

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi saat ini semakin canggih *di-era* modern. Mulai dari anak-anak hingga orang dewasa bisa menggunakan internet dimanapun dan kapanpun dengan menggunakan handphone, laptop ataupun alat komunikasi lainnya. Saat ini kalangan masyarakat post modern pertumbuhan internet berkembang sangat pesat. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara manusia berinteraksi satu sama lain. Saat ini, internet merupakan ruang digital yang menciptakan budaya baru. Tidak dapat dipungkiri bahwa penggunaan internet memberikan banyak kemudahan bagi penggunanya. Melalui internet, seseorang dapat mengakses informasi dan hiburan dari berbagai sumber global.

Sekarang ini, media sosial telah mengubah kehidupan pribadi seseorang menjadi kehidupan publik. Pergeseran budaya di kalangan anak muda saat ini sedang terjadi. Anak muda kini tidak segan-segan membagikan segala bentuk kegiatan bersifat pribadi ataupun tidak, untuk dibagikan kepada orang lain ataupun teman-temannya melalui akun media sosial dalam membentuk identitas diri mereka.¹ Menurut data dari *We Are*

¹ Putri, Nabila Saridilla Reza, and Farida Farida. "Pembentukan Citra Diri Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas dr. Soetomo Surabaya dalam Instagram." *Jurnal Kajian Media* 2.2 (2018).

Social pada Februari 2025 menyebutkan bahwa terdapat 5,24 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia. Jumlahnya naik 4% dibanding 2024 yang mencatatkan 5,04 miliar pengguna. Kenaikan ini mencerminkan besarnya peran media sosial dalam aktivitas keseharian.² Kemudian menurut data dari databoks.co.id pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 242 juta pengguna internet yang berarti 93,4% dari populasi, dan total 191 juta pengguna media sosial yang setara dengan 73,7% dari populasi.³

Salah satu *platform* jejaring sosial, Instagram, diciptakan pada 6 Oktober 2010, dan penggunaanya terus bertambah seiring berjalannya waktu. Instagram ini dibuat oleh *Mike Krieger* dan *Kevin Systrom*. Instagram adalah salah satu platform media sosial paling populer di Indonesia, dengan lebih dari 122 juta pengguna aktif pada tahun 2024.⁴ Pengguna di Indonesia, terutama kalangan *Gen Z* dan milenial, sangat aktif dalam memanfaatkan Instagram. Instagram merupakan salah satu aplikasi yang digunakan untuk menyimpan foto yang memungkinkan penggunaanya untuk mengeditnya, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke platform media sosial lainnya, termasuk Instagram itu sendiri.⁵

² <https://goodstats.id/article/indonesia-habiskan-188-menit-per-hari-akses-media-sosial-qtU1j>

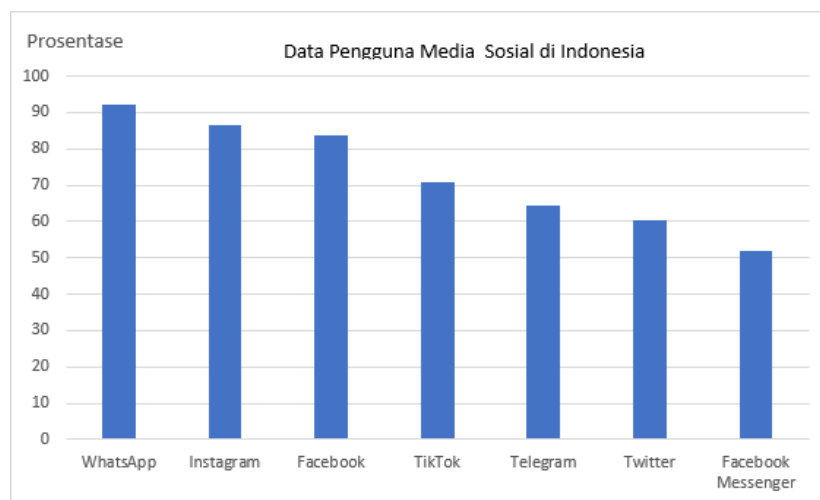
³ <https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>

⁴ Maureen, Clarissa, and Yolanda Stellarosa. "Instagram sebagai Pembentuk Citra Diri Generasi Milenial Jakarta." *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia* 4.1 (2021).

