

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Kebudayaan adalah seluruh sistem gagasan dan rasa, tindakan, serta karya yang dihasilkan manusia dalam kehidupan bermasyarakat, yang di jadikan miliknya dengan belajar. Dengan demikian hampir semua tindakan manusia adalah kebudayaan. Makan dan minum pada waktu tertentu, cara-caranya, maupun sopan-santun yang harus dipelajari saat makan dan minum merupakan tindakan berkebudayaan (Koentjaraningrat, 2009).

Sebuah kebudayaan tidak bisa lepas dari pengaruh teknologi, seperti pada awal perkembangan kebudayaan prasejarah dan primitif, dimana teknologi membantu tangan manusia yang merupakan alat manusia yang utama. Teknologi memudahkan dan menyempurnakan anggota badan manusia seperti penggunaan alat optik sehingga mata bisa melihat benda yang jauh dan kecil, telepon dan radio menyempurnakan kesanggupan telinga manusia. Kemajuan teknologi amat besar pengaruhnya atas kehidupan individu, masyarakat maupun kebudayaan (Alisjahbana: 2008).

Menurut Koentjaraningrat ada 7 unsur universal dari kebudayaan yaitu bahasa, sistem pengetahuan, sistem kemasyarakatan dan organisasi sosial, sistem peralatan hidup dan teknologi, sistem mata pencaharian, sistem religi dan yang terakhir kesenian (Koentjaraningrat, 2009). Teknologi merupakan salah satu unsur kebudayaan yang paling cepat berubah, perubahan yang terjadi pada teknologi akan mempengaruhi cara manusia berbahasa, berinteraksi, berkomunikasi dan lain sebagainya.

Salah satu teknologi yang sangat berkembang pesat saat ini adalah *smartphone*, kehadiran *smartphone* tidak dapat dipisahkan dengan layanan internet. Majunya teknologi membuat setiap orang dapat mengakses internet dimana saja. Karena *smartphone* atau yang dikenal dengan telepon pintar tidak hanya bisa digunakan untuk berkomunikasi saja, tetapi dengan perkembangan teknologi saat ini, *smartphone* bisa digunakan untuk mendapatkan berita-berita terbaru hingga bersosialisasi melalui media sosial dengan sesama.

Kemajuan teknologi internet dan *smartphone* dari hari ke hari semakin terlihat jelas, sehingga media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses *Facebook*, *Instagram* dan *Twitter* misalnya, bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja menggunakan *smartphone*. Kecepatan media sosial dalam mengekspose berita mulai menggantikan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita maupun sebagai media komunikasi.

Dengan begitu *smartphone* banyak menjadi sumber informasi seseorang dalam membaca berita karena dapat diakses dengan cepat dan dimana saja, bahkan dengan banyaknya masyarakat yang menggunakan media sosial, sebuah berita dapat menjadi viral dalam waktu yang singkat, sehingga membuat penggunaan media sosial melonjak tajam.

Media sosial atau juga disebut jejaring sosial menurut Melissa & Hamidati adalah salah satu platform interaksi baru yang dimungkinkan dengan lahirnya web 2.0 yang bersifat interaktif. Pengguna internet yang semulanya hanyalah sebagai khalayak yang hanya bisa menyimak, sekarang bisa turut berpartisipasi (Junaedi, 2011). Media sosial memberikan kesempatan kepada siapa saja untuk memberikan *feedback* berupa

komentar secara cepat dan dalam waktu yang singkat. Media sosial yang berbasis media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.

Itu menjadikan media sosial sebagai wadah dalam berkomunikasi antarbudaya yang merupakan suatu proses komunikasi simbolik, interpretatif, transaksional, kontekstual karena memiliki perbedaan kepentingan tertentu yang memberikan interpretasi dan harapan secara berbeda terhadap apa yang disampaikan dalam bentuk perilaku tertentu.

Melalui iklan-iklan di surat kabar, majalah, televisi, radio, internet dan yang lainnya, pasar bisa menentukan apa yang ideal dan dibutuhkan manusia, ini adalah peran kapitalisme lewat kekuasaan pasarnya. Karena itu semakin jelas tampak di mana-mana kemampuan pasar dalam mempopulerkan kebutuhan atas penampilan lahir lewat konsumsi barang-barang, bukan hanya yang riil tetapi terlebih kebutuhan yang tidak riil. Maka yang terjadi adalah penampilan lahiriah dipandang melampaui segalanya. dan segalanya diukur lewat penampilan lahiriah (Featherstone, 2008).

