

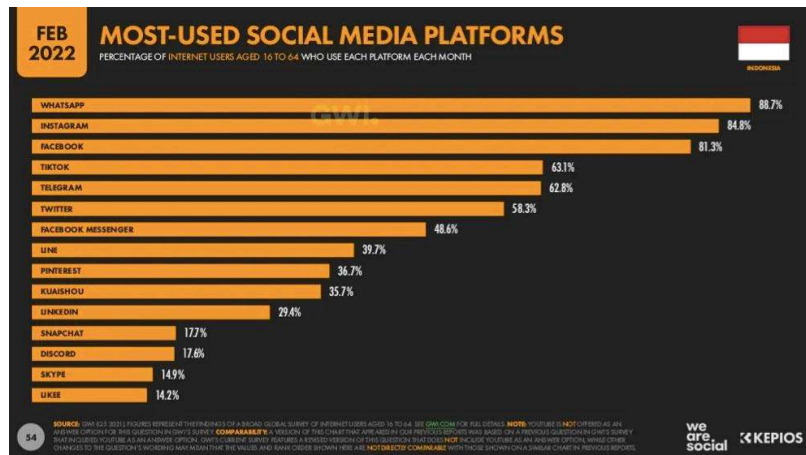
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi kian hari kian menarik untuk dikaji lebih dalam. Hal-hal baru bermunculan satu persatu demi memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Tuntutan individu untuk bertahan hidup sebagai makhluk sosial mendorong para ilmuwan berbondong-bondong menciptakan teknologi mutakhir untuk mempermudah segala urusan agar terselesaikan dengan praktis, cepat dan mudah, satu diantaranya yaitu internet. Internet adalah satu dari sekian banyak teknologi yang berkembang. Internet kini berperan penting dalam keberlangsungan hidup manusia. Perkembangan dari internet yang sangat bermanfaat dan paling sering dipergunakan adalah media sosial. Fitur yang dapat diunduh pada ponsel cerdas masa kini itu, mampu membuat setiap individu di seluruh penjuru dunia dengan mudah terhubung dan berinteraksi secara virtual.

Saat ini, telah banyak jenis media sosial yang berkembang. Instagram merupakan salah satu media sosial yang digemari masyarakat Indonesia. Kepopuleran Instagram tak lain karena kebiasaan masyarakat yang cenderung narsis dimanapun dan kapanpun. Pada hakikatnya, Instagram sengaja diciptakan untuk berbagi foto atau video disertai dengan berbagai fitur untuk menampilkannya. Tak hanya berupa foto *selfie*, kegiatan sehari-hari, *outfit of the day* (ootd), makanan atau tempat unik, hal-hal *random* lainnya pun turut diunggah oleh *Igers* (*Instagram User*). Instagram telah menjadi bagian dari kegiatan sehari-hari yang tak dapat dipisahkan barang hanya sehari. Terbukti dari adanya laporan survey *We Are Social* yang mengatakan bahwa Instagram merupakan *digital platform* yang paling disukai dan banyak digunakan masyarakat Indonesia setelah WhatsApp. Instagram menduduki peringkat kedua dalam hal jumlah pengguna dengan persentase sebesar 84,8%. Instagram kini serasa menjadi hal yang wajib dimiliki agar tak dianggap sebagai orang *kudet* (kurang *update*).

