

**PERANAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PENCITRAAN  
DIRI MAHASISWA**

**( STUDI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKTAN 2017 FAKULTAS  
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS SRIWIJAYA )**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk memenuhi sebagai persyaratan  
Mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat**



**Oleh :**

**M Alif Rafiqi Akbar**

**07031381419102**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**TAHUN 2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI**

**PERANAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PENCITRAAN  
DIRI MAHASISWA**

**(Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2017  
Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Sriwijaya)**

**SKRIPSI**

Oleh :

**M. ALIF RAFIQI AKBAR  
07031381419102**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing, September 2018

**Pembimbing I**

**Dra. Hj. Rogaiyah, M.Si.  
NIP. 195407241985032001**



---

**Pembimbing II**

**Krisna Murti S.I.Kom., MA  
NIK. 1671073105790009**



---

**PERANAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PENCITRAAN**

**DIRI MAHASISWA**

( STUDI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2017 FAKULTAS ILMU SOSIAL

DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS SRIWIJAYA )

**SKRIPSI**

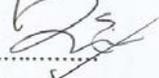
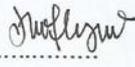
**OLEH**

**M ALIF RAFIQI AKBAR**

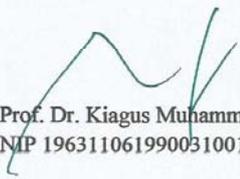
**07031381419102**

**Telah dipertahankan di depan penguji dan dinyatakan telah memenuhi**

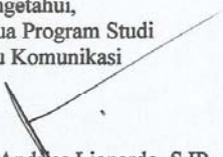
**syarat pada tanggal 26 September 2018**

Jabatan	Nama	Tanggal	Tanda Tangan
Ketua	Dra. Hj. Rogaiyah, M.Si NIP 195407241985032001	2/10 <sup>18</sup>	
Sekretaris	Krisna Murti, S.I.Kom., MA NIK 1671073105790009	3/10 <sup>18</sup>	
Anggota	Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si NIP 1979050120021005	1/10 <sup>18</sup>	
Anggota	Nurly Melinda, S.I.Kom., M.I.Kom NIP 19905142015042001	2/10-18	

Dekan FISIP Unsri

  
Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si  
NIP 196311061990031001

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

  
Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si  
NIP 197905012002100

## **MOTO +DAN PERSEMBAHAN**

### **Moto:**

**innamal a'malu binniyat wa innama likullimriin ma nawa  
Sesungguhnya Segala Perbuatan Itu Disertai Dengan Niat dan Segala  
Perkara itu Tergantung apa yang diniatkan**

( HR Bukhori Muslim )

### **Skripsi ini kupersembahkan untuk:**

1. Ayahanda Irsan Nurdin dan Ibunda Siti Fitriah tercinta.
2. Saudari kandungku tersayang.
3. Sahabat-sahabat terbaik.
4. Almamaterku.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Peranan Instagram Sebagai Media Pencitraan diri Mahasiswa ( **Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya** ) . Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini sudah menjadi kewajiban moral bagi penulis untuk menyampaikan terimakasih kepada:

Kedua orangtuaku Ayahanda Irsan Nurdin dan Ibunda Siti Fitriah serta Saudariku Wynda Puspa Azalea, Irma Aprilia, Trisni Maharani yang selalu memberikan do'a dan semangat dalam proses perkuliahan.

1. Bapak Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Sriwijaya.
2. Ibu Dra. Hj. Rogaiyah, M.Si. selaku Pembimbing I sekaligus Pembimbing Akademik dan Bapak Krisna Murti S.I.Kom., MA . selaku Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran dan perhatiannya dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen FISIP Universitas Sriwijaya.
5. Seluruh Staf Tata Usaha Jurusan Ilmu Komunikasi Kampus Palembang yang telah menyediakan waktu, pikiran dan tenaga dalam mengurus semua keperluan administrasi penulis.
6. Mahasiswa/i Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 atas bantuan dan kerja sama dalam proses penelitian skripsi ini.

7. Keluarga besar HIMAFISIPAL ( Himpunan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Kampus Palembang )
8. Rekan-rekan seperjuangan RdB
9. Rekan-rekan se-angkatan Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 yang telah menjadi keluarga di Kampus.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, terimakasih untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung hingga terselesainya skripsi ini, dan segala kerendahan hati penulis memohon maaf atas semua kesalahan dan kekurangan yang ada, kritik dan saran senantiasa diharapkan untuk awal yang lebih baik dikemudian hari. Akhir kata, penulis berharap semoga karya ini dapat memberikan manfaat yang berarti.