Ketika masyarakat memasuki era globalisasi, dimana era ini yang namanya keinginan dan kebutuhan telah menjadi sesuatu yang tidak jelas dan makin sulit dibedakan. Di era ini adalah hal yang biasa ketika masyarakat membeli barang atau jasa bukan karena manfaatnya tetapi karena kebutuhan akan gaya hidup (*Life Style*). Gaya hidup yang cenderung bergerak dinamis dimana hal ini merupakan sebuah perubahan yang jelas karena dahulu masyarakat sangat erat dengan semboyan kebutuhan utama manusia adalah sandang, pangan dan papan. Saat ini masyarakat

mengonsumsi sesuatu lebih di dorong faktor-faktor seperti gengsi dan harga diri bukan karena kebutuhan untuk mempertahankan hidupnya (Featherstone, 2008).

Perubahan yang terjadi bukan hanya membuat kebutuhan-kebutuhan baru secara fisik tetapi juga kebutuhan psikis seperti rasa ingin dihargai, keinginan untuk terlihat eksis dan sebagainya. Sehingga dari kondisi ini, status sosial pun berubah cara pandangnya. Oleh karena itu banyak masyarakat yang ingin mengekspresikan diri dengan adanya teknologi, dan menciptakan dunia sendiri dengan adanya media sosial.

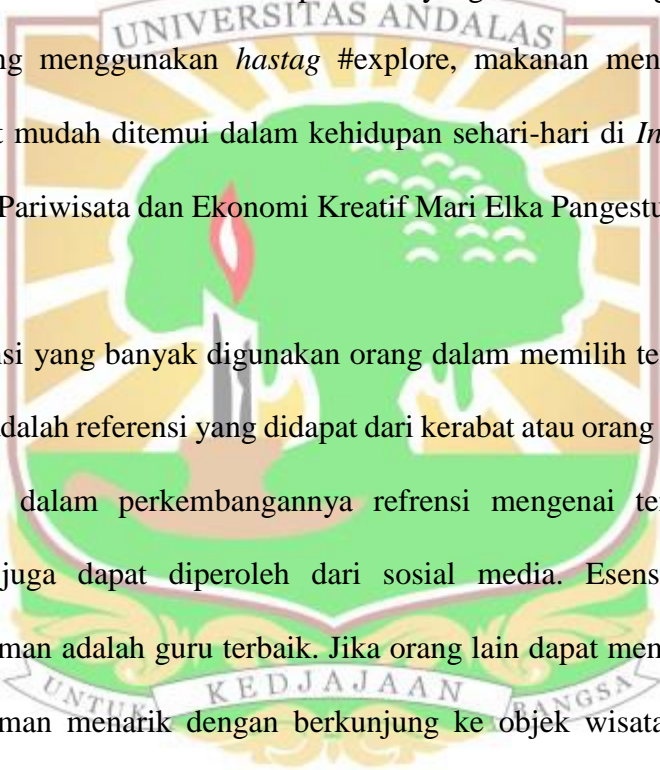
Salah satu media sosial yang saat ini sedang sangat diminati adalah *Instagram*. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikan ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk *Instagram* itu sendiri. *Instagram* berhasil meraih kepopulerannya tak lain karena kebiasaan masyarakat sekarang yang cenderung narsis. Fitur kamera pada *smartphone* yang semakin meningkat dari segi kualitas menjadi salah satu penyebabnya.

Dimanapun dan kapanpun kita dapat berfoto lalu menguploadnya di *Instagram*. Tidak hanya foto pribadi, tetapi juga foto makanan, tempat-tempat umum yang biasanya memiliki daya tarik tidak pernah lepas menjadi sasaran pengguna *Instagram* untuk difoto. Hal ini menyebabkan pemilik bisnis menjadikan *Instagram* menjadi salah satu platform yang wajib untuk digunakan.

Menurut CNNIndonesia.com pengguna *Instagram* pada bulan September 2015 mencapai 400 juta orang pengguna, pihak *Instagram* menyatakan ada sebanyak 95 juta foto dan video yang dipublikasikan ke *Instagram* setiap hari dengan 4,2 miliar like perharinya. Sementara data pada tahun 2016 menyebutkan bahwa *Instagram* memiliki

500 juta pengguna setiap bulannya, dimana 300 juta merupakan pengguna aktif setiap hari.¹

Instagram memiliki banyak fitur, mulai dari membagikan foto, video, *Instastory* (video keseharian) dan berita-berita terbaru. Pada masyarakat modern saat ini, *Instagram* sangat banyak digunakan dalam kesehariannya, baik itu membagikan foto maupun video. Mulai dari cara berpakaian yang terkenal dengan *hashtag* #ootd, kegiatan traveling menggunakan *hashtag* #explore, makanan menggunakan *hashtag* #food, itu sangat mudah ditemui dalam kehidupan sehari-hari di *Instagram*. Seperti kutipan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Mari Elka Pangestu di artikel berikut ini:



