

INSTAGRAM MAP SEBAGAI RUANG BERBAGI LOKASI DI KALANGAN MAHASISWA

Ratna Wulansari¹, Ana Fitriana Poerana², Luluatu Nayiroh³

Universitas Singaperbangsa Karawang^{1,2,3}

2210631190034@student.unsika.ac.id¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif penggunaan, pengalaman komunikasi, dan makna penggunaan fitur berbagi lokasi *Instagram Map* di kalangan mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi sosial Alfred Schutz. Informan penelitian berjumlah sembilan mahasiswa yang dipilih secara *purposive*, sedangkan data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *Instagram Map* didorong oleh motif sebab berupa ketertarikan terhadap fitur baru, *Fear of Missing Out* (FOMO), pengaruh lingkungan sosial, dan pengalaman sebelumnya, serta motif tujuan untuk mempermudah berbagi informasi lokasi, komunikasi, koordinasi, dan aktivitas bersama. Pengalaman komunikasi pengguna memperlihatkan terbentuknya interaksi dan kedekatan sosial, sekaligus memunculkan pertimbangan mengenai privasi dan kepercayaan. Adapun makna penggunaan *Instagram Map* bagi mahasiswa dipahami sebagai penanda keberadaan diri, penguat interaksi dan relasi sosial, serta bentuk kepercayaan dalam berbagi lokasi.

Kata Kunci: Fenomenologi Sosial, *Instagram Map*, Makna, Motif, Pengalaman Komunikasi.

ABSTRACT

This study aims to determine the motives for use, communication experiences, and meanings of using the Instagram Map location-sharing feature among students at Singaperbangsa University, Karawang. The study employed a qualitative method with Alfred Schutz's social phenomenology approach. Nine students were purposively selected as informants, while data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The results indicate that Instagram Map use is driven by motives such as interest in new features, Fear of Missing Out (FOMO), social influences, and previous experiences, as well as the goal of facilitating location sharing, communication, coordination, and shared activities. Users' communication experiences demonstrate the formation of social interaction and closeness, while also raising concerns about privacy and trust. The meaning of Instagram Map use for students is understood as a marker of self-presence, a reinforcement of social interaction and relationships, and a form of trust in location sharing.

Keywords: *Communication Experiences, Instagram Map, Meaning, Motives, Social Phenomenology.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah mengubah cara individu berinteraksi di ruang digital. Media sosial memungkinkan individu untuk berinteraksi, berpartisipasi, dan berbagi informasi di ruang digital yang terus berkembang. Salah satu platform media sosial yang terus mengalami perkembangan fitur adalah Instagram. Kehadiran berbagai fitur baru menjadikan Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi informasi dan hiburan, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun identitas diri serta memperluas relasi sosial pengguna (Fahrezi et al., 2025). Seiring perkembangannya, Instagram juga dimanfaatkan dalam berbagai aktivitas komunikasi, termasuk promosi, pemasaran, dan interaksi dengan audiens, yang menunjukkan semakin luasnya fungsi platform ini dalam kehidupan digital masyarakat (Misdiana et al., 2024).

Pengguna Instagram di Indonesia mencapai 108 juta pada akhir tahun 2025 (Kemp, 2026). Angka yang menegaskan peran penting Instagram dalam komunikasi digital, terutama di kalangan anak muda dan mahasiswa. Salah satu fitur yang menarik perhatian penggunaan adalah Instagram Map, fitur yang diluncurkan oleh Meta pada bulan Oktober 2025 di Indonesia fitur yang memungkinkan pengguna membagikan dan melihat lokasi teman yang memilih untuk mengaktifkan layanan berbagai lokasi secara *real-time*, pengguna dapat memilih siapa saja pengikut yang dapat melihat lokasi

dan berapa lama fitur tersebut aktif. Secara ideal, fitur ini dirancang untuk mempermudah koordinasi, mempererat hubungan sosial, serta memberikan kemudahan dalam mengetahui keberadaan orang-orang yang berada dalam jaringan pertemanan di Instagram (Susanti et al., 2025).