Palembang, 26 September 2018  
Penulis

M Alif Rafiqi Akbar

NIM : 07031381419102

## ABSTRAK

Peranan Instagram Sebagai Media Pencitraan diri Mahasiswa ( Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya), dilakukan untuk mengetahui nilai peranan media sosial instagram pada penggunaan aplikasi. Penelitian ini dilakukan lantaran untuk mengukur seberapa berperan media sosial instagram dalam membentuk citra diri mahasiswa. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif. Instrumen penelitian yang digunakan peneliti yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner langsung kepada para mahasiswa dan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 sebanyak 70 orang. Sehingga berdasarkan analisa data, dengan memberikan nilai skor terhadap jawaban yang dipilih responden menggunakan skala *Likert*. Setelah dicari nilai rata-rata dari jumlah total skor yang didapat, penelitian ini mendapatkan hasil bahwa Peranan Instagram Sebagai Media Pencitraan diri Mahasiswa ( Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya) berdasarkan dimensi Media sosial sebagai *window on event and experience* berada pada skor 284,2 yang dinyatakan sangat baik, berdasarkan dimensi Media dianggap sebagai *mirror of event in society and the word* berada pada skor 271,5 yang dinyatakan baik, berdasarkan dimensi Media sebagai *filter*, atau *getekeeper* berada pada skor 281 dinyatakan sangat baik, berdasarkan dimensi Media sebagai *guide* berada pada skor 289 dinyatakan sangat baik, berdasarkan dimensi Media sosial sebagai forum untuk mempersentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak berada pada skor 302 dinyatakan sangat baik dan berdasarkan dimensi Media Sebagai Interlocutor berada pada skor 317 dinyatakan sangat baik. Dari seluruh parameter tersebut, maka disimpulkan Peranan Instagram Sebagai Media Pencitraan diri Mahasiswa ( Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya), adalah sangat berperan.

**Kata Kunci: Peranan, Media Sosial, Instagram, Pencitraan, Mahasiswa.**

Pembimbing I

Dra/Hj. Rogayah, M.Si.

NIP 195407241985032001

Pembimbing II

Krisna Murti S.I.Kom., MA.

NIK 1671073105790009

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si

NIP 1979050120021005

### **ABSTRACT**

*Instagram Role As a Student's Self-Creation Media, it is conducted to determine Instagram social media values on application usage. This research was conducted to measure the size of social media in the form of student self-image. In conducting this research, researchers used quantitative methods. The research instrument used to analyze questionnaires directly to students and Communication Science Students in 2017 is 70 people. Using analysis data, by giving values for the answers selected using a Likert scale. After searching for the average value of the total score obtained, this study got the results that the role of Instagram as a media for self-creation of students (University Of Sriwijaya) through the dimensions of social media as a window on the event and experience was at a score of 284.2 which was very good, based on Media dimension is considered as a mirror of events in the community and the word is at a score of 271.5 which is declared good, based on the dimensions of the Media as a filter, or getekeeper on a score of 281 is very good, based on the dimensions of the Media as a guide is on score 289 is very good, according to media dimensions social as a forum to present a variety of information and ideas to score on 302 pages that are very good and based on media dimensions As Interlocutor is on a score of 317 it is very well published, From all parameters Thus, it is concluded that Instagram's Role as a Student's Self-Creation Media(Study On 2017 Force Communication Students Faculty of Social and Political Sciences, Sriwijaya University), very role.*

**Keywords: Role, Social Media, Instagram, Imaging, Students.**

*advisor I*



Dra. Hj. Rogaiyah, M.Si.

NIP 195407241985032001

*advisor II*



Krisna Murti S.I.Kom., MA.

NIK 1671073105790009

*Head of Communication Science Department*

*Faculty of Social and Poitica Sciences*



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si

NIP 1979050120021005

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.1.1. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 adalah pengguna aktif media sosial instagram .....	7
1.1.2. Instagram merupakan sosial network ke 3 yang paling banyak .....	9
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	14
2.2 Peranan Media .....	14
2.2.1. Fungsi Media Sosial .....	17
2.2.2. Citra Diri .....	19
2.2.3. Mahasiswa .....	20
2.2.4. Peran dan Fungsi Mahasiswa .....	21
2.2.5. Media Citra Diri .....	22
2.2.6. Media Sosial Instagram .....	24
2.3 Teori-Teori Peranan Media .....	27
2.3.1. Teori McLuhan .....	27
2.3.2. Teori Uses and Gratification .....	28
2.3.3. Teori Self Concept .....	30
2.3.4. Teori McQuail .....	31
2.4 Teori Yang Digunakan .....	32
2.5 Kerangka Teori .....	34
2.6 Kerangka Pemikiran .....	36
2.7 Alur Pemikiran .....	39
2.8 Hipotesis .....	39

