

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Identitas memiliki pengertian hal penting dari konsep diri. Konsep diri berisi apa saja yang dipikirkan serta dirasakan tentang diri. Segala pikiran dan perasaan setiap individu merupakan objek yang mengkontruksi sebuah konsep diri. Hal ini adalah bagian dari diri kita yang dikenal oleh orang lain dan merupakan ciri khas yang menempel pada setiap diri individu untuk membedakan individu satu dengan lainnya. Mencari dan membentuk sebuah identitas adalah sebuah perkembangan normal bagi setiap insan muda-mudi atau dewasa (Najwa, 2014).

Kata “identitas” berasal dari bahasa latin, yaitu “Idem” yang memiliki arti “serupa”. Selain itu juga memiliki definisi pengumpulan keseluruhan bentuk diri guna men-*setting* pola berkehidupan pribadi. Pola kehidupan yang membentuk sebuah identitas contohnya: objek, peran, sifat, serta kepandaian bergaul (Sakti & Yulianto, 2013).

Identitas merupakan bentuk psikologi yang bisa menjadikan seseorang dapat menyajikan bentuk dirinya. Identitas juga mempunyai orientasi serta tujuan untuk mengarahkan visi hidup, juga keyakinan internal guna mempertimbangkan suatu hal. Identitas bisa dibentuk dan terbentuk di berbagai media, salah satu contohnya media sosial. Instagram merupakan media sosial yang saat ini memiliki jumlah pengguna yang cukup tinggi di Indonesia. Rata-rata pengguna instagram merupakan anak muda dengan usia sekitar 18-24 tahun (Sari, 2020).

Berkembangnya era teknologi juga komunikasi telah mengkontruksi pola hubungan satu individu dengan lainnya. Jaringan nirkabel internet adalah bentuk ruang digital yang menciptakan budaya baru. Sulit dihindari, adanya hal tersebut dapat menyuguhkan berbagai kemudahan pada penggunanya. Berbagai macam jalan pada bidang informasi serta hiburan dari belahan dunia, dapat ditemukan melalui internet. Secara tidak kasat mata perkembangan ini mampu menghapus

dimensi kehidupan ruang, serta waktu orang yang memakainya (Nainggolan *et al.*, 2018).

Keberadaan internet secara memunculkan adanya pembabakan generasi, dan generasi terbaru saat ini adalah Z. Mereka yang lahir pada *range* 1995 – 2010 merupakan generasi masa depan yang hidup pada budaya new media digital. Media digital pada saat itu memiliki ciri interaktif dan bersifat menyendiri (desosialisasi) namun sangat melekat media.

Berkembangnya ilmu pengetahuan serta teknologi membawa perubahan sosial juga ekonomi bagi khalayak muda, khususnya pada lingkungan perkuliahan. Perkembangan itu disebabkan oleh globalisasi ekonomi. Selain itu sifat konsumerisme yang tinggi semakin dipacu oleh maraknya pusat-pusat perbelanjaan yang menawarkan berbagai macam barang atau jasa. Semua hal tersebut yang mendorong berkembangnya budaya era baru dengan gaya hidup baru. Hadirnya media sosial pada kalangan muda khususnya mahasiswa, berhasil membentuk ruang pribadi seseorang menjadi konsumsi publik. Mahasiswa dengan mudah mengunggah segala bentuk kegiatan pribadi pada akun media sosialnya untuk menciptakan identitas diri yang baru.

Aplikasi media sosial Instagram merupakan salah satu bentuk jejaring sosial yang fokus pada kegiatan berbagi video serta foto. Instagram juga memiliki banyak fitur khususnya editing foto serta video yang saat ini semakin mudah diaplikasikan karena tersedia dalam bentuk filter yang beragam. Selain fitur editing dan filter, instagram juga menyediakan layanan ruang untuk menulis keterangan untuk setiap konten yang diunggah pemilik akun yang biasa disebut *caption*. Selain itu, lokasi, komentar, pengiriman pesan pribadi atau bahkan membagikan aktivitas harian juga merupakan layanan yang semakin kompleks diberikan oleh instagram kepada penggunanya (Nainggolan *et al.*, 2018).

