

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu teknologi paling canggih di era digital saat ini adalah internet yang menghubungkan pengguna di seluruh dunia. Semakin majunya zaman, teknologi melakukan banyak perubahan agar masyarakat dapat mengakses dan beroperasi dengan mudah. Adanya alat elektronik, terutama *smartphone*, membuat komunikasi dan mendapatkan informasi menjadi lebih mudah bagi masyarakat. Media sosial merupakan platform atau sarana pergaulan sosial secara *online* yang memungkinkan penggunanya untuk mendapatkan informasi dan berinteraksi dengan orang lain melalui internet. Setiap media sosial memiliki beberapa fasilitas dan fitur yang unik (Engkus et al., 2017).

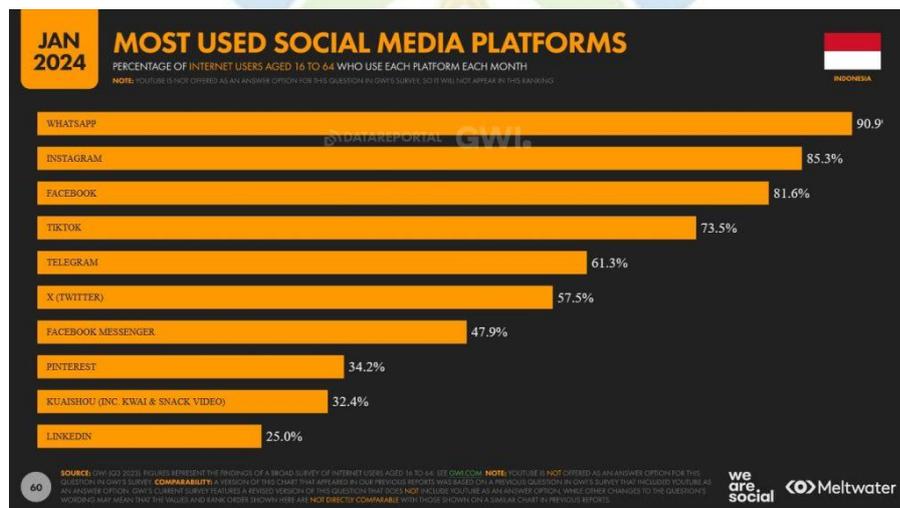
Berbagai lapisan masyarakat telah menggunakan media sosial, termasuk, orang menengah ke atas, bahkan orang menengah ke bawah, pelajar, pebisnis, mahasiswa, dan pegawai kantoran. Sosial media dapat digunakan oleh orang-orang untuk mengikuti perkembangan berita, untuk menunjukkan eksistensinya, ada yang menggunakannya sebagai cara untuk menghasilkan pendapatan atau uang, ada yang hanya mencari teman sebanyak mungkin, meskipun mereka mungkin tidak kenali di dunia nyata, ada yang hanya membuat akun untuk bermain *game*, dan sebagainya (Mubaraq, 2023).

Media sosial dianggap sebagai bagian dari media baru atau *new media*. Menurut Mondry (dalam Kussanti, 2021) *New Media* merupakan media yang menggunakan internet, berbasis teknologi online, memiliki karakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi baik secara privat maupun publik. Media baru (*New Media*) menawarkan banyak fasilitas kemudahan yang memungkinkan lebih banyak orang berpartisipasi dalam komunikasi publik daripada media konvensional (Nasrullah, 2020). Karena menjadi lebih mudah untuk berinteraksi dengan individu dan kelompok, penghapusan sekat di media sosial memberikan penggunanya kesempatan untuk membuat dan menyebarkan pesan. Pengguna media sosial memiliki kemampuan penggunanya untuk beraktualisasi diri dengan menjadi

kreator dan aktor. Karena media sosial tidak secara langsung menunjukkan identitas diri seseorang, masyarakat dengan santai menunjukkan identitas dirinya di media sosial (Valentina et al., 2022).

Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, termasuk bagi kalangan mahasiswa yang menjadikannya sebagai ruang untuk berinteraksi, berekspresi, dan membentuk citra diri. Dalam konten media sosial termasuk identitas pengguna, interaksi, berbagi informasi dan komunikasi, kehadiran (eksis) pengguna dalam menampilkan konten, dan reputasi (status) pengguna (Putri et al., 2023). Salah satu platform yang menonjol dalam hal ini adalah Instagram. Namun, untuk memberikan gambaran yang lebih luas mengenai posisi Instagram di antara media sosial lainnya, berikut disajikan data statistik penggunaan media sosial di Indonesia pada Januari 2024.

Gambar 1.1 Data Statistika Media Sosial Paling Sering Dipakai di Indonesia



Sumber: *We Are Social* (2024)

Berdasarkan data dari *We Are Social* pada tahun 2024, Instagram menempati posisi kedua sebagai media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia dengan persentase pengguna sebesar 85,3%. Meskipun WhatsApp berada di peringkat pertama dengan 90,9%, pilihan platform dalam penelitian ini difokuskan pada Instagram karena sifat dan fungsi Instagram yang lebih mendukung proses representasi diri secara visual dan strategis. WhatsApp umumnya digunakan untuk komunikasi personal dan bersifat privat, sedangkan Instagram menyediakan ruang

publik di mana penggunaannya dapat mengelola citra diri melalui unggahan foto, video, cerita, dan interaksi terbuka dengan audiens yang lebih luas. Tingginya angka penggunaan Instagram menunjukkan bahwa platform ini memiliki jangkauan yang luas dan relevansi tinggi di kalangan masyarakat digital Indonesia, termasuk mahasiswa.

Gambar 1.2 Data Statistika Pengguna Instagram di Indonesia tahun 2024



Sumber: *NapoleonCat* (2024)

Menurut data yang dikumpulkan oleh *NapoleonCat* pada November 2024, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 90,18 juta orang yang setara dengan sekitar 31,8% dari total populasi Indonesia. Dari angka ini, mayoritas pengguna adalah perempuan, dengan persentase 54,2%, sementara laki-laki menyumbang 45,8%. Pengguna terbanyak terdapat pada kelompok usia 25 hingga 34 tahun, dengan total mencapai 36 juta orang. Namun, perbedaan antara jumlah pengguna laki-laki dan perempuan paling terasa pada kelompok usia 18 hingga 24 tahun, dengan jumlah mencapai 12,6 juta orang. Berdasarkan temuan ini, penelitian akan fokus pada kelompok usia 18 hingga 24 tahun dan melibatkan narasumber dari kedua jenis kelamin. Meskipun perempuan mendominasi secara keseluruhan dalam data yang ada, peneliti ingin menggali perspektif dari kedua gender untuk mendapatkan pandangan yang lebih seimbang.

Kelompok usia ini sebagian besar terdiri dari mahasiswa, yang menjadikannya bagian penting sebagai pengguna aktif media sosial di Indonesia. Bagi mereka media sosial merupakan ruang untuk berinteraksi, mengekspresikan diri, dan membentuk citra diri. Kemudahan dalam mengakses dan menjelajahi media sosial seringkali memunculkan rasa ketagihan, membuat para penggunanya merasa sulit untuk lepas dari dunia maya ini (Felita et al., 2016).

Media sosial kerap dianggap sebagai wadah yang tepat bagi remaja untuk mencoba serta mengeksplorasi identitas mereka (Widiantari & Herdiyanto, 2013). Kesadaran seseorang untuk mengidentifikasi dan memberi arti pada dirinya sebagai orang yang berbeda, memiliki keyakinan yang kuat, dan memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat dikenal sebagai identitas diri. Kesuksesan seseorang dalam mencapai identitas diri ditunjukkan oleh kemampuan mereka untuk memperoleh pandangan yang jelas tentang diri mereka sendiri serta pemahaman tentang potensi dan kelemahan mereka (Putri et al., 2023).

Isu mengenai identitas diri di media sosial menjadi semakin kompleks dan bisa terus berkembang, karena identitas tersebut bisa dibentuk melalui simbol-simbol yang dipilih. Setiap pengguna platform media sosial memiliki kebebasan penuh untuk memilih apa yang ingin mereka tampilkan atau sembunyikan di akun mereka. Hal ini memungkinkan munculnya kesan tertentu, di mana seseorang tampaknya mempunyai karakter yang sebanding dengan citra mereka di media sosial (Mubaraq, 2023). Media sosial pun berfungsi sebagai wadah bagi penggunanya untuk membentuk dan menampilkan identitas diri sesuai dengan cara yang mereka inginkan.