⁵ Putri, Nabila Saridilla Reza, and Farida Farida. "Pembentukan Citra Diri Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas dr. Soetomo Surabaya dalam Instagram." *Jurnal Kajian Media* 2.2 (2018).

Instagram juga berperan sebagai alat untuk membentuk citra diri seseorang, terbukti dengan semakin banyaknya *follower*, *like*, dan komentar pada beberapa foto akun penggunanya, hal ini menunjukkan bahwa penggunanya memiliki citra diri yang tinggi.

Gambar 1.1 data pengguna media social di Indonesia



Menurut tabel penggunaan medsos diatas, yang penulis dapatkan dari laman [Jasling.menlhk.go.id](https://jasling.menlhk.go.id) menunjukkan bahwa instagram menduduki urutan kedua yaitu media sosial terbanyak diminati oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2023. Sedangkan secara global, menurut laporan *We Are Social*, jumlah pengguna Instagram global mencapai 1,6 miliar pada Juli 2023. Adapun jumlah pengguna Instagram di Indonesia menjadi yang terbanyak ke-4 di dunia, dengan jumlah sekitar 103,3 juta pengguna. Kemudian pada bulan Oktober 2023 mengalami kenaikan lagi yaitu sebanyak 104,8 juta pengguna instagram.⁶

⁶ <https://jasling.menlhk.go.id/berita-dan-artikel/berita/tntwa-dengan-follower-instagram-terbanyak>

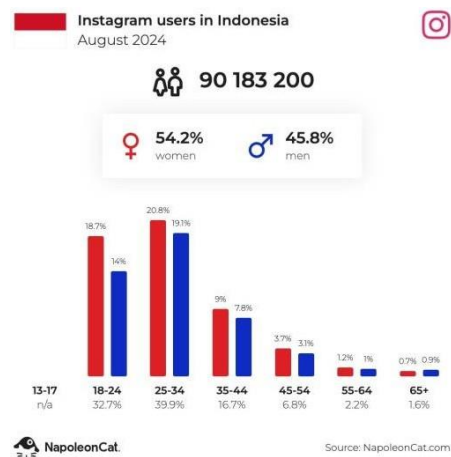
Terdapat banyak motif masyarakat menggunakan media sosial, terutama instagram. Mulai dari hanya sekedar berbagi keseharian sampai dengan membentuk citra diri orang tersebut. Citra diri sendiri yaitu gambaran tentang diri sendiri atau pandangan yang kita buat untuk diri kita sendiri, mungkin saja citra diri ini tidak sama persis dengan yang terjadi. Menurut Fitria dan Herlinda, citra diri akan terbentuk jika seseorang menunjukkan gaya hidup atau penampilan yang menarik hingga membuat orang lain terkesan atau menyukai gaya hidup dan penampilannya, melalui media sosial instagram, seseorang dapat membangun citra dirinya.⁷ Dengan memposting foto atau videonya disuatu tempat yang terkenal atau ditempat kelas menengah atas, padahal realita yang sebenarnya tak sedikit seseorang yang berada di lapisan bawah yang sering sekali bergaya atau berfoto di suatu tempat yang kelas menengah keatas, kemudian bergaya yang seolah membuat dirinya lebih menarik, kemudian mengupload foto tersebut ke instagram untuk mendapatkan *like* dan *follower* yang banyak.

Instagram sebagai *platform* berbasis visual memungkinkan mahasiswa untuk memperlihatkan diri mereka dengan cara yang dapat dikendalikan secara penuh, baik melalui foto, video, maupun teks dalam bentuk *caption*. Dengan Instagram, mereka dapat menampilkan citra diri yang diinginkan sesuai dengan persepsi yang ingin ditanamkan dalam pandangan orang lain.

