

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Kehadiran media sosial pada saat ini meleburkan privasi seseorang dengan publik. Kegiatan masyarakat pada saat ini tidak terlepas dari media sosial. Media sosial yang banyak diminati oleh khalayak saat ini adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu dari media baru yang dirilis pada 8 Oktober 2010. Kata Insta berasal dari kata “Instan” yang artinya cepat (dalam kategori membuat foto cepat). Kata Gram berasal dari kata “Telegram” yang berarti mengirimkan informasi kepada setiap orang lain dengan cepat. Bila digabungkan menjadi Instan-Telegram disingkat menjadi Instagram. Jadi Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri kemudian memodifikasinya dengan efek – efek cantik yang sudah disediakan gratis oleh Instagram yang memungkinkan foto yang tadinya biasa saja menjadi menarik. Kegunaan utama dari Instagram yang memungkinkan foto yang tadinya biasa saja menjadi menarik. Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto – foto kepada pengguna lainnya.

Riset dari *We Are Social*, pada Oktober 2023 ada sekitar 104,8 Juta pengguna media sosial Instagram di Indonesia. Jumlah tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak keempat di dunia. Di Indonesia, pengguna Instagram terbanyak berasal dari rentang usia 18 tahun hingga 24 tahun untuk pria dan wanita. Studi juga mengungkapkan di tahun

2023 rata – rata jumlah pengguna Instagram laki – laki 25,6 persen lebih banyak dibanding jumlah pengguna Instagram wanita 24,4 persen. Maka dari itu dalam penelitian ini menggunakan narasumber laki – laki lebih banyak.

Oleh karena itu pengguna juga bisa share location guna memberi tahu kepada pengguna Instagram yang melihat fotonya dimana lokasi foto itu diambil, dan sebagai respon atau umpan balik dari pengguna yang menjadi *followers* terhadap foto yang diunggah, pengguna Instagram lainnya dapat memberikan komentar dan memberi tanda suka (*like*) kepada foto tersebut bahkan membubuhi dengan stiker – stiker lucu dari aplikasi Instagram. Pengguna juga bisa berbagi di berbagai jaringan sosial, dan berbagai dengan sesama pengguna. Awalnya aplikasi ini hanya ada di gadget produksi Apple (iPad, iPhone) tapi sekarang sudah tersedia di Android. Melalui media sosial Instagram, masyarakat khususnya remaja tidak segan untuk mengunggah segala macam kegiatan, keluhan, foto pribadi dan video singkat untuk disampaikan kepada masyarakat luas melalui akun media sosial Instagram dalam membentuk identitas diri mereka.

Identitas merupakan bagian penting dari konsep diri. Konsep diri bukan hanya sekadar gambaran deskriptif, tetapi juga penilaian anda tentang diri anda. Konsep diri meliputi apa yang anda pikirkan dan apa yang anda rasakan tentang diri anda. Semua pikiran individu dan perasaan dapat referensi untuk diri sendiri sebagai objek membuat konsep diri. Identitas adalah bagian dari diri yang kita kenal oleh orang lain. Sebuah cara penting untuk mengeksplorasi identitas adalah melalui interaksi sebaya. Identitas diri adalah ciri khas yang dimiliki remaja dan memberi perbedaan yang jelas tentang dirinya dengan remaja lain. Mencari tahu

identitas adalah perkembangan yang normal tugas untuk remaja. Sebagai contoh, adalah khas untuk remaja untuk mencoba identitas yang berbeda berdasarkan pada budaya pop, mengembangkan profil online dapat menjadi cara untuk mencoba identitas, menguji gambar, dan mendapatkan umpan balik dari orang lain.