<b>BAB 3</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
3.1	Desain Penelitian .....	40
3.2	Defnisi Konsep .....	40
3.3	Definisi Operasional .....	42
3.4	Unit Analisis Data .....	45
3.5	Data dan Sumber Data .....	45
	3.5.1 Data .....	45
	3.5.2 Sumber Data .....	46
3.6	Populasi .....	46
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	48
	3.7.1 Uji Validitas Instrumen .....	48
	3.8.2 Uji Reliabilitas Instrumen .....	50
3.8	Teknik Pengumpulan Data .....	51
	3.8.1 Penyebaran Kuisisioner .....	52
	3.8.2 Observasi .....	53
	3.8.3 Wawancara Terstruktur .....	53
3.9	Teknik Analisis Deskriptif .....	53
3.10	Sistematika Penulisan Skripsi .....	54
<b>BAB 4</b>	<b>GAMBARAN UMUM</b>	
4.1	Sejarah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik .....	55
	4.1.1. Latar Belakang Ilmu Komunikasi .....	58
	4.1.1.1. Dasar Hukum Ilmu Komunikasi .....	58
	4.1.1.3. Ruang Lingkup .....	58
4.2	Visi dan Misi Tujuan Prodi Ilmu Komunikasi .....	60
	4.2.1 Visi .....	60
	4.2.2 Misi .....	60
	4.2.3 Tujuan .....	61
4.3	Program Pendidikan .....	61
	4.3.1 Jurusan Ilmu Komunikasi .....	61
	4.3.2 Struktur Organisasi .....	62
<b>BAB 5</b>	<b>HASIL DAN ANALISIS</b>	
5.1	Media sosial sebagai <i>window on event and experience</i> .....	65
	5.1.1. Instagram membantu anda melihat peristiwa yang terjadi di sekitar anda .....	66
	5.1.2. Instagram memberi perbandingan realita yang terjadi dengan diri anda .....	68
	5.1.3. instagram memberi perbandingan kepada anda berdasarkan kejadian yang dirangkum dalam instagram .....	69
	5.1.4. Instagram menyampaikan informasi dengan cepat .....	71
	5.1.5 Instagram memberikan informasi kejadian kepada anda apa yang sedang terjadi .....	73
5.2	Media dianggap sebagai <i>a mirror of event in sosciety and the</i>	

<i>word, implaying a faithful reflection</i> .....	75
5.2.1. Instagram memberikan pesan yang rasional kepada anda.	
5.2.2. Instagram bisa memberika gambaran yang terjadi dalam kehidupan sehar-hari secara utuh mengenai informasi yang di inginkan .....	78
5.3 Media sebagai filter atau gatekeeper .....	80
5.3.1. Instagram mampu menyaring informasi yang akan di akses oleh anda melalu fiture following.....	80
5.3.2. Pesan yang sudah diterima dari instagram merupakan fakta yang sudah di fillter oleh instagram .....	81
5.4. Media sosial sebagai guide .....	83
5.4.1. Instagram mengarahkan pemikiran penggunanya sesuai dengan konten di instagram .....	83
5.4.2. Instagram memberi petunjuk apa yang akan dilakukan di kemudian hari berdasarkan apa yang pengguna akes.....	85
5.5. Media sosial sebagai forum untuk mempresentasikan informasi dan ide-ide kepada khalayak .....	86
5.5.1. Adanya penyampaian Informasi kepada khalayak.....	87
5.5.2. Instagram member ruang untuk menyampaikan pesan .....	88
5.5.3. Media membantu anda dalam mempresentasikan diri .....	90
5.5.4. Instagram sebagai tempat untuk membentuk citra dri.....	92
5.6. Media sebagai interlocutor .....	95
5.6.1. Instagram mempersatukan anda dengan pengguna lain untuk bertukar pikiran melalui kolom komentar .....	96
5.6.2. Fiture drect message membantu anda pesan pribadi kepada followers atau following .....	97

## **BAB 6 PENUTUP**

6.1 Kesimpulan .....	100
6.1.1 Media sosial sebagai <i>window on event and experience</i> .....	100
6.1.2 Media dianggap sebagai <i>a mirror of event in sosciety and the word, implaying a faithful reflection</i> .....	101
6.1.3 Media sebagai filter atau gatekeeper .....	101
6.1.4. Media sosial sebagai guide.....	101
6.15. Media sosial sebagai forum untuk mempresentasikan informasi dan ide-ide kepada khalayak.....	102
6.1.6. Media sebagai interlocutor .....	102
6.1.7 Kesimpulan berdasarkan rumusan masalah.....	102
6.2 Saran.....	103