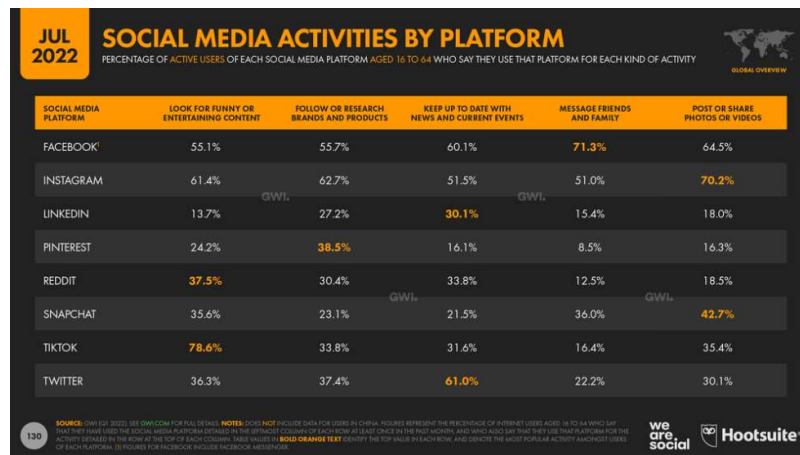


Gambar I.1  
Data media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia  
(sumber: [gatra.com](https://gatra.com))

Seluruh rangkaian kegiatan yang dilakukan dalam Instagram baik berkiriman pesan (*direct messages*), suka (*like*) dan komen postingan, *stalking*, hingga saling mengikuti (*follow*) adalah hal lumrah yang dilakukan oleh para pengguna. Layaknya di kehidupan nyata, dalam Instagram juga tercipta kelas-kelas sosial. Sistem sosial tersebut biasanya terbentuk melalui banyak sedikitnya *following* (mengikuti) dan *followers* (pengikut) yang bermula dari konten-konten yang diunggah. Semakin menarik sebuah konten, semakin banyak pengguna lain yang menekan tombol *like*. Semakin banyak *like*, memberikan kesempatan konten tersebut untuk tersebar secara luas alias *viral*, sehingga tidak menutup kemungkinan akan bertambah pula pengikut dari akun pemilik konten tersebut. Ketika pengikut telah mencapai batas tertentu, derajat atau status sosial mereka akan meningkat dengan sendirinya di mata pengguna lainnya.

Disisi lain, sebagai pengguna aktif Instagram dari kalangan yang terpelajar, mahasiswa harus mampu menyesuaikan dirinya agar tidak dicap *gaptek* (gagap teknologi). Mereka dituntut untuk memahami segala jenis perubahan dan perkembangan demi menopang dirinya sendiri, serta sebagai bekal dimasa mendatang yang tentunya akan lebih maju daripada masa sekarang. Instagram sendiri telah menjadi saksi bisu sepak terjang perjalanan mahasiswa. Mulai dari membuka mata dipagi hari, melakukan aktivitas, bersantai hingga

menjelang tidur sudah biasa diabadikan dan dibagikan di Instagram. Senang, sedih, kecewa, marah, semua diungkapkan melalui sebuah postingan untuk mendapat pujian, dukungan atau sekadar tempat pelampiasan. Tak heran jika baru-baru ini *We Are Social* kembali mengumumkan bahwa Instagram menduduki peringkat kedua dalam hal aktivitas terbanyak yang dilakukan oleh para pengguna *smartphone*. Tak tanggung-tanggung, survey tersebut menemukan bahwa Instagram menjadi *platform* terfavorit bagi seluruh pengguna media sosial di seluruh penjuru dunia.



Gambar I.2  
Data aktivitas penggunaan media sosial dunia  
(sumber: [datareportal.com](https://datareportal.com))

Terlepas dari hal itu, fungsi utama Instagram ialah untuk saling berinteraksi antar pengguna dengan cara berbagi informasi mengenai kehidupan masing-masing dan bermaksud mencari kesenangan semata. Dewasa ini, fungsi tersebut semakin berkembang ditengah mahasiswa. Bukan hanya sekedar tempat *having fun*, Instagram juga digunakan sebagai ajang untuk membentuk sebuah citra diri (*self image*) yang diinginkan oleh mereka. Dimana sering dijumpai sejumlah akun yang menuliskan biodata dengan pilihan kata nyeleneh atau mengunggah konten-konten yang konsisten dan terkonsep guna menarik minat pengguna lain untuk mengunjungi akunnya, menekan *like* pada postingannya, dan seterusnya hingga membentuk sebuah hubungan tak kasat mata. Beberapa

contoh konsep akun milik mahasiswa yang sangat sering dijumpai seperti *traveling*, makanan, tips dan trik, keahlian pribadi, dan lain sebagainya.

