

**REPRESENTASI DIRI MELALUI INSTAGRAM OLEH MAHASISWA
JURUSAN SOSIOLOGI UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan pada Jurusan Sosiologi FIS UNP*



OLEH :

**AULIA ALQIVA
17058149**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI
JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Representasi Diri Melalui Instagram Oleh Mahasiswa Jurusan Sosiologi
Universitas Negeri Padang

Nama : Aulia Alqiva
NIM/TM : 17058149/2017
Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Jurusan : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial

Mengetahui
Dekan FIS UNP



Dr. Siti Fatimah, M.Pd., M.Hum
Nip. 19610218 1984 03 2 001

Padang, September 2021
Disetujui Oleh,
Pembimbing

Mohammad Isa Gautama, S.Pd, M.Si
NIP. 19761121 200501 1 001

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi

Program Studi Pendidikan Sosiologi Jurusan Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang

Pada Hari Jum'at 27 Agustus 2021

Representasi Diri Melalui Instagram Oleh Mahasiswa Jurusan Sosiologi

Universitas Negeri Padang

Nama : Aulia Alqiva
NIM/TM : 17058149/2017
Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Jurusan : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, September 2021

TIM PENGUJI	NAMA	TANDA TANGAN
1. Ketua	: Mohammad Isa Gautama, S.Pd, M.Si	1 
2. Anggota	: Dr. Eka Vidya Putra, S.Sos, M.Si	2 
3. Anggota	: Dr. Desy Mardiah, S.Th.I, S.Sos, M.Si	3 

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aulia Alqiva
NIM/TM : 17058149/2017
Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Jurusan : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul "**Representasi Diri Melalui Instagram Oleh Mahasiswa Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Padang**" adalah benar hasil karya saya sendiri, bukan hasil plagiat dari karya orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata cara penulisan karya ilmiah yang lazim. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan ketentuan yang berlaku, baik di institusi UNP maupun masyarakat dan Negara.

Demikianlah, surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Padang, September 2021

Mengetahui,
Ketua Jurusan Sosiologi

Saya yang menyatakan



Dr. Eka Vidya Putra, S.Sos., M.Si
NIP.19731202 200501 1 001



Aulia Alqiva
NIM. 17058149

ABSTRAK

Aulia Alqiva, 2021, “Representasi Diri Melalui Instagram oleh Mahasiswa Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Padang”. Skripsi Program Studi Pendidikan Sosiologi Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.

Permasalahan yang diangkat pada penelitian ini adalah mengenai Apa yang ingin mahasiswa angkatan 2017 Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Padang tampilkan pada panggung Instagram untuk mewujudkan perilaku representasi dirinya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara, dokumentasi dan observasi. Teori yang digunakan dalam mengkaji permasalahan yang diangkat ke dalam penelitian ini adalah teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman.

Dari penelitian ini ditemukan bahwa mahasiswa rela melakukan hal yang tidak sesuai dengan faktanya di lapangan demi membangun representasi diri sesuai yang mahasiswa ingin bangun melalui media sosial Instagram. Selain itu tidak semua yang diunggah oleh mahasiswa adalah hal yang benar dimilikinya atau merupakan bagian dari dirinya. Dengan melakukan representasi diri di media sosial, mahasiswa merasa status sosialnya meningkat namun hal tersebut hanya terjadi di dunia maya saja.

Mahasiswa melakukan hal-hal tertentu demi mencapai representasi diri yang diinginkannya yakni melalui usaha representasi dengan menjadikan *Selebgram*, *Sosialita* dan *Motivator* sebagai basis pedoman atau standar perilaku representasi diri oleh mahasiswa angkatan 2017 Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang. Mahasiswa yang mempresentasikan dirinya seperti *selebgram* dengan mengunggah sesuatu yang mengikuti *trend* agar eksis di dunia maya. Kemudian ciri-ciri mahasiswa yang merepresentasikan dirinya seperti *sosialita* adalah dengan mengenakan barang-barang *branded* dan pergi ke tempat yang *instagramable*. Sedangkan ciri mahasiswa yang merepresentasikan diri seperti *motivator* yakni dengan mengunggah kalimat bijak.

