

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan internet yang terjadi, telah menyebar luas di seluruh dunia. Salah satunya media sosial yang mampu membuat seseorang berkelana dibelahan dunia dari tempat berpijak. Media sosial sudah merajalela di Indonesia dari kalangan anak-anak hingga dewasa untuk berpartisipasi dalam bertukar informasi. Bagi masyarakat media sosial sudah menjadi candu bagi para penggunanya untuk selalu membuka media sosial yang mana tiada hari tanpa media sosial. Media sosial memudahkan bagi para penggunanya untuk saling berinteraksi dengan berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari yang bersifat individu ke kelompok lain.

Dalam artikel yang berjudul *Dua Sisi Wajah Media Sosial*, Fikri menyatakan bahwa media sosial adalah suatu alat media berbagi dengan para penggunanya untuk membentuk suatu pertemanan serta berpartisipasi dengan orang lain di seluruh dunia (Fikri, 2019). Perkembangan media sosial yang semakin hari semakin pesat, telah membawa manusia pada titik dimana tidak bisa lepas dari media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Adanya teknologi yang berkembang pesat dapat memudahkan manusia untuk selalu terhubung dengan setiap orang di belahan dunia. Media sosial memudahkan dalam berkomunikasi di kalangan masyarakat terutama bagi mahasiswa seperti Facebook, Twitter, Whatsapp, Line, Instagram, dan lainnya. Berbagai macam media sosial yang ada, tidak dapat dipisahkan bagi mahasiswa. Salah satu media sosial yang populer di kalangan mahasiswa adalah Instagram (Leonard, 2016).

Instagram merupakan sebuah jejaring sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat luas, tidak hanya di Indonesia, bahkan masyarakat luar pun juga banyak yang menggunakan jejaring sosial. Konten yang ditawarkan media sosial Instagram adalah pengguna dapat membagikan suatu momen tertentu yang terekam dalam sebuah foto, video, menulis keterangan (*caption*), mencari dan membagikan lokasi, berkomentar, mengirim pesan pribadi, mengedit foto dengan filter yang disediakan, membuat penanda (*bookmark*), bahkan membagikan

aktivitas harian (*Instastory*) dalam bentuk foto dan video yang bisa terhapus otomatis setelah 24 jam. Pengguna media sosial Instagram dapat menambahkan orang yang akan diikutinya (*following*) dan dapat menerima atau menolak orang yang akan mengikutinya (*follower*). Selain itu, pengguna dapat menandai orang lain dalam foto yang dibagikannya. Tidak hanya itu saja, pengguna Instagram dapat saling memberikan suka (*love*) pada foto orang lain yang ada di beranda Instagramnya (Silvia, 2018).

Dalam penggunaan media sosial Instagram biasanya mahasiswa memiliki berbagai motivasi. Sekedar berkomunikasi dengan orang lain, mencari dan berbagi informasi, dan mencari berita ter-*update*. Salah satu yang menjadi *trend* saat ini adalah Instagram sebagai sarana eksistensi diri. Dimana mahasiswa ingin eksistensinya diakui oleh masyarakat luas melalui media sosial yang sifatnya terbuka salah satunya Instagram. Karena Instagram sebagai wadah untuk berkomunikasi dan berinteraksi secara bebas dan terbuka. Banyaknya *update status* yang dimiliki sebagai bentuk jika ingin dikenal oleh masyarakat luas (Leonard, 2016).

Dalam artikel yang berjudul *Sebanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram Di Indonesia*, Wahyunanda menyatakan bahwa hingga bulan November 2019, jumlah pengguna aktif dalam sebulan menggunakan Instagram di Indonesia telah mencapai 61.610.000 pengguna dalam laporan terbaru dari NapoleonCat yang merupakan salah satu perusahaan analisis sosial Media Marketing yang berbasis di Warsawa, Polandia. Dengan begitu, sekitar 22,6 persen yang artinya nyaris seperempat jumlah penduduk di Indonesia pengguna Instagram. Adanya kenaikan jumlah pengguna Instagram dari bulan sebelumnya yakni mencapai 59.840.000 (Kompas.com).

