

Perilaku Frequent Story Posting pada Pengguna Instagram: Kajian Psikologis terhadap Kebutuhan Validasi dan Konstruksi Identitas Digital

Romal Hadi Setyawan^{1*}

^{1*}Universitas Negeri Sebelas Maret

romalhadi@gmail.com

Accepted: 05-03-2026

Revised: 17-03-2026

Published: 20-03-2026

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perilaku *frequent story posting* pada pengguna media sosial dengan menitikberatkan pada kebutuhan validasi sosial, pengaruh respons digital terhadap evaluasi diri dan regulasi emosi, serta perannya dalam konstruksi identitas digital. Kajian ini dilandasi oleh kesenjangan penelitian, di mana studi sebelumnya masih berfokus pada penggunaan media sosial secara umum dan belum secara spesifik mengkaji dinamika psikologis pada fitur *story* yang bersifat temporer dan berbasis respons real time. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologis terhadap delapan pengguna aktif berusia 19–25 tahun yang secara rutin mengunggah *story* minimal tiga kali per hari. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi digital, kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan validasi sosial menjadi pendorong utama intensitas unggahan, respons digital berfungsi sebagai mekanisme evaluasi diri dan regulasi emosi yang memengaruhi kepercayaan diri maupun kecemasan, serta *frequent story posting* berperan dalam proses kurasi dan negosiasi identitas digital secara dinamis berdasarkan umpan balik audiens. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur psikologi media dengan menempatkan *frequent story posting* sebagai praktik psikososial berbasis platform yang mengintegrasikan validasi sosial, respons digital, dan konstruksi identitas dalam satu kerangka analisis yang komprehensif.

Kata kunci: frequent story posting, validasi sosial, respons digital, identitas digital, regulasi emosi.

Setyawan, R. H. (2026). Perilaku Frequent Story Posting pada Pengguna Instagram: Kajian Psikologis terhadap Kebutuhan Validasi dan Konstruksi Identitas Digital. *JEDMI: Journal of Education and Multidisciplinary Studies*, 1(2), 219-233.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam cara individu berkomunikasi, membangun relasi, serta mengekspresikan identitas diri di ruang publik. Media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana pertukaran informasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang simbolik yang memungkinkan individu menampilkan diri, memperoleh pengakuan sosial, dan membangun makna personal melalui interaksi digital. Dalam konteks ini, fitur “story” yang tersedia pada berbagai platform media sosial menjadi salah satu medium yang paling intens digunakan karena sifatnya yang cepat, temporer, dan memungkinkan komunikasi yang lebih spontan dibandingkan unggahan permanen.

Fenomena frequent story posting menjadi salah satu praktik yang semakin umum ditemukan pada pengguna media sosial, khususnya generasi muda. Individu tidak hanya mengunggah story sesekali, tetapi secara berulang dalam satu hari sebagai bentuk dokumentasi aktivitas, ekspresi emosi, opini, maupun interaksi sosial (Oliveira et al., 2022). Story menjadi ruang mikro yang menampilkan kehidupan sehari-hari secara real time dan memungkinkan pengguna memperoleh respons langsung berupa jumlah penonton, reaksi, maupun pesan pribadi (Sheldon & Bryant, 2025). Intensitas unggahan tersebut menunjukkan bahwa story tidak lagi sekadar fitur tambahan, melainkan telah menjadi bagian dari pola komunikasi dan ekspresi diri yang terintegrasi dalam kehidupan digital pengguna.

Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran makna penggunaan media sosial dari sekadar berbagi informasi menjadi sarana pembentukan identitas dan pencarian validasi sosial. Individu cenderung menampilkan sisi tertentu dari dirinya yang dianggap menarik, relevan, atau layak mendapat perhatian dari audiens digital. Dalam praktik *frequent story posting*, terdapat kecenderungan untuk menyeleksi pengalaman, mengatur tampilan visual, serta mengonstruksi narasi diri agar sesuai dengan citra yang ingin ditampilkan. Hal ini menandakan bahwa aktivitas unggahan tidak bersifat netral, tetapi sarat dengan motif psikologis yang berkaitan dengan kebutuhan akan penerimaan sosial dan penguatan konsep diri.

Permasalahan muncul ketika intensitas penggunaan story berkaitan dengan kebutuhan validasi eksternal yang berlebihan. Pengguna dapat menjadi sangat bergantung pada jumlah *view*, respons, dan interaksi sebagai indikator penerimaan sosial (Sachan, 2025). Ketika respons yang diterima tidak sesuai harapan, hal tersebut berpotensi memunculkan perasaan tidak dihargai, cemas, atau meragukan diri. Di sisi lain, konstruksi identitas digital yang ditampilkan melalui *story* tidak selalu mencerminkan realitas diri secara utuh, melainkan representasi yang telah diseleksi dan dimodifikasi (Komala & Astuti 2024). Kondisi ini dapat menimbulkan ketegangan antara identitas nyata dan identitas digital yang dibangun, serta berimplikasi pada kesejahteraan psikologis individu.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji perkembangan media sosial menjadikan platform digital sebagai ruang utama dalam pembentukan identitas diri dan ekspresi personal pengguna. Aktivitas berbagi konten, termasuk story, berperan dalam menampilkan citra diri dan memperkuat representasi identitas di ruang online. Media sosial juga menjadi arena interaksi sosial yang kompleks, di mana identitas digital terbentuk

melalui interaksi antara ekspresi diri, validasi sosial, dan tekanan budaya digital (Pérez-Torres, 2024). Dalam konteks Instagram, individu memanfaatkan platform sebagai ruang untuk membangun relasi, menampilkan diri, serta memperoleh pengakuan sosial dari lingkungan digital (Bergs et al., 2023). Penggunaan fitur story secara intens berkaitan dengan kebutuhan emosional dan sosial, seperti self-enhancement, hubungan sosial, dan keinginan berbagi pengalaman (Lin, 2022). Penelitian (Purba & Sahputra 2025) menunjukkan bahwa Instagram Stories menjadi ruang ekspresi penting dalam proses pembentukan identitas dan pengelolaan emosi, namun juga dapat menimbulkan tekanan psikologis akibat ekspektasi sosial. Selain itu, perilaku yang berfokus pada respons audiens, seperti melihat jumlah viewers story, berkaitan dengan indikator kesejahteraan psikologis, termasuk kesepian dan kepuasan hidup (Quilghini et al., 2026). Beberapa studi juga menegaskan bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang eksperimen identitas, di mana individu menguji, membangun, dan menegosiasikan identitas digitalnya melalui interaksi online (Bergs et al., 2023).