“referensi yang banyak digunakan orang dalam memilih tempat wisata adalah referensi yang didapat dari kerabat atau orang yang dikenal, dalam perkembangannya referensi mengenai tempat wisata juga dapat diperoleh dari sosial media. Esensinya, pengalaman adalah guru terbaik. Jika orang lain dapat memiliki pengalaman menarik dengan berkunjung ke objek wisata itu, maka harapannya kita pun mendapat pengalaman yang sama”²

Beragam informasi dapat diakses melalui *Instagram*, bahkan mengenai keseharian seseorang. Seseorang yang menggunakan *Instagram* akan mengunggah

¹ <http://cnnindonesia.com/Ada-22-Juta-Pengguna-Aktif-Instagram-dari-Indonesia>

² <http://okezone.com/Wisata-makin-menjadi-Kebutuhan-Media-Sosial-Biang-Keladinya>

kesehariannya dalam akun pribadinya untuk menunjukkan eksistensi dirinya pada masyarakat luas. *Trend* mengunggah keseharian pada *Instagram* yang mendunia ini semakin banyak dan semakin beredar ketika *Instagram* mengeluarkan fitur barunya berupa *Instastory*, *trend* dalam penggunaan *Instastory* sudah menjadi sesuatu yang biasa untuk menunjukkan eksistensi.

Beragam *feedback* berupa komentar dapat diperoleh dalam *Instagram*, semuanya dapat dilakukan jika *user Instagram* secara bebas asalkan memfollow akun *Instagram* orang yang akan dilihat. Baik itu seorang *artist*, *public figure*, *atlete*, dan berbagai profesi yang memiliki banyak penggemar dapat berinteraksi langsung dengan fansnya dalam waktu yang singkat. Karena itu banyak *user Instagram* berlomba-lomba untuk mendapatkan *likes* sebanyak-banyaknya untuk menunjukkan eksistensinya. Keberadaan *Instagram* itupun dijadikan ajang untuk mencari popularitas, melibatkan gaya hidup, dan juga untuk diakui keberadaannya oleh orang lain.³

Selain itu, dalam foto-foto di *Instagram* selalu mengandung unsur berbagai jenis kehidupan masyarakat. Unsur- unsur seperti simbol agama dan politik, adat istiadat, pakaian, bangunan dan karya seni kadang kala tercermin dalam foto, sehingga *Instagram* memiliki peran sebagai penyampai pesan budaya. Westernisasi juga mengubah *Instagram* menjadi sebuah media untuk menyampaikan pesan, sehingga terjadi pergeseran nilai-nilai budaya di dalam masyarakat.

³ <http://www.1000kata.com/2016/02/instagram-bukan-sekedar-berburu-like/>

Terjadinya kontak budaya dengan budaya asing menjadi lebih besar intensitasnya dan juga penyebarannya berlangsung dengan cepat karena adanya *Instagram*. Salah satu contoh merupakan hilangnya tradisi maupun adat ketimuran yang cenderung santun dan tekikis oleh budaya barat yang cenderung berani. Kenyataannya tidak sedikit masyarakat yang menirukan budaya barat khususnya Amerika yang bebas dan di anggap gaul, sehingga budaya populer di baratpun terdifusi ke dalam nilai-nilai sosial budaya masyarakat.⁴

Trend dalam penggunaan *Instagram* menjadikan *Instagram* sebagai media interaksi bagi para penggunanya, kebiasaan dalam mengupload keseharian sudah menjadi sesuatu yang biasa, baik itu masyarakat biasa maupun *public figure*. Pengaruh *Instagram* tanpa disadari memengaruhi penggunanya, khususnya anak muda yang mungkin tengah gelisah mencari identitas dan citra diri. *Instagram* banyak menawarkan postingan berupa gaya hidup (*Life Style*) *trend* busana dan semua hal yang dapat mempengaruhi seseorang dalam kesehariannya.

Fenomena *Instagram* kini telah menjadi *trend* di kalangan masyarakat luas, tidak dapat dipungkiri *Instagram* menjadi aplikasi yang paling sering di akses pada saat ini. Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti mahasiswa yang menggunakan *Instagram* dan eksistensi diri mahasiswa sebagai media aktualisasi dirinya. Penulis melakukan penelitian di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Andalas, dikarenakan penulis berada dilingkungan kampus tersebut, sehingga peneliti dapat lebih mudah menemukan informan berdasarkan informasi dari

⁴ <http://www.lurycoco.com/instagram-sebagai-media-komunikasi/>

teman dan tidak canggung melakukan wawancara karena berada dalam satu lingkungan kampus, dan intensitas bertemu dengan informan lebih banyak.

