

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Manusia seringkali dihadapkan dalam hal-hal baru yang berkembang sangat pesat. Kecanggihan pada kehidupan manusia, membuat makin cepat untuk terus mengikuti teknologi yang berubah pada setiap harinya. Oleh karena itu, manusia tidak bisa menghindari perubahan tersebut dan dituntut agar hidup semakin mudah dalam menjalani setiap aktivitasnya.

Adanya *smartphone* atau telepon genggam merupakan perkembangan teknologi pada saat ini. Sebagian orang mempercayai bahwa *smartphone* merupakan sesuatu yang harus dimiliki pada zaman sekarang yang serba digital ini. *Smartphone* membuat manusia lebih mudah untuk mengakses dan mengirim informasi apapun secara cepat dan tidak terbatas pada tempat atau waktu. Hal ini sudah jelas bermanfaat, terutama bagi mahasiswa yang menginginkan sesuatu yang serba praktis. Karena kebutuhan akan internet akan selalu ada dalam berkomunikasi yang tidak harus melakukan tatap muka secara langsung. Mahasiswa saat ini menganggap bahwa *smartphone* sebagai alat yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-sehari.

Perkembangan teknologi internet pada *smartphone* ini sudah terjadi di seluruh dunia, termasuk negara Indonesia. Internet dimanfaatkan untuk melakukan sebuah interaksi sosial yang sebelumnya tidak dilakukan pada masa lampau. Pada masa lampau, ketika sedang melakukan sebuah interaksi maka dilakukan dengan

cara bertatap muka atau *face to face*. Namun di zaman sekarang, interaksi dapat dilakukan secara *online* tanpa saling kenal satu sama lain dalam berbagai negara. Interaksi ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan akan adanya informasi.

Dalam buku *Media Sosial Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*, Shiefti Dyah Alyusi (2:2016) mengatakan bahwa “Internet digunakan oleh manusia pada tahun 1969 ketika Departemen Pertahanan Amerika, U.S. *Defense Advanced Research Projects Agency* (DARPA) memutuskan untuk mengadakan riset tentang bagaimana menghubungkan sejumlah komputer sehingga membentuk jaringan organik. Program riset ini dikenal dengan nama ARPANET.”

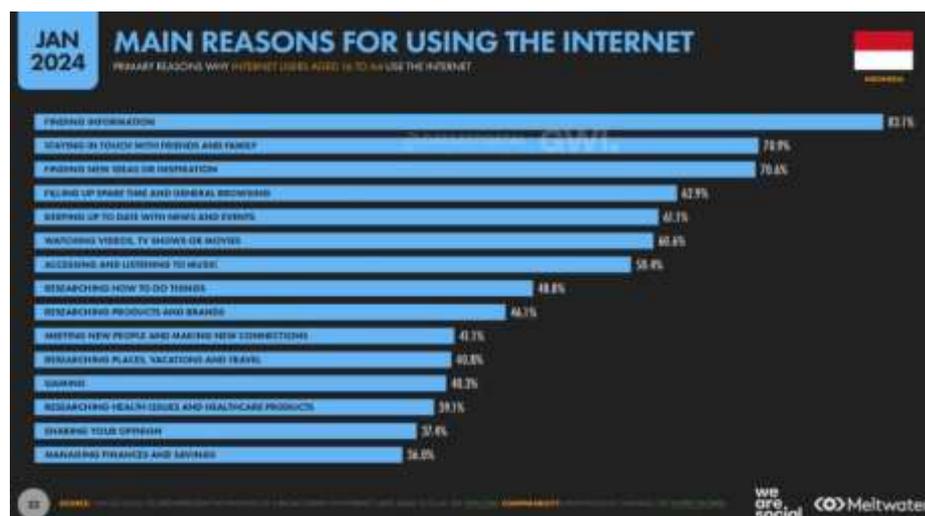
Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa sejak tahun 1969 internet telah digunakan oleh manusia pada Departemen Pertahanan Amerika. Mereka mengadakan riset untuk program yang dikenal sebagai ARPANET.

