

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Cara individu berinteraksi dengan individu lainnya semakin canggih dengan adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Komunikasi sekarang dapat dilakukan dimanapun dan kapan pun, setiap individu dapat menggunakan teknologi seperti komputer, laptop, *hand phone* dan alat lainnya yang bisa terhubung ke internet. Berbagai macam platform media sosial seperti *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* dan lainnya telah muncul untuk mempermudah interaksi komunikasi dengan pengguna lainnya.

Hadirnya berbagai jenis media sosial setiap individu sekarang memiliki banyak pilihan untuk memilih sosial media. Misalnya seseorang dapat menggunakan sosial media seperti Instagram, Tiktok, WhatsApp, dan lainnya dalam satu alat saja (*Smartphone*). Seseorang harus memiliki akun media sosial di aplikasi agar dapat berinteraksi dan mengetahui informasi yang lebih *up to date* dari media sosial.

Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes (2015) mengatakan media sosial adalah media berbasis internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari *user-generated* content dan persepsi interaksi dengan orang lain. Para pengguna media sosial juga menggunakan media sosial sebagai tempat agar mendapat perhatian dari pengguna lain mengenai eksistensi diri mereka masing-

masing yang dikonstruksikan melalui akun media sosial yang mereka miliki (Herring dan Kapidzic 2017)

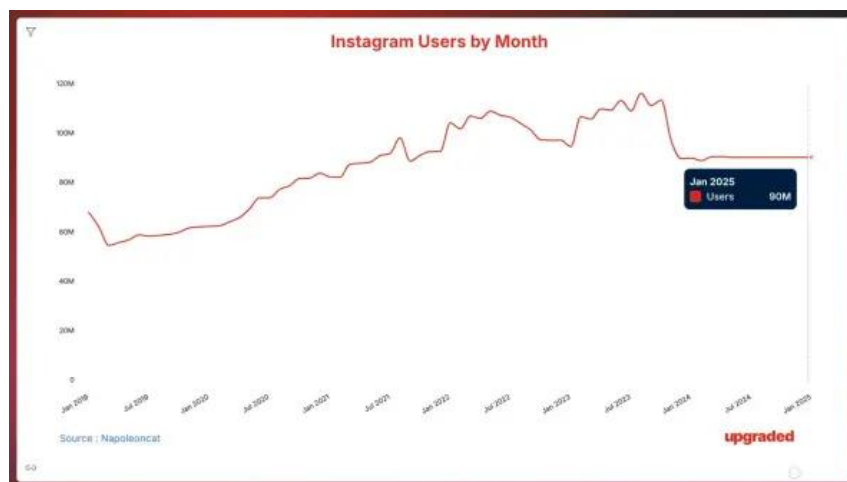
Saat ini aplikasi media sosial yang banyak digunakan oleh generasi X sampai generasi Z adalah aplikasi Instagram. Dengan fitur – fitur inovatifnya seperti intagram stories, reels, dan IG TV, Instagram telah berhasil menciptakan pengalaman berbagi foto dan video yang menarik bagi penggunanya, melalui fitur tersebut, pengguna dapat mengunggah momen penting dalam hidup mereka, terhubung dengan teman, keluarga dan informasi menarik yang ada di Instagram, ini membuat jumlah penggunanya terus bertambah.

Jumlah pengguna *Instagram* setiap tahunnya semakin meningkat terutama pada kalangan mahasiswa. Mahasiswa menggunakan *Instagram* untuk mempresentasikan dirinya dalam berupa foto dan video. Mahasiswa juga memanfaatkan Instagram sebagai media untuk menghasilkan uang tambahan dengan cara endorsement melalui konten yang menarik penonton di *Instagram*. Melalui *Instagram* mereka dapat berbagi foto dan video mengenai kegiatan mereka dengan menambahkan keterangan (*caption*) sehingga pengikut (*followers*) tau Dimana foto atau video itu diambil, foto dan video bisa diatur dengan adanya filter sehingga membuat foto dan video menjadi lebih menarik (*aesthetic*). Dari postingan tersebut pengikut (*followers*) atau siapa pun bisa melihat postingan tersebut dan memberikan *like* yang artinya postingan tersebut disukai dan juga dapat memberikan komentar pada kolom komentar postingan. Semakin banyak pengikut dan *like*, seseorang bisa menjadi terkenal di Instagram dan biasanya disebut *selebgram*. Maka dari itu tidak heran seseorang berusaha untuk

menampilkan *image* tentang dirinya sebaik mungkin melalui postingan foto/video di Instagram agar mendapatkan kesan yang positif dari orang yang melihatnya.

