Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2776-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 36417-36424

Pengaruh Penggunaan Fitur "Story" Pada Media Sosial Instagram Terhadap Kebutuhan Validasi Sosial Mahasiswa

Helena Octaviani Rahmadella, Annisa Nur Rahmah, Marsa Lena,Abdur Razzaq
Program Studi Ilmu Komunikasi,Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu politik, UIN Raden Fatah Palembang
24051410201@radenfatah.ac.id, 24051410217@radenfatah.ac.id, 24051410221@radenfatah.ac.id, abdurrazzaq_uin@radenfatah.ac.id

Published: June, 2026

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah menjadikan Instagram sebagai salah satu platform yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa untuk berkomunikasi, mengekspresikan diri, dan berinteraksi dengan lingkungan sosial. Fitur *Instagram Story* memungkinkan pengguna membagikan aktivitas, pengalaman, maupun pemikiran secara cepat dan interaktif sehingga berpotensi memengaruhi kebutuhan individu untuk memperoleh perhatian, pengakuan, dan penerimaan sosial dari orang lain. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 50 mahasiswa pengguna Instagram yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Instrumen penelitian terdiri atas 20 butir pernyataan yang terbagi ke dalam dua variabel, yaitu penggunaan fitur *Instagram Story* dan kebutuhan validasi sosial. Analisis data dilakukan menggunakan program SPSS melalui uji validitas dan reliabilitas instrumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa instrumen penggunaan fitur *Instagram Story* memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,751 yang termasuk kategori reliabel, sedangkan instrumen kebutuhan validasi sosial memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,897 yang termasuk kategori sangat reliabel. Berdasarkan kajian teori dan hasil analisis, penggunaan fitur *Instagram Story* memiliki keterkaitan dengan kebutuhan validasi sosial mahasiswa karena fitur tersebut memungkinkan pengguna memperoleh berbagai bentuk respons sosial, seperti jumlah penonton, balasan pesan, maupun reaksi dari pengguna lain. Semakin intens penggunaan fitur *Instagram Story*, semakin besar kecenderungan mahasiswa untuk memperoleh perhatian dan pengakuan sosial dari lingkungan digitalnya.
Kata Kunci: Instagram Story, media sosial, validasi sosial, mahasiswa, Instagram.

ABSTRACT

The rapid development of social media has made Instagram one of the most widely used platforms among students for communication, self-expression, and social interaction. The Instagram Story feature enables users to share activities, experiences, and thoughts in a fast and interactive manner, which may influence individuals' need for attention, recognition, and social acceptance from others. This research employed a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 50 student Instagram users selected through purposive sampling. The research instrument consisted of 20 statement items divided into two variables: Instagram Story usage and social validation needs. Data analysis was conducted using SPSS through validity and reliability testing. The results indicated that the Instagram Story usage instrument obtained a Cronbach's Alpha value of 0.751, which falls into the reliable category, while the social validation needs instrument obtained a Cronbach's Alpha value of 0.897, categorized as highly reliable. Based on theoretical studies and data analysis, Instagram Story usage is associated with students' social validation needs because the feature allows users to receive various forms of social responses, such as story views, message replies, and reactions from other users. The more intensively students use Instagram Story, the greater their tendency to seek attention, recognition, and social approval within their digital social environment.
Keywords: Instagram Story, social media, social validation, university students, Instagram.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam pola interaksi sosial masyarakat, khususnya di kalangan mahasiswa. Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi, hiburan, serta ekspresi diri. Di antara berbagai platform media sosial yang ada, Instagram menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan oleh generasi muda karena menawarkan berbagai fitur yang mendukung aktivitas berbagi informasi secara visual dan interaktif. Salah satu fitur yang paling populer adalah Instagram Story, yaitu

fitur yang memungkinkan pengguna mengunggah foto, video, maupun tulisan yang akan hilang secara otomatis dalam waktu 24 jam.