Dalam penggunaan internet ini, manusia dan media sosial sudah menjadi dua hal yang sulit untuk dipisahkan keberadaannya. Dengan adanya media sosial, manusia akan lebih mudah untuk mendapatkan informasi yang diinginkan bahkan mengekspresikan dirinya dalam akun pribadinya. Media sosial juga sudah diibaratkan menjadi makanan sehari-hari bagi kalangan manusia.

Dilansir dari artikel yang mengungkapkan laporan *We Are Social Meltwater* pada Januari 2024 bahwa pengguna internet di Indonesia memiliki beberapa alasan utama dalam menggunakan internetnya pada kehidupan sehari-hari. Sebanyak 83,1% masyarakat Indonesia dalam menggunakan internet untuk menemukan informasi, 70,9% dalam menggunakan internet untuk tetap melakukan hubungan

dengan teman dan keluarga, 70,6% dalam menggunakan internet untuk menemukan sebuah ide atau inspirasi yang baru, 62,9% dalam menggunakan internet untuk mengisi waktu luang para penggunanya, 61,1% dalam menggunakan internet untuk mengikuti perkembangan berita dan berbagai acara secara terkini, 60,6% dalam menggunakan internet untuk menonton video, acara di televisi, atau film, 58,4% dalam menggunakan internet untuk menggunakan internet untuk mendengarkan music, dan lain sebagainya.

Gambar 1.1 Alasan Utama Pengguna Internet di Indonesia



(Sumber: We are Social Meltwater 2024)

Berdasarkan artikel yang telah dikemukakan di atas bahwa masyarakat di Indonesia memiliki alasannya tersendiri untuk menggunakan internet dalam menjalankan kehidupannya sehari-hari pada dunia maya.

Seiring berkembangnya internet pada media sosial yang semakin hari semakin cepat. Hal ini terdapat data yang dilansir oleh *We Are Social Meltwater*

yang menyatakan bahwa jumlah pengguna internet dan media sosial Indonesia di tahun 2024.

Dalam data tersebut menyatakan pada Januari 2024. Indonesia memiliki jumlah populasi 278,7 juta manusia, dengan pengguna *smartphone* yang terhubung 353,3 juta pengguna. Dari sekitar 185,3 juta pengguna internet Indonesia, terdapat 139 juta yang merupakan aktif dalam bermedia sosial.

Gambar 1.2 Pengguna Mobile, Internet, dan Media Sosial di Indonesia



(Sumber: *We are Social Meltwater 2024*)

Media sosial yang digunakan pada masyarakat Indonesia sangatlah beragam. Seperti Facebook, Youtube, X, Instagram, WhatsApp, dan lainnya. Setiap media sosial memiliki tujuan yang khusus untuk para penggunanya dalam membagikan ide, pengalaman, atau sekedar momen yang dialami oleh setiap manusia pada kehidupannya masing-masing. Facebook memiliki tujuan yang memungkinkan teman, keluarga, dan orang lain untuk berinteraksi satu sama lain.

X memungkinkan seseorang untuk berbagi ide dan kritik secara instan dengan orang lain yang sudah saling mengenal di kehidupan nyata. WhatsApp memiliki tujuan untuk mengirimkan sebuah pesan berupa teks, foto ataupun membagikan momen kehidupan mereka kepada teman, keluarga dan lainnya yang sudah menyimpan kontak masing-masing. Youtube memiliki tujuan untuk melihat sebuah video yang mereka sukai dan memberikan sebuah informasi dalam bentuk video yang beragam.

Dilansir dari *We are Social Meltwater*, media sosial yang sering dipakai ialah, Youtube, FaceBook, Instagram, WhatsApp, dan X. Oleh karena itu, penggunaan pada media sosial tersebut sangat aktif dalam kesehariannya.