B. PERUMUSAN MASALAH

Penggunaan *Instagram* yang semakin hari semakin meningkat, dimana pada bulan Juli 2017 tercatat 45 juta orang Indonesia menjadi user aktif di *Instagram* dan membuat Indonesia menjadi pengguna terbesar di Asia.⁵ Dengan begitu banyaknya pengguna *Instagram*, setiap *user* berlomba-lomba untuk mendapatkan *followers* sebanyak-banyaknya, agar setiap postingan yang di *share* akan mendapatkan *likes* yang banyak. Untuk mendapatkan banyak *likes*, maka *user* tersebut akan menunjukan eksistensinya dalam *Instagram* dengan mengupload kesehariannya yang dianggap menarik sehingga *user* lain memberikan *feedback* berupa *likes* maupun komentar di dalam postingannya.

Semakin banyak *likes* dan *followers*, maka seseorang akan dianggap semakin eksis maupun kekinian. Dalam fenomena ini, *likes* dan *followers* menjadi dasar yang mengindikasikan eksistensi seseorang. Untuk kebanyakan masyarakat umum menggunakan *Instagram* hanya untuk bersenang-senang, akan tetapi beberapa lainnya mengharapkan adanya pengakuan ketika menggunakan *Instagram*. Ketika *followers* dan *likes* yang banyak menjadi indikasi seseorang itu populer dalam *Instagram*, maka bagi sebagian orang itu merupakan sebuah kebanggaan tersendiri.

⁵ <http://tempo.co/read/news/2017/07/26/090894605/45-pengguna-instagram-indonesia-pasar-terbesar-di-asia>

Pada dasarnya setiap interaksi yang ada di *Instagram* di pengaruhi oleh *trend-trend* yang ada pada saat ini, baik itu fashion (mode pakaian), tempat nongkrong yang *Instagramable* (dianggap cocok untuk diupload ke *Instagram*), hobi dan *lifestyle* (gaya hidup) sebagai bentuk aktualisasi diri seseorang pengguna *Instagram*. Gaya hidup dalam suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat lainnya. Bahkan dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis begitu juga dengan mahasiswa. Namun demikian, gaya hidup tidak cepat berubah sehingga pada kurun waktu tertentu gaya hidup relatif permanen. Gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang mencerminkan masalah apa yang sebenarnya yang ada di dalam alam pikir yang cenderung berbaur dengan berbagai hal yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis (Setiadi, 2003 : 80).

Gaya hidup mahasiswa yang bisa dikatakan gaya hidup modern, karena setiap kegiatan mahasiswa tidak bisa dilewati tanpa adanya *smartphone* maupun teknologi lainnya. Hadirnya *Instagram* sebagai media untuk berbagi photo dan video dimanfaatkan mahasiswa sebagai media eksistensi dirinya.

Menurut latar belakang masalah dalam penelitian ini difokuskan kepada pengguna *Instagram* dan eksistensi diri. Berdasarkan hal tersebut, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana fenomena *Instagram* sebagai media eksistensi pada mahasiswa?
2. Bagaimana pengaruh penggunaan *Instagram* terhadap *trend* dan gaya hidup mahasiswa FISIP ?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui fenomena *Instagram* sebagai media eksistensi diri pada mahasiswa FISIP Universitas Andalas.
2. Untuk mendiskripsikan pengaruh eksistensi *Instagram* terhadap *trend* dan gaya hidup mahasiswa.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian adalah:

