanya pengaruh terhadap kepuasan menggunakan Instagram, dimana fitur Instagram stories dan *interface design* jika bernilai 0 maka perkiraan komunikasi antar pribadi sebesar 3,909, sedangkan jika fitur Instagram stories bernilai satu satuan maka *interface design* akan meningkat 0,496 dan *interface design* bernilai satu satuan maka akan meningkat 0,583.

Tabel 4. Hasil Kolerasi dan Determinasi  
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.829 <sup>a</sup>	.687	.679	3.876

a. Predictors: (Constant), Interface Design, Fitur Instagram Stories

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,829 artinya sebesar 82,9% hal ini menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara variabel Instagram Stories ( $X_1$ ) dan *Interface Design* ( $X_2$ ) dengan variabel Kepuasan (Y) karena berada di antara 0,80 – 1,00. Dari data diatas juga dapat diketahui koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,687, artinya sebesar 68,7%. Hal ini berarti seluruh variabel independent yaitu fitur Instagram Stories ( $X_1$ ) dan *Interface Design* ( $X_2$ ) hanya mempunyai kontribusi sebesar 68,7% terhadap kepuasan, sisanya dipengaruhi oleh faktor yang tak bisa dijelaskan .

Untuk mengetahui apakah hipotesis diterima atau ditolak, maka dilakukan Uji T. dilihat dari tabel 4.45 dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5. Uji T

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.909	3.298		1.185	.239
Fitur Instagram Stories	.496	.101	.409	4.897	.000
Interface Design	.583	.098	.500	5.978	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Cara mencari T tabel :

$$T \text{ tabel} = n - k - 1$$

$$= 82 - 2 - 1$$

$$= 79 \text{ (dilihat pada distribusi nilai T tabel)}$$

$$= 1,66437$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

k = banyaknya variabel bebas

Dari hasil output diatas nilai hitung untuk X1 sebesar 4,897 sedangkan t tabel sebesar 1,664 maka dapat diketahui t hitung > t tabel yang berarti H0 ditolak, berarti variabel X1 yaitu fitur Instagram Stories berpengaruh terhadap Y yaitu kepuasan menggunakan Instagram. Begitupun diketahui hasil t hitung untuk X2 yaitu sebesar 5,978 maka dapat diketahui t hitung > t tabel berarti Instagram Stories juga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan menggunakan Instagram.

Hasil dari penelitian yang didapatkan adalah adanya pengaruh yang sangat kuat dari Instagram Stories dan Interface Design terhadap kepuasan menggunakan Instagram. Segala fitur yang dihadirkan oleh Instagram Stories telah memberikan pengalaman baru dalam mengabadikan sebuah moment di Instagram. Hasil moment yang jauh lebih baik dan menarik untuk dilihat oleh orang banyak. Bahkan untuk variabel Instagram Stories pada salah satu butir pertanyaannya ada yang mendapatkan nilai sempurna, itu menandakan fitur – fitur tersebut memang memberikan dampak yang berbeda kepada para pengguna dalam menggunakan aplikasi Instagram. Tidak hanya sebatas menggunakan fitur Feed, akan tetapi mereka lebih aktif menggunakan fitur Instagram Stories tersebut. Berdasarkan hasil koefisien korelasi yang bernilai 0,829, artinya 82,9% hal ini menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara variabel Instagram Stories dan Interface Design dengan variabel Kepuasan, karena berada di antara 0,80 – 1,00.

Penelitian ini menggunakan teori media baru, dimana social media dalam hal ini adalah Instagram merupakan bagian dari sebuah kemajuan teknologi. Audiens atau responden disini lebih berperan aktif dalam menyikapi perkembangan teknologi yang sangat pesat. Terdapat berbagai macam pesan yang sifatnya sudah menjadi digital atau virtual. Dari berubahnya sifat informasi tersebut, berubah pula cara kita dalam memberikan respon atau penilaian.