Membicarakan masalah remaja rasanya tak akan lepas dari beberapa aspek yang melekat pada mereka yang rata – rata masih berusia belasan tahun. Mulai dari kondisi emosi yang masih labil, semangat berkarya yang sangat tinggi serta keinginan untuk bisa tampil eksis dan ingin diakui oleh lingkungannya. Siapa yang tak ingin eksistensinya diakui orang lain? Semua orang pasti mau dan bahkan berusaha untuk mewujudkannya, begitu pula dengan remaja, mereka yang dalam usia masih belia itu lebih suka ketika memiliki sebuah hal yang dapat dibanggakan. Sementara itu dalam ruang lingkup media sosial, mendapatkan perhatian dan menumbuhkan citra dapat dikategorikan dengan ke-eksistensian diri. Dalam teori perbedaan generasi menurut Kupperschmidt (2000) (dalam Putra, 2016) generasi dibagi menjadi 3 yaitu *Veteran Generation* atau *Silent Generation* (1925 – 1945), *Generasi Baby Boom* (1946 – 1959), *Generasi X* (lahir antara 1960 – 1979), *Generasi Y* (lahir antara tahun 1980 – 1996), *Generasi Z* (lahir antara 1997 – 2010) dan *Generasi Alpha* (lahir tahun 2011 – 2025). Dalam penelitian ini menggunakan rujukan *Generasi Z* atau *iGeneration*. *Generasi Z* merupakan generasi yang biasanya disebut dengan generasi internet atau *iGeneration*. Generasi lebih banyak berhubungan sosial lewat dunia maya. Sejak kecil, generasi ini sudah banyak dikenalkan oleh teknologi dan sangat akrab dengan smartphone dan dikategorikan sebagai generasi yang kreatif.

Pengguna Instagram sekarang banyak berasal dari berbagai kalangan dewasa sampai muda bahkan orang tua banyak. Dari kebanyakan penggunaan sebagian kalangan tua menggunakan untuk online shop, menyimpan foto keluarga dll. Di Fisip Unpas terdapat banyak pengguna jejaring sosial Instagram. Data tersebut terlihat dari pengamatan peneliti dari fitur search place pada Instagram. Kampus Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung berlokasi di Jl. Lengkong Besar No.68, Cikawao, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40261. Kemajuan dan kemudahan internet saat ini juga memudahkan para remaja dalam mencari apa yang sedang hits saat ini seperti *fashion*, wisata, berita dll. Bahkan tak sedikit para remaja mulai mengikuti budaya asing. Padahal budaya asing tidak sesuai dengan norma – norma masyarakat Indonesia. Internet juga mengundang hal negatif terutama Instagram. Banyak influencer Instagram memposting hal – hal yang bersifat tidak pantas seperti gaya pacaran mereka, kehidupan sehari – hari, *fashion* mereka dsb. Dengan hal tersebut banyak remaja mulai mengikuti gaya para influencer tersebut. Dalam pengamatan peneliti di Fisip Unpas sendiri mulai terdapat efek dari para influencer itu sendiri. Kebanyakan para remaja mengikuti *fashion* mereka agar tidak terlihat ketinggalan zaman. Mereka rela membeli barang – barang *fashion* asli demi memenuhi keinginan mereka. Namun tak banyak juga remaja membeli barang non asli. Semua itu semata – mata agar mereka dalam terlihat tidak ketinggalan dari anak anak mahasiswa lainnya atau mahasiswa kampus lain mengenai *fashion*. Dengan adanya instagram juga banyak tempat tempat yang bagus bermunculan kalau istilahnya *instagramable*. Tak sedikit orang terutama para remaja tak seggan – segan mendatangi tempat tersebut untuk

sekedar berfoto untuk mengisi beranda akun Instagram mereka. Hal tersebut dilakukan supaya mereka terlihat dimata para teman maupun *followers* bahwa mereka update mengenai apa yang lagi viral.

Beberapa pengamatan melihat memang para remaja apabila memposting foto dengan mendapatkan *like* banyak menjadi kebanggaan tersendiri. Mereka menganggap bahwa postingan mereka disukai para *followers* mereka dan tidak kemungkinan orang lain yang bukan pengikutnya juga suka. Mereka percaya bahwa *like* dalam elemen paling menentukan popularitas seseorang. Demi mendapatkan *like* banyak, remaja juga sering memberikan *like* ke postingan orang lain. Dengan demikian banyak remaja berlomba – lomba mencari foto yang terbaik. Selain itu kebanyakan para remaja dalam mengupload foto sering menandai postingan ke akun – akun yang mempunyai *followers* yang banyak, itu bertujuan agar foto mereka dapat diposting kembali di akun tersebut. Di sisi lain, di Fisip Unpas pun muncul akun Instagram yang berisi postingan berita seputar kampus bahkan mahasiswa. Banyak juga akun akun serupa yang dikelola oleh mahasiswa nya sendiri seperti akun kelembagaan yang ada di Fisip Unpas. Sehingga secara tidak langsung mereka dapat dikenal oleh publik.