Upaya dalam membangun ekististensi baru yang unik dan menarik dilakukan melalui teknik atau strategi tertentu yang kemudian menimbulkan kesan sesuai apa yang ingin diciptakan. Tiap-tiap mahasiswa memiliki cara bervariasi dalam mengelola akun Instagram pribadinya, tentunya tetap dengan tujuan utama membentuk citra diri di dunia maya. Lebih daripada itu, pembentukan citra diri dilakukan melalui proses yang panjang. Proses itu biasa disebut anak zaman *now* sebagai *pencitraan* atau lebih kasarnya *pansos* (panjat sosial). Pencitraan akan terlihat baik atau buruk sesuai cara menampilkan dan penerimaannya dimata pengguna lain. Timbulnya rasa ingin membuat citra yang sesuai keinginannya menggiring mahasiswa untuk mencari sesuatu yang dianggap mampu memenuhi ekspektasinya. Dapat dikatakan, fungsi Instagram kini semakin berkembang karena para pengguna mencoba memaknainya dengan hal berbeda.

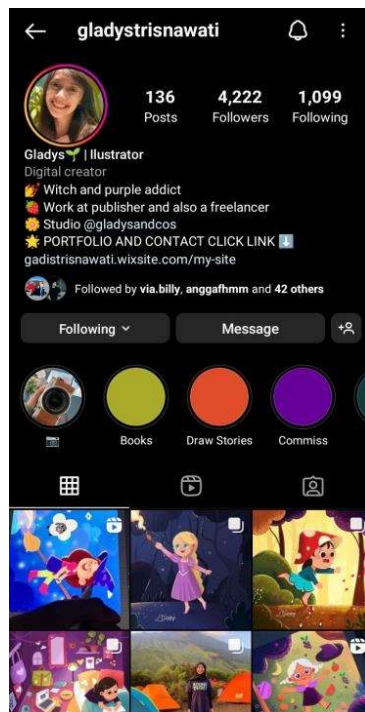
Citra diri sendiri merujuk pada persepsi dan penilaian yang individu memiliki tentang dirinya sendiri, termasuk pandangan tentang penampilan fisik, kepribadian, keterampilan, prestasi dan nilai-nilai personal. Instagram, sebagai *platform* media sosial yang populer dapat mempengaruhi citra diri pengguna nya dalam beberapa cara, diantaranya: 1) Pemfilteran dan pengeditan foto yang memungkinkan pengguna untuk memperbaiki penampilan mereka sebelum diunggah; 2) Perbandingan sosial, pengguna cenderung membandingkan hidup mereka dengan kehidupan yang terkurasi dengan baik; 3) Penerimaan dan validasi diri dari jumlah *like*, komentar, dan pengikut yang menjadi tolak ukur popularitas dan validasi sosial; dan 4) Idealisasi tubuh dan standar kecantikan atau ketampanan, dimana Instagram sering kali menampilkan gambar-gambar tubuh yang dianggap ideal dan tidak realistis sehingga dapat menciptakan tekanan terhadap pengguna untuk memenuhi standar tersebut.

Walaupun pemaparan tersebut diatas terkesan seperti efek negatif atau dampak buruk penggunaan Instagram, tidak serta merta menjadikan Instagram sebagai *platform* yang sebaiknya ditinggalkan. Hal itu dapat dimanfaatkan dengan baik tergantung dari siapa yang menggunakan dan bagaimana penggunaannya. Oleh karena itu, penelitian atau riset terkait citra diri mahasiswa memiliki relevansi dan kepentingan yang tinggi. Citra diri memainkan peran kunci dalam membentuk persepsi mahasiswa terhadap dirinya sendiri. Pemahaman yang mendalam tentang citra diri dapat memberikan wawasan tentang bagaimana faktor-faktor seperti lingkungan akademik, interaksi sosial dan tuntutan akademik mempengaruhi persepsi dirinya. Selain itu, pemahaman yang lebih baik tentang citra diri dapat membantu untuk mengidentifikasi potensi hambatan atau tantangan yang dihadapi mahasiswa.