Setiap orang yang menggunakan aplikasi instagram bisa menambah atau mengurangi jumlah pengikut akunnya. Mereka juga bisa menandai siapa saja yang masuk ke dalam frame fotonya, serta saling memberikan reaksi suka (*love*) pada setiap konten yang diunggah. Media ini memiliki pengaruh besar bagi setiap

mahasiswa yang hidupnya lekat dengan teknologi komunikasi. Dengan berbagai macam fitur yang diberikan instagram, mahasiswa dapat mengaktualisasikan dirinya dalam bentuk unggahan foto atau video. Pengguna instagram yang senang mengunjungi berbagai macam tempat wisata populer, café, mall biasa mengunggah kegiatan hedonismenya pada laman instagramnya. Banyak dari mereka melakukannya untuk kebutuhan lain, seperti membentuk identitas diri yang dipikir lebih baik dan menarik. Sehingga ketika mereka mengunjungi sebuah tempat wisata tertentu, mereka tidak mendapatkan nilai liburan yang sesungguhnya, melainkan sebuah gaya hidup baru yang dipamerkan pada akun instagramnya. Hal tersebut yang menciptakan sebuah *personal branding* bagi setiap mahasiswa pengguna instagram.

Berdasar atas laporan NapoleonCat (sebuah perusahaan analisis Sosial Media Marketing dari Polandia), Indonesia mencapai jumlah 61.610.000 pengguna aktif bulanan pada aplikasi instagram. Jumlah tersebut nyaris 22,6% yakni hampir seperempat total penduduk Indonesia. Pengguna instagram dengan gender perempuan mencapai 51,1%. Sedangkan pengguna yang memiliki gender pria hanya 48,9%. Pengguna yang memiliki rentang usia 18-24 tahun menjadi kelompok terbesar di Indonesia dalam menggunakan jejaring sosmed ini. Pada peringkat kedua, dipegang oleh usia 25-34 yang mencapai 31,9%. Sedangkan usia paling rendah dalam menggunakan instagram adalah <18 tahun mencapai 1,6%.



Gambar 1.1 Presentase usia pengguna media sosial Instagram di Indonesia.
(Sumber: NapoleonCat.com).

Peneliti memilih media sosial Instagram sebagai objek penelitiannya karena Instagram banyak digunakan oleh anak muda. Selain itu, Instagram merupakan media sosial yang berfokus pada foto. Peneliti telah melakukan riset kecil dengan sampel secara acak pada pengguna media sosial Instagram yang berada di Universitas Trunojoyo Madura, perihal kepentingan apa saja yang mendasari mahasiswa menggunakan aplikasi Instagram. Berikut hasilnya:

- 1) Memperbarui referensi berita atau mencari informasi yang dibutuhkan
- 2) Memantau *trend* yang sedang viral.
- 3) Sarana komunikasi dengan teman lama.
- 4) Mengikuti tokoh artis yang disukai.
- 5) Mengunggah video dan foto untuk keperluan pribadi
- 6) Melakukan bisnis dan perdagangan online.

Universitas Trunojoyo Madura (UTM) merupakan bentuk pembaruan dari Universitas Bangkalan Madura (Unibang). Selain pembaruan nama, kampus ini juga mengubah status dari PTS menjadi PTN didasarkan pada Keputusan Presiden Republik Indonesia, No. 85 Tahun 2001. Saat ini jumlah mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura pada tahun 2021 mencapai lebih dari 17.000 mahasiswa.

Peneliti memilih UTM sebagai tempat penelitian dikarenakan Universitas Trunojoyo merupakan salah satu kampus negeri yang ada di Madura. Bagi sebagian orang-orang yang berada di luar Madura, Madura masih di pandang keras dan mudah tersulut emosi sehingga menimbulkan rasa takut bagi orang lain (Stereotype tentang etnis Madura Sebagai intercultural barrier dalam komunikasi budaya oleh: Nikmah Suryandari). Sehingga peneliti ingin memberi tau bagaimana identitas mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura di dunia luar.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, rumusan masalah dari peneliian ini adalah “bagaimana mahasiswa membentuk identitas di media sosial Instagram berdasarkan studi deskriptif kualitatif terhadap pengguna media sosial Instagram di Universitas Trunojoyo Madura?”.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Identitas Pengguna Media Sosial Instagram Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura berdasarkan studi deskriptif kualitatif terhadap pengguna media sosial Instagram.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Penelitian