Gambar 1.1 Presentase Pengguna Instagram



(Sumber : Kompas.com)

Pengguna Instagram didominasi oleh gender perempuan yang mencapai 50,8 persen lebih unggul dari gender pria yang mencapai 49,2 persen. Pengguna dalam kelompok usia 18-24 tahun merupakan pengguna paling besar di Indonesia dengan jumlah presentase 37,3 persen yakni sekitar 23 juta pengguna. Dalam rentang usia tersebut, gender perempuan masih dominan dengan presentase 19,5 persen daripada pria dengan presentase 17,9 persen. Kemudian pengguna terbesar kedua dalam kelompok usia 25-34 tahun dengan presentase 33,9 persen. Akan tetapi dalam kelompok usia tersebut paling dominan yakni pengguna pria sebanyak 17,9 persen sedangkan pengguna perempuan 16,1 persen. Jumlah pengguna Instagram di Indonesia membuat *Instastory* disebut dua kali lipat lebih banyak (Kompas.com).

Banyaknya mahasiswa yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menunjukkan keberadaan dirinya ke masyarakat luar. Dikarenakan setiap orang berlomba-lomba ingin menampilkan tentang dirinya ke masyarakat luar. Sehingga Instagram sebagai sarana eksistensi diri melalui foto, video, dan pernyataan yang ada di media sosial yang mana seseorang ingin mengungkapkan kepada orang lain akan keberadaan dirinya. Tidak jarang pula seseorang bisa bertindak berlebihan untuk sekedar menunjukan eksistensi dirinya kepada orang lain. Seseorang dikenal apa dan siapa itu seseorang yang memutuskan sendiri. Karena apa

yang dituliskan di media sosial akan menjadi suatu gambaran bagi diri sendiri dan bagaimana memposisikan diri ke masyarakat luas.

Eksistensi diri ini, sebagai ajang untuk menunjukkan diri akan keberadaannya di depan publik melalui media sosial berupa Instagram. Hal ini dapat dilihat dari postingan di Instagram lewat *Instastory* pribadi masing-masing bagi mahasiswa Finalis Duta Kampus UTM dan postingan foto yang memiliki banyak tanda suka (*love*) dan memiliki banyak pengikut (*followers*) serta *caption* yang ia tulis untuk menginspirasi orang lain. Hal tersebut dijadikan sebagai salah satu bentuk dalam menjangkau eksistensi diri lewat media sosial Instagram.

Sebagai mahasiswa yang menjadi Finalis Duta Kampus tentu dijadikan sebagai ajang atau sarana untuk memanfaatkan media sosial sebagai eksistensi diri dimana mereka yang seharusnya menjadi suatu panutan atau identitas bagi kampus. Namun, tidak sedikit pula diantaranya yang memanfaatkan Instagram sebagai eksistensi dirinya untuk menampilkan sebaik mungkin dan mendapatkan pengakuan dari masyarakat luar atau pengguna akun Instagram lain. Sehingga, mereka berlomba-lomba untuk menampilkan dirinya sebaik mungkin dan menjadi titik pusat perhatian serta dijadikan sebagai realita yang sesungguhnya yang disajikan melalui Instagram dan dilakukan secara berulang-ulang. Oleh karena itu, banyak mahasiswa yang menjadi Finalis Duta Kampus lebih memilih media sosial Instagram sebagai sarana eksistensi diri.

1.2 Perumusan Masalah

Bagaimana penggunaan media sosial Instagram oleh mahasiswa yang menjadi Finalis Duta Kampus UTM Tahun 2017/2018 sebagai sarana eksistensi diri?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana eksistensi diri bagi mahasiswa Finalis Duta Kampus UTM Tahun 2017/2018.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dapat memberikan sumbangan informasi dalam bidang penggunaan media sosial Instagram mengenai eksistensi diri bagi mahasiswa.
2. Dapat memberikan suatu kontribusi dalam meninjau penggunaan media sosial berupa Instagram sebagai sarana eksistensi diri mahasiswa Finalis Duta Kampus.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi dosen, sebagai bahan keilmuan baru terkait media sosial Instagram sebagai sarana eksistensi diri.
2. Bagi pemerintah, sebagai masukan dan penerapan dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial sebaik mungkin.
3. Penelitian ini diharapkan dapat membuka pandangan beserta wawasan mengenai penggunaan media sosial Instagram bagi mahasiswa.