⁷ Sakti, Bulan Cahya, and Muchammad Yulianto. "Penggunaan media sosial instagram dalam pembentukan identitas diri remaja." *Interaksi Online* 6.4 (2018): 490-501.

Instagram juga mendukung kreativitas dalam menampilkan diri. Melalui fitur-fitur seperti *Stories*, *Reels*, dan *IG Live*. Pengguna bisa memilih untuk menunjukkan kreativitas dalam bidang seni, atau minat di bidang sosial, yang semuanya dapat menaikkan citra dirinya. Dengan ini, Instagram tidak hanya menjadi sarana berbagi kehidupan pribadi, tetapi juga menjadi media untuk membangun *personal branding* yang kuat. *Personal branding* ini penting karena dapat membantu mahasiswa dikenal sebagai individu yang memiliki kualitas tertentu dan menarik perhatian orang atau yang relevan dengan tujuannya. Namun, di balik tingginya aktivitas ini, belum banyak pemahaman yang mendalam mengenai motif, dan proses interaksi sosial yang melatarbelakangi pembentukan citra diri di media sosial.

Gambar 1.2 pengguna instagram di Indonesia 2024



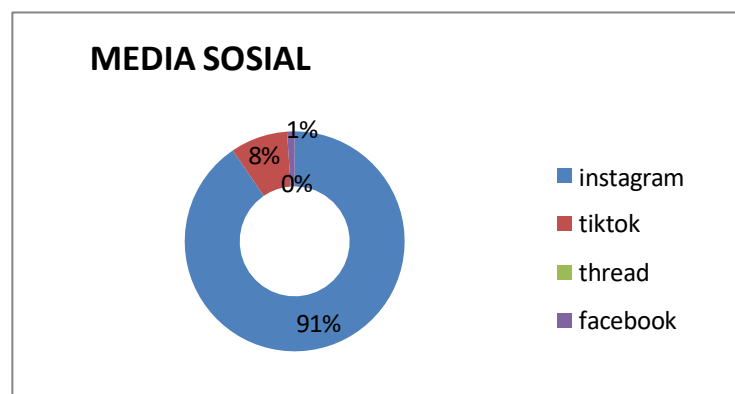
Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari [napoleonCat.com](https://www.napoleoncat.com) menunjukkan bahwa salah satu pengguna instagram di Indonesia terbanyak

adalah masyarakat di usia 18-24, oleh karena itu peneliti memilih mahasiswa sebagai sample dalam penelitian ini.⁸

Peneliti memfokuskan penelitian pada mahasiswa sebagai pengguna instagram dan memilih mahasiswa KPI berdasarkan hasil pra reset yang sudah dilakukan oleh peneliti sebelum penelitian dilakukan.

Tujuan dari pra-riset ini adalah untuk memastikan bahwa platform media sosial yang akan dijadikan objek penelitian benar-benar relevan dan sering digunakan, bukan hanya sebagai sarana hiburan pasif seperti *scrolling*, tetapi juga sebagai media interaksi, dan pencitraan diri. Dari penyebaran polling tersebut, peneliti merangkum dalam diagram seperti dibawah ini

Gambar 1.3 diagram media social yang digunakan mahasiwa KPI UIN SATU



Pra-riset dilakukan melalui observasi awal serta penyebaran polling kepada sejumlah mahasiswa KPI. Hasil dari pra-riset ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa aktif menggunakan Instagram

⁸ https://napoleoncat-com.translate.goog/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/01/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=wa

dibandingkan media sosial lainnya seperti Facebook, TikTok, atau Thread. Keaktifan ini tidak hanya dalam bentuk *scrolling*, tetapi juga dalam bentuk produksi konten. Temuan dari pra-riset inilah yang kemudian menjadi dasar kuat bagi peneliti untuk memilih Instagram sebagai fokus utama dalam studi mengenai media sosial sebagai alat pembentuk citra diri mahasiswa. Dengan demikian, objek penelitian menjadi lebih relevan dan sesuai dengan keadaan sosial yang sedang terjadi di lingkungan mahasiswa KPI saat ini.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pembentukan citra diri mahasiswa KPI UIN SATU di Instagram?
2. Bagaimana klasifikasi mahasiswa antar kelompok mahasiswa dalam pembentukan citra diri di instagram?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pembentukan citra diri mahasiswa KPI UIN SATU di Instagram.
2. Untuk mengetahui klasifikasi mahasiswa antar kelompok mahasiswa dalam pembentukan citra diri di instagram