Popularitas Instagram Story tidak terlepas dari kemampuannya dalam memfasilitasi komunikasi yang cepat dan interaktif. Melalui fitur ini, mahasiswa dapat membagikan aktivitas sehari-hari, pemikiran, perasaan, pencapaian akademik, hingga berbagai pengalaman pribadi kepada teman dan pengikut mereka. Berbeda dengan unggahan biasa, Instagram Story memungkinkan pengguna mengetahui secara langsung siapa saja yang melihat unggahan mereka sehingga menciptakan bentuk interaksi yang lebih personal dan responsif. Kondisi ini menjadikan Instagram Story bukan hanya sebagai media berbagi informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk memperoleh perhatian dan respons dari lingkungan sosial[1].

Dalam perspektif psikologi sosial, respons yang diterima dari pengguna lain dapat dikaitkan dengan kebutuhan validasi sosial. Validasi sosial merupakan kebutuhan individu untuk memperoleh pengakuan, penerimaan, perhatian, atau persetujuan dari orang lain terhadap dirinya[2]. Kebutuhan ini menjadi bagian penting dalam kehidupan sosial karena berkaitan dengan rasa diterima dalam kelompok dan pembentukan konsep diri. Pada era media sosial, kebutuhan validasi sosial tidak lagi hanya diperoleh melalui interaksi tatap muka, tetapi juga melalui jumlah penonton story, balasan pesan, komentar, likes, maupun berbagai bentuk reaksi digital lainnya[3].

Mahasiswa termasuk kelompok yang rentan mengalami kebutuhan validasi sosial melalui media sosial. Masa perkuliahan merupakan periode transisi menuju kedewasaan yang ditandai dengan pencarian identitas diri, kebutuhan akan penerimaan sosial, dan keinginan membangun relasi dengan lingkungan sekitar. Dalam kondisi tersebut, Instagram Story sering digunakan sebagai media untuk menunjukkan keberadaan diri sekaligus memperoleh respons dari orang lain. Penelitian mengenai self-disclosure mahasiswa menunjukkan bahwa Instagram Story menjadi sarana bagi mahasiswa untuk mengekspresikan perasaan, berbagi pengalaman, serta mendapatkan dukungan sosial dari teman maupun pengikut mereka[4].

Selain sebagai sarana ekspresi diri, Instagram Story juga berkaitan dengan motivasi memperoleh validasi personal. Pengguna cenderung merasa senang ketika unggahan mereka mendapatkan banyak perhatian atau tanggapan positif dari orang lain. Semakin tinggi interaksi yang diperoleh, semakin besar pula kemungkinan munculnya perasaan dihargai dan diterima secara sosial. Sebaliknya, minimnya respons dapat menimbulkan perasaan kurang diperhatikan atau kurang mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosial[5]. Fenomena ini menunjukkan bahwa penggunaan Instagram tidak hanya didorong oleh kebutuhan informasi dan hiburan, tetapi juga oleh kebutuhan validasi sosial.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan adanya hubungan antara intensitas penggunaan Instagram Story dengan interaksi sosial mahasiswa. Aktivitas mengunggah dan melihat story secara terus-menerus dapat meningkatkan keterlibatan sosial pengguna dalam lingkungan digital. Namun demikian, tingginya intensitas penggunaan fitur tersebut juga berpotensi meningkatkan ketergantungan terhadap respons sosial yang diterima dari pengguna lain[6]. Kondisi ini menarik untuk diteliti karena dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana media sosial memengaruhi kebutuhan psikologis mahasiswa di era digital.

---

[1] Aureliahermansyah, N., Wahyu Budi Priatna, Rici Tri Harpin Pranata, & Sutisna Riyanto. (2026). HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM STORY DENGAN INTERAKSI SOSIAL MAHASISWA KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA SEKOLAH VOKASI IPB UNIVERSITY. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, *5*(1), 1–16. https://doi.org/10.59408/jnk.v5i1.127

[2] Zulfianti, I., Sukmarini, A. V., & Djalil, N. A. (2024). The Effect of "Likes, Comments and Share" Feedback on Instagram on Self-Esteem of English Study Program. *Journal La Sociale*, *4*(5), 469-488. https://doi.org/10.37899/journal-la-sociale.v4i5.1951

[3] Faza Ammarul Haq, & Amirah. (2025). Ketergantungan Pada Validasi Sosial Melalui Like, Comment, Followers Di Media Sosial : Literature Review. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *2*(1), 1244-1256. https://doi.org/10.63822/5w59ep33

[4] Syaikha Nabila, Risa Anggraeni, dan Zainal Abidin, "Description of Student Self-Disclosure as Active Instagram Users (Gambaran Self-Disclosure Mahasiswa Pengguna Aktif Instagram)," *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, Vol. 14, No. 3 (2025): 330–336, hlm. 330.