Kata Kunci : Representasi Diri, Instagram, Mahasiswa

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil 'alamin. Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis. Tidak pernah lupa sholawat beserta salam penulis curahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Atas izin Allah SWT lah penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: "**Representasi Diri Melalui Instagram Oleh Mahasiswa Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Padang**" sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada program Sarjana Pendidikan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari segi materi maupun teknik penulisan, semua ini karena keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada penulis. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritikan dan saran dari berbagai pihak yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya penulis dapat melalui berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak secara moral maupun spiritual. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tulus dan ikhlas kepada yang terhormat:

1. Orang tuaku tercinta, Ayah (Adri Koto) dan Ibu (Edlyn Winda S.E), dan Adik (Rania Putri Humaira) serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa moril dan materil serta memberikan semangat dan motivasi dalam perkuliahan sampai skripsi ini selesai.
2. Rektor Universitas Negeri Padang (Prof. Ganefri Ph.D) yang telah memberikan kesempatan bagi penulis menyelesaikan studi dari awal hingga terselesaikannya tugas akhir skripsi ini.
3. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang yang telah memberikan izin penelitian.

4. Bapak Dr. Eka Vidya Putra, S. Sos, M.Si sebagai Ketua Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Padang yang telah mempermudah penyelesaian skripsi penulis.
5. Ibu Erda Fitriani, S.Sos sebagai Sekretaris Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Drs.Ikhwan, M.Si selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, sehingga dapat mempermudah segala urusan kuliah penulis.
7. Bapak Mohammad Isa Gautama, S.Pd, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan, masukan, dan motivasi yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi.
8. Bapak Dr. Eka Vidya Putra, S. Sos, M.Si dan Ibu Dr. Desy Mardiah, S.Th.I, S.Sos, M.Si selaku tim dosen penguji yang telah memberikan masukan, arahan, maupun saran demi kesempurnaan skripsi ini.
9. Semua informan dari Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial (FIS) Universitas Negeri Padang (UNP).
10. Kurnia Hidayat S.Pd, Putri Pattitria Ningrum Nasution, Annisa Riski Khairi Nabila dan Putri Indah Sari sebagai teman yang selalu membantu, mengarahkan, memberikan dukungan untuk penyelesaian skripsi ini.
11. Terimakasih juga kepada teman-teman Sosiologi 2017 yang selalu memberikan dukungan terhadap penyelesaian skripsi ini.

Padang, Agustus 2021

Penulis

Aulia Alqiva
NIM: 17058149

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR BAGAN.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Permasalahan Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN TEORI	14
A. Kerangka Teori.....	14
B. Studi Relevan.....	16
C. Penjelasan Konseptual	19
1. Media Sosial	19
2. Instagram	21
3. Representasi Diri	23
D. Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Lokasi Penelitian	28

B. Pendekatan dan Tipe Penelitian	28
C. Informan Penelitian.....	29
D. Pengumpulan Data.....	30
E. Triangulasi Data.....	33
F. Analisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	36
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	36
B. Temuan Penelitian	48
1. <i>Selebgram</i>	48
2. Sosialita	54
3. Motivator	66
C. Analisis Data.....	70
BAB V PENUTUP	82
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Data Informan.....	38
2. Selebgram.....	79
3. Sosialita.....	80
4. Motivator.....	80

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Grafik Penggunaan Media Sosial Setiap Hari.....	3
2. 10 Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak.....	5
3. Tampilan Instastory FH.....	41
4. Tampilan jumlah <i>followers</i> HD.....	43
5. Tampilan postingan foto nongkrong di cafe ARKN.....	44
6. Tampilan postingan MCN saat jadi model.....	45
7. Tampilan Hashtag pada Foto HD.....	52
8. Postingan Informan menggunakan fitur <i>question</i>	53
9. Postingan <i>Instastory</i> tiket bioskop informan.....	54
10. Postingan Mirror Selfie PIS.....	58
11. Postingan Mirror Selfie MA.....	59
12. Tampilan Barang <i>Branded</i> PIS.....	61
13. Postingan BNP Pergi Liburan.....	63
14. Postingan Postingan Feed CI di Cafe.....	63
15. Postingan CI Saat Akan Mengikuti Tournament PUBG.....	64
16. Postingan Tentang PUBG pada Instagram CI.....	65
17. Postingan MPI Saat di Cafe.....	66
18. Postingan <i>quotes</i> MA pada <i>instastory</i> Instagram.....	68
19. Repost foto dari akun lain oleh FH.....	69