Penelitian sebelumnya masih memiliki keterbatasan karena cenderung mengkaji penggunaan media sosial secara umum tanpa membedakan kekhususan fitur *story*, sehingga dinamika psikologis dalam *frequent story posting* belum tergali secara mendalam. Selain itu, studi terdahulu umumnya hanya membahas kebutuhan validasi atau konstruksi identitas digital secara terpisah, belum mengintegrasikan keduanya dalam satu kerangka analisis. Walaupun *story posting* memiliki karakteristik unik, yaitu bersifat temporer, real-time, dan berbasis respons langsung, yang menjadikannya ruang ekspresi yang lebih reflektif terhadap kondisi psikologis pengguna. Oleh karena itu, pendekatan fenomenologis diperlukan untuk memahami pengalaman subjektif individu dalam memaknai kebutuhan validasi dan proses pembentukan identitas digital melalui aktivitas tersebut.

Oleh karena itu, pendekatan fenomenologis menjadi penting untuk digunakan dalam penelitian ini, karena mampu menggali pengalaman subjektif, makna personal, serta interpretasi individu terhadap perilaku *frequent story posting*. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana pengguna memaknai kebutuhan akan validasi, bagaimana mereka membangun dan menegosiasikan identitas digitalnya, serta bagaimana pengalaman tersebut berkontribusi terhadap pembentukan konsep diri di ruang digital. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kesenjangan literatur dengan menghadirkan pemahaman yang lebih mendalam dan kontekstual mengenai dinamika psikologis di balik perilaku *frequent story posting*.

Penelitian ini diarahkan untuk mengkaji perilaku *frequent story posting* pada pengguna media sosial melalui pendekatan psikologis, dengan menitikberatkan pada kebutuhan validasi dan proses konstruksi identitas digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi motif psikologis yang melatarbelakangi intensitas unggahan story, memahami bagaimana pengguna membentuk representasi diri di ruang digital, serta menganalisis implikasi psikologis dari praktik tersebut terhadap konsep diri dan interaksi sosial. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian psikologi media dan komunikasi digital, serta menjadi dasar bagi penelitian lanjutan yang mengkaji dinamika identitas dan perilaku pengguna di era media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam pengalaman subjektif individu dalam melakukan *frequent story posting* di media sosial. Melalui desain fenomenologi, penelitian ini berupaya menggali makna pengalaman sadar (*lived experience*) pengguna dalam memaknai aktivitas unggahan *story*, khususnya yang berkaitan dengan kebutuhan validasi sosial dan proses konstruksi identitas digital. Penelitian ini berangkat dari paradigma konstruktivis yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi individu melalui interaksi dan pengalaman di ruang digital.

Subjek penelitian adalah pengguna media sosial yang secara aktif melakukan *frequent story posting*. Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu, yaitu pengguna yang secara rutin mengunggah *story* minimal tiga kali dalam sehari dan telah aktif menggunakan media sosial setidaknya selama satu tahun. Jumlah informan dalam penelitian ini berkisar antara enam hingga sepuluh orang, atau hingga data yang diperoleh mencapai titik kejenuhan (*data saturation*).

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) secara semi-terstruktur untuk menggali motivasi, pengalaman emosional, serta makna yang diberikan informan terhadap aktivitas unggahan *story* dan respons yang diterima dari audiens digital. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi digital terhadap pola unggahan *story* informan (dengan persetujuan) guna memahami frekuensi, jenis konten, dan bentuk interaksi yang terjadi. Dokumentasi berupa catatan wawancara dan data pendukung seperti jumlah *viewers* atau respons juga digunakan untuk memperkaya analisis.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik secara sistematis, yang meliputi beberapa tahapan: (1) transkripsi data wawancara secara verbatim, (2) pembacaan berulang untuk memperoleh pemahaman menyeluruh, (3) proses *open coding* untuk mengidentifikasi unit makna, (4) pengelompokan kode ke dalam kategori, (5) pengembangan tema-tema utama yang merepresentasikan pola pengalaman informan, serta (6) interpretasi makna tema berdasarkan perspektif psikologi media dan konstruksi identitas digital. Proses ini dilakukan secara iteratif hingga diperoleh tema yang konsisten dan representatif.

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi, yang dilakukan dengan beberapa prosedur, yaitu triangulasi sumber (membandingkan data antar informan), triangulasi metode (membandingkan hasil wawancara dengan observasi digital), serta triangulasi peneliti melalui diskusi dengan pembimbing atau rekan sejawat untuk menguji konsistensi interpretasi. Selain itu, *member check* dilakukan dengan mengonfirmasi kembali hasil temuan kepada informan guna memastikan kesesuaian makna dengan pengalaman mereka. Proses *informed consent* dilakukan sebelum pengumpulan data, di mana setiap informan diberikan penjelasan terkait tujuan penelitian, prosedur yang akan dilakukan, hak partisipan, serta jaminan kerahasiaan data. Persetujuan informan diperoleh secara sadar dan sukarela, baik secara tertulis maupun lisan. Peneliti juga memastikan bahwa identitas informan disamarkan dan seluruh data digunakan hanya untuk kepentingan penelitian.