Kebudayaan virtual merupakan satu sistem di mana realitas itu sendiri sepenuhnya tercakup dan masuk ke dalam *setting* citra maya seiring dengan tumbuhnya masyarakat berbasis informasi (Kussanti, 2021). Kita hidup dalam realitas baru yang bersifat fantasi, di mana penampilan diri tidak hanya disampaikan melalui pengalaman langsung, tetapi juga melalui dunia maya (Hikmat, 2020). Fenomena ini telah menjadi perhatian dalam berbagai kajian, salah satu aspek menarik untuk diteliti adalah bagaimana individu menampilkan diri mereka melalui dunia maya. Berawal dari pandangan bahwa manusia merupakan aktor di atas

panggung kehidupan, maka apa yang diperlihatkan kepada publik tentu telah diatur dan dipilih secara sadar. Hal ini menjadi semakin kompleks ketika panggung tersebut berada di ranah media sosial, seperti Instagram yang membuka ruang luas untuk membentuk dan mengatur citra diri.

Mahasiswa Program Studi Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung dipilih sebagai subjek penelitian karena mereka hidup di lingkungan akademik yang sarat dengan norma sosial, nilai etika, dan ekspektasi tertentu dalam berperilaku. Namun sebagai generasi muda yang aktif di media sosial seperti Instagram, mereka juga terlibat dalam budaya visual yang menekankan estetika, gaya hidup, dan kebebasan berekspresi. Ketegangan antara kehidupan nyata dan dunia digital ini menciptakan dinamika yang menarik dalam pembentukan identitas diri. Terlebih, sebagai mahasiswa Sosiologi yang secara teoretis memahami struktur sosial dan dinamika identitas, mereka juga menjadi bagian dari proses representasi diri di ruang digital tersebut. Inilah yang menjadi dasar penting untuk mengkaji bagaimana identitas dibentuk dan ditampilkan melalui media sosial.

Penelitian ini penting karena memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana mahasiswa di lingkungan pendidikan tinggi keagamaan mengelola identitas diri dalam ruang publik digital. Fokus pada mahasiswa Sosiologi menawarkan nilai lebih karena mereka tidak hanya menjadi objek, tetapi juga subjek yang sadar akan struktur dan dinamika sosial tempat mereka berada. Sangat sering hal ini menghasilkan gambar yang jauh dari kenyataan, dan pada akhirnya menjadi bukti dari fenomena representasi yang terjadi di era media sosial saat ini. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti melihat pentingnya untuk menelusuri bagaimana proses pembentukan representasi diri berlangsung di kalangan mahasiswa.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan dalam latar belakang sebelumnya, peneliti kemudian merumuskan permasalahan yang akan menjadi perhatian utama dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apa bentuk representasi diri mahasiswa Prodi Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung di Instagram?

2. Mengapa mahasiswa Prodi Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung menampilkan representasi diri di Instagram dalam membentuk identitas?
3. Bagaimana mahasiswa Prodi Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung membentuk identitas mereka melalui representasi diri di Instagram?

C. Tujuan Penelitian

Berbicara tentang dasar masalah dan bagaimana itu dirumuskan, tujuan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bentuk representasi diri mahasiswa Prodi Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung di Instagram.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor munculnya representasi diri mahasiswa Prodi Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung di Instagram dalam membentuk identitas.
3. Untuk mengetahui bagaimana mahasiswa Prodi Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung membentuk identitas mereka melalui representasi diri di Instagram.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik untuk pengembangan ilmu pengetahuan maupun penerapan praktis. Beberapa manfaat yang diharapkan meliputi:

1. Kegunaan Ilmiah

Penelitian ini bertujuan untuk berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ilmu sosial, dengan fokus pada representasi diri di media sosial. Penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana media sosial membentuk identitas diri mahasiswa. Dengan menelaah peran representasi diri dalam menciptakan realitas digital yang memengaruhi persepsi identitas, penelitian ini juga dapat menambah wawasan tentang hubungan antara media sosial dan dinamika identitas di era digital saat ini.