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	43
Tabel 3.2 Populasi.....	47
Tabel 5.1.1. Instagram membantu anda melihat peristiwa yang terjadi di sekitar Anda.....	66
Tabel 5.1.2. Instagram memberi perbandingan realita yang terjadi dengan diri anda .....	68
Tabel 5.1.3. Instagram memberi perbandingan kepada anda berdasarkan kejadian yang dirangkum dalam Instagram.....	69
Tabel 5.1.4. Instagram menyampaikan informasi dengan cepat.....	71
Tabel 5.1.5 Instagram memberikan informasi kejadian kepada anda apa yang sedang terjadi.....	73
Tabel 5.2 Media dianggap sebagai <i>a mirror of event in society and the word,</i> <i>implying a faithful reflection</i> .....	75
Tabel 5.2.1. Instagram memberikan pesan yang rasional kepada anda .....	76
Tabel 5.2.2. Instagram bisa memberikan gambaran yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari secara utuh mengenai informasi yang diinginkan.....	78
Tabel 5.3 Media sebagai filter atau gatekeeper .....	80
Tabel 5.3.1. Instagram mampu menyaring informasi yang akan diakses .....	80
Tabel 5.3.2. Pesan yang sudah diterima dari Instagram merupakan fakta yang sudah difilter oleh Instagram .....	81
Tabel 5.4. Media sosial sebagai guide .....	83
Tabel 5.4.1. Instagram mengarahkan pemikiran penggunaannya sesuai dengan konten di Instagram.....	83
Tabel 5.4.2. Instagram memberi petunjuk apa yang akan dilakukan di .....	85
Tabel 5.5. Media sosial sebagai forum untuk mempresentasikan informasi dan ide-ide kepada khalayak .....	86
Tabel 5.5.1. Adanya penyampaian Informasi kepada khalayak.....	87
Tabel 5.5.2. Instagram memberi ruang untuk menyampaikan pesan.....	88
Tabel 5.5.3. Media membantu anda dalam mempresentasikan diri.....	90
Tabel 5.5.4. Instagram sebagai tempat untuk membentuk citra diri .....	92
Tabel 5.6. Media sebagai interlocutor.....	95
Tabel 5.6.1. Instagram mempersatukan anda dengan pengguna lain untuk..... bertukar pikiran melalui kolom komentar .....	96
Tabel 5.6.2. Fitur direct message membantu anda pesan pribadi kepada .....	97
followers atau following .....	97

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam konteks komunikasi media merupakan alat sarana yang digunakan dalam berlangsungnya proses komunikasi. Dalam beberapa tahun terakhir, dunia media dimunculkan dengan hadirnya sebuah media baru (*new media*). Menurut *e-book* yang berjudul “*The Internet : An Introduction to New Media*” menjelaskan bahwa banyak perubahan yang ditimbulkan oleh media baru dengan adanya media baru yang berkembang sangat cepat menciptakan sebuah budaya populer (*pop culture*). Salah satu efek dari media baru adalah munculnya media sosial seperti situs jejaring sosial lainnya. Media sosial ini adalah suatu media komunikasi online yang menjadi bagian penting dari membangun, menjalin atau memantapkan suatu hubungan interpersonal. Jenis – jenis media ini memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring secara online.

Tindak komunikasi melalui media sosial secara intensif dapat dilakukan diantara penggunanya, tindak komunikasi yang berlangsung secara intensif, pengguna cenderung berkomunikasi secara ekspresif. Orang bisa merasa lebih nyaman dan terbuka serta kemungkinan lebih jujur dalam menyampaikan pesan – pesan yang ingin dipertukarkan dengan orang lain. Bahkan dalam sebuah jurnal Internasional berjudul “*Problematic Use of Networking Sites: The Role of Self – Esteem*” (Wai & Christy Mei, 2014) yang meneliti tentang pengguna media sosial dan harga diri seseorang. Menurut Wai & Christy menjelaskan bahwa seseorang lebih suka menggunakan situs jejaring sosial untuk berkomunikasi dikarenakan mereka lebih merasa nyaman dan percaya diri dibandingkan dalam kehidupan nyata.

Saat ini internet menjadi kebutuhan manusia dalam mengkonsumsi media. mulai dari mencari informasi, hiburan, hingga bersosialisasi. Berkat kemudahan dalam mengakses internet menjadikan pengguna media menjadi semakin menjamur. Bahkan media sosial menjadi salah satu gaya hidup. Popularitas

penggunaan media sosial di kalangan generasi abad ini tidak terlepas dari fungsinya yang mampu menjadi sarana presentasi diri guna mendukung eksistensi pribadi sebagai manusia.

Kemunculan situs media sosial diawali dari adanya inisiatif untuk menghubungkan orang-orang dari seluruh belahan dunia. Situs media sosial pertama, yaitu Sixdegreess.com mulai muncul pada tahun 1997. Situs ini memiliki aplikasi untuk membuat profil, menambah teman, dan mengirim pesan. Tahun 1999 dan 2000, muncul situs sosial *Lunarstorm*, *Live Journal*, *Cyword* yang berfungsi memperluas informasi secara searah. Tahun 2001, muncul Ryze.com yang berperan untuk memperbesar jejaring bisnis. Tahun 2002, muncul Friendster sebagai situs anak muda pertama yang semula disediakan untuk tempat pencarian jodoh. Dalam kelanjutannya, Friendster ini lebih diminati anak muda untuk saling berkenalan dengan pengguna lain. Tahun 2003, muncul situs sosial interaktif lain, menyusul kemunculan Friendster, Flickr R, YouTube, Myspace hingga akhir tahun 2005, Friendster dan Myspace merupakan situs jejaring sosial yang paling diminati.