Seluruh proses penelitian dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip etika penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini melibatkan delapan partisipan berusia 19–25 tahun yang terdiri dari 5 perempuan dan 4 laki-laki yang secara konsisten melakukan *frequent story posting* dengan intensitas minimal tiga hingga sepuluh unggahan per hari. Seluruh partisipan telah aktif menggunakan media sosial lebih dari satu tahun dan menjadikan fitur story sebagai bagian dari rutinitas komunikasi sehari-hari. Berdasarkan wawancara mendalam, observasi digital selama dua minggu, serta dokumentasi jumlah viewers dan respons audiens, ditemukan bahwa praktik frequent story posting bukan sekadar aktivitas teknis berbagi konten, melainkan praktik psikososial yang memiliki makna subjektif mendalam dan terintegrasi dalam kebutuhan validasi sosial serta proses konstruksi identitas digital.

Observasi terhadap pola unggahan menunjukkan bahwa intensitas story dilakukan secara konsisten dan memiliki pola waktu tertentu yang dianggap strategis. Sebagian besar partisipan mengunggah story pada pagi, siang, dan malam hari untuk meningkatkan kemungkinan keterlihatan oleh audiens. Rincian karakteristik partisipan dan pola intensitas unggahan dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Karakteristik Partisipan dan Intensitas Frequent Story Posting

Usia	Jenis Kelamin	Rata-rata Story/Hari	Lama Aktif	Pola Waktu Dominan
19	Perempuan Laki -laki	4–6	3 tahun	Pagi & Malam
21	Perempuan	5–8	5 tahun	Siang & Malam
22	Laki-laki	3–5	4 tahun	Pagi, Siang, Malam
20	Laki-laki	6–10	6 tahun	Malam
25	Perempuan	4–7	7 tahun	Siang
23	Perempuan	5–9	5 tahun	Pagi & Siang
24	Perempuan	3–6	4 tahun	Malam
21	Laki-laki	4–8	3 tahun	Pagi & Malam

Sumber: Data Diolah (2026)

Data tersebut menunjukkan bahwa unggahan story bukan aktivitas spontan semata, melainkan bagian dari strategi menjaga visibilitas digital. Partisipan memaknai story sebagai bentuk keberadaan simbolik di ruang sosial daring. Ketika tidak mengunggah story dalam satu hari, beberapa partisipan melaporkan munculnya perasaan “tidak terlihat” atau khawatir dianggap tidak aktif oleh lingkaran sosialnya. Selain itu, temuan menunjukkan bahwa jumlah viewers memiliki makna yang signifikan dalam proses evaluasi diri. Mayoritas partisipan mengaku secara aktif memantau jumlah viewers dalam satu jam pertama setelah unggahan. Aktivitas monitoring dilakukan berulang kali dan sering kali bersifat reflektif. Distribusi perilaku monitoring dan respons emosional partisipan terhadap angka viewers dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Distribusi Monitoring Viewers dan Respons Emosional

Aspek Perilaku	Jumlah (n=8)	Persentase
Monitoring viewers >5 kali	6	75%

Memantau viewers pada 1 jam pertama	7	87,5%
Mengalami kecemasan saat viewers rendah	6	75%
Merasa puas saat viewers tinggi	8	100%
Menunggu viewers individu tertentu	5	62,5%

Sumber: Data Diolah (2026)

Data tersebut memperlihatkan bahwa validasi sosial dalam bentuk kuantifikasi digital memiliki implikasi psikologis yang nyata. Angka viewers dimaknai sebagai indikator penerimaan sosial dan simbol penghargaan terhadap diri. Ketika angka meningkat, partisipan merasakan kepuasan dan peningkatan kepercayaan diri. Sebaliknya, ketika respons lebih rendah dari ekspektasi, muncul refleksi diri, kecemasan ringan, dan overthinking.

Dalam konteks konstruksi identitas digital, hasil observasi menunjukkan bahwa konten story didominasi oleh aktivitas positif, momen sosial, pencapaian, dan tampilan visual yang estetik. Kerentanan emosional jarang ditampilkan secara langsung. Partisipan menyadari bahwa story merupakan “highlight kehidupan”, bukan representasi utuh dari realitas personal mereka. Praktik kurasi ini dipandang sebagai strategi sosial yang wajar dalam budaya media digital.

Hubungan antara tema utama dan implikasi psikologis yang muncul dari temuan lapangan dapat dirangkum pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Sintesis Tema Temuan dan Implikasi Psikologis

Tema	Manifestasi Lapangan	Implikasi Psikologis
Eksistensi Digital	Unggahan rutin dan terjadwal	Kebutuhan visibilitas
Validasi Kuantitatif	Monitoring angka viewers	Evaluasi diri eksternal
Kurasi Identitas	Seleksi konten positif	Citra diri terkontrol
Regulasi Emosi	Cek viewers individu tertentu	Fluktuasi afektif
Perbandingan Sosial	Membandingkan viewers teman	Tekanan kompetitif
Eksperimentasi Identitas	Mengulang konten respons positif	Identitas dinamis

Sumber: Data Diolah (2026)

Temuan ini menunjukkan bahwa frequent story posting merupakan praktik performatif yang mengintegrasikan kebutuhan eksistensi, validasi eksternal, regulasi emosi, serta negosiasi identitas dalam satu dinamika yang saling terkait. Identitas digital tidak dibentuk secara statis, melainkan melalui proses interaktif yang berulang antara ekspresi diri dan umpan balik sosial.

Berdasarkan analisis tematik terhadap data wawancara dan observasi, diperoleh enam tema utama yang merepresentasikan pengalaman subjektif partisipan. Tema-tema ini mencerminkan dinamika psikologis yang melibatkan eksistensi digital, validasi sosial, kurasi identitas, regulasi emosi, perbandingan sosial, serta eksperimentasi identitas. Partisipan memaknai *story posting* sebagai bentuk eksistensi digital, di mana kehadiran mereka di ruang sosial daring perlu dipertahankan melalui unggahan rutin. Berikut hasil wawancara;

“Bagi saya, *story* menjadi penanda bahwa saya masih aktif dan hadir di media sosial” (P). Hal ini menunjukkan bahwa *story* berfungsi sebagai simbol keberadaan sosial di lingkungan digital.