Media sosial Instagram sekarang – sekarang ini dijadikan tempat mencurahkan isi hati ataupun masalah – masalah yang sedang dialami terutama bagi para remaja. Contohnya seperti kebanyakan remaja mencurahkan isi hatinya melalui *InstaStory* dengan visual lagu, video maupun dengan gambaran. Selain di *InstaStory* mereka juga mencurahkan isi hati mereka di dalam caption foto mereka. Akan tetapi beberapa kasus remaja yang sebagaimana mereka memposting

di media sosial tidak menggambarkan keadaan *social life* mereka yang sebenarnya. Ketika para remaja tersebut memposting sisi hidupnya yang penuh kesenangan, tidak jarang kenyataannya dalam hidupnya mereka merasa kesepian. Manusia sebagai aktor kreatif mampu menciptakan berbagai hal, salah satunya adalah ruang interaksi dunia maya. Setiap individu mampu menampilkan karakter diri yang berbeda ketika berada di dunia maya dengan dunia nyata.

Perubahan sikap, sikap adalah suatu kecenderungan untuk memberi reaksi yang menyenangkan, atau netral terhadap suatu obyek atau sebuah kumpulan obyek. Perubahan sikap remaja sekarang dirasa sangat berbeda dengan dulu. Hal tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor internal maupun eksternal. Untuk saat ini media sosial telah merubah pola pikir remaja. Sebagai contoh remaja saat ini cenderung konsumerisme, dikarenakan semakin berkembangnya online shop yang menyediakan kebutuhan remaja saat ini. Hal tersebut berbanding terbalik dengan remaja sebelum mengenal media sosial, mereka terbelah akan hal fashion, foto, dll. Manusia saat ini terhubung dengan berbagai aplikasi media sosial yang membantu mereka untuk terhubung dengan manusia lain yang bisa berjarak ribuan mil melalui layar dan jaringan. Namun pada saat yang sama membuat jarak dengan mereka yang dekat dan mengalienasi mereka dengan lingkungan sosialnya. Manusia pun terjebak menjadi mahluk citra, baik dalam artian secara harfiah maupun secara kiasan.

Dari semakin banyak remaja menggunakan media sosial instagram terutama sebagai sarana seseorang mengekspresikan diri. Hal tersebut menarik minat peneliti untuk meneliti bagaimana para remaja di Fisip Unpas membentuk diri di Instagram.

## **1.2. Fokus penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1 Fokus Penelitian**

Melihat latar belakang penelitian diatas maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada “BAGAIMANA MAHASISWA FISIP UNPAS MEMBENTUK IDENTITAS DIRI DI INSTAGRAM”.

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian yang sudah dipaparkan di atas, adapun permasalahan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *front stage* para mahasiswa yang menggunakan Instagram ?
2. Bagaimana *back stage* para mahasiswa yang menggunakan Instagram ?
3. Bagaimana para mahasiswa memaknai Instagram di lingkungan kampus ?

### **1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Adapun berdasarkan pernyataan masalah di atas, tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana bentuk *front stage* dari kehidupan mahasiswa yang menggunakan Instagram.
2. Untuk mengetahui bagaimana bentuk *back stage* dari kehidupan mahasiswa yang menggunakan Instagram.
3. Untuk mengetahui bagaimana memaknai padamahasiswa yang menggunakan Instagram.

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu sosial. Berkaitan dengan judul penelitian, maka penelitian ini terbagi menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi. Maka dari itu, manfaat atau kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis sebagai berikut:

##### **1.3.2.1. Kegunaan Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan studi komunikasi khususnya dalam memberikan sumbangan ilmu pengetahuan di bidang analisis semiotika.