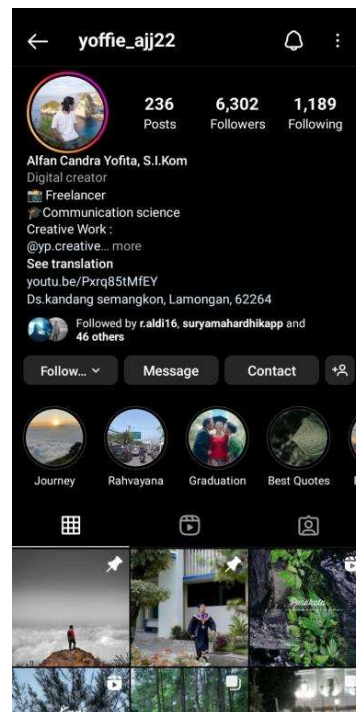
Fenomena ini dapat ditemukan salah satunya di postingan pada akun Instagram pribadi mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura (UTM). Sebagai sosok yang berkecimpung di dunia komunikasi, pastinya memiliki kemampuan yang lebih mumpuni dalam hal menyampaikan informasi dibandingkan mahasiswa dari program studi lainnya. Sebab telah dididik secara matang untuk menjadi pribadi yang paham akan segala aspek komunikasi, tak terkecuali pada komunikasi digital. Berkat ilmu yang didapat, mahasiswa Ilmu Komunikasi mampu memoles *apik* informasi yang ingin disampaikan dengan alasan dan tujuan tertentu, seperti yang dilakukan melalui Instagram. Instagram dimanfaatkan sebagai tempat mempromosikan diri dengan diberi sedikit banyak polesan agar maksud dan tujuannya tersampaikan dengan baik. Berbeda dengan kebanyakan pengguna, mahasiswa Ilmu Komunikasi cenderung tidak menggunakan Instagram secara serampangan dan tidak terstruktur atau terkonsep. Sebaliknya, Instagram ditata dengan rapi guna menunjukkan sebuah citra diri pemiliknya.

Universitas Trunojoyo Madura (UTM) sebagai salah satu Perguruan Tinggi Negeri (PTN) di Jawa Timur yang letaknya terpisah secara geografis dengan pulau Jawa, merupakan kampus dengan ribuan mahasiswa didalamnya.

Setiap mahasiswa pasti memiliki satu bahkan lebih akun Instagram. Lokasinya yang cukup terpencil karena tidak berada di wilayah perkotaan seperti PTN lain, membuat mahasiswanya menempuh berbagai jalan untuk tetap dikenal dan eksis di hadapan mahasiswa beralmamater lain, dengan cara menunjukkan kemampuan (*skill*) yang mereka miliki. Salah satunya melalui pembentukan citra diri di Instagram ini. Disamping itu, menjadi seseorang yang cukup dikenal di Instagram merupakan sesuatu yang membanggakan dan lumayan menguntungkan, terutama bagi mahasiswa yang biasa hidup pas-pasan. Melalui Instagram mereka bisa dengan bebas mengekspresikan diri dan apabila beruntung bisa membuka celah sebagai sarana penyambung hidup.



Gambar I.3



Gambar I.4

Tampilan akun Instagram alumni mahasiswa Ilmu Komunikasi UTM berkonsep citra diri  
(sumber: dokumentasi peneliti)

Definisi Komunikasi sendiri menurut Harold D. Laswell dalam (Oktavia, 2016) ialah proses penyampaian pesan oleh komunikator (penyampai pesan) kepada komunikan (penerima pesan) melalui media atau *chanel* (mediator) yang

dapat menimbulkan efek tertentu. Komunikasi adalah sebuah kegiatan mentransfer sebuah informasi baik secara lisan maupun tulisan. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komunikasi adalah sebuah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.