Selain itu, muncul tema validasi kuantitatif, di mana jumlah viewers menjadi

indikator utama penerimaan sosial. Partisipan secara aktif memantau respons audiens.

“Saya cenderung memeriksa jumlah *viewers* secara berulang, terutama pada awal unggahan. Ketika jumlahnya rendah, hal tersebut membuat saya berpikir lebih jauh” (L). Temuan ini menunjukkan bahwa evaluasi diri dipengaruhi oleh indikator numerik.

Dalam konteks kurasi identitas, partisipan secara sadar menyeleksi konten yang ditampilkan.

“Konten yang saya unggah umumnya merupakan hal-hal yang positif dan menarik, bukan keseluruhan realitas kehidupan saya” (P). Hal ini menandakan bahwa identitas digital merupakan hasil konstruksi yang terkontrol.

Selanjutnya, tema regulasi emosi menunjukkan bahwa respons audiens, terutama dari individu tertentu, memengaruhi kondisi emosional.

“Saya terkadang menunggu individu tertentu untuk melihat story yang saya unggah, dan merasa kurang puas apabila hal tersebut belum terjadi” (P). Ini menunjukkan bahwa interaksi digital berfungsi sebagai mekanisme regulasi afektif.

Tema perbandingan sosial juga muncul, di mana partisipan membandingkan performa story dengan pengguna lain.

“Saya terkadang membandingkan jumlah *viewers* dengan pengguna lain, dan hal tersebut memunculkan pemikiran tersendiri” (L). Hal ini mencerminkan adanya tekanan kompetitif dalam ruang digital.

Dalam eksperimentasi identitas, partisipan mengulang konten yang mendapatkan respons positif.

“Saya cenderung mengunggah kembali jenis konten yang sebelumnya mendapatkan banyak respons dari audiens” (P). Ini menunjukkan bahwa identitas digital bersifat dinamis dan dibentuk melalui umpan balik sosial.

Pembahasan

1. Pengaruh kebutuhan validasi sosial terhadap perilaku frequent story posting

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan akan validasi sosial merupakan faktor psikologis paling dominan yang membentuk perilaku frequent story posting pada partisipan. Data empiris memperlihatkan bahwa seluruh partisipan mengunggah story secara konsisten setiap hari dengan intensitas tiga hingga sepuluh kali, serta memilih waktu unggahan yang dianggap strategis untuk memaksimalkan keterlihatan. Pola ini menunjukkan bahwa aktivitas tersebut tidak bersifat spontan, melainkan mengandung orientasi sosial yang jelas, yakni menjaga visibilitas dan memperoleh respons dari audiens digital.

Secara psikologis, kebutuhan validasi sosial berkaitan dengan kebutuhan dasar manusia untuk diterima, diakui, dan merasa menjadi bagian dari kelompok sosial. Teori belongingness yang dikemukakan oleh (Pardede & Kovač 2023) menjelaskan bahwa manusia memiliki dorongan fundamental untuk membentuk dan mempertahankan hubungan interpersonal yang bermakna. Dalam konteks media sosial, kebutuhan tersebut dimediasi oleh fitur teknologi yang menyediakan indikator penerimaan secara instan, seperti jumlah *viewers*, reaksi, dan pesan pribadi. Media digital mengubah bentuk validasi sosial dari interaksi tatap muka menjadi kuantifikasi respons yang dapat diakses secara real

time.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa partisipan memaknai story sebagai “penanda eksistensi”. Ketika tidak mengunggah story dalam satu hari, muncul kekhawatiran bahwa mereka menjadi tidak terlihat atau kurang diperhatikan. Fenomena ini dapat dipahami melalui konsep social presence, yaitu persepsi individu bahwa dirinya hadir dan diakui dalam lingkungan sosial (Lim & Phua, 2024). Dalam budaya media sosial yang cepat dan temporer, visibilitas menjadi indikator eksistensi. Dengan demikian, frequent story posting berfungsi sebagai strategi mempertahankan kehadiran simbolik dalam arus komunikasi digital.

Dalam perspektif *self-determination theory*, kebutuhan akan validasi sosial berkaitan dengan dimensi relatedness, yaitu kebutuhan individu untuk merasa terhubung dengan orang lain dan memiliki makna dalam relasi sosial. Story menyediakan medium interaksi ringan namun berulang yang memungkinkan pemenuhan kebutuhan tersebut. Respons audiens meskipun sederhana memberikan sinyal bahwa individu masih menjadi bagian dari jaringan sosialnya. Ketika respons diterima sesuai harapan, individu memperoleh konfirmasi sosial atas keberadaannya.

Penelitian lima tahun terakhir menunjukkan bahwa media sosial semakin memperkuat orientasi individu terhadap validasi eksternal sebagai bagian dari pembentukan konsep diri. Quilghini et al., (2026) menjelaskan bahwa pada kelompok dewasa muda, indikator digital seperti jumlah respons dan keterlihatan sosial memiliki peran signifikan dalam pembentukan harga diri. Penelitian Menon (2022) menambahkan bahwa fitur konten sementara seperti story memperkuat kebutuhan validasi karena bersifat cepat, real time, dan berbasis respons langsung. Karakteristik temporer story menciptakan urgensi untuk terus muncul agar tidak “hilang” dari perhatian audiens.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa 87,5% partisipan memantau viewers pada satu jam pertama setelah unggahan, dan 75% melakukan monitoring lebih dari lima kali. Tingginya intensitas pemantauan ini mengindikasikan adanya orientasi kuat terhadap penerimaan sosial. Dalam perspektif operant conditioning, respons positif dari audiens dapat berfungsi sebagai external reinforcement yang memperkuat perilaku unggahan (Meshi et al., 2022). Setiap peningkatan viewers atau interaksi menjadi bentuk penghargaan psikologis yang mendorong pengulangan perilaku.