Gambar 1.3 Website yang sering dikunjungi oleh pengguna internet di Indonesia

#	WEBSITE	TOTAL VISITS	UNIQUE VISITORS	AVERAGE TIME PER VISIT	AVERAGE PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	1.97 B	111 M	9M 065	8.3
02	YOUTUBE.COM	814 M	63.9 M	19M 295	11.3
03	FACEBOOK.COM	432 M	51.9 M	8M 235	7.6
04	INSTAGRAM.COM	222 M	34.7 M	8M 135	11.4
05	WHATSAPP.COM	191 M	29.8 M	16M 055	1.7
06	SHOPEE.CO.ID	184 M	32.4 M	6M 115	4.7
07	TWITTER.COM	177 M	25.5 M	12M 025	13.1
08	OTRIZ.COM	133 M	28.9 M	4M 315	3.0
09	KOMPAS.COM	143 M	35.6 M	3M 575	2.5
10	TRIBUNNEWS.COM	138 M	37.2 M	3M 535	2.7
11	TOKOPEDIA.COM	105 M	24.2 M	7M 375	6.9
12	WALIDEX.COM	85.4 M	12.7 M	8M 015	11.3
13	BNX.COM	77.1 M	8.97 M	6M 515	12.6
14	ROSTAR.COM	77.1 M	21.0 M	6M 205	5.4
15	TIKTOK.COM	71.3 M	24.1 M	3M 335	7.6
16	WIKIPEDIA.ORG	68.4 M	21.5 M	3M 465	2.6
17	OPENAL.COM	67.6 M	9.67 M	5M 475	5.9
18	LAZADA.CO.ID	64.3 M	27.9 M	4M 355	3.3
19	HEYPINK.ME	62.2 M	10.7 M	3M 125	2.1
20	CNNINDONESIA.COM	55.1 M	18.6 M	1M 285	2.0

(Sumber: *We are Social Meltwater 2024*)

Dilansir artikel dari *We are Social Meltwater 2024*, maka dapat dikatakan bahwa terdapat beberapa *website* yang sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia, termasuk kalangan Mahasiswa yang sudah menjadi kebutuhannya dalam melakukan sebuah komunikasi bermedia. Instagram mendapatkan urutan ke-4 sebagai *website* yang populer dalam penggunaan internet di masyarakat Indonesia. Tak dapat dipungkiri bahwa instagram ini sudah melekat dalam diri Mahasiswa.

Media sosial Instagram kini sangat aktif digunakan pada Mahasiswa. Pada media sosial ini, eksistensi penggunaannya sangat beragam, mulai dari membagikan sebuah moment berupa foto makanan atau tempat yang sedang kunjungi lewat *instastory*, membagikan foto yang menarik lewat postingan di akun pribadi, membagikan video-video menarik, ataupun hanya sekedar melihat kehidupan yang dilakukan oleh teman atau bahkan *influencer* lewat *instastory* dan postingan dari akun pribadinya. Selain itu Instagram juga memiliki fitur lain seperti *reels*, siaran langsung atau *live*, *feed* dan yang lainnya. Pada fitur *instastory*, dapat digunakan oleh para penggunanya dalam waktu 24 jam. Namun ketika lebih dari 24 jam, maka foto atau video yang telah dibuat akan hilang dan tidak bisa dilihat kembali oleh penggunanya ataupun orang lain yang melihatnya. Fitur kedua ialah *reels*, fitur ini digunakan untuk mengunggah foto atau video yang diinginkan oleh penggunanya dan dapat dilihat oleh orang lain di seluruh dunia. Fitur ini dapat digunakan oleh para penggunanya untuk berbondong-bondong menampilkan dirinya sendiri.