1. Secara akademis, dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan mengenai *Instagram* dan eksistensi diri.
2. Secara praktis penelitian ini menjadi sumber informasi bagi masyarakat tentang fenomena *Instagram* dan pengaruhnya terhadap kehidupan.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian yang terkait dengan dengan media sosial memang bukan hal baru, di antara penelitian yang telah membahas tentang media sosial adalah yang dilakukan oleh Nurul Ichwan tahun 2015 yang membahas *Eksistensi Path Sebagai Media Interaksi Sosial Ditinjau dari Analisis Rosengren*. Penelitian tersebut lebih terfokus pada penggunaan media sosial *Path* sebagai jurnal interaktif untuk para penggunanya berbagi dimana *Path* menjadi media interaksi, eksistensi seseorang tapi *path* memiliki status privasi karena tidak semua orang secara bebas bisa mengakses profil seseorang tanpa persetujuan dari penggunanya.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Fitria Listie Suryani tahun 2014 tentang *Instagram dan Fashion Remaja*, penggunaan *Instagram* yang berperan sebagai referensi dalam mencari *trend* saat ini, khususnya dalam bidang *fashion*. Kepopuleran *Instagram* dalam bidang *fashion* tak lain karena kebiasaan masyarakat sekarang yang cenderung narsis. Fitur kamera pada *smartphone* yang semakin meningkat dari segi kualitas menjadi salah satu penyebabnya. Dimanapun dan kapanpun kita dapat berfoto lalu menguploadnya di *Instagram*. Dan bukan hanya foto pribadi, foto makanan, tempat-tempat umum yang biasanya memiliki daya tarik tidak pernah lepas menjadi sasaran pengguna *Instagram* untuk difoto. Tapi pada penelitian ini lebih berfokus kepada *fashion*, hanya sedikit menjelaskan mengenai eksistensi seseorang dalam menggunakan *Instagram*.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Primada Qurrota Ayun tahun 2015 tentang Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas, Kehadiran media sosial seperti *Twitter*, *Path*, *Google+*, *Facebook* di kalangan remaja, membuat ruang privat seseorang melebur dengan ruang publik. Terjadi pergeseran budaya di kalangan remaja, para remaja tidak segan-segan mengupload segala kegiatan pribadinya untuk disampaikan kepada teman-temannya melalui akun media sosial dalam membentuk identitas diri mereka. Penelitian ini ingin mendeskripsikan bagaimana media sosial digunakan remaja sebagai sebuah media untuk membentuk identitas diri.

Penelitian lain oleh Daniel Kurniawan Salamoon tahun 2013 tentang *Instagram, Ketika Foto Menjadi Mediator Komunikasi Lintas Budaya di Dunia Maya*, perkembangan media informasi dan munculnya media-media sosial dalam berbagai

bentuknya membuat perubahan yang radikal dalam kondisi sosial masyarakat saat ini. Pola komunikasi berubah menjadi pola komunikasi maya dan virtual. Interaksi yang terjadi merupakan simulasi-simulasi dari realitas yang sebenarnya. Keberadaan *Instagram* membuat masyarakat kini memiliki pola komunikasi visual dengan media yang diatur kapitalisme untuk menciptakan kondisi yang stabil seperti yang dibutuhkan masyarakat. Pada prinsipnya, manusia diberkahi kemampuan untuk berpikir dimana kemampuan ini dibentuk dari interaksi sosial. Penelitian ini lebih memfokuskan kedalam perubahan masyarakat akibat perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi secara umumnya, khususnya pengguna media sosial. Adapun pembahasan masalah eksistensi *Instagram*, tapi itupun hanya sedikit.

Penelitian lain oleh Dyah Ayu Puspitorini 2016 mengenai Motif dan Kepuasan Pengguna *Instagram* yang mendeskripsikan mengenai motif penggunaan media, baik kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integratif personal, kebutuhan integratif sosial dan kebutuhan pelepas ketegangan, bahwan individu-individu memiliki motif-motif tertentu dalam menggunakan media dan kemudian mengetahui bagaimana kepuasan setelah menggunakan media tersebut.

F. KERANGKA KONSEPTUAL

1. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan (Suratno dan Rismiati, 2001: 174). Saat ini penggunaan media sosial sudah menjadi gaya hidup, dimana media sosial sudah menjadi media eksistensi seseorang, dengan

membagikan aktifitas kesehariannya kepada pengguna media sosial lain dengan berharap mendapatkan likes yang banyak pada setiap hal yang dibagikan.

Banyak pengguna media sosial yang menunjukkan eksistensi khususnya pengguna *Instagram*, dengan membagikan foto maupun video kedalam aplikasi *Instagram* yang menunjukkan adanya pembagian kelas sosial antara penggunanya. Itu semua di dasarkan pada penggunaan benda-benda bermerek, lokasi pengambilan foto atau video, dan juga keseharian yang sengaja di rekam lalu dibagikan untuk dikonsumsi masyarakat luas hanya untuk mendapatkan *likes* ataupun pengikut (*followers*) yang banyak.

Penelitian yang dilakukan oleh Bourdieu menyatakan bahwa manusia selalu berkaitan dengan selera dan keinginan. Selera selalu mengklasifikasikan orang yang bersangkutan kepada pilihan gaya konsumsi dan gaya hidup yang melibatkan keputusan, mengidentifikasi dan mengklasifikasikan pilihan selera menurut orang lain (Bourdieu, 1984).

Dalam konteks ini, pengetahuan menjadi penting contohnya pengetahuan tentang barang-barang baru, nilai sosial dan budaya barang-barang itu, serta bagaimana menggunakan barang-barang itu secara tepat. Secara khusus, hal ini menjadi masalah bagi kelompok-kelompok yang mempunyai keinginan tinggi yang sedang belajar untuk mengarah pada pola konsumsi dalam melakukan pengembangan suatu gaya hidup tertentu (Bourdieu dalam Featherstone: 1984: 43).