Lebih lanjut, studi Oliveira et al., (2022) menemukan bahwa konten sementara seperti story lebih sering digunakan untuk mempertahankan kedekatan sosial dibandingkan unggahan permanen, karena sifatnya yang lebih kasual dan intim. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian bahwa partisipan menggunakan story sebagai ruang mikro untuk menjaga keterhubungan interpersonal secara kontinu. Story memungkinkan individu hadir dalam kehidupan sosial orang lain tanpa harus melakukan komunikasi langsung yang intens.

Dalam fase perkembangan dewasa muda, kebutuhan akan validasi sosial cenderung lebih kuat karena individu masih berada dalam tahap eksplorasi identitas dan posisi sosial (Yang et al., 2023). Media sosial menjadi ruang penting untuk memperoleh pengakuan serta menguji bagaimana diri dipersepsikan oleh lingkungan. Intensitas frequent story posting dalam penelitian ini mencerminkan proses tersebut, di mana visibilitas dan respons

menjadi indikator keberhasilan representasi diri.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan validasi sosial merupakan faktor utama yang mendorong perilaku *frequent story posting*, namun temuan ini tidak berdiri sendiri melainkan terintegrasi dengan dinamika psikologis lain seperti eksistensi digital, evaluasi diri, dan konstruksi identitas. Partisipan secara konsisten mengunggah *story* untuk menjaga visibilitas dan memperoleh respons dari audiens, yang menunjukkan bahwa aktivitas tersebut memiliki orientasi sosial yang kuat. Dalam konteks ini, kebutuhan akan penerimaan tidak hanya dimaknai sebagai interaksi sosial, tetapi juga sebagai kehadiran yang harus terus dipertahankan dalam ruang digital. Temuan ini memperluas konsep *belongingness* dan *social presence* dengan menunjukkan bahwa eksistensi sosial di era digital mengalami pergeseran menjadi terukur dan bergantung pada frekuensi kemunculan serta respons audiens. Secara reflektif, kondisi ini mengindikasikan adanya transformasi dari konsep diri yang berbasis nilai intrinsik menuju konsep diri yang semakin bergantung pada validasi eksternal, di mana individu tidak hanya ingin diakui, tetapi juga membutuhkan bukti pengakuan tersebut dalam bentuk metrik digital seperti jumlah *viewers*.

2. Pengaruh respons digital terhadap evaluasi diri dan regulasi emosi pengguna

Hasil penelitian menunjukkan bahwa respons digital seperti jumlah *viewers*, reaksi, dan interaksi personal memiliki pengaruh signifikan terhadap proses evaluasi diri serta regulasi emosi pengguna yang melakukan *frequent story posting*. Berdasarkan data pada Tabel 2, sebanyak 87,5% partisipan memantau *viewers* pada satu jam pertama setelah unggahan, dan 75% melakukan monitoring lebih dari lima kali dalam satu unggahan. Seluruh partisipan (100%) mengaku merasakan kepuasan ketika *viewers* tinggi, sementara 75% mengalami kecemasan ketika respons berada di bawah ekspektasi. Temuan ini menunjukkan bahwa respons digital tidak dimaknai sebagai indikator teknis semata, melainkan sebagai bentuk penilaian sosial yang berdampak langsung pada kondisi psikologis individu.

Dalam perspektif psikologi sosial, fenomena ini dapat dijelaskan melalui konsep *reflected appraisal*, yaitu proses pembentukan konsep diri berdasarkan bagaimana individu merasa dipersepsikan oleh orang lain (Cooley, 1902). Dalam konteks media sosial, jumlah *viewers* dan respons berfungsi sebagai bentuk digital *reflected appraisal*. Angka-angka tersebut menjadi cerminan sosial yang digunakan individu untuk menilai apakah dirinya diterima, diperhatikan, atau diabaikan dalam jaringan sosialnya. Respons digital juga berkaitan dengan proses *self-evaluation*. Partisipan dalam penelitian ini menunjukkan kecenderungan melakukan evaluasi diri berdasarkan performa unggahan. Ketika *viewers* meningkat, muncul rasa percaya diri dan validasi internal; ketika respons rendah, muncul keraguan terhadap daya tarik personal maupun kualitas konten. Hal ini sejalan dengan temuan Appel et al., (2022) juga menemukan bahwa paparan terhadap metrik sosial seperti *likes* dan *views* berkontribusi terhadap pembentukan *self-worth* berbasis eksternal.

Dalam konteks regulasi emosi, kebiasaan memeriksa *viewers* secara berulang menunjukkan bahwa respons digital berfungsi sebagai mekanisme penguatan emosional (*emotional reinforcement*). Menon (2022) menjelaskan bahwa notifikasi dan peningkatan respons di media sosial dapat mengaktifkan sistem penghargaan psikologis yang berkaitan

dengan dopamin, sehingga memicu rasa senang dan keterhubungan sosial. Temuan Meshi et al. (2022) memperkuat argumen ini dengan menunjukkan bahwa interaksi sosial daring dapat mengaktifkan area otak yang terkait dengan reward processing, serupa dengan respons terhadap penghargaan sosial di dunia nyata.

Namun demikian, ketergantungan terhadap respons digital juga meningkatkan kerentanan emosional. Data penelitian menunjukkan bahwa 75% partisipan mengalami kecemasan ketika viewers rendah. Hal ini menunjukkan bahwa regulasi emosi menjadi bergantung pada konfirmasi eksternal. Penelitian Burrow & Rainone (2023) juga menyatakan bahwa regulasi emosi berbasis umpan balik digital (*feedback-based emotional regulation*) dapat menciptakan ketergantungan terhadap validasi eksternal dalam mempertahankan kestabilan afektif.