Memasuki tahun 2006, penggunaan Friendster dan Myspace mulai tergeser dengan adanya Facebook. Facebook dengan tampilan yang lebih modern memungkinkan orang untuk berkenalan dan mengakses informasi seluas-luasnya. Tahun 2009, kemunculan Twitter ternyata menambah jumlah situs sosial bagi anak muda. Twitter menggunakan sistem mengikuti – tidak mengikuti (*follow – unfollow*), dimana kita dapat melihat status terbaru dari orang yang kita ikuti (*follow*). Di tahun keenamnya 2010, facebook tercatat sebagai situs jejaring sosial terbesar. Mereka punya 100 juta pengguna. Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg.

**Gambar 1.1 Data pengguna internet di indonesia dan media sosial tahun 2016**



**Sumber : APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia/ diakses pada 20 November 2017)**

Memasuki tahun 2016 jumlah pengguna media maupun pengguna internet sangat melonjak tajam hal ini terlihat dari data yang di berikan (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) APJII Jumlah pengguna Internet di Indonesia tahun 2016 adalah 132,7 juta user atau sekitar 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 256,2 juta. Pengguna internet terbanyak ada di pulau Jawa dengan total pengguna 86.339.350 user atau sekitar 65% dari total penggunaan Internet. Jika dibandingkan penggunaan Internet Indonesia pada tahun 2014 sebesar 88,1 juta user, maka terjadi kenaikan sebesar 44,6 juta dalam waktu 2 tahun (2014 – 2016).

Saat ini, banyak sekali orang yang menggunakan sosial media Instagram. Pada awalnya Instagram sendiri berkembang dari aplikasi iPhone untuk berbagi foto hingga sekarang menjadi sebuah perusahaan sosial internet yang berkembang. iPhone merupakan telepon genggam pintar yang dikeluarkan oleh Apple Inc. Instagram juga dapat digunakan pada iPad, iPod Touch dan Android, yang banyak beredar di pasaran, sehingga mudah para pengguna smartphone selain iPhone menggunakan media Instagram ini. Secara statistik setelah sepuluh bulan dikeluarkan, Instagram menarik perhatian tujuh juta pengguna baru yang telah mengunduh 150 juta foto di dalam Instagram. Sampai pada saat ini, belum ada spam diantara para pengguna dan aktifitas dari para pengguna lebih sering untuk menyukai sebuah foto dan memberi komentar tersebut.

Dari para pengguna yang secara berkelanjutan untuk berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya, hubungan para pengguna pun menjadi lebih erat lagi, terlebih bila mereka tahu bahwa mereka berada disatu lokasi yang sama. Hal inilah yang pada awalnya menjadi pemulaan dari komunitas-komunitas Instagram atau lebih sering dikenal dengan sebutan “iGers”. Dengan adanya komunitas tersebut semangat mendapatkan sebuah tanggapan dari pengguna lainnya menjadi hal yang penting ketika mengunggah foto..

Instagram adalah aplikasi layanan berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk berfoto dan memberi filter, lalu menyebarkanluaskannya di jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu filter yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umumnya digunakan oleh kamera pada peranti bergerak Instagram juga disebut dengan jurnal sosial pintar interaktif dimana kita bisa mengetahui kegiatan seseorang sehari – hari melalui timeline kita dan bisa langsung mengomentari atau memberi emoticon pada aktifitas tersebut.

Instagram merupakan perpaduan fitur – fitur yang sudah ada pada media sosial lain, seperti Friendster, Foursquare, Path , Facebook, Twitter, yang menjadi satu pada aplikasi media sosial Path ini, fitur yang ditawarkan semakin banyak. Layaknya Facebook, Foursquare, Instagram dan Twitter, Instagram dapat berbagi cerita, musik, foto, video, tempat ke orang – orang terdekat. ada satu lagi yang menarik dari Instagram, yaitu tersedianya delapan free filter lenses untuk mempercantik foto atau video yang siap di unggah untuk dibagikan ke teman terdekat.

Hal ini seperti media sosial Instagram yang memiliki layanan utama sebagai tempat berbagi foto dengan beragam filter lenses. Instagram juga dapat dihubungkan dengan media sosial lainnya, seperti Facebook, Twitter, Foursquare dan Tumblr, setiap aktivitas kita di Instagram dapat juga dibagikan secara otomatis ke media sosial tadi dengan menggunakan setting terlebih dahulu untuk menggunakan fitur sharing ini. dengan berbagai penawaran yang memenuhi kebutuhan netizen untuk berkomunikasi dengan sesama pengguna instagram pada tahun 2017 jumlah

pengguna aktif maupun pengguna pasif media instagram di Indonesia mencapai 45 juta naik 100 % dari tahun sebelumnya 2016 dengan jumlah pengguna aktif sebesar 22 juta orang yang juga tercatat sebagai pembuat insta story terbanyak di dunia.<sup>3</sup>