[5] Simin Jiang dan Annabelle Ngien, "The Effects of Instagram Use, Social Comparison, and Self-Esteem on Social Anxiety: A Survey Study in Singapore," *Social Media + Society*, Vol. 6, No. 2 (2020), hlm. 1–8.

[6] Michelle Sherlock dan Danielle L. Wagstaff, "Exploring the Relationship Between Frequency of Instagram Use, Exposure to Idealized Images, and Psychological Well-Being in Women," *Psychology of Popular Media Culture*, Vol. 8, No. 4 (2019), hlm. 482–490.

Instagram juga menjadi sarana representasi diri yang memungkinkan pengguna membangun citra tertentu sesuai dengan yang ingin ditampilkan kepada publik. Dalam proses tersebut, mahasiswa sering kali melakukan seleksi terhadap konten yang akan diunggah agar memperoleh tanggapan positif dari lingkungan sosialnya. Kecenderungan ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana memperoleh pengakuan sosial dan memperkuat identitas diri[7].

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai pengaruh penggunaan fitur Story pada media sosial Instagram terhadap kebutuhan validasi sosial mahasiswa menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai bagaimana intensitas penggunaan Instagram Story dapat memengaruhi kebutuhan mahasiswa untuk memperoleh perhatian, pengakuan, dan penerimaan dari lingkungan sosialnya. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi digital dan psikologi sosial terkait perilaku penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa.

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan fitur *Instagram Story* terhadap kebutuhan validasi sosial mahasiswa melalui pengukuran data numerik yang diperoleh dari kuesioner.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada mahasiswa aktif perguruan tinggi yang menggunakan media sosial Instagram. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Juni 2026 melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form.

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial Instagram. Sampel penelitian berjumlah 50 responden mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Teknik ini dipilih karena responden harus memenuhi kriteria tertentu, yaitu:

1. Berstatus sebagai mahasiswa aktif.
2. Memiliki akun Instagram.
3. Menggunakan fitur *Instagram Story* dalam aktivitas media sosialnya.
4. Bersedia mengisi kuesioner penelitian.

Jumlah sampel sebanyak 50 responden dianggap cukup untuk menggambarkan karakteristik responden dan memenuhi kebutuhan analisis statistik penelitian.

D. Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri atas dua variabel, yaitu:

1. Variabel Independen (X) : Penggunaan Fitur Story pada Media Sosial Instagram
2. Variabel Dependen (Y) : Kebutuhan Validasi Sosial Mahasiswa

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Kuesioner disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian dan menggunakan skala Likert lima tingkat. Instrumen penelitian terdiri atas 20 butir pernyataan yang terbagi menjadi 10 item untuk variabel penggunaan fitur Instagram Story (X) dan 10 item untuk variabel kebutuhan validasi sosial (Y).

F. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan bantuan program SPSS. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau nilai korelasi yang diperoleh memenuhi kriteria yang ditetapkan.

[7] Situmorang, W., & Hayati, R. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi Dan Representasi Diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara*.

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh item pada variabel X dan variabel Y dinyatakan layak digunakan dalam penelitian.

G. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Pengujian menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan bantuan program SPSS. Kriteria yang digunakan adalah:

- Cronbach's Alpha > 0,60 = Reliabel
- Cronbach's Alpha < 0,60 = Tidak reliabel

H. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan program Statistical Package for Social Sciences (SPSS) melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif, untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban kuesioner.
2. Uji Validitas, untuk mengetahui kelayakan setiap item pernyataan.
3. Uji Reliabilitas, untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian.
4. Analisis Korelasi Pearson, untuk mengetahui hubungan antara penggunaan fitur Instagram Story dengan kebutuhan validasi sosial mahasiswa.
5. Analisis Regresi Linear Sederhana, untuk mengetahui besarnya pengaruh penggunaan fitur Instagram Story terhadap kebutuhan validasi sosial mahasiswa.
6. Uji t, untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.
7. Koefisien Determinasi (R^2), untuk mengetahui seberapa besar kontribusi penggunaan fitur Instagram Story dalam menjelaskan kebutuhan validasi sosial mahasiswa.