Namun, dalam praktiknya penggunaan *Instagram Map* tidak selalu dimaknai secara seragam oleh setiap pengguna. Sebagian pengguna memandang fitur tersebut sebagai kemudahan dalam berkomunikasi dan kedekatan sosial, sementara sebagian lainnya memiliki pertimbangan mengenai keamanan data lokasi, privasi, maupun kenyamanan dalam membagikan lokasi mereka kepada orang lain. Di kalangan mahasiswa penggunaan fitur ini juga dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pengaruh lingkungan pertemanan, rasa ingin tahu terhadap fitur baru, hingga kebutuhan untuk mempertahankan eksistensi dalam ruang digital. Perbedaan pengalaman tersebut menunjukkan bahwa makna suatu teknologi tidak hanya ditentukan oleh fungsi yang dirancang oleh pengembang, tetapi juga oleh bagaimana setiap pengguna menginterpretasikan dan menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari.

Berbagai penelitian mengenai Instagram selama ini umumnya berfokus pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi, personal branding, maupun pembentukan identitas diri. Sementara itu, kajian yang secara khusus membahas pemaknaan pengguna

terhadap fitur berbagi lokasi *Instagram Map* masih relatif terbatas, terutama dengan penggunaan pendekatan fenomenologi. Keterbatasan penelitian ini menjadi potensi untuk melakukan analisis lebih lanjut mengenai *Instagram Map* dari perspektif yang lebih mendalam dalam studi komunikasi digital. Karena setiap individu memiliki pengalaman subjektif yang dapat menghasilkan makna yang berbeda terhadap penggunaan suatu fitur digital. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu menggali pengalaman dan interpretasi pengguna secara mendalam dapat memahami fenomena tersebut dari sudut pandang pelaku.

Berdasarkan uraian tersebut penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang memaknai penggunaan *Instagram Map* sebagai ruang berbagi lokasi. Melalui pendekatan fenomenologi sosial Alfred Schutz. Berdasarkan Schutz (1967), motif dibagi menjadi dua bagian yaitu motif (because motive) berasal dari pengalaman masa lalu seseorang untuk melakukan suatu tindakan dan (in-order-to motive) merupakan tujuan masa depan yang ingin dicapai, pengalaman, dan makna. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui motif, pengalaman dan makna yang dibangun oleh mahasiswa dalam menggunakan fitur tersebut, sehingga memberikan kontribusi terhadap kajian komunikasi digital dan penggunaan media sosial di kalangan generasi muda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk memahami

pengalaman komunikasi dan pemaknaan mahasiswa terhadap penggunaan fitur *Instagram Map* sebagai ruang berbagi lokasi. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali pengalaman subjektif informan dalam memaknai suatu fenomena yang mereka alami secara langsung. Penelitian ini menggunakan Fenomenologi Sosial Alfred Schutz sebagai pisau analisis untuk memahami motif tindakan, mengeksplorasi pengalaman komunikasi informan, dan menginterpretasikan makna.

Informan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang yang pernah menggunakan fitur *Instagram Map* dan memiliki pengalaman yang relevan dengan tujuan penelitian. Penelitian ini melibatkan sembilan informan sebagai sumber data utama. Sumber data pada penelitian ini terdapat dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dihasilkan melalui wawancara mendalam dengan mahasiswa aktif yang menggunakan fitur *Instagram Map*, sedangkan data sekunder dihasilkan melalui seperti jurnal ilmiah, buku, serta dokumen lain yang berkaitan dengan media sosial dan Fenomenologi Sosial Alfred Schutz. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman komunikasi, motif penggunaan, serta makna yang dibangun informan terhadap *Instagram Map*, sedangkan observasi dan dokumentasi berfungsi sebagai data pendukung untuk memperkuat temuan penelitian.