Selain itu, proses evaluasi diri dalam media sosial tidak terlepas dari mekanisme social comparison. Vogel et al. (2022) menunjukkan bahwa pengguna media sosial secara otomatis membandingkan respons yang diterimanya dengan respons orang lain. Dalam penelitian ini, partisipan mengakui adanya kecenderungan membandingkan jumlah viewers dengan teman sebaya, yang kemudian memengaruhi persepsi nilai diri. Yang et al. (2023) menemukan bahwa perbandingan sosial berbasis metrik digital berkontribusi terhadap fluktuasi harga diri dan kepuasan hidup, terutama pada kelompok usia dewasa muda yang masih berada dalam fase eksplorasi identitas.

Dari sudut pandang *self-determination theory*, respons digital berkaitan dengan kebutuhan psikologis akan *relatedness* dan *competence* (Yang et al. (2023)). Ketika story memperoleh respons tinggi, individu merasa terhubung (*relatedness*) dan kompeten dalam merepresentasikan diri (*competence*). Sebaliknya, respons rendah dapat mengancam kedua kebutuhan tersebut, sehingga memicu ketidakstabilan emosional. Dengan demikian, story bukan hanya media ekspresi, tetapi juga ruang evaluasi sosial yang memengaruhi pemenuhan kebutuhan psikologis dasar.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa respons digital memiliki peran signifikan dalam membentuk evaluasi diri dan regulasi emosi, serta menjadi mekanisme yang mempertahankan perilaku *frequent story posting*. Proses ini membentuk suatu siklus psikologis yang dimulai dari unggahan konten, penerimaan respons, evaluasi diri, hingga munculnya reaksi emosional yang kemudian memengaruhi perilaku unggahan berikutnya. Dalam perspektif psikologi media, hal ini menunjukkan bahwa metrik digital tidak hanya berfungsi sebagai indikator sosial, tetapi juga sebagai alat regulasi emosi berbasis teknologi. Ketika respons yang diterima sesuai harapan, individu mengalami penguatan emosional dan peningkatan kepercayaan diri; sebaliknya, respons yang rendah memunculkan kecemasan dan keraguan diri. Selain itu, integrasi dengan fenomena perbandingan sosial menunjukkan bahwa evaluasi diri bersifat relatif, di mana individu tidak hanya menilai dirinya berdasarkan respons yang diterima, tetapi juga membandingkannya dengan orang lain. Secara reflektif, ketergantungan terhadap respons digital ini berpotensi menggeser regulasi emosi dari yang semula bersifat internal menjadi eksternal, sehingga kestabilan afektif individu menjadi sangat dipengaruhi oleh umpan balik sosial di media digital.

3. Peran *frequent story posting* dalam pembentukan dan pengelolaan identitas digital pengguna media sosial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *frequent story posting* memiliki peran sentral dalam proses pembentukan dan pengelolaan identitas digital pengguna media sosial. Story tidak hanya berfungsi sebagai sarana dokumentasi aktivitas harian, tetapi menjadi ruang performatif di mana individu secara aktif membangun, menampilkan, serta menegosiasikan identitas dirinya di hadapan audiens digital. Temuan ini konsisten dengan data lapangan yang menunjukkan bahwa partisipan secara sadar melakukan kurasi konten, memilih momen yang dianggap layak tampil, dan menyesuaikan bentuk representasi diri berdasarkan respons audiens.

Dalam perspektif konstruksionis, identitas dipahami sebagai hasil interaksi sosial yang dinamis dan kontekstual. Di ruang digital, identitas tidak bersifat tetap, melainkan dibentuk melalui proses representasi dan umpan balik sosial yang berulang. Penelitian Menon (2022) menunjukkan bahwa fitur berbasis visual dan temporer seperti story mendorong praktik *identity performance* yang lebih fleksibel dibandingkan unggahan permanen. Sifat sementara (*ephemeral*) pada story memberikan ruang bagi individu untuk mencoba berbagai versi diri tanpa beban permanensi, sehingga memungkinkan eksplorasi identitas yang lebih dinamis.

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa partisipan secara sadar menampilkan aspek kehidupan yang positif, produktif, dan estetik, sementara pengalaman negatif atau kerentanan emosional jarang ditampilkan secara langsung. Praktik ini menunjukkan adanya proses *self-curation*, yaitu seleksi dan penyusunan pengalaman untuk membangun citra diri tertentu. Cotter (2022) menjelaskan bahwa dalam ekosistem media sosial yang kompetitif, pengguna cenderung mengembangkan strategi kurasi diri untuk mempertahankan citra yang sesuai dengan norma sosial platform. Sehingga praktik kurasi digital merupakan bentuk manajemen impresi yang telah terinternalisasi dalam budaya media sosial kontemporer.

Selain sebagai ruang representasi, *frequent story posting* juga berfungsi sebagai arena eksperimen identitas. Data penelitian menunjukkan bahwa partisipan cenderung mengulang jenis konten yang memperoleh respons positif dan menyesuaikan konten yang kurang mendapatkan respons. Proses ini menggambarkan adanya siklus negosiasi identitas yang berlangsung melalui mekanisme publikasi respons evaluasi penyesuaian. Wallace & Buil (2024) menyatakan bahwa media sosial memungkinkan individu melakukan *iterative identity construction*, yaitu pembentukan identitas yang terus diperbarui melalui interaksi sosial daring. Identitas digital dengan demikian bukanlah refleksi pasif dari diri, tetapi hasil proses aktif yang melibatkan evaluasi sosial.