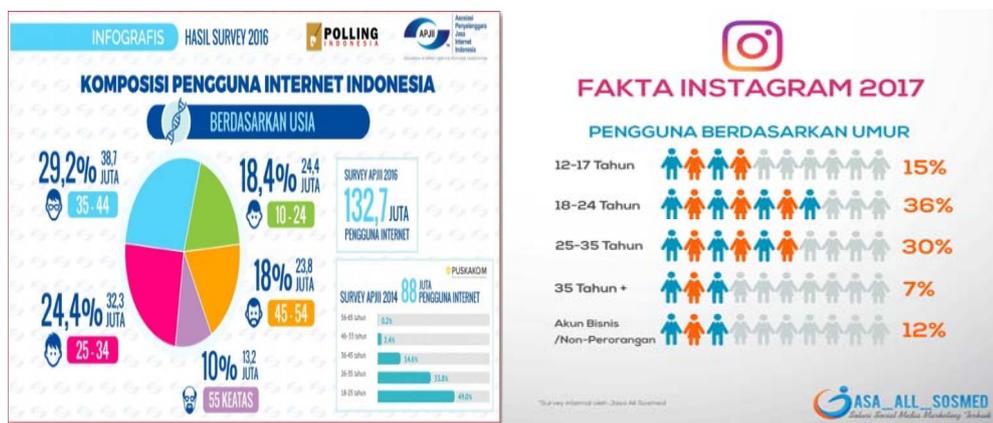
Dikarenakan kelebihan Instagram yang bisa menjadi jurnal pribadi dan bersifat personal, membuat Instagram menjadi trend terbaru di masyarakat Indonesia terutama anak – anak muda. Masyarakat Indonesia yang mengikuti trend penggunaan Instagram menunjukkan berbagai aktivitas kesehariannya melalui Instagram. Aktivitas di Instagram –lah yang nantinya menunjukkan karakter dari pengguna Instagram, dan juga bagaimana seseorang menggambarkan sosok atau jati diri yang diinginkannya atau yang dikenal dengan istilah citra diri.

Media Instagram memberikan kesempatan bagi setiap orang untuk menjadi produsen pesan tanpa melihat latar belakang budaya, usia, status sosial, bahkan gender. Tidak mengherankan jika media Instagram sangat digandrungi di kalangan remaja. Dari hasil penelitian Nielsen menemukan bahwa mayoritas pengguna jejaring sosial adalah usia 18 – 34 tahun. Berdasarkan data menjelaskan bahwa pengguna jejaring sosial instagram terbanyak berusia 18 – 29 tahun.

Adapun alasan peneliti dalam melakukan penelitian ini, adalah :

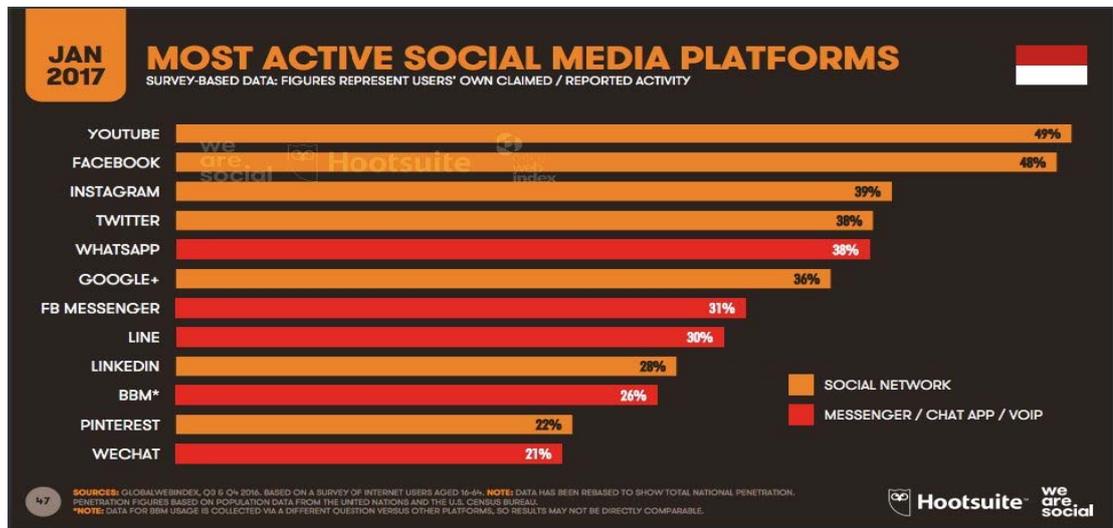
### 1.1.1. Instagram merupakan sosial network ke 3 yang paling banyak digunakan

**Gambar 1.2 Data pengguna media dan internet di Indonesia berdasarkan usia**



**Sumber : APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia/ diakses pada 20 November 2017**

**Gambar 1.3 Data pengelompokan pengguna media di Indonesia**



**(Sumber : in.techradar.com/ diakses pada 20 November 2017)**

Di usianya yang menginjak 8 tahun, jejaring sosial berbagi foto Instagram tercatat terus mengalami peningkatan jumlah pengguna. Inovasi baru juga turut dibubuhkan di aplikasinya. Instagram mengklaim hingga tahun 2018 telah memiliki 400 juta pengguna di seluruh dunia. Setiap harinya terdapat sekitar 80 juta foto yang diunggah ke aplikasi dan menjadikannya sebagai aplikasi berbagi foto terfavorit.