Hasil analisis tersebut digunakan sebagai dasar dalam menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh penggunaan fitur *Instagram Story* terhadap kebutuhan validasi sosial mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil olah data SPSS, penelitian ini melibatkan 50 responden mahasiswa dengan dua variabel utama, yaitu variabel X berupa penggunaan fitur "story" pada media sosial Instagram dan variabel Y berupa kebutuhan validasi sosial mahasiswa. Masing-masing variabel terdiri atas 10 butir pernyataan. Output SPSS yang digunakan dalam penelitian ini meliputi hasil uji korelasi antarbutir dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha.

Correlations

		x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10
x1	Pearson Correlation	1	.522**	.503**	.318*	.085	.444**	.253	.196	.313*	.094
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.024	.558	.001	.076	.172	.027	.517
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
x2	Pearson Correlation	.522**	1	.604**	.307*	.113	.489**	.307*	.071	.325*	-.178
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.030	.433	.000	.030	.624	.021	.215
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
x3	Pearson Correlation	.503**	.604**	1	.559**	.196	.213	.447**	.346*	.262	-.070
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.174	.138	.001	.014	.066	.627
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
x4	Pearson Correlation	.318*	.307*	.559**	1	.428**	.266	.107	.198	.113	.057
	Sig. (2-tailed)	.024	.030	.000		.002	.062	.457	.167	.433	.697
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
x5	Pearson Correlation	.085	.113	.196	.428**	1	.266	.154	.155	.399**	.108
	Sig. (2-tailed)	.558	.433	.174	.002		.061	.285	.281	.004	.456
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
x6	Pearson Correlation	.444**	.489**	.213	.266	.266	1	.298*	.077	.009	.262
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.138	.062	.061		.035	.597	.953	.066
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
x7	Pearson Correlation	.253	.307*	.447**	.107	.154	.298*	1	.365**	.261	.142
	Sig. (2-tailed)	.076	.030	.001	.457	.285	.035		.009	.067	.325
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
x8	Pearson Correlation	.196	.071	.346*	.198	.155	.077	.365**	1	.172	.059
	Sig. (2-tailed)	.172	.624	.014	.167	.281	.597	.009		.233	.682
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
x9	Pearson Correlation	.313*	.325*	.262	.113	.399**	.009	.261	.172	1	-.297*
	Sig. (2-tailed)	.027	.021	.066	.433	.004	.953	.067	.233		.036
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
x10	Pearson Correlation	.094	-.178	-.070	.057	.108	.262	.142	.059	-.297*	1
	Sig. (2-tailed)	.517	.215	.627	.697	.456	.066	.325	.682	.036	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

Pada variabel X, yaitu penggunaan fitur story Instagram, hasil korelasi menunjukkan adanya hubungan antarbutir yang cukup bervariasi. Beberapa item memiliki korelasi yang signifikan, seperti x1 dengan x2 sebesar 0,522, x1 dengan x3 sebesar 0,503, x1 dengan x6 sebesar 0,444, serta x2 dengan x3 sebesar 0,604. Nilai signifikansi pada beberapa hubungan tersebut berada di bawah 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa beberapa indikator dalam variabel penggunaan fitur story Instagram memiliki hubungan

yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kebiasaan mahasiswa dalam menggunakan story Instagram tidak berdiri sendiri, melainkan berkaitan dengan beberapa aspek lain seperti frekuensi penggunaan, kebiasaan membagikan aktivitas, melihat story orang lain, serta menggunakan story sebagai media ekspresi diri.