2. *Habitus*

Habitus berasal dari bahasa latin (*habitual*) yang berarti kebiasaan, penampilan diri (*psikologis*), dan juga berarti pembawaan diri (tekait dengan fisik). Menurut

Bourdieu *habitus* merupakan sesuatu yang ada di dalam diri manusia yang membentuk dan mempengaruhi diri seseorang, dimana keberadaannya terbentuk karena adanya interaksi dengan dunia luar. *Habitus* dapat memberikan penanaman seperangkat disposisi dalam manusia yang menghasilkan praktik-praktik tertentu, sistem yang terbuka yang memberdayakan manusia untuk menghadapi situasi yang terus menerus berubah. *Habitus* memungkinkan adanya inovasi yang berkelanjutan (Zizek dalam Kristiatmo, 2007).

Habitus tidaklah bekerja sendiri, tetapi selalu berhubungan dengan kondisi-kondisi diluar diri individu dan didalam diri individu itu sendiri. Menurut Bourdieu ada beberapa konsep yang digunakan untuk menjelaskan mengenai *habitus*:

- a. Ranah sosial: wilayah aktifitas seseorang sesuai dengan bidang yang dikerjakannya, ranah sosial ada karena setiap individu di posisikan secara objektif sesuai dengan modal sosial ataupun sumberdaya yang dimilikinya.
- b. Modal sosial: sesuatu yang ada dalam diri individu yang menjadi kekuatan dirinya dalam proses interaksi sosial. Modal sosial bisa menjadi alat untuk mencapai *prestise*, kekayaan, posisi dan kekuasaan tertentu, dimana modal sosial tidak berwujud fisik tetapi kemampuan yang telah dimiliki individu seperti kecerdasan, kharisma, kebaikan, kearifan tetapi modal sosial bisa beroperasi sesuai dengan ranah sosial yang ada.
- c. Praktik sosial: merupakan realitas empiris yang ada di luar individu dalam bentuk interaksi fisik maupun interaksi simbolik.

Penggunaan *Instagram* saat ini yang sudah menjadi *trend* dan dijadikan media berinteraksi bagi para penggunanya, kebiasaan penggunaan *Instagram* menjadi sesuatu

yang sudah biasa kita saksikan saat ini, baik itu masyarakat biasa maupun para *public figure*. Pengaruh *Instagram* tanpa disadari mempengaruhi setiap penggunanya, khususnya para kawula muda yang mungkin tengah gelisah mencari identitas dan citra diri. *Instagram* banyak menawarkan postingan berupa gaya hidup, *trend* busana, dan semua hal yang dapat mempengaruhi seseorang dalam kesehariannya.

3. Identitas

Merupakan sebuah hal yang penting di dalam suatu masyarakat yang memiliki banyak anggota. Identitas membuat suatu gambaran mengenai seseorang melalui penampilan fisik, ciri ras, warna kulit, bahasa yang digunakan, penilaian diri, dan faktor persepsi yang lain, yang semuanya digunakan dalam mengkonstruksi identitas budaya. Identitas menurut Klap (Berger, 2010: 125) meliputi segala hal pada seseorang yang dapat menyatakan secara sah dan dapat dipercaya tentang dirinya sendiri, statusnya, nama, kepribadian, dan masa lalunya.

Gudykunst menyatakan bahwa identitas seseorang atau kelompok merupakan hal yang penting dalam sebuah komunikasi budaya (Gudykunst, 2002: 225). Konsep identitas juga dapat dilihat dari aspek budaya yang didefinisikan sebagai emotional signifikan, yang membuat seseorang dilekatkan pada suatu hal, yang membedakannya dengan orang lain sehingga lebih mudah untuk dikenal (Tingtooy-mey dalam Gudykunst, 2002: 214).

Menurut Tajfel & Turner (Gudykunst, 2002: 225) setiap individu memiliki sebuah konsep pada dirinya sendiri dalam bersosialisasi dan mengidentifikasi dirinya sendiri. Identitas personal melihat bahwa individu adalah sebuah makhluk yang unik,

memiliki budaya, hidup di dalam sebuah group, dan identitas sosial mengacu pada pengetahuan dalam anggota kelompok budaya dan berkomunikasi dengan budaya yang lain. Karakteristik individu yang dipengaruhi oleh kolektivistik dalam komunikasi individu:

- Personality Orientations (orientasi personal), menggambarkan bagaimana orientasi personal dalam berhubungan atau berkomunikasi dengan orang lain.
- Individual Values (nilai-nilai individu), merupakan nilai-nilai personality yang dimiliki oleh Individu dalam mempertahankan dan menjaga kepercayaan diri seseorang ketika melakukan komunikasi.
- Self Constructuals (penyingkapan diri/ ekspresi diri), menggambarkan bagaimana individu mengekspresikan dirinya ketika berkomunikasi dengan individu yang lain.