Pada Penelitian ini juga menggunakan teori *Uses and Gratification Model* (model kegunaan dan kepuasan). Dalam model ini khalayak dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Benang merah dari penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui pengaruh penggunaan Instagram Stories dan *Interface Design* terhadap kepuasan menggunakan Instagram. Dari pembahasan diatas sudah bisa dibuktikan bahwa setiap audiens yang termasuk dalam golongan audiens aktif atau kuat. Audiens disini sangat bertanggung jawab dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Dalam pandangan ini, media dianggap sebagai satu-satunya faktor yang mendukung bagaimana kebutuhan terpenuhi, dan audiens dianggap sebagai perantara yang besar. Audiens lebih selektif dalam menerima pesan-pesan media. Mereka juga selektif dalam memilih dan menggunakan media. Contohnya saja pada penelitian diatas para mahasiswa menggunakan fitur Instagram stories dan *Interface Design* agar pengalaman dalam menggunakan aplikasi Instagram semakin bervariasi, sehingga pada akhirnya akan semakin mendapatkan kesan kepuasan lebih dari yang sebelumnya. Artinya teori *uses and gratification* dapat diterima dalam penelitian ini.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa Fitur Instagram Stories dan *Interface Design* memberikan pengaruh terhadap Kepuasan menggunakan Instagram pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma. Hubungan antara ketiga variabel pun dinyatakan masuk kategori hubungan yang sangat kuat. Bahwa pengaruh dari fitur fitur yang dimiliki Instagram, entah itu Instagram Stories, stiker - stikernya, maupun efek efek yang terdapat di dalamnya telah berhasil memberikan suatu pengalaman baru kepada pengguna dalam menggunakan Instagram itu sendiri. Dengan segala fitur – fiturnya tersebut secara tidak langsung menuntut kepada para penggunanya agar lebih kreatif dalam membuat moment yang nantinya akan dibagikan kepada para pengikut Instagramnya. Bukan tidak mungkin hal tersebut bisa memancing bertambahnya jumlah Followers, hal ini dikarenakan moment yang dibagikan jauh lebih berkualitas dan juga lebih menarik untuk dikonsumsi banyak orang.

Beda halnya dengan Interface Design, tampilan suatu program atau aplikasi juga merupakan hal yang penting untuk diperhatikan. Karena sebagai apapun fitur – fitur yang dimiliki oleh Instagram kalau tampilannya buruk, tidak nyaman untuk dilihat, pastinya akan tetap memberikan nilai minor kepada aplikasi tersebut. Akan tetapi dengan tampilan Instagram yang simple, tidak banyak warna, justru hal tersebut memberikan kesan elegan dan mahal. Pengguna pun bisa menggunakan aplikasi tersebut dengan nyaman. Icon – icon yang digunakan jelas dan sangat mudah dipahami bagi pengguna Instagram baru.

Adapun saran-saran dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Perlu adanya pembaharuan berkala pada fitur yang dimiliki Instagram untuk mempertahankan atau bahkan menaikkan angka pengguna aplikasi tersebut.
2. Mengganti variabel yang berbeda pada penelitian selanjutnya untuk memberikan variasi pada penelitian tentang Instagram.
3. Sasaran responden hanya terpaku pada kalangan mahasiswa, sehingga variabel ini belum teruji apakah nantinya akan memberikan pengaruh yang sama ketika sasaran yg dituju berbeda.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ardianto, Komala, dan Karlinah. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jatinangor: Simbiosis Rekatama Media.
- Atmoko Dwi, 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Baran, Stanley J. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya*. Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama.
- Freddy Rangkuti. 2007. *Manajemen Persediaan: Aplikasi di Bidang Bisnis*. Edisi 2 Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, M. Iqbal. 2003. *Pokok – Pokok Materi Statistik 1(Statistik Deskriptif)*. Edisi Kedua. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Husein Umar. 2003. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta : Kencana.
- \_\_\_\_\_. 2012. *PR Writing: Teknik Produksi Media Publik Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta : Kencana.

- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss.2009. *Teori Komunikasi, edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nurudin, 2014. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Bandung : Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Bandung : Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Bandung : Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung : Penerbit CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3, ANDI : Yogyakarta.
- West, Turner. 2013. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi*. Jakarta : Salemba Humanika.