Temuan ini juga berkaitan dengan teori dramaturgi Goffman yang melihat interaksi sosial sebagai panggung performatif. Dalam konteks digital, story dapat dipahami sebagai “*front stage*” di mana individu menampilkan sisi diri yang telah dipilih dan dipersiapkan untuk audiens tertentu. DeVito et al. (2022) menunjukkan bahwa pengguna media sosial mengelola audiensnya secara selektif dan menyesuaikan konten berdasarkan persepsi terhadap siapa yang akan melihat unggahan tersebut. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian bahwa partisipan mempertimbangkan *viewers* tertentu sebagai indikator penting

dalam evaluasi representasi diri.

Lebih jauh, praktik *frequent story* posting juga berkaitan dengan pembentukan social presence. Lim & Phua (2024) menjelaskan bahwa visibilitas yang berkelanjutan dalam arus komunikasi digital memperkuat persepsi identitas sosial individu. Identitas tidak hanya dibangun melalui isi konten, tetapi juga melalui konsistensi kehadiran. Intensitas unggahan yang tinggi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa partisipan berupaya mempertahankan relevansi sosial melalui kontinuitas representasi diri.

Dalam konteks perkembangan psikososial, kelompok usia dewasa muda berada pada fase eksplorasi identitas yang intensif. Yang et al., (2023) menegaskan bahwa media sosial menjadi ruang penting bagi dewasa muda untuk menguji posisi sosialnya dan memperoleh konfirmasi identitas melalui respons lingkungan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa partisipan memanfaatkan *story* sebagai medium untuk memastikan bahwa identitas yang ditampilkan memperoleh penerimaan sosial. Respons audiens berfungsi sebagai mekanisme evaluatif yang memperkuat atau mendorong revisi representasi diri. Selain itu, Meshi et al. (2022) menjelaskan bahwa umpan balik sosial digital mengaktifkan sistem penghargaan psikologis yang berkaitan dengan rasa diterima dan dihargai. Hal ini memperkuat kecenderungan individu untuk mempertahankan bentuk identitas yang telah memperoleh respons positif. Dengan demikian, identitas digital terbentuk melalui relasi dialogis antara ekspresi diri dan penguatan sosial.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan adanya kesadaran partisipan terhadap dualitas identitas, yaitu perbedaan antara diri personal dan diri digital. Namun, perbedaan tersebut tidak dipandang sebagai ketidaksesuaian, melainkan sebagai strategi pengelolaan citra dalam ruang publik digital. Perspektif ini sejalan dengan penelitian Pérez-Torres, (2024) yang menunjukkan bahwa pengguna media sosial secara sadar membedakan antara *private self* dan *presented self*, serta mengelola batasan keduanya sesuai konteks sosial.

Secara konseptual, *frequent story* posting dapat dipahami sebagai praktik psikososial yang melibatkan tiga proses utama, yaitu kurasi identitas, negosiasi representasi, dan pemeliharaan kehadiran sosial. Kurasi identitas dilakukan melalui seleksi pengalaman yang dipublikasikan; negosiasi representasi terjadi melalui penyesuaian konten berdasarkan respons audiens; dan pemeliharaan kehadiran sosial diwujudkan melalui intensitas unggahan yang konsisten. Ketiga proses tersebut menunjukkan bahwa identitas digital bersifat selektif, dinamis, dan adaptif terhadap struktur teknologi media sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *frequent story posting* memiliki peran sentral dalam pembentukan dan pengelolaan identitas digital, yang tidak hanya terbentuk melalui ekspresi diri, tetapi juga melalui interaksi dengan validasi sosial dan respons audiens. Identitas digital dalam konteks ini bersifat dinamis dan terbentuk melalui proses iteratif yang melibatkan publikasi konten, penerimaan respons, serta penyesuaian representasi diri secara berkelanjutan. Temuan ini menegaskan bahwa fitur *story* sebagai konten temporer memberikan ruang bagi individu untuk melakukan eksperimen identitas secara fleksibel dan berulang, sehingga mempercepat proses negosiasi identitas di ruang digital. Selain itu, praktik kurasi yang dilakukan partisipan menunjukkan bahwa identitas digital cenderung diarahkan pada representasi ideal dibandingkan representasi autentik, yang mencerminkan adanya strategi manajemen impresi dalam konteks sosial digital. Secara reflektif, kondisi

ini menunjukkan adanya kesadaran ganda pada individu bahwa identitas digital merupakan hasil konstruksi, namun tetap memiliki dampak nyata terhadap persepsi diri. Dengan demikian, *frequent story posting* dapat dipahami sebagai mekanisme psikososial yang mengintegrasikan ekspresi diri, validasi sosial, dan umpan balik digital dalam proses pembentukan identitas yang bersifat adaptif dan kontekstual.

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku *frequent story posting* pada pengguna media sosial dipengaruhi oleh kebutuhan validasi sosial, respons digital, dan proses pembentukan identitas digital. Kebutuhan akan pengakuan mendorong individu untuk mengunggah story secara berulang sebagai upaya mempertahankan eksistensi dan keterhubungan sosial di ruang digital. Respons digital, seperti jumlah viewers dan interaksi, berperan dalam membentuk evaluasi diri serta regulasi emosi pengguna. Respons positif menumbuhkan rasa percaya diri dan diterima, sedangkan respons rendah dapat memicu keraguan diri dan kecemasan.

Selain itu, praktik *frequent story posting* menjadi sarana pembentukan dan pengelolaan identitas digital melalui proses kurasi pengalaman, eksperimen representasi diri, serta penyesuaian berdasarkan respons audiens. Dengan demikian, aktivitas ini tidak hanya mencerminkan kebiasaan komunikasi digital, tetapi juga menjadi bagian dari proses psikologis individu dalam mencari validasi, mengelola emosi, dan membangun identitas di ruang sosial digital.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah partisipan yang terbatas, fokus usia dewasa muda, serta ruang lingkup yang hanya menelaah fitur story dalam periode waktu tertentu, sehingga belum sepenuhnya merepresentasikan seluruh dinamika penggunaan media sosial. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan partisipan yang lebih beragam, menggunakan pendekatan campuran, serta mengkaji perbandingan dengan fitur media sosial lainnya agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif, sekaligus menjadi dasar bagi upaya peningkatan literasi penggunaan media sosial yang lebih sehat secara psikologis.