Fokus utamanya adalah melihat bagaimana identitas merupakan suatu hal yang diproduksi dalam kategori sosial (Hogg, Abraham, dan Turner dalam Gudykunst, 2002: 259). Kategori sosial bisa berupa etnisitas, gender, dan afiliasi politik, sebagai bagian dalam struktur sosial. Individu termasuk bagian dalam kategori sosial dan pada dasarnya adalah anggota dalam kategori sosial tersebut. Identitas menghubungkan antara individu dengan masyarakat melalui anggota suatu kelompok yang mempengaruhi kepercayaan individu, perilaku, dan pengetahuan dalam hubungan mereka dengan anggota dari kelompok sosial yang lain.

Identitas tidak dihasilkan secara sendiri, melainkan dihasilkan melalui proses komunikasi dengan yang lain. Prinsip utama di dalam identitas muncul ketika sebuah

pesan berubah di antara dua orang. Identitas dapat dinegosiasikan, diperkuat, dan dirubah dalam suatu proses komunikasi. Dalam penelitian ini, identitas dapat digambarkan seperti ciri ciri ataupun keadaan khusus, jati diri seseorang baik itu sebagai pengguna *Instagram* biasa ataupun artis, atau di dalam *Instagram* yang terkenal dengan *selebgram*. Komunikasi yang intens dalam *Instagram* akan menciptakan identitas pengguna *Instagram* itu sendiri dan juga menarik orang lain untuk mengikutinya (*followers*).

4. Eksistensi Diri

Eksistensi berasal dari bahasa Inggris *exist* yang berarti ada, terdapat, maupun dirasakan keberadaannya. Eksistensi merupakan suatu proses yang dinamis, suatu menjadi atau mengada. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri yakni *existere* yang artinya keluar dari, melampaui, atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya (Abidin, 2007: 16)

Menurut peneliti eksistensi merupakan keberadaan seseorang untuk diakui keberadaannya oleh masyarakat luas dalam segi sosial, begitu juga di dalam *Instagram*. Di dalam *Instagram* eksistensi seseorang akan terlihat jika orang tersebut memiliki pengikut (*followers*) yang banyak dan banyaknya *likes* yang di dapat setiap membagikan foto maupun video. Oleh karena itu, saat ini *Instagram* menjadi salah satu media yang sangat dimanfaatkan sebagai ajang eksistensi diri.

G. METODOLOGI

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat. Penulis mengambil lokasi di FISIP Unand dimaksudkan karena FISIP Unand merupakan tempat aktifitas pembelajaran mahasiswa dan juga merupakan tempat kegiatan sosial mahasiswa sehingga memungkinkan pengguna *Instagram* melakukan kegiatan di kampus Universitas Andalas ini.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian dan empiris dalam penelitian sangat diperlukan. Oleh karena itu sesuai dengan judul ini, penulis menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif (deskriptif kualitatif). Menurut Bogdan dan Taylor mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut S. Nasution penelitian kualitatif sama hakikatnya untuk mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya, untuk itu penelitian ini harus turun ke lapangan berada di sana dalam waktu yang cukup lama (Nasution, 1992: 5).

3. Informan Penelitian

Penentuan informan dilakukan dengan menggunakan *teknik purposive sampling*. Sugiyono menyatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2001: 61). Menurut Margono, pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling*, didasarkan atas ciri-ciri

tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dngan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Margono, 2004: 128). Dengan kata lain unit sampel yang dihubungkan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian.

Informan dipilih sesuai dengan tujuan penelitian *Purposive sampling* adalah peneliti telah menentukan responden atau informan dengan anggapan atau pendapatnya sendiri sebagai sampel penelitiannya. Dalam penelitian ini penulis memberikan gambaran kriteria terhadap informan yang akan dijadikan sebagai informan kunci yaitu, pengguna aktif *Instagram* yang dipilih berdasarkan pengamatan selama dilapangan dan di dalam *Instagram*.

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah Mahasiswa FISIP Universitas Andalas. Mahasiswa FISIP yang diteliti terdiri dari berbagai angkatan antara tahun 2011 – 2015. Hal ini karena kriteria utama peneliti bukanlah tahun angkatan tetapi mahasiswa yang menggunakan *Instagram*. Semua mahasiswa dari lintas angkatan tersebut menggunakan Instagram secara aktif, sehingga peneliti menetapkan angkatan 2011 – 2015 sebagai subjek penelitian.

