

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena dunia virtual dan berbagai macam media sosial yang digunakan oleh masyarakat memberikan pengaruh besar terhadap pola komunikasi masyarakat terutama dalam berinteraksi antar sesama. Media sosial merupakan sarana berbasis internet yang berguna untuk membantu proses interaksi masyarakat lebih mudah dan efisien, saling berkomunikasi, bertukar kabar, memberikan informasi, serta berbagi dengan individu lainnya. Tidak hanya itu pengguna media sosial dapat dengan mudah ikut aktif berpartisipasi dalam segala hal yang berada di dalamnya, menyampaikan pesan dan menciptakan pesan yang mereka berikan pada khalayak umum. Lebih dari itu media sosial dapat membentuk hubungan sosial secara daring (Ratnamulyani & Maksudi, 2018).

Media sosial telah banyak digunakan oleh masyarakat mulai dari remaja hingga orang dewasa, salah satu media sosial yang tengah populer atau banyak diminati saat ini adalah Instagram. Berdasarkan hasil data oleh Hootsuite pada Januari 2021 menunjukkan bahwa pengguna Instagram sebesar 85 juta atau sekitar 86,6% dari jumlah populasi Indonesia. Terdapat 52,4% pengguna Instagram berjenis kelamin perempuan dan sebesar 47,6% pengguna berjenis kelamin laki-laki. Disusul dibawahnya media sosial Facebook menjadi media sosial yang juga digemari oleh masyarakat dengan presentase 85,5% (Admin, 2021).

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membuat konten, membagikan foto atau video, melakukan siaran langsung, membuat Instagram Tv, membuat instastory yang berisi kegiatan sehari-hari penggunanya, rata-rata penggunanya adalah remaja. Pada dasarnya media ini digunakan untuk menampilkan, menunjukkan, atau mempresentasikan diri seseorang dalam bentuk foto atau video. Dalam aplikasi ini para pengguna mampu berinteraksi secara bebas melalui DM (*Direct Massage*) untuk mengirim pesan terhadap teman atau *followersnya*, *Comment* dalam postingan, saling *Follow* dan *Like* dengan siapapun tanpa ada batasan dalam mengaksesnya (Meiningsih, 2018).

Adanya media sosial Instagram menjadi sebuah fenomena baru yang unik dan menarik, sebab Instagram menyediakan berbagai fitur-fitur terbaru untuk menarik perhatian peggunanya seperti fitur efek yang menjadi fitur unggulan dan telah banyak

dipakai oleh kalangan remaja khususnya remaja putri, fitur live yang mana fitur ini memberikan peluang besar bagi remaja untuk lebih percaya diri dalam menampilkan dirinya pada publik, fitur IGTV yang digunakan untuk membagi video dalam durasi cukup lama sehingga memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk mengupload video dengan durasi panjang sesuai keinginannya. Saat ini para remaja cenderung menggunakan waktunya selama berjam-jam, berdasarkan data penelitian Hootsuite Instagram digunakan 17 jam perbulan (Ludwianto & Fikrie, 2021). Kegiatan yang mereka lakukan adalah melihat konten foto atau video orang lain, mencoba efek terbaru, mengunggah foto atau video, berbagai pengalaman, ataupun berinteraksi dengan teman atau *followersnya* (Prihatiningsih, 2017).

Terdapat beberapa motivasi atau tujuan remaja dalam menggunakan media sosial Instagram antara lain menghabiskan waktu, ketertarikan atau keingintahuan terhadap media tersebut, sebagai perlarian saat lelah atau lainnya, sebagai hiburan atau kesenangan semata, untuk melakukan interaksi sosial, mendapatkan informasi, berbisnis dan lain sebagainya (Syahreza & Tanjung, 2018).

Dari berbagai tujuan seseorang memainkan media sosial Instagram terdapat salah satu tujuan yang hendak diraihinya yakni ingin menampilkan diri di media sosial atau untuk manajemen kesan, menampilkan identitas atau mempresentasikan diri dengan kesan yang baik agar publik mampu mempercayai dan memperhatikan apa yang ingin kita tunjukkan dan tampilkan pada masyarakat sesuai dengan keinginan kita (Alfindra & Yahya, 2017).

Upaya seseorang untuk menampilkan dirinya dengan menciptakan kesan yang baik agar diterima oleh publik dan sesuai dengan apa yang diinginkan disebut dengan manajemen kesan, kita tentunya akan menampilkan sisi terbaik dari kita bahkan ingin terlihat sempurna (Mutia, 2018).

Identitas kita dapat dibentuk melalui interaksi sosial dimana kita layaknya melakukan pertunjukan dengan sebuah peran yang ditunjukkan kepada *audiens* (orang lain atau masyarakat). Untuk menjadi seseorang, layaknya kita memakai sebuah topeng dalam memainkan peran kita pada kehidupan sosial, dalam arti tertentu topeng tersebut mempresentasikan konsep diri yang tengah kita bentuk, peran yang sedang kita hidupkan, yang pada akhirnya topeng ini dapat mengekspresikan diri yang kita inginkan. Kita diciptakan di dunia sebagai individu kemudian menciptakan karakter, dan menjadi seseorang (Goffman, 1990 dikutip dalam Lawler, 2021).

Dalam pertunjukan identitas diri para remaja putri mengimplementasikannya melalui gaya hidup pada kehidupan di dunia Instagram ataupun kehidupan sehari-harinya. Media Instagram menjadi acuan dasar mereka dalam menunjukkan identitasnya yang kemudian dituangkan dalam bentuk konten foto atau video yang mereka upload dalam akun Instagramnya (Fitri, 2020).

Pada penelitian ini peneliti memilih Desa Karang Dalem sebagai lokasi penelitian desa ini merupakan desa yang mayoritas penduduknya berstatus kelas menengah kebawah, namun gemar dalam membeli dan memakai pakaian bermerek terkenal serta menggunakan Handphone atau Instagram. Kelas sosial menengah kebawah merupakan kedudukan sosial seseorang yang memiliki pekerjaan usaha kecil-kecilan, petani, staff atau karyawan dan penghasilannya cukup untuk memenuhi kebutuhan pokoknya dengan pengeluaran dibawah Rp 1.000.000 perbulan dan pendapatan sekitar Rp 100.000-700.000 (Warner dalam Septiana, 2017). Kelas sosial juga digolongkan menurut perilaku konsumen, pada kelas menengah setiap orang akan membeli barang dengan tujuan menunjukkan kekayaannya dan membeli dalam jumlah besar serta kualitasnya cukup memuaskan (Mangkunegara, 2009 dalam Septiana, 2017).

Berikut data dari badan pusat statistik Kabupaten Sampang tahun 2017 dan tahun 2018, bahwa terdapat masyarakat yang berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil sekitar 45%, dan 65% berprofesi sebagai pedagang toko, membuka rumah makan, peternak, dan petani tambak, (Sampang, 2013). Dari hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa status sosial yang dimiliki oleh setiap masyarakat akan mempengaruhi mereka dalam membeli atau mengenakan pakaian bermerek khususnya remaja putri di Desa Karang Dalem.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa remaja putri di Desa Karang Dalem, Kecamatan Sampang, Kabupaten Sampang yang menunjukkan identitas dirinya dengan menggunakan pakaian bermerek melalui postingan di Instagram, para remaja ini mempergunakan pakaian merek terkenal seperti Zara, This Is April, The Executive, UNIGLO, H&m, Hardware, Pull&Bear dan lain sebagainya, untuk menunjang citranya atau ingin menunjukkan identitas dirinya yang mereka tampilkan dalam bentuk postingan di Instagramnya.

Betapa pentingnya fashion atau penampilan bagi mereka dalam kehidupan dunia maya, busana bermerek terkenal merupakan hal yang paling penting dan menjadi sorotan pertama kali saat orang lain melihatnya. Busana bagi remaja putri adalah sebuah identitas mereka dalam memperlihatkan citranya, menjadi simbol bagi mereka yang menunjukkan bahwa mereka telah mengikuti perkembangan. Fashion sebagai bentuk dari ekspresi diri

yang berkaitan dengan kepribadian, nilai, status dan identitas kepada orang lain. Sebuah identitas penting untuk ditunjukkan ketika kita hidup ditengah-tengah masyarakat untuk mendapatkan pengakuan publik, dengan mengenakan pakaian jenis pakaian tertentu misalkan saja pakaian bermerek, orang lain bisa menilai kepribadian dan citra dirinya misalkan saja sebagai seseorang yang memiliki status sosial menengah keatas, memiliki selera yang tinggi dan lain sebagainya. Lebih jauh fashion dianggap sebagai tanda ataupun objek yang dapat menyampaikan sebuah makna dan tujuan tertentu, sehingga nantinya diharapkan pakaian yang dikenakan tersebut orang lain mampu melihatnya dan menilainya (Trisnawati, 2011).

Dari berbagai bentuk upaya dalam menampilkan identitas belum ada suatu peneliti yang mengangkat dramaturgi identitas diri remaja dalam berpakaian bermerek di Desa Karang Dalem dan dengan konsep pembahasan yang tidak hanya menekankan pada dramaturgi namun terdapat hal lain yang akan dibahas seperti apa yang mereka dapatkan setelah menampilkan identitasnya, dan apa respon atau tanggapan orang lain dan orang sekitar saat remaja tersebut menampilkan identitasnya. Berdasarkan hasil pemaparan latar belakang di atas maka peneliti mengangkat judul penelitian “Dramaturgi Identitas Diri Remaja di Instagram (Studi Kasus Penampilan Remaja Berbusana Merek Terkenal di Instagram di Desa Karang Dalem, Kecamatan Sampang, Kabupaten Sampang)” dengan menggunakan pendekatan penelitian studi kasus untuk mengkaji penelitian tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang masalah di atas maka permasalahan ini dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimana dramaturgi identitas diri remaja di Instagram, studi kasus penampilan remaja berbusana merek terkenal di Instagram di Desa Karang Dalem, Kecamatan Sampang, Kabupaten Sampang?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

Untuk mengetahui bagaimana dramaturgi identitas diri remaja di Instagram, studi kasus penampilan remaja berbusana merek terkenal di Desa Karang Dalem, Kecamatan Sampang, Kabupaten Sampang.

1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan pengetahuan baru bagi pembaca dan baik dalam ruang lingkup Universitas Trunojoyo Madura maupun bagi masyarakat khayak umum.
2. Mampu memberikan wawasan yang luas mengenai bentuk dramaturgi identitas dalam berbusana merek terkenal pada remaja putri.

B. Manfaat Teoritis

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan referensi dan kajian ilmu dibidang akademik serta menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan.
2. Memberikan pengetahuan atau wawasan yang lebih mendalam bagi pembaca mengenai dramaturgi identitas remaja putri dalam berbusana merek terkenal pada postingan Instagram.