Temuan ini sejalan dengan kajian mengenai penggunaan Instagram yang menyatakan bahwa Instagram tidak hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang ekspresi, interaksi, dan pembentukan identitas sosial[8]. Fitur story memiliki karakteristik yang cepat, visual, dan interaktif sehingga memungkinkan mahasiswa membagikan aktivitas sehari-hari secara langsung. Dalam konteks mahasiswa, story sering digunakan untuk menunjukkan kegiatan, suasana hati, pencapaian, atau momen tertentu kepada lingkungan sosialnya. Karena itu, penggunaan story dapat dipahami sebagai bagian dari proses komunikasi sosial di ruang digital[9].

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.751	10

Namun, hasil korelasi pada variabel X juga menunjukkan bahwa tidak semua item memiliki hubungan yang kuat. Beberapa butir seperti x5, x8, dan x10 memiliki korelasi yang rendah dengan sejumlah item lain. Hal ini menunjukkan bahwa pola penggunaan fitur story Instagram pada mahasiswa tidak sepenuhnya sama. Ada mahasiswa yang sering melihat story orang lain, tetapi jarang mengunggah story sendiri. Ada pula mahasiswa yang mengunggah story hanya untuk dokumentasi pribadi, hiburan, atau berbagi momen tanpa terlalu memperhatikan respons orang lain.

Hasil uji reliabilitas variabel X menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,751 dengan jumlah item sebanyak 10. Nilai ini berada di atas batas umum 0,70, sehingga instrumen variabel X dapat dinyatakan reliabel. Artinya, butir-butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur penggunaan fitur story Instagram memiliki konsistensi internal yang baik. Dengan demikian, kuesioner pada variabel X layak digunakan untuk menggambarkan kecenderungan mahasiswa dalam menggunakan fitur story Instagram.

[8] Wirawan, F. W., Zakira, Z. A. and Oktivera, E. (2020). The Effects of Sharing Stories using Instagram Story on Students' Self Disclosure: A Study on Narrative Paradigm. In *Proceedings of the 1st International Conference on Intermedia Arts and Creative Technology - CREATIVEARTS*; ISBN 978-989-758-430-5, SciTePress, pages 13-17. DOI: 10.5220/0008525400130017

[9] Mark, J., Rice, L., Punyanunt-Carter, N. M., & Snidman, H. R. (2023). Motivations for Instagram use: Personal validation and enhancing close relationships. *Online Journal of Communication and Media Technologies, 13*(2), e202315. https://doi.org/10.30935/ojcmt/13014

Correlations

		y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10
y1	Pearson Correlation	1	.254	.501**	.303*	.494**	.492**	.470**	.414**	.488**	.270
	Sig. (2-tailed)		.075	.000	.032	.000	.000	.001	.003	.000	.058
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y2	Pearson Correlation	.254	1	.489**	.288*	.434**	.193	.383**	.491**	.554**	.562**
	Sig. (2-tailed)	.075		.000	.042	.002	.179	.006	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y3	Pearson Correlation	.501**	.489**	1	.485**	.661**	.507**	.492**	.524**	.505**	.530**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y4	Pearson Correlation	.303*	.288*	.485**	1	.335*	.254	.272	.199	.173	.163
	Sig. (2-tailed)	.032	.042	.000		.017	.076	.056	.167	.229	.257
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y5	Pearson Correlation	.494**	.434**	.661**	.335*	1	.727**	.504**	.665**	.603**	.557**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.017		.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y6	Pearson Correlation	.492**	.193	.507**	.254	.727**	1	.510**	.635**	.453**	.500**
	Sig. (2-tailed)	.000	.179	.000	.076	.000		.000	.000	.001	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y7	Pearson Correlation	.470**	.383**	.492**	.272	.504**	.510**	1	.535**	.670**	.468**
	Sig. (2-tailed)	.001	.006	.000	.056	.000	.000		.000	.000	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y8	Pearson Correlation	.414**	.491**	.524**	.199	.665**	.635**	.535**	1	.656**	.636**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.167	.000	.000	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y9	Pearson Correlation	.488**	.554**	.505**	.173	.603**	.453**	.670**	.656**	1	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.229	.000	.001	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y10	Pearson Correlation	.270	.562**	.530**	.163	.557**	.500**	.468**	.636**	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	.058	.000	.000	.257	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