Hasil survei dari *Upgraded.id* menyatakan bahwa jumlah pengguna Instagram di Indonesia per Januari 2025 sebesar 90,183,200 pengguna yang setara 31.6% dari populasi total penduduk Indonesia. Mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah Wanita dengan proporsi 54.2% dengan demografis umur pengguna instgram terbesar yaitu umur 25 hingga 34 tahun

Gambar 1. 1 Data jumlah pengguna Instagram di Indonesia pada Januari 2025



Sumber: *Upgraded.id*

Media sosial berfungsi untuk membangun identitas diri di depan khalayak umum, oleh karena itu media sosial digunakan sebagai wadah mengkonstruksikan diri mereka dengan cara memposting foto/video mereka yang dikombinasikan dengan caption dan tagar (*hashtag*) agar pemilik akun Instagram lebih banyak dijangkau oleh akun lainnya.

Menurut Erving Goffman mengemukakan melalui teori presentasi diri, yang menggambarkan bagaimana individu mengelola impresi yang ditampilkan kepada orang lain. Konstruksi diri terjadi melalui berbagai “peran” yang dimainkan individu dalam kehidupan sehari-hari.

Sebagai contoh, seorang pengguna yang disamarkan sebagai @siaktivis.kampus, seorang mahasiswa akhir yang aktif di organisasi kampus, akunnya dipenuhi oleh dokumentasi aktivitas organisasi, rapat, foto Bersama program kerja, dan unggahan ketika menjadi pembicara dalam acara kampus. Caption yang ditulis sering kali menampilkan kutipan motivasi seperti “Jangan biarkan manusia mengetahui tentangmu kecuali kebahagiaan dan mereka tidak melihat darimu kecuali senyuman”. Dari luar, ia terlihat sangat aktif, percaya diri, dan produktif. Namun ia mengaku bahwa sebagian besar kegiatan tersebut membuatnya tertekan, tidak punya waktu untuk diri sendiri dan kurang tidur.

Contoh lainnya yaitu seorang pengguna Instagram yang disamarkan dengan nama @mahasiswa.trendy kerap membagikan foto-foto estetik saat nongkrong di berbagai cafe viral. Dalam unggahannya, terlihat ia mengenakan pakaian yang bagus, duduk dengan latar interior yang rapi dan modern, serta menikmati segelas kopi sambil tersenyum. Sekilas, ia tampak sebagai pribadi yang bebas, penuh waktu luang, dan menikmati gaya hidup yang kekinian. Namun, @mahasiswa.trendy dalam kehidupan nyatanya adalah seorang mahasiswa dan pekerja freelance yang sibuk mengejar deadline tugas kuliah dan bekerja sebagai content creator sebuah perusahaan. Ia mengakui bahwa kebanyakan foto diambil dalam satu hari dan diunggah secara bertahap agar

terlihat aktif dan konsisten. Bahkan, momen waktu luang tersebut lebih sering digunakan sebagai konten daripada benar-benar menjadi waktu istirahat.

Dari fenomena di atas peneliti memiliki pandangan bahwa seseorang memilih image tertentu untuk mengekspresikan dirinya di instagram agar mendapatkan kesan yang baik dari orang lain terhadap dirinya. Oleh karenanya, peneliti tertarik untuk meneliti sejauh mana Konstruksi Diri Pengguna Instagram (Front stage) dan bagaimana mereka pada saat di luar media sosial (Back stage), serta penulis ingin menggali alasan yang dimiliki kalangan anak muda khususnya mahasiswa melakukan hal tersebut demi meng-konstruksikan diri mereka di Instagram. Sehingga, dalam kasus tersebut peneliti tertarik agar mendapatkan jawaban ilmiah atas fenomena yang ada supaya tidak menimbulkan keraguan yang mendalam dan bukan hanya sebatas imajinasi peneliti.

1.2 Fokus Penelitian

Sehubungan dengan fokus penelitian yang telah dijelaskan pada latar belakang, peneliti memfokuskan penelitian ini kepada konstruksi diri mahasiswa pada media sosial Instagram. Dengan adanya aktivitas media sosial Instagram, konstruksi diri mahasiswa bisa terjadi.

1.3 Petanyaan Penelitian

1. Bagaimana Panggung Depan (*front stage*) mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan dalam meng-Konstruksi diri mereka pada media sosial Instagram?
2. Bagaimana Panggung Belakang (*back stage*) mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan dalam meng-Konstruksi diri mereka pada media sosial Instagram?
3. Bagaimana Makna penggunaan media sosial Instagram pada konstruksi diri mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana bentuk Panggung Depan (*front stage*) dari mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan dalam menggunakan media sosial Instagram.
2. Untuk mengetahui bagaimana bentuk Panggung Belakang (*back stage*) dari mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan dalam menggunakan media sosial Instagram.
3. Untuk mengetahui bagaimana makna penggunaan media sosial Instagram pada konstruksi diri mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pasundan.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Dari penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi pengembangan kajian ilmu di bidang komunikasi yang berkaitan dengan media sosial khususnya Instagram dengan Konstruksi Diri pada mahasiswa.

2. Secara praktis

Hasil penelitian diharapkan memberikan pengetahuan tentang bagaimana konstruksi diri yyang dilakukan oleh mahasiswa pada media sosial Instagram sehingga menjadi acuan dalam aktivitas akademik.