2. Kegunaan Sosial

Selain memiliki kegunaan ilmiah, penelitian ini juga menawarkan beberapa kegunaan sosial signifikansi manfaat praktis, antara lain:

a. Kegunaan untuk Peneliti

Penelitian ini akan menjadi pengalaman berharga bagi peneliti untuk menerapkan pemahaman tentang ilmu sosial, khususnya tentang konsep representasi diri di media sosial. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan kapasitas peneliti untuk memahami dan menganalisis fenomena sosial yang timbul akibat penggunaan media sosial, khususnya berkaitan dengan pembentukan identitas diri.

b. Kegunaan untuk Akademik

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi bagi mahasiswa dan akademisi, terutama mereka yang belajar tentang media sosial dan identitas. Diharapkan temuan penelitian ini akan menjadi literatur yang berguna bagi mahasiswa ilmu sosial secara keseluruhan dan memberikan panduan untuk penelitian lebih lanjut tentang subjek yang sama. Selain itu, hasilnya akan mendorong diskusi tentang dampak media sosial pada kehidupan sehari-hari.

E. Kerangka Berpikir

Media sosial telah menjadi ruang baru bagi individu untuk membangun, menyusun, dan menampilkan identitas diri. Dalam konteks mahasiswa, Instagram bukan sekadar platform berbagi foto atau cerita, melainkan media yang digunakan untuk membentuk citra diri, mencari validasi sosial, hingga membangun eksistensi di mata publik. Representasi diri di Instagram mencerminkan bagaimana seseorang ingin dilihat oleh orang lain, baik dalam bentuk visual (foto, video), narasi (*caption*), maupun interaksi (*like*, komentar, *story*).

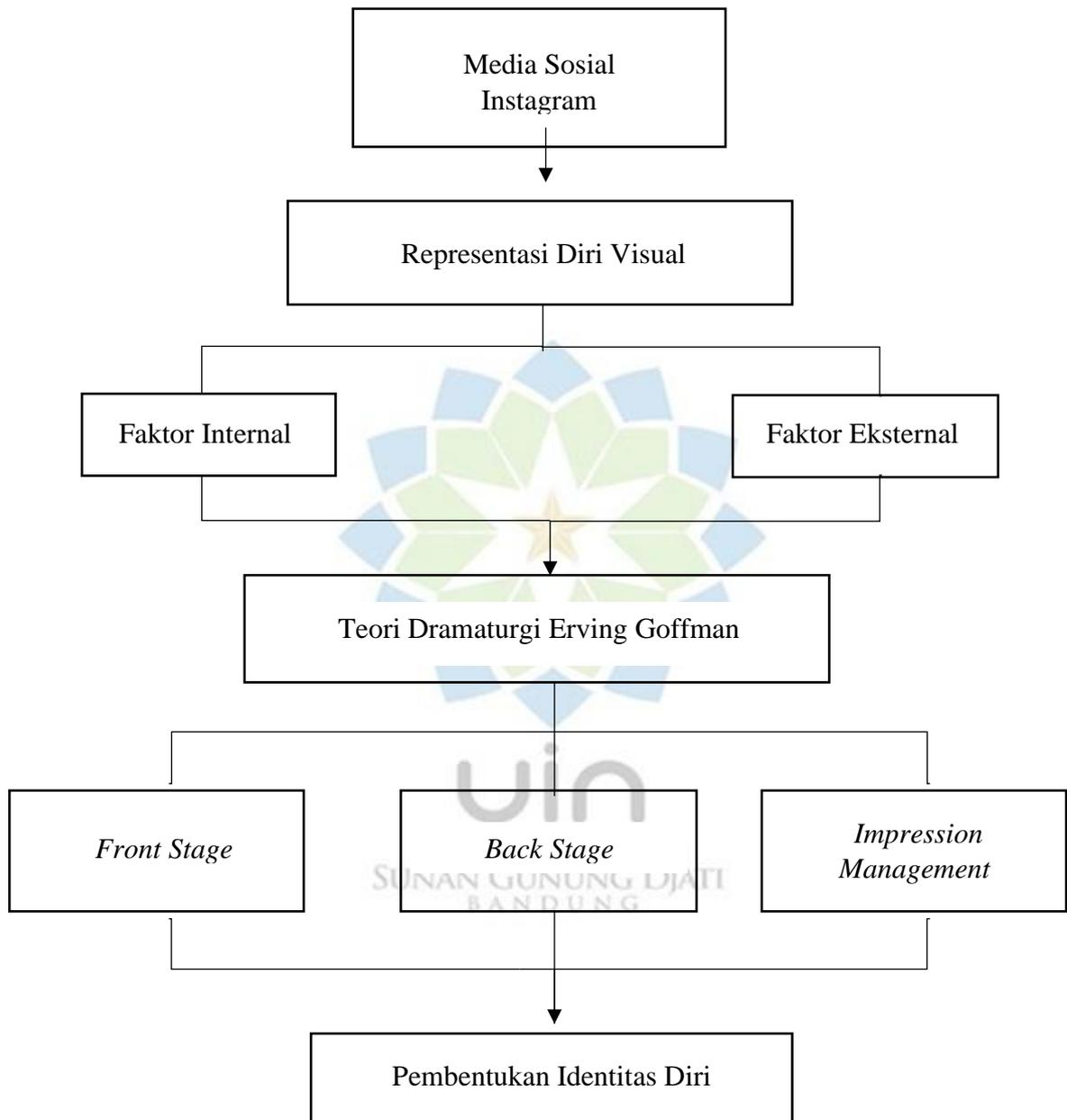
Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori dramaturgi untuk membantu menganalisis pembentukan identitas melalui representasi diri mahasiswa Prodi Sosiologi di Instagram di UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Peneliti menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman karena teori ini memiliki relevansi yang kuat dengan fenomena yang sedang diteliti. Mahasiswa menggunakan Instagram sebagai media konstruksi identitas digital melalui proses representasi diri. Instagram menyediakan panggung visual (*front stage*) untuk citra diri