Pada variabel Y, yaitu kebutuhan validasi sosial mahasiswa, hasil korelasi menunjukkan hubungan antarbutir yang lebih kuat dibandingkan variabel X. Banyak item pada variabel Y memiliki korelasi signifikan pada taraf 0,01. Misalnya, y3 berkorelasi dengan y5 sebesar 0,661, y5 dengan y6 sebesar 0,727, y5 dengan y8 sebesar 0,665, y7 dengan y9 sebesar 0,670, serta y8 dengan y9 sebesar 0,656. Korelasi yang cukup kuat ini menunjukkan bahwa indikator-indikator kebutuhan validasi sosial saling berkaitan secara konsisten.

Kebutuhan validasi sosial dalam konteks media sosial dapat dipahami sebagai keinginan individu untuk memperoleh pengakuan, perhatian, penerimaan, dan respons positif dari orang lain[10]. Pada Instagram, bentuk validasi sosial dapat muncul melalui jumlah penonton story, balasan pesan, emoji reaction, komentar, mention, maupun perhatian dari teman sebaya. Mahasiswa yang merasa senang ketika story-nya dilihat banyak orang kemungkinan juga merasa dihargai ketika memperoleh respons atau reaksi positif[11]. Hal ini memperlihatkan bahwa validasi sosial di media sosial tidak hanya berkaitan dengan jumlah likes, tetapi juga berbagai bentuk interaksi digital yang membuat seseorang merasa diperhatikan.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	10

Hasil reliabilitas variabel Y menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,897 dengan jumlah item sebanyak 10. Nilai ini termasuk dalam kategori sangat reliabel. Artinya, instrumen yang digunakan untuk mengukur kebutuhan validasi sosial mahasiswa memiliki konsistensi internal yang sangat baik. Setiap butir pernyataan dalam variabel Y mampu menggambarkan konstruk yang sama, yaitu kebutuhan mahasiswa untuk memperoleh pengakuan sosial melalui interaksi di media sosial.

[10] Nora Alicia Maza, *Examining Personal Self-Concept, Social Self-Concept, and External Validation Seeking as Predictors of Problematic Social Media Use in 18 to 22 Year Olds* (Dissertation, Texas A&M University-Corpus Christi, 2022), hlm. 3–5.

[11] Taylor, J., Armes, G. Social comparison on Instagram, and its relationship with self-esteem and body-esteem. *Discov Psychol* **4**, 126 (2024). https://doi.org/10.1007/s44202-024-00241-3

Hasil ini didukung oleh berbagai penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa media sosial, terutama Instagram, berkaitan erat dengan kebutuhan validasi diri, perbandingan sosial, dan penilaian terhadap diri sendiri[12]. Mahasiswa sebagai kelompok usia muda berada pada tahap perkembangan yang masih kuat dipengaruhi oleh penerimaan sosial. Ketika mereka menggunakan Instagram story, mereka tidak hanya membagikan informasi, tetapi juga membuka ruang bagi orang lain untuk memberikan respons. Respons tersebut kemudian dapat memengaruhi perasaan, kepercayaan diri, bahkan cara individu memandang dirinya sendiri[13].

Dalam judul penelitian, yaitu "Pengaruh Penggunaan Fitur Story pada Media Sosial Instagram terhadap Kebutuhan Validasi Sosial Mahasiswa", hasil olah data menunjukkan bahwa instrumen penelitian sudah memenuhi kelayakan secara reliabilitas. Variabel X memiliki reliabilitas baik, sedangkan variabel Y memiliki reliabilitas sangat baik. Hal ini memperkuat bahwa kedua variabel dapat digunakan untuk mengukur fenomena yang diteliti. Secara teoritis, semakin sering mahasiswa menggunakan fitur story Instagram, semakin besar kemungkinan mereka terlibat dalam proses pencarian respons sosial. Story menjadi ruang presentasi diri yang memungkinkan mahasiswa menampilkan citra tertentu dan menunggu tanggapan dari orang lain[14].