Fitur selanjutnya ialah siaran langsung atau *live*, fitur ini ditawarkan untuk penggunanya melakukan siaran langsung yang dapat dilihat oleh *followers* ataupun

orang yang tidak *follow* akun tersebut. Fitur ini dapat dilakukan oleh penggunanya untuk menampilkan atau menunjukkan bahwa dirinya sedang berada di mana ataupun yang lainnya. Adapula fitur *feed* yang memungkinkan penggunanya mengunggah foto atau video secara permanen pada akun Instagram mereka.

Adanya media sosial Instagram ini, Mahasiswa dapat memunculkan perilaku *narsisme* pada dirinya sendiri. Hal ini dilakukan pada Mahasiswa karena penampilan sangatlah utama di kehidupannya sehari-hari. Mereka menunjukkan penampilan yang menarik kepada teman sebayanya dengan harapan agar diberikan pujian oleh orang sekitarnya. Narsisme sendiri merupakan suatu sikap yang mencintai dirinya sendiri secara berlebihan. Seseorang senang menunjukkan dirinya sendiri dan menganggap bahwa dirinya lebih baik dari orang lain.

Narsisme yang dilakukan secara digital ini akan dimanfaatkan oleh seseorang yang memiliki sifat narsistik untuk mengaktualkan dirinya kepada publik melalui media sosial. Dengan adanya internet dan media sosial ini, seseorang akan lebih mudah untuk membesar-besarkan dirinya tanpa adanya hambatan. Seseorang yang memiliki sifat narsis ini akan selalu merasa asik dan merasa tertarik ketika berhubungan dengan dirinya sendiri. Hal ini dimanfaatkan mereka pada lingkungan sosial dalam hal ketenaran dirinya sendiri.

Media sosial ini dapat memperluas pertemanan pada *online*, seperti mengikuti pengguna lainnya baik dikenal maupun tidak dikenal. Dengan hal itu, seseorang akan menampilkan dirinya sendiri baik berupa foto ataupun video kepada publik di media sosial. Pada *narsisme* ini, seseorang akan menganggap bahwa orang

lain akan iri kepadanya setelah melihat kehidupan yang telah diunggah oleh pengguna yang memiliki sifat *narsisme* tersebut. Karena mereka menganggap bahwa dirinya itu istimewa dan orang lain itu tidak istimewa.

Fenomena ini dianggap menarik untuk diteliti oleh peneliti. Terlebih fenomena tersebut terjadi di lingkungan peneliti, yakni Mahasiswa perempuan Fisip Unpas. Mereka berbondong-bondong untuk menampilkan dirinya sendiri kepada orang lain dan menganggap dirinya sudah paling unggul.

Narsisme ini sudah melekat dalam diri Mahasiswa dalam kehidupannya sehari-hari. Adanya kebiasaan ini dapat menimbulkan perbedaan sikap saat berada di depan banyak orang ataupun saat tidak berada di depan banyak orang, yang di mana kehidupan ini digambarkan sebagai panggung pertunjukan yang terdapat panggung depan dan panggung belakang. Panggung depan ialah bagian yang dilakukan oleh seseorang untuk menampilkan pertunjukan yang baik kepada para penonton. Dari panggung depan ini, seseorang akan menunjukkan karakter dirinya di hadapan orang lain sesuai dengan skenario yang telah dibuat sebelumnya.

Selanjutnya pada panggung belakang ialah bagian yang dilakukan seseorang untuk mempersiapkan skenario yang akan ditampilkan pada panggung depan. Pada panggung belakang ini juga, seseorang akan menampilkan karakter aslinya. Pada panggung belakang ini, tidak ada penonton yang melihat ketika seseorang menampilkan karakter aslinya yang berbeda di panggung depan. Hal ini dapat seseorang berperilaku sesuka hatinya atau “apa adanya” dan dapat menjalankan skenario aslinya tanpa harus khawatir ada yang melihatnya.