Baru-baru ini lembaga riset Taylor Nelson Sofres (TNS) Indonesia merilis data pengguna dan beberapa informasi lain terkait Instagram di Indonesia. TNS mencatat pengguna di Indonesia didominasi oleh anak-anak muda yang secara aktif menggunakan smartphone serta memiliki kemampuan finansial yang baik dan memiliki latar belakang pendidikan (Mahasiswa).

Instagrammers di Indonesia itu 89 persen anak muda, Penelitian yang dilakukan secara online oleh TNS tersebut dilakukan kepada 506 pengguna Instagram dari usia 18 hingga 44 tahun. Dari responden tersebut disimpulkan rata-rata pengguna memiliki kebiasaan menggunakan Instagram sedikitnya satu kali dalam satu minggu. Kalangan anak muda (18-24 tahun) mendominasi penggunaan

Instagram di Indonesia dengan persentase sebanyak 59%, sementara di urutan kedua berasal dari usia 25 – 34 tahun, dan posisi terakhir adalah pengguna yang berusia 34 – 44 tahun.

Selama ini Instagram merupakan platform yang banyak dimanfaatkan oleh berbagai kalangan untuk memamerkan hasil karya foto dan video pendek mereka secara online. Mulai dari foto pemandangan, kegiatan sehari-hari, acara istimewa hingga foto selfie. Tidak jarang para pecinta kuliner, penjual produk pakaian hingga pemilik restoran memanfaatkan Instagram untuk promosi menu makanan dan jenis produk yang dijualnya.

Menurut data yang dirilis oleh TNS, foto atau video yang paling banyak yang diunggah oleh pengguna Instagram di Indonesia adalah foto pemandangan, tempat wisata dan foto-foto pengguna saat berlibur.

### **1.1.2 Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 adalah pengguna aktif media sosial instagram.**

Pesatnya media sosial kini dikarenakan karena semua orang butuh akan hiburan dan dipengaruhi juga oleh gaya hidup. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa harus dibantu oleh orang lain. Pengguna media sosial juga dengan bebas bisa meng-edit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model content lainnya di dalam akun media sosial miliknya. Selain facebook dan twitter.

Saat ini instagram adalah salah satu media sosial yang banyak digunakan dikalangan masyarakat, baik anak muda maupun orang dewasa, baik digunakan untuk kebutuhan pribadi maupun sebagai kebutuhan usaha yang mereka jalani. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Kehadirannya membuat orang berlomba-lomba menghasilkan foto terbaik dan mengunggah foto tersebut. Tak hanya itu.

Instagram menjadi sarana bisnis, iklan maupun sebagai tempat pameran. Banyak akun yang mengunggah foto-foto sedang berlibur di suatu tempat, foto alam yang indah maupun foto yang sengaja diunggah untuk memberitahu bahwa sang pemilik akun pernah pergi ke tempat tersebut. Sehingga banyak foto yang diambil dari spot sama untuk mendapat pengakuan bahwa sang pemilik akun tidak dianggap ketinggalan zaman. Penggunaan Instagram sudah tak bisa lepas dari masyarakat. Pengguna Instagram yang telah mencapai 25.828.523 orang (GooglePlayStore diunduh pada 6 Oktober 2015).

Mereka telah menjadikan Instagram sebagai gaya hidup. Penggunaan Instagram tak hanya di masyarakat dan artis saja. Isteri mantan Presiden RI, Ani Yudhoyono pun tak mau ketinggalan. Ia memiliki akun (@aniyudhoyono) dan terus menerus mengunggah foto secara berkala serta memberitahukan kegiatan yang ia lakukan. Psikolog humanistik, Abraham Maslow, menyebutkan bahwa manusia memiliki lima kebutuhan dasar yang membentuk tingkatan-tingkatan, yaitu kebutuhan fisiologis, keamanan dan keselamatan, sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri. Kebutuhan fisiologis mencakup kebutuhan sandang, pangan, papan individu.

Kebutuhan keamanan dan keselamatan menjadi penting karena manusia hidup menginginkan rasa aman dan terlindungi dari orang jahat maupun rasa sakit. Setelah kebutuhan rasa aman terpenuhi, maka kebutuhan sosial yang terdiri dari rasa percaya, cinta, kasih sayang, juga diperlukan oleh manusia. Karena hidup bersosialisasi, seorang individu membutuhkan relasi dengan orang lain dan akan berusaha mati-matian supaya bisa diterima di suatu kelompok. Contohnya saja, seseorang yang hidup di era modern seperti sekarang ini mayoritas menggunakan Instagram. Secara alamiah jika seseorang ingin diterima disuatu kelompok, maka ia akan men-download Instagram dan menggunakannya agar teman-teman yang lain mau menerima kehadirannya dalam kelompok tersebut. Setelah kebutuhan sosial terpenuhi, maka muncullah kebutuhan penghargaan atau rasa ingin dihargai.