Fitur story juga memiliki karakter yang berbeda dari unggahan biasa. Story bersifat sementara, hanya bertahan dalam waktu tertentu, dan menyediakan informasi tentang siapa saja yang melihat unggahan tersebut. Karakteristik ini membuat pengguna lebih mudah memantau perhatian sosial yang diterimanya. Jumlah viewers, siapa yang melihat story, serta siapa yang memberikan reaksi dapat menjadi indikator tidak langsung bagi mahasiswa untuk menilai apakah dirinya diperhatikan atau tidak[15]. Oleh karena itu, penggunaan story dapat berkaitan dengan munculnya kebutuhan validasi sosial.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan fitur story Instagram dan kebutuhan validasi sosial merupakan dua fenomena yang relevan untuk diteliti pada mahasiswa. Story Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media berbagi aktivitas, tetapi juga sebagai ruang sosial yang memungkinkan mahasiswa memperoleh perhatian, penerimaan, dan pengakuan dari orang lain. Nilai reliabilitas yang baik pada variabel X dan sangat baik pada variabel Y menunjukkan bahwa instrumen penelitian telah cukup kuat untuk digunakan dalam analisis lanjutan. Dengan dukungan penelitian terdahulu, dapat dipahami bahwa penggunaan Instagram story berpotensi berkaitan dengan kebutuhan validasi sosial mahasiswa, terutama karena adanya fitur interaktif yang memungkinkan pengguna menerima dan memantau respons sosial secara langsung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh penggunaan fitur Instagram Story terhadap kebutuhan validasi sosial mahasiswa, dapat disimpulkan bahwa fitur Instagram Story telah menjadi salah satu sarana komunikasi dan ekspresi diri yang penting bagi mahasiswa dalam kehidupan digital. Melalui fitur ini, mahasiswa dapat membagikan aktivitas, pengalaman, perasaan, maupun pemikiran kepada lingkungan sosialnya secara cepat dan interaktif. Kehadiran berbagai bentuk respons seperti jumlah penonton, balasan pesan, dan reaksi dari pengguna lain menjadikan Instagram Story tidak hanya berfungsi sebagai media berbagi informasi, tetapi juga sebagai sarana memperoleh perhatian dan pengakuan sosial.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen penggunaan fitur Instagram Story memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,751 yang termasuk kategori reliabel, sedangkan instrumen kebutuhan validasi sosial memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,897 yang termasuk kategori sangat reliabel. Hal ini

[12] Lili Mira Julia Rahma dan Setiasih, "The Impact of Social Media Usage Intensity on Self-Esteem: Survey on Emerging Adulthood of Instagram User," *KONSELI: Jurnal Bimbingan dan Konseling (E-Journal)*, Vol. 8, No. 1 (2021): 39–46, hlm. 39.

[13] Lee HY, Jamieson JP, Reis HT, Beevers CG, Josephs RA, Mullarkey MC, O'Brien JM, Yeager DS. Getting Fewer "Likes" Than Others on Social Media Elicits Emotional Distress Among Victimized Adolescents. Child Dev. 2020 Nov;91(6):2141-2159. doi: 10.1111/cdev.13422. Epub 2020 Sep 6. PMID: 32892358; PMCID: PMC7722198.

[14] D.M. Herawati, "Penggunaan Fitur Instagram Stories Sebagai Selective Self-Presentation pada Perempuan Milenial," *Jurnal Komunikasi*, 2022.

[15] Romero Saletti, S. M., Van den Broucke, S., & Van Beggelaer, W. (2022). Understanding Motives, Usage Patterns and Effects of Instagram Use in Youths: A Qualitative Study. *Emerging Adulthood*, *10*(6), 1376-1394. https://doi.org/10.1177/21676968221114251

menunjukkan bahwa kedua instrumen memiliki tingkat konsistensi yang baik dan layak digunakan dalam penelitian.