Berdasarkan teori dramaturgi yang terbagi menjadi panggung depan dan panggung belakang ini memunculkan adanya *narsisme* di media sosial. *Narsisme* di media sosial ini sering dijumpai pada mahasiswa perempuan Fisip Unpas. Pada sifat *narsisme* ini seseorang terlalu mencintai dirinya sendiri secara berlebihan, hal ini akan menimbulkan perasaan bahwa dirinya istimewa dan hanya ingin berteman dengan orang-orang yang istimewa juga atau dengan kalangan yang mempunyai status yang tinggi.

Fenomena mengenai *narsisme* digital di kalangan mahasiswa perempuan ini menarik untuk diteliti. Peneliti mengambil subjek penelitian pada mahasiswa perempuan, karena sifat *narsisme* ini biasanya dilakukan oleh perempuan. Sifat *narsisme* pada mahasiswa perempuan ini dilakukan di media sosial Instagram. Karena dengan media sosial Instagram, mahasiswa perempuan dapat menampilkan dirinya sendiri dan membesar-besarkan dirinya melalui konten yang berupa foto maupun video. Setelah mengunggah konten tersebut, perempuan berharap akan mendapatkan pujian dari teman-teman sebayanya. Dan yang akan melakukan penelitian pun diteliti oleh perempuan, hal ini dilakukan agar tidak terlalu canggung saat melakukan wawancara dengan informan tersebut. Di sisi lain, mungkin saja laki-laki dapat melakukan sifat *narsisme* ini, namun subjek tersebut dapat menjadi penelitian selanjutnya yang akan diteliti oleh orang lain. Untuk itu peneliti memilih judul “*Narsisme* Digital di Kalangan Mahasiswa Fisip Unpas (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Perempuan di Media Sosial Instagram)”.

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah dipaparkan oleh peneliti di atas, maka dapat diidentifikasi untuk menjadi permasalahan pada fokus penelitian, yakni: Bagaimana *Narsisme* Digital di Kalangan Mahasiswa Perempuan Fisip Unpas (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Perempuan di Media Sosial Instagram)

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka peneliti mengajukan pernyataan penelitian, sebagai berikut:

1. Bagaimana panggung depan dari *narsisme* digital di kalangan mahasiswa Fisip Unpas studi deskriptif kualitatif pada mahasiswa perempuan di media sosial Instagram?
2. Bagaimana panggung belakang dari *narsisme* digital di kalangan mahasiswa Fisip Unpas studi deskriptif kualitatif pada mahasiswa perempuan di media sosial Instagram?
3. Bagaimana perilaku *narsisme* digital pada mahasiswa perempuan Fisip Unpas?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini yakni untuk menyelesaikan Program Studi (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung. Selanjutnya terdapat tujuan lain sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti, sebagai berikut:

1. Mengetahui panggung depan dari *narsisme* digital di kalangan mahasiswa Fisip Unpas studi deskriptif kualitatif pada mahasiswa perempuan di media sosial Instagram
2. Mengetahui panggung belakang dari *narsisme* digital di kalangan mahasiswa Fisip Unpas studi deskriptif kualitatif pada mahasiswa perempuan di media sosial Instagram
3. Mengetahui perilaku *narsisme* digital pada mahasiswa Fisip Unpas

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Dalam kegunaan penelitian ini, peneliti memiliki kegunaan teoritis dan kegunaan praktis yang diharapkan dapat memberikan manfaat untuk para pembaca.

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

Terdapat kegunaan teoritis pada penelitian ini, yakni:

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi untuk bahan kajian pada Ilmu Komunikasi mengenai *narsisme* digital mahasiswa perempuan di media sosial instagram

2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pelengkap dalam kepustakaan di bidang Ilmu Komunikasi
3. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi yang membutuhkan untuk kalangan akademis.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

Terdapat kegunaan praktis pada penelitian ini, yakni:

1. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam penerapan di kalangan masyarakat pada kehidupannya sehari-hari.
2. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat pada mahasiswa Universitas Pasundan khususnya Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik untuk penelitian selanjutnya.