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 1: Kerangka Berfikir.....	27
2. Basis Pedoman Perilaku Representasi Sosial.....	48
3. Dramaturgi Erving Goffman.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran:

1. Pedoman Wawancara.....	89
2. Pedoman Observasi.....	90
3. Surat Tugas Pembimbing.....	92
4. Surat Tugas Seminar Proposal.....	93
5. Surat Izin Penelitian.....	94
6. Dokumentasi penelitian.....	95

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat membawa perubahan dalam segala lapisan kehidupan masyarakat. Teknologi sudah digunakan di segala bidang dalam membantu melakukan pekerjaan manusia pada umumnya. Kreativitas manusia semakin berkembang sehingga mendorong diperolehnya temuan-temuan baru dalam bidang teknologi yang dimanfaatkan sebagai sarana peningkatan kesejahteraan umat manusia. Sebuah penggabungan antara teknologi komputer dan telekomunikasi telah menghasilkan suatu revolusi di bidang sistem informasi.

Dengan adanya teknologi informasi ini, maka lahirlah komunikasi interaktif yang disebut dengan internet. Internet menjadi salah satu media teknologi informasi yang sangat bermanfaat tetapi membawa sejumlah perubahan dalam kehidupan masyarakat saat ini. Menurut Allan (2005:12) Internet sudah diperkenalkan pada tahun 1983 oleh Joseph F.P. Luhukay yang diawali di Universitas Indonesia yang hingga sampai saat ini perkembangan internet baik di Indonesia maupun di dunia terus berkembang secara pesat.

Saat ini internet tidak hanya digunakan untuk bekerja dan keperluan pendidikan, tetapi juga semakin dekat dengan kebutuhan sehari-hari. Contohnya saja seperti media sosial, media sosial merupakan media online yang berbasis

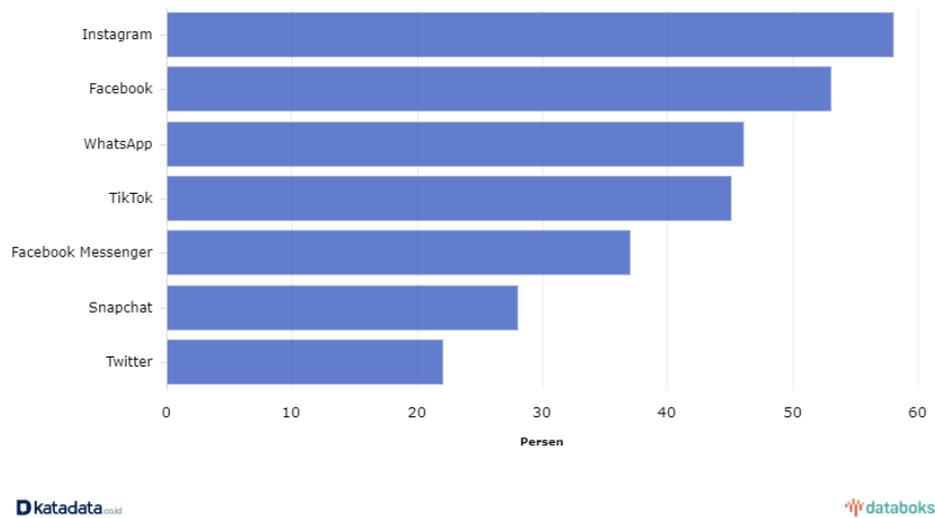
internet yang memungkinkan pengguna dapat saling berinteraksi dengan cara virtual saja atau secara tidak langsung.

Fenomena kemunculan berbagai situs media sosial pada internet telah menjadi suatu hal yang menarik di tengah masih maraknya keberadaan media-media konvensional seperti televisi, koran, maupun radio. Kini masyarakat berada di tengah arus perubahan yang deras dengan keberadaan media-media sosial. Media sosial merupakan sebuah web berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunanya untuk membuat profil, melihat daftar pengguna yang tersedia, serta mengundang atau menerima teman untuk bergabung dalam situs tersebut.