Analisis data mengacu pada teknik analisis kualitatif yang diperdalam dengan analisis fenomenologi, melalui tahapan transkripsi dan pengorganisasian data, pembacaan keseluruhan data, identifikasi pernyataan-pernyataan signifikan, pengelompokan makna ke dalam tema-tema, penyusunan deskripsi tekstural dan struktural, serta perumusan esensi pengalaman. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan menggunakan perspektif fenomenologi sosial Alfred Schutz untuk memahami pengalaman komunikasi, motif, dan pemaknaan mahasiswa terhadap penggunaan *Instagram Map* sebagai ruang berbagi lokasi. Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi, yaitu dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai teknik pengumpulan data.

HASIL PENELITIAN

Penggunaan fitur *Instagram Map* di kalangan mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang menunjukkan bahwa fitur ini telah menjadi bagian dari aktivitas komunikasi di media sosial. Berdasarkan hasil wawancara terhadap sembilan informan, *Instagram Map* tidak hanya dimanfaatkan untuk membagikan lokasi, tetapi juga digunakan untuk mempermudah komunikasi, koordinasi, dan membangun interaksi dengan teman. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan fitur ini dipengaruhi oleh motif tertentu, pengalaman komunikasi yang dialami pengguna, hingga makna yang kemudian dibentuk dari pengalaman tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa mulai menggunakan *Instagram Map* karena berbagai motif sebab (because motive). Sebagian informan mengaku tertarik menggunakan fitur tersebut setelah melihat banyak teman-temannya yang telah mengaktifkan. Kondisi tersebut menimbulkan rasa keingintahuan sekaligus dorongan untuk ikut mencoba agar tidak tertinggal dari lingkungan pertemanannya. Sebagaimana diungkapkan oleh salah satu informan: “*Karena emang orang-orang banyak yang pakai ya, kadang eee saya juga ngelihatnya ada rasa FOMO juga.*” (Hasil Wawancara Informan)

Selain dipengaruhi oleh lingkungan sosial, terdapat pula informan yang menggunakan *Instagram Map* karena tertarik terhadap inovasi fitur baru yang disediakan Instagram. Rasa penasaran mendorong informan untuk mencoba dan membandingkan fitur tersebut dengan layanan berbagi lokasi pada aplikasi lain. “*Ada sih sebenarnya, eee itu kayak pure apaya penasaran aja sih. Jadi saya kayak pengen coba aja nih kalau di Instagram gimana berbagi lokasinya.*” (Hasil Wawancara Informan)

Temuan selanjutnya menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki motif tujuan (in-order-to motive) ketika menggunakan *Instagram Map*. Salah satu tujuan yang paling utama adalah memberikan informasi mengenai keberadaan diri kepada orang lain agar teman mengetahui lokasi mereka tanpa harus menjelaskan secara langsung. “*Setidaknya mereka tahu kita lagi ada di sekitar mana.*” (Hasil Wawancara Informan)

Selain sebagai sarana memberikan informasi mengenai keberadaan, *Instagram Map* juga digunakan untuk mempermudah komunikasi dan koordinasi dengan teman. Informan merasakan bahwa keberadaan fitur ini membuat proses berinteraksi menjadi lebih praktis. “Menurut saya cukup berpengaruh karena bikin interaksi itu menjadi lebih mudah.” (Hasil Wawancara Informan)

Tujuan penggunaan lainnya adalah untuk mempermudah proses mengetahui lokasi teman sehingga komunikasi dapat berlangsung dengan lebih efektif tanpa harus saling bertanya mengenai posisi masing-masing. “Menurut saya itu bisa membantu komunikasi kita sama mempermudah mengetahui keberadaan teman.” (Hasil Wawancara Informan)