Mengembangkan ilmu pengetahuan seputar media sosial serta menjadi bahan referensi, penelitian, sumber bacaan pada lingkungan UTM atau sekitarnya. Selain itu penelitian ini bisa menjadi suguhan baru dalam kajian ilmu pengetahuan khususnya pada teori identitas dan media instagram

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat mengetahui identitas pengguna media sosial Instagram. Lalu bisa memahami bahwa terdapat jejaring sosial yang bisa dialih fungsikan sebagai media untuk membentuk identitas virtual. Kepada peneliti Selanjutnya, semoga hasil akhir dari penelitian ini bisa menjadi rujukan dalam melakukan penelitiannya pada topik yang serupa.

1.4.3. Manfaat Bagi Masyarakat

Secara sosial penelitian ini diharapkan memberikan gambaran ke masyarakat tentang identitas dan memberikan penjelasan akan penggunaan aplikasi Instagram dapat digunakan dengan bijak dan tidak berlebihan. Serta selanjutnya mampu menyikapi fenomena ini dengan lebih bijaksana.

1.5 Landasan Teori

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Penulis memakai penelitian terdahulu untuk perbandingan serta referensi penelitian. Penelitian terdahulu yang menjadi referensi merupakan penelitian yang memiliki kaitan dalam topik penelitian. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang penulis pakai sebagai bahan acuan:

1. Dwi Syahnaz Hazisah, 2017. Pengaruh Instagram Stories terhadap eksistensi diri di Kalangan siswa-siswi SMAN 1 Makassar.
2. Primada Qurota Ayun, 2015. Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas.
3. Almira Rizki Pontania, 2016. Hubungan antara Konsep diri dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Siswa Negeri 4 Surakarta.

Tabel 1 Kajian Penelitian Terdahulu

No	Tinjauan	Judul	Fokus	Teori	Metode	Simpulan	Perbedaan
1	Dwi Syahnaz Hazisah,	Instagram stories sebagai media self disclosure mahasiswi ilmu komunikasi uinsa	Mengetahui pengaruh yang ditimbulkan oleh stori IG terhadap eksistensi diri dikalangan siswa/i SMAN I Makassar.	Teori uses and gratification	Deskriptif Kualitatif	Tidak ditemukan korelevansian stori IG dengan eksistensi diri siswa/i SMAN I Makassar namun masih punya hubungan lemah.	Self disclosure yang ditampilkan melalui IG story. Sedangkan penelitian saya merujuk pada feeds atau postingan.

2	Primada Qurota Ayun	Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas	Remaja memakai medsos untuk membentuk identitas	Teori Interaksi Simbolik, Teori Identitas Diri.	Deskriptif Kualitatif	1. Remaja Menunjukkan identitas diri yang berbeda pada ketiga akun media sosial 2. Remaja pakai medsos untuk berkomunikasi dengan oleh teman mereka. 3. Cukup terbuka saat menunjukkan identitas di media sosial.	Media sosial yang digunakan yaitu facebook, twitter, dan path. Sedangkan pada penelitian saya menggunakan media sosial Instagram
3	Almira Rizki	Hubungan antara konsep diri dengan gaya hidup hedon pada siswa SMA Negeri 4 Surakarta	Penelitian ini berfokus pada hubungan negatif antara konsep diri dengan gaya hidup hedonisme	Teori konsep diri	Kuantitatif	Dari penelitian ini didapatkan kesimpulan bahwa terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara konsep diri dengan gaya hidup hedonisme. Tingkat gaya hedon masuk kategori rendah.	Perbedaan penelitian almira dengan penelitian saya adalah konsep yang dibahas pada penelitian almira adalah mengenai gaya hidup hedonisme. Sedangkan penelitian saya fokus pada pembentukan identitas pengguna instagram.