terkurasi, serta panggung privat (*back stage*) untuk ekspresi lebih autentik, sesuai dengan teori dramaturgi Goffman (Malicha et al., 2023). Menurut Teori Dramaturgi Erving Goffman (dalam Ritzer, 2014) interaksi dan tindakan yang kita lakukan sehari-hari layaknya “pertunjukkan teater”. Manusia diibaratkan sebagai aktor yang sedang bersandiwara di atas panggung yaitu aktor sosial yang menampilkan diri mereka, mengambil peran tertentu, membentuk karakter, dan menjalani berbagai adegan ketika terlibat dalam interaksi dengan orang lain.

Motif mahasiswa dalam membentuk identitas diri di Instagram menjadi bagian penting dari penelitian ini. Mereka bisa jadi termotivasi oleh kebutuhan akan validasi sosial, keinginan untuk menunjukkan gaya hidup, atau sekadar menyesuaikan diri dengan norma kelompok sosialnya (Alqiva & Gautama, 2021). Melalui fitur-fitur seperti *feed*, *story*, *caption*, dan interaksi dengan pengikut, mahasiswa melakukan *impression management*, yakni usaha mengontrol cara mereka dipersepsikan oleh orang lain (Zakirah, 2020). Pemilihan foto, kata-kata, hingga estetika visual semuanya merupakan strategi sosial yang merepresentasikan performa diri mereka di Instagram.

Proses interaksi digital yang terjadi di Instagram tidak hanya memengaruhi bagaimana mahasiswa dilihat oleh orang lain, tetapi juga memengaruhi cara mereka melihat diri sendiri. Umpan balik dari audiens seperti komentar, jumlah *like*, dan respon *story* menjadi cerminan ekspektasi sosial yang secara tidak langsung membentuk identitas diri mahasiswa. Dalam jangka waktu tertentu, identitas yang awalnya hanya dipentaskan di media sosial dapat menjadi bagian dari identitas yang diinternalisasi, yang berarti terdapat relasi timbal balik antara representasi digital dan pembentukan identitas nyata. Mahasiswa bukan hanya pengguna media sosial, tetapi juga aktor yang secara sadar dan strategis membentuk citra diri mereka sesuai dengan audiens yang dituju. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap akun Instagram subjek penelitian, untuk menggali dinamika antara *front stage* dan *back stage* dalam konteks identitas digital mahasiswa.

Gambar 1.3 Kerangka Berpikir



Sumber: Olahan Peneliti (2025)