Pengalaman komunikasi yang dialami informan menunjukkan bahwa penggunaan *Instagram Map* tidak berhenti pada aktivitas berbagi lokasi di media sosial, tetapi berkembang menjadi interaksi sosial secara langsung. Salah satu informan menceritakan bahwa setelah membagikan lokasinya ketika sedang berada di sebuah *coffee shop*, beberapa temannya datang tanpa adanya ajakan secara langsung. “Eee waktu itu pernah saya pakai ketika saya lagi nongkrong di suatu *coffee shop* ya. Dan tiba-tiba aja teman-teman saya pada datang.” (Hasil Wawancara Informan)

Pengalaman serupa juga dialami oleh informan lain yang membagikan lokasi ketika menghadiri suatu acara komunitas. Informan mengaku bahwa beberapa temannya kemudian menyusul dan akhirnya berkumpul bersama. “Pernah, waktu itu kan lagi datang di acara komunitas gitu, terus

aku share live lokasi di *Instagram*, tiba-tiba ada beberapa teman yang ikut menyusul juga, dan kumpul bareng akhirnya deh.” (Hasil Wawancara Informan)

Berdasarkan pengalaman tersebut, mahasiswa kemudian memaknai *Instagram Map* sebagai media yang mampu memperkuat interaksi dan relasi sosial. Informan merasa bahwa fitur ini membantu mereka tetap terhubung dengan teman-temannya meskipun tidak selalu berkomunikasi secara langsung. “Emm saya memaknainya sebagai cara buat tetap terhubung sama teman.” (Hasil Wawancara Informan)

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan *Instagram Map* selalu disertai dengan pertimbangan mengenai privasi dan kepercayaan. Informan tidak membagikan lokasi kepada semua orang, tetapi memilih penerima informasi berdasarkan situasi dan tingkat kedekatan hubungan. “Kalau misalkan di *second*, kadang-kadang saya bagiin, kalau di *first* bisa jadi boomerang, jadi lebih ke saya memilih-milih aja sih, kalau misalkan saya berbagi lokasinya pasti ngelihat dulu situasi dan kondisi.” (Hasil Wawancara Informan)

Temuan tersebut diperkuat oleh informan lain yang memandang bahwa berbagi lokasi merupakan bentuk keterbukaan yang hanya diberikan kepada orang-orang tertentu yang dipercaya. “Mungkin dari saya itu sebuah bentuk keterbukaan dan kepercayaan kepada orang tertentu.” (Hasil Wawancara Informan)

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *Instagram Map* di kalangan mahasiswa dipengaruhi oleh ketertarikan terhadap fitur baru dan lingkungan sosial, kemudian berkembang menjadi sarana untuk memberikan informasi mengenai keberadaan, mempermudah komunikasi dan koordinasi, serta membangun interaksi dengan teman. Pengalaman komunikasi yang diperoleh melalui fitur ini membentuk makna bahwa *Instagram Map* merupakan penanda keberadaan diri, penguat interaksi dan relasi sosial, serta media berbagi lokasi yang penggunaannya didasarkan pada kepercayaan dan pertimbangan privasi.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *Instagram Map* oleh mahasiswa didorong oleh motif sebab (because motive) dan motif tujuan (in-order-to motive). Motif sebab terbentuk dari ketertarikan terhadap fitur baru, pengaruh lingkungan pertemanan, fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO), serta pengalaman sebelumnya dalam menggunakan media sosial. Pendekatan fenomenologi memandang bahwa makna lahir dari pengalaman subjektif individu terhadap fenomena yang dialaminya (Wahidin et al., 2024). Dalam fenomenologi sosial Alfred Schutz, pengalaman tersebut tersimpan sebagai *stock of knowledge* atau stok pengetahuan yang menjadi rujukan individu dalam memaknai situasi sosial dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari (Nadilah et al., 2026). Sementara itu, motif tujuan berkaitan dengan keinginan untuk mempermudah

berbagi lokasi, melakukan koordinasi, mengajak teman berkumpul, serta membagikan aktivitas yang sedang dilakukan.