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memperluas kajian mengenai literasi digital, terutama bagaimana individu menggunakan

platform seperti Instagram untuk mengelola citra diri mereka di ruang publik virtual.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi masyarakat umum untuk menggunakan Instagram dengan lebih bijak, terutama terkait bagaimana cara menampilkan diri secara otentik tanpa tekanan sosial.

3. Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi literatur akademik tentang pengaruh media sosial terhadap pembentukan identitas dan citra diri.

E. PENEGASAN ISTILAH

Penegasan istilah adalah penjelasan mengenai hasil penelitian atau topik penelitian yang dilakukan. Penegasan istilah digunakan untuk menghindarkan kesalahpahaman istilah. Adapun istilah yang perlu dijelaskan tersebut adalah :

1. Citra Diri

Citra diri adalah persepsi, gambaran, atau penilaian seseorang terhadap dirinya sendiri, yang terbentuk dari pengalaman pribadi, interaksi sosial, serta tanggapan orang lain terhadap dirinya. Citra diri mencakup bagaimana seseorang melihat fisik, kepribadian,

kemampuan, nilai, dan peran sosialnya. Konsep ini berkaitan erat dengan identitas diri.⁹

Dalam era digital dan kemunculan media sosial, pembentukan citra diri tidak hanya terjadi dalam kehidupan nyata, tetapi juga di ruang virtual. Media sosial memberikan ruang bagi individu untuk menyusun dan menyebarluaskan representasi diri secara selektif melalui unggahan foto, *caption*, komentar, dan interaksi daring lainnya. Fenomena ini menunjukkan bahwa citra diri kini menjadi produk komunikasi yang sangat dipengaruhi oleh teknologi, dan bahkan dapat mengalami rekonstruksi yang berbeda dari realitas sebenarnya.¹⁰

2. *Scrolling*

Scrolling adalah aktivitas menggulir layar perangkat ke atas atau ke bawah untuk menjelajahi berbagai konten, terutama di aplikasi media sosial. Kegiatan ini biasanya dilakukan secara otomatis atau berulang, sering kali tanpa tujuan tertentu.¹¹

Meskipun tampak sederhana, *scrolling* menjadi kebiasaan yang kuat dan berpotensi adiktif. *Scrolling* yang berulang dapat memengaruhi cara seseorang mengonsumsi informasi dan bahkan

⁹ Ramadhani, Tika Nurul, and Flora Grace Putrianti. "Hubungan antara kepercayaan diri dengan citra diri pada remaja akhir." *Jurnal Spirits* 4.2 (2014): 22-32.

¹⁰ Hidayat, Rahmad, Eka Malfasari, and Rina Herniyanti. "Hubungan perlakuan body shaming dengan citra diri mahasiswa." *Jurnal Keperawatan Jiwa* 7.1 (2019): 79-86.

¹¹ Pertiwi, Shafirah. "Konsumsi Media Sosial Tik Tok pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya." *Jurnal Empirika* 6.2 (2022): 122.

berdampak pada kesehatan mental, terutama jika dibandingkan dengan kehidupan orang lain yang terlihat lebih tertata di media sosial.

3. DM

DM atau *Direct Message* adalah fitur pesan pribadi yang tersedia di hampir semua media sosial, memungkinkan komunikasi langsung antar pengguna tanpa diketahui publik. DM biasanya digunakan untuk percakapan yang lebih privat atau personal. Dalam konteks digital, DM menjadi ruang penting untuk menjalin hubungan interpersonal yang lebih dekat.