Berdasarkan kajian teori dan hasil analisis data, penggunaan fitur Instagram Story memiliki keterkaitan dengan kebutuhan validasi sosial mahasiswa. Semakin intens mahasiswa menggunakan fitur tersebut, semakin besar peluang munculnya kebutuhan untuk memperoleh perhatian, penerimaan, dan pengakuan dari lingkungan sosialnya. Oleh karena itu, media sosial, khususnya Instagram, memiliki peran yang cukup signifikan dalam membentuk pola interaksi sosial dan kebutuhan psikologis mahasiswa di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

Aureliahermansyah, N., Priatna, W. B., Pranata, R. T. H., & Riyanto, S. (2026). Hubungan intensitas penggunaan Instagram Story dengan interaksi sosial mahasiswa komunikasi digital dan media Sekolah Vokasi IPB University. *Jurnal Netnografi Komunikasi, 5*(1), 1–16. https://doi.org/10.59408/jnk.v5i1.127

Faza Ammarul Haq, & Amirah. (2025). Ketergantungan pada validasi sosial melalui like, comment, followers di media sosial: Literature review. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2*(1), 1244–1256. https://doi.org/10.63822/5w59ep33

Herawati, D. M. (2022). Penggunaan fitur Instagram Stories sebagai selective self-presentation pada perempuan milenial. *Jurnal Komunikasi*.

Jiang, S., & Ngien, A. (2020). The effects of Instagram use, social comparison, and self-esteem on social anxiety: A survey study in Singapore. *Social Media + Society, 6*(2), 1–8. https://doi.org/10.1177/2056305120912488

Lee, H. Y., Jamieson, J. P., Reis, H. T., Beevers, C. G., Josephs, R. A., Mullarkey, M. C., O'Brien, J. M., & Yeager, D. S. (2020). Getting fewer "likes" than others on social media elicits emotional distress among victimized adolescents. *Child Development, 91*(6), 2141–2159. https://doi.org/10.1111/cdev.13422

Mark, J., Rice, L., Punyanunt-Carter, N. M., & Snidman, H. R. (2023). Motivations for Instagram use: Personal validation and enhancing close relationships. *Online Journal of Communication and Media Technologies, 13*(2), e202315. https://doi.org/10.30935/ojcmt/13014

Maza, N. A. (2022). *Examining personal self-concept, social self-concept, and external validation seeking as predictors of problematic social media use in 18 to 22 year olds* (Doctoral dissertation, Texas A&M University-Corpus Christi).

Nabila, S., Anggraeni, R., & Abidin, Z. (2025). Description of student self-disclosure as active Instagram users (Gambaran self-disclosure mahasiswa pengguna aktif Instagram). *Psikostudia: Jurnal Psikologi, 14*(3), 330–336.

Rahma, L. M. J., & Setiasih. (2021). The impact of social media usage intensity on self-esteem: Survey on emerging adulthood of Instagram user. *KONSELI: Jurnal Bimbingan dan Konseling (E-Journal), 8*(1), 39–46.

Romero Saletti, S. M., Van den Broucke, S., & Van Beggelaer, W. (2022). Understanding motives, usage patterns and effects of Instagram use in youths: A qualitative study. *Emerging Adulthood, 10*(6), 1376–1394. https://doi.org/10.1177/21676968221114251

Sherlock, M., & Wagstaff, D. L. (2019). Exploring the relationship between frequency of Instagram use, exposure to idealized images, and psychological well-being in women. *Psychology of Popular Media Culture, 8*(4), 482–490.

Situmorang, W., & Hayati, R. (2023). Media sosial Instagram sebagai bentuk validasi dan representasi diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara*.

Taylor, J., & Armes, G. (2024). Social comparison on Instagram, and its relationship with self-esteem and body-esteem. *Discover Psychology, 4*, 126. https://doi.org/10.1007/s44202-024-00241-3

Wirawan, F. W., Zakira, Z. A., & Oktivera, E. (2020). The effects of sharing stories using Instagram Story on students' self-disclosure: A study on narrative paradigm. In *Proceedings of the 1st International Conference on Intermedia Arts and Creative Technology (CREATIVEARTS)* (pp. 13–17). SciTePress. https://doi.org/10.5220/0008525400130017

Zulfianti, I., Sukmarini, A. V., & Djalil, N. A. (2024). The effect of likes, comments and share feedback on Instagram on self-esteem of English study program. *Journal La Sociale, 4*(5), 469–488. https://doi.org/10.37899/journal-la-sociale.v4i5.1951