Berdasarkan definisi tersebut, maka mahasiswa Ilmu Komunikasi adalah subjek yang sangat tepat untuk penelitian yang membahas tentang penyampaian citra diri melalui sebuah wacana atau teks yang biasa disebut dengan *caption* (kalimat penjelas konten) di media sosial Instagram. Hal ini sejalan dengan stereotip masyarakat yang menganggap bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi memiliki kecakapan lebih dalam hal berinteraksi daripada jurusan lainnya. Hal ini cukup santer diberitakan oleh media yang mengangkat tema perkuliahan, seperti pada salah satu berita yang diunggah oleh [Kumparan.com](http://Kumparan.com) dengan judul “Ilmu Komunikasi Hanya Pintar Ngomong, Apa Benar?” Dalam berita tersebut, Fakhri Firman selaku penulis berita mengatakan bahwa salah satu *skill* yang harus dipersiapkan saat terjun di dunia komunikasi adalah *writing* atau menulis. Maka ketrampilan dalam menulis teks juga diperlukan oleh seorang mahasiswa Ilmu Komunikasi guna menunjang pembelajaran dan karirnya di masa depan.

Peneliti menemukan fenomena yang menarik mengenai bagaimana cara mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura (UTM) selaku pengguna media sosial Instagram aktif dalam membentuk citra diri di dunia maya, yang tentunya melewati tahapan-tahapan penuh tantangan mengingat bagaimana situasi dan kondisinya. Individu bisa saja tampak berbeda antara dunia maya dan dunia nyata, tergantung bagaimana mereka menampilkan dirinya juga persepsi pengguna lain yang menikmati kontennya. Untuk itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisa citra diri mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura (UTM) pada akun media sosial Instagram melalui kalimat penjelas konten (*caption*) yang dipilih dan digunakan saat mengunggah sebuah postingan. Mulai dari proses pencarian ide, produksi hingga maksud dan tujuan dari adanya tindakan tersebut. Maka, berdasarkan

ketertarikan dan latar belakang tersebut diatas, peneliti membuat penelitian ini dengan judul “*Citra Diri Mahasiswa Dalam Akun Media Sosial Instagram (Analisis Wacana Kritis Pada Caption Instagram)*.”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasar pada latar belakang tersebut, muncul pertanyaan yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu bagaimana konstruksi citra diri mahasiswa dalam media sosial Instagram?

## **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah diperlukan agar penelitian lebih efektif, terarah, dan dapat memberikan hasil yang tepat. Peneliti menetapkan batasan masalah untuk memfokuskan bahasan pada persoalan yang akan diteliti supaya tidak melebar pada hal-hal yang tidak relevan. Adapun pada penelitian ini, masalah hanya dibatasi pada konstruksi atau pembentukan citra diri mahasiswa aktif prodi Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura (UTM) yang ditampilkan dalam akun media sosial Instagram, khususnya melalui kalimat penjelas konten atau *caption* yang digunakan dalam postingan.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini merupakan hasil dari refleksi kritis penulis terhadap fenomena yang terjadi ditengah-tengah mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura (UTM). Maka dari itu, sesuai dengan perumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pembentukan atau konstruksi citra diri yang ditampilkan oleh mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura (UTM) pada akun media sosial Instagram pribadinya.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

a. Bagi peneliti

Sebagai sarana mengamalkan pemikiran berdasarkan disiplin ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan serta untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dalam upaya pemecahan masalah ilmiah.

b. Bagi informan

Memberikan gambaran mengenai tata cara informan dalam membentuk citra diri di dunia maya, sehingga kedepannya dapat menjadi sebuah kontrol diri dalam bermedia sosial.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

a. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai referensi atau acuan penelitian-penelitian sejenis dimasa depan, khususnya penelitian yang mengangkat tema mengenai citra diri dalam media sosial Instagram.

b. Bagi Universitas

Dapat menjadi rujukan informasi dan tambahan terhadap kepastakaan di Universitas Trunojoyo Madura serta dapat meningkatkan reputasi kampus melalui hasil dari penelitian yang bisa berpengaruh terhadap masyarakat luas.