Maslow beranggapan bahwa manusia ingin mendapatkan pujian, pengakuan dan perhatian dari orang disekitarnya. Dalam contoh diatas 5 tadi, seseorang yang telah memiliki akun Instagram tentu saja juga berusaha memiliki banyak followers

atau pengikut dan yang tak kalah penting adalah banyaknya like pada foto yang diunggah. Dengan begitu pemilik akun merasa diakui oleh followers-nya.

Tak berhenti disitu, mayoritas pemilik akun Instagram yang lain ikut-ikutan mengunggah foto pada tempat yang sama, atau kebanyakan dari mereka akan pergi ke tempat tersebut, berfoto dan mengunggahnya di Instagram. Maka muncullah kebutuhan aktualisasi diri. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan untuk mewujudkan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk dapat mewujudkan citra diri. Kini Instagram telah menjadi sarana pembentukan citra diri bagi para penggunanya. Banyak yang tak mau kalah untuk terus-menerus travelling agar dirinya dianggap sebagai orang kaya yang mempunyai kesempatan bisapergikemanapuniinginkan..

Beberapa fakta pengguna media yang menunjukkan bahwa jumlah pengguna media pada usia 10-34 tahun di Indonesia yang mendominasi maka hal ini yang melatar belakangi peneliti memilih mahasiswa terutama mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Palembang Angkatan 2017 jurusan Ilmu Komunikasi sebagai objek penelitian, selain itu, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Palembang Angkatan 2017 merupakan lulusan dari Sekolah Menengah Atas menuju Perguruan Tinggi, dimana mereka akan menampilkan citra diri sesuai dengan lingkungannya saat ini, Berdasarkan penjelasan tersebut.

Diketahui bahwa Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sriwijaya Angkatan 2017 berada pada usia 19-20 tahun, dimana pada usia tersebut merupakan masa awal dewasa. Sangat perlu ditekankan pada tahap ini merupakan tingkatan perkembangan yang masih potensial, baik dilihat dari aspek kognitif, emosi maupun fisik. Dengan kata lain kaum muda identik dengan pribadi yang dinamis dan selalu mengikuti perkembangan teknologi dan memiliki minat yang sangat tinggi akan penggunaan media internet dan media aplikasinya.

Sebagian besar para pengguna Instagram adalah usia 19-20 tahun yang dimana mahasiswa angkatan 2017 diantara tingkat usia tersebut maka dari itu penulis mengakat dan mengetahui bagaimana pencitraan diri mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sriwijaya Angkatan 2017

sebagai pengguna Instagram dalam jejaring sosial tersebut. Berpijak pada pertanyaan tersebut, maka penulis memilih judul “ Peranan Instagram Sebagai Media Pencitraan Diri Mahasiswa ( Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sriwijaya Angkatan 2017 )“ sebagai judul penelitian ini

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana peranan instagram sebagai media pencitraan diri mahasiswa mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sriwijaya Angkatan 2017 ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan instagram sebagai media pencitraan diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2017 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sriwijaya.?

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan memperkaya bahan referensi, serta sumber bacaan di kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya

#### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman kepada para pengguna Instagram tentang macam-macam cara orang membentuk citra dirinya dalam jejaring sosial Instagram.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfatih (2017) dalam “ Modul Metode Penelitian”
- Abrar Nadhya Ana. 2003. *Teknologi Komunikasi Persepektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* Cetakan pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. (2005). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Bungin, Burhan. (2006). *SOSIOLOGI KOMUNIKASI*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Diener, E., Lucas, R. E., & Oishi, S. 2002. Subjective well-being: The science of happiness and life satisfaction. In C.R. Snyder & S. J. Lopez (Eds.), *The hand book of positive psychology*.(pp. 63-73). NewYork: Oxford University Press
- Effendy. (2001). “ *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek, Bandung: Remaja Rosdakarya*
- Effendy. (2003). “ *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi”*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Krisyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi* Cetakan keempat. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liliweri, Alo. (2017). *Komunikasi Antar-Personal*. Cet.2. Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup.
- Mulyana, Deddy. (2014). *ILMU KOMUNIKASI Suatu Pengantar*. Cet. 18. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2016). *Teori dan riset Media Siber (Cybermedia)*. Cet. 2. Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup.

- Rakhmat, Jalaluddin. (2015). *Psikologi Komunikasi*. Cet.30. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, (2010). “*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cet.24. Bandung: Alfabeta.
- Uno, B. Hamzah. 2012. *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Jakarta: Bumi Aksara
- West, Richard. Lynn H.Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi I Edisi 3*. Salemba Humanika : Jakarta
- Widjaja, H.A.W. (2000). *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Ed. Revisi. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Wirayanto, MA. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia