

ABSTRAK

Gustya Rahmi Nurdwi. 210521100123. Sosiologi. Citra Diri Oleh Duta Kampus *Potra Potre* Tahun 2023 Universitas Trunojoyo Madura Dalam Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pembentukan citra diri oleh duta kampus *Potra Potre* tahun 2023 Universitas Trunojoyo Madura dalam instagram. Hal ini dilatarbelakangi oleh peran duta kampus yang tidak hanya tampil secara langsung di lingkungan institusi, tetapi juga turut membangun citra positif di ruang digital seperti instagram. Teori yang digunakan adalah interaksionisme simbolik Herbert Mead dengan metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Metode pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dokumentasi, serta pemilihan informan menggunakan teknik *snowball sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data, sedangkan untuk teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses pembentukan citra diri oleh para duta kampus *Potra Potre* Universitas Trunojoyo Madura tahun 2023 dalam instagram berlangsung secara sadar, bertahap, dipengaruhi oleh motivasi serta pengalaman sosial. Para duta menyadari peran mereka sebagai representasi kampus, sehingga mulai mempertimbangkan setiap aktivitas digital yang ditampilkan. Citra diri dibentuk melalui strategi visual dalam instagram, seperti pemilihan konten, penulisan bio, *caption*, dan penggunaan simbol tertentu untuk menggambarkan nilai dan kepribadian. Citra diri yang dibangun oleh para informan duta di instagram bukan hanya sebagai bentuk ekspresi diri, tetapi juga sebagai strategi untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas dan membuka peluang sosial. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti bio, *caption*, unggahan aktivitas, dan gaya komunikasi, mereka menampilkan identitas yang dipercaya dan diterima oleh publik. Temuan ini menunjukkan bahwa instagram menjadi ruang simbolik untuk menampilkan diri, membangun kepercayaan publik, dan memperluas jaringan sosial.

Kata Kunci : Citra Diri, Instagram, Duta Kampus

ABSTRACT

Gustya Rahmi Nurdwi. 210521100123. *Sociology. Self Image by the Potra Potre Campus Ambassador in 2023 Trunojoyo Madura University On Instagram.*

This study aims to explore the process of self-image construction by the 2023 Potra Potre campus ambassadors of Trunojoyo University of Madura on Instagram. This research is driven by the evolving role of campus ambassadors, who are not only present in the institutional environment but also take part in building a positive image in digital spaces such as Instagram. The theoretical framework used is Herbert Mead's Symbolic Interactionism, with the research methodology based on qualitative methods and a phenomenological approach. Data collection techniques include interviews, observations, documentation, and informant selection using the snowball sampling technique. The data analysis techniques involve data reduction, data presentation, and data verification, while data validity is tested through source triangulation. The findings reveal that the process of self-image formation by the Potra Potre campus ambassadors of Trunojoyo University of Madura in 2023 on Instagram occurs consciously, gradually, and is influenced by motivation and social experience. These ambassadors are aware of their roles as representatives of the university and therefore begin to carefully consider every digital activity they share. Self-image is crafted through visual strategies on Instagram, such as content selection, bio writing, captions, and the use of certain symbols to reflect values and personality. The self-image developed by the ambassadors on Instagram is not merely a form of self-expression, but also a strategy to reach a broader audience and open up social opportunities. By using symbols such as bios, captions, activity posts, and communication styles, they present an identity that is trusted and accepted by the public. These findings show that Instagram functions as a symbolic space for self-presentation, public trust-building, and expanding social networks.

Keywords: *Self-Image, Instagram, Campus Ambassador*