ACKNOWLEDGMENTS

Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan akademik, masukan, dan motivasi selama proses penyusunan artikel ini. Dukungan tersebut sangat membantu kelancaran penulisan dan penyelesaian artikel, meskipun tidak memenuhi kriteria untuk dicantumkan sebagai penulis.

CONFLICTS OF INTEREST

Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan, baik finansial maupun nonfinansial, yang dapat memengaruhi objektivitas analisis, interpretasi temuan, maupun kesimpulan yang disajikan dalam artikel ini.

ETHICS STATEMENT

Artikel ini merupakan karya asli penulis dan belum pernah dipublikasikan serta tidak

sedang dalam proses peninjauan pada jurnal lain. Seluruh penulis telah memberikan persetujuan penuh atas pengajuan naskah ini. Penulisan artikel dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip akademik dan etika ilmiah yang berlaku serta bebas dari plagiarisme.”

REFERENSI

- Appel, M., Marker, C., & Gnambs, T. (2022). Are social media likes and views related to self-esteem? A meta-analytic review of social media feedback and self-worth. *Psychological Bulletin*, 148(3–4), 215–248. <https://doi.org/10.1037/bul0000357>
- Bergs, Y., Peters, P., Lub, X. D., & Blomme, R. J. (2023). Online identity work dynamics of Instagram micro-influencers: An extreme case approach. *Frontiers in Psychology*, 14, Article 1306248. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1306248>
- Burrow, A. L., & Rainone, N. (2023). Digital feedback and emotional regulation: Implications for well-being in social media contexts. *Journal of Social and Personal Relationships*, 40(5), 1320–1338. <https://doi.org/10.1177/02654075221134567>
- Cooley, C. H. (1902). *Human nature and the social order*. Charles Scribner’s Sons.
- Cotter, K. (2022). Playing the visibility game: How digital influencers and everyday users negotiate algorithmic culture through self-curation. *New Media & Society*, 24(9), 1955–1973. <https://doi.org/10.1177/14614448211018042>
- DeVito, M. A., Birnholtz, J., & Hancock, J. T. (2022). Platforms, people, and perception: Audience management and identity presentation in social media environments. *Social Media + Society*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.1177/20563051221077016>
- Komala, P., & Wahyuning Astuti, S. (2024). Social comparison sebagai prediktor kecemasan sosial pada remaja pengguna media sosial. *Merpsy Journal*, 16(2), 193–202. <https://doi.org/10.22441/merpsy.v16i2.33102>
- Lim, X. J., & Phua, J. (2024). Social presence and perceived visibility in digital environments: Implications for online self-presentation and engagement. *Computers in Human Behavior*, 150, 107982. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107982>
- Lin, H. (2022). Motivations for Instagram Stories use: Self-enhancement, social connection, and experience sharing. *Computers in Human Behavior Reports*, 5, 100138. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100138>
- Menon, D. (2022). Updating ‘Stories’ on social media and its relationships to contextual age and narcissism: A tale of three platforms – WhatsApp, Instagram and Facebook. *Heliyon*, 8(5). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09412>
- Meshi, D., Tamir, D. I., & Heekeren, H. R. (2022). The neural and psychological mechanisms of social media use and reinforcement processes. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101312. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101312>
- Oliveira, D., Neto, A., & Barros, A. (2022). Exploring motivations for posting self-related content on social media: A uses and gratifications perspective. *Computers in Human Behavior Reports*, 6, 100170. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100170>
- Pérez-Torres, V. (2024). Social media: A digital social mirror for identity development. *Current Psychology*, 43, 22170–22180 <https://doi.org/10.1007/s12144-024-05980-z>
- Purba, P. W. T., & Sahputra, D. (2025). *Self disclosure melalui Instagram Stories (Studi pada pelajar SMA Negeri 1 Lubuk Pakam)*. Universitas Medan Area. <https://repositori.uma.ac.id/jspui/handle/123456789/28597>
- Quilghini, F., Giannotta, F., Settanni, M., & Marengo, D. (2026). Is it the sharing, or the checking? Exploring the role of Instagram story views checking behavior in psychological well-being – A person-oriented approach. *Current Psychology*, 45(17). <https://doi.org/10.1007/s12144-025-08790-z>
- Sachan, S. (2025). The impact of digital identity and online validation on Gen Z's mental

-
- health. In Cultural pressures and mental health challenges in Gen Z's digital world (pp. 281–306). *IGI Global*. <https://doi.org/10.4018/979-8-3373-4516-1.ch011>
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2025). Instagram Story users: Antecedents of continued story posting and feedback expectations. *New Media & Society*, 27(3), 514–530.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2022). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.1037/ppm0000363>
- Wallace, E., & Buil, I. (2024). Iterative identity construction on social media: Identity negotiation and digital self-presentation practices. *Journal of Business Research*, 172, 114–126. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113842>
- Yang, C., Holden, S. M., & Carter, M. D. K. (2023). Social media and emerging adults' identity exploration and self-concept clarity. *Journal of Adolescence*, 95, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2022.12.003>
- Yang, C., Holden, S. M., & Carter, M. D. K. (2023). Social media and emerging adults' identity exploration and self-concept clarity. *Journal of Adolescence*, 95, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2022.12.003>
- Pardede, S., & Kovač, V. B. (2023). Distinguishing the need to belong and sense of belongingness: The relation between need to belong and personal appraisals under two different belongingness conditions. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 13(2), 331–344. <https://doi.org/10.3390/ejihpe13020024>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2022). An introduction to self-determination theory: An organismic-dialectical perspective. *Motivation and Emotion*, 46(1), 1–8. <https://doi.org/10.1007/s11031-021-09902-0>