Peneliti menjadikan lima orang sebagai subjek penelitian. Hal ini karena lima orang tersebut merupakan pengguna aktif *Instagram*. Dengan mewawancarai lima orang tersebut data yang peneliti dapatkan sudah jenuh. Kejenuhan data ini membuat peneliti menjadikan lima orang tersebut sebagai informan penelitian.

Selain aktif di *Instagram*, subjek penelitian merupakan orang-orang yang memiliki banyak *followers*(pengikut) maupun *following*(mengikuti) di akun *Instagramnya*, menggunakan Instagram lebih dari 4 tahun dan masih aktif sebagai mahasiswa FISIP Universitas Andalas. Di bawah ini merupakan data informan penelitian.

No	Nama	Umur	Angkatan	Jurusan	Aktifitas	Lama Penggunaan Instagram
1	Nisa	21	2014	Antropologi	Kuliah dan proposal	4 tahun
2	Wira	20	2015	Hubungan Internasional	Kuliah	6 tahun
3	Heza	20	2015	Ilmu Komunikasi	Kuliah	6 tahun
4	Reri	24	2012	Administrasi Negara	Proposal	5 tahun
5	Abrar	24	2011	Antropologi	Skripsi	5 tahun

Tabel 1. Data Informan Penelitian

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Observasi dan Pengamatan

Menurut Suharsimi Arikunto, observasi atau pengamatan meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu obyek dengan menggunakan seluruh alat indera. Mengobservasi dapat dilakukan melalui penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba

dan pengecap Observasi dapat dilakukan dengan tes, kuesioner, rekaman gambar, dan rekaman suara (Arikunto, 2010).

Observasi ini dilakukan langsung di lokasi penelitian yaitu lokasi Kampus Universitas Andalas. Peneliti datang sendiri dan menceburkan diri dalam kelompok pengguna *Instagram* untuk mendapatkan informasi-informasi yang terkait dengan penelitian. Selain itu pengamatan juga bertujuan untuk melihat secara langsung realitas yang terjadi terhadap subjek penelitian ataupun realitas lain yang terjadi di lokasi penelitian. Tentang bagaimana dan apa saja kegiatan yang dilakukan.

b. Wawancara

Metode wawancara (*interview*) adalah metode pengumpulan data dengan jalan mengadakan tanya jawab dengan subyek penelitian tentang permasalahan yang berkaitan dengan masalah yang penulis teliti. Sebagaimana pendapat Sutrisno Hadi, bahwa wawancara harus dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian.

Sehubungan dengan metode, tipe pendekatan penelitian dan data-data yang dipakai dikategorikan ke dalam dua kelompok: pertama, data primer atau data yang diperoleh langsung di lapangan melalui aktifitas observasi dan wawancara. Kelompok data kedua adalah data sekunder, yakni data-data yang dikumpulkan melalui studi kepustakaan sesuai dengan masalah atau objek yang diteliti.

Jenis wawancara yang dipilih untuk dilaksanakan adalah wawancara mendalam (*depth interview*). Menggunakan jenis wawancara di atas supaya dapat lebih diketahui secara terperinci dan detail. Dilakukan secara mendalam dengan pedoman wawancara yang telah dipersiapkan yang akan diajukan kepada informan kunci. Informan kunci

yaitu informan yang memiliki pengetahuan yang luas dan informan yang ikut terlibat langsung dalam masalah yang diteliti.

c. Studi Pustaka

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan studi kepustakaan dalam mengumpulkan berbagai informasi. Informasi yang peneliti dapatkan melalui buku dan internet. Informasi mengenai mahasiswa FISIP Universitas Andalas peneliti temukan dalam buku pegangan. Sedangkan beberapa informasi Instagram dan berbagai fitur nya peneliti temukan di internet dan berbagai sumber.

5. Analisis Data

Bogdan dan Taylor mendefinisikan analisis data sebagai proses yang merinci suatu usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis (ide) seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan hipotesis itu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa analisis data yaitu proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola kategori. Setelah itu masing-masing kategori diuraikan dengan tema. Baru kemudian dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Margono, 2005).

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari observasi, wawancara dan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian seperti dokumen pribadi, dokumen resmi, dan sebagainya. Menurut Bungin data hasil penelitian yang telah dikumpulkan sepenuhnya dianalisis secara kualitatif. Analisis data dilakukan setiap saat pengumpulan data

dilapangan secara berkesinambungan, sehingga kualitas penelitian diharapkan dapat mendekati realitas (Bungin, 2007:106).