Penggunaan *Instagram Map* menghadirkan pengalaman komunikasi yang beragam bagi mahasiswa. Fitur ini mempermudah interaksi dan koordinasi karena pengguna dapat mengetahui lokasi teman secara lebih praktis sehingga mendorong terjadinya pertemuan secara langsung. Pengalaman bertemu dan berinteraksi tersebut membentuk pemahaman baru mengenai fungsi *Instagram Map* sebagai sarana mempererat hubungan sosial (Arianto & Handayani, 2024). Di sisi lain, penggunaan fitur ini juga diikuti oleh pertimbangan mengenai privasi dan kepercayaan dalam berbagi lokasi kepada orang lain.

Bagi mahasiswa, *Instagram Map* dimaknai lebih dari sekadar fitur digital untuk menunjukkan lokasi. Fitur ini menjadi penanda keberadaan diri, penguat interaksi dan relasi sosial, serta bentuk kepercayaan dalam berbagi informasi lokasi dengan orang-orang tertentu. Pemaknaan tersebut lahir dari pengalaman komunikasi yang dialami pengguna sehingga makna yang terbentuk tidak hanya berkaitan dengan fungsi teknologi, tetapi juga dengan hubungan sosial yang dibangun dalam kehidupan sehari-hari.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *Instagram Map* di kalangan mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang didorong oleh motif sebab dan motif tujuan yang terbentuk dari pengalaman serta kebutuhan komunikasi pengguna. Penggunaan fitur ini menghadirkan

pengalaman komunikasi berupa kemudahan dalam berinteraksi, berkoordinasi, dan mempererat hubungan sosial, namun tetap diiringi dengan pertimbangan mengenai privasi dan kepercayaan. Berdasarkan pengalaman tersebut, *Instagram Map* dimaknai tidak hanya sebagai fitur berbagi lokasi, tetapi juga sebagai penanda keberadaan diri, penguat interaksi dan relasi sosial, serta bentuk kepercayaan dalam berbagi informasi lokasi dengan orang-orang tertentu. Dengan demikian, makna penggunaan *Instagram Map* dibentuk melalui pengalaman sosial yang dialami pengguna dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B., & Handayani, B. (2024). *Pengantar studi fenomenologi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Fahrezi, E. A., Sujarwo, & Safitri, D. (2025). Analisis fenomenologi pengguna aktif Instagram bagi Generasi Z / Phenomenological analysis of active Instagram users for Generation Z. *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(4), 7525–7532. <https://jicnusanantara.com/index.php/jiic>
- Kemp, S. (2026). *Digital 2026: Indonesia*. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2026-indonesia>
- Misdiana, R., Yusup, E., & Poerana, A. F. (2024). Instagram sebagai media pemasaran Serenity Photoworks dalam menarik minat client. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial*, 4(3), 828–832. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i3.2207>
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Nadilah, Y. P., Dharta, Y., & Yusup, E. (2026). Makna komunikasi ritual rujakan dalam tradisi Munggahan pada masyarakat Desa Lemahabang Kabupaten Karawang. *Jurnal Warta ISKI*, 9(1), 1–10. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v9i1.492>
- Raaji, M. A., & Selian, N. (2026). Pola pikir mistis dan pengambilan keputusan: Studi kualitatif pada individu dengan karakteristik schizotypal. *JURMIE: Jurnal Riset Manajemen dan Ilmu Ekonomi*, 3(1), 15–25. <https://journal.hasbaedukasi.co.id/index.php/jurmie>
- Schutz, A. (1967). *The phenomenology of the social world*. Evanston, IL: Northwestern University Press.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.

- Susanti, E., Harahap, F. A., & Syafriani, Y. (2025). Analisis interaksi sosial mahasiswa pengguna aplikasi Instagram pada mahasiswa MPI Stambuk 21. *JUPIMAN: Jurnal Pendidikan dan Manajemen*, 3(1), 27–35. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i1>
- Wahidin, A., Mayasari, M., & Nayiroh, L. (2024). Interpretasi makna lagu “Jalan Pulang” karya Yura Yunita bagi mahasiswa rantau. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial*, 4(2), 519–524. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i2.1810>