Ragam media sosial di dunia tidak bisa dibilang sedikit. Setidaknya ada puluhan media sosial yang tersebar di seluruh penjuru internet. Namun tidak semua media sosial mendapatkan perhatian yang sebanding. Ada beberapa media sosial yang lebih unggul dibandingkan dengan lainnya. Tentunya dengan media sosial ini, masing-masing individu memiliki kehidupan di dunia nyata dan dunia maya.

Kehidupan di dua dunia ini telah berlangsung sejak munculnya media sosial. Berbagai macam media sosial menjadi habitat bagi para pengguna internet untuk berinteraksi dan berkembang di ranah digital. Media sosial sendiri merupakan wadah yang memungkinkan penggunanya untuk bisa mengungkapkan segala ekspresi yang sedang dirasakan pada saat itu juga.

Salah satu media sosial yang populer beberapa tahun belakangan adalah Instagram. Instagram dengan cepat meraih banyak pengguna. Terlihat dari gambar grafik penggunaan media sosial berikut ini.



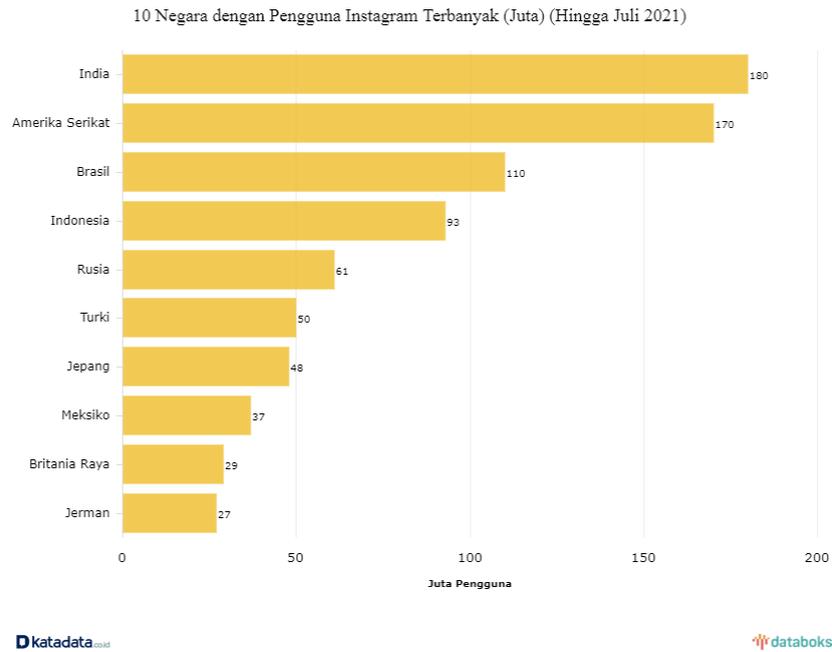
Gambar 1
Grafik Penggunaan Media Sosial Setiap Hari (Kuartal I-2021) di Indonesia
 (sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/14/instagram-media-sosial-paling-sering-digunakan>)

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa penggunaan Instagram di Indonesia mencapai 58% banyaknya pengguna. Instagram sendiri adalah sebuah aplikasi berbagi foto atau video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk milik Instagram sendiri. Menurut Atmoko (2012:3) Instagram adalah layanan jejaring sosial berbasis fotografi, diresmikan pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang mampu menjangkau 25 ribu pengguna di hari pertama. Instagram dianggap sebagai salah satu media yang paling *fresh* dan memiliki jumlah *followers* yang paling banyak di antara media sosial lainnya. Hal ini disebabkan karena Instagram lebih fokus dengan foto dan video yang berdurasi pendek, ditambah dengan fitur-fitur yang canggih dan dapat melihat dengan jelas artis lokal hingga mancanegara serta foto atau video apa saja yang

diinginkan telah memiliki akun serta aktif di Instagram yang dapat dengan mudah untuk mengetahui tentang hal apa saja yang diinginkan.

Saat ini banyak orang menggunakan Instagram sebagai sarana untuk memperluas jaringan komunikasi serta menginformasikan tentang kegiatan mereka yang diabadikan. Selain itu sekarang ini banyak para pengguna Instagram yang menjadikan jejaring sosial Instagram ini sebagai representasi diri. Banyak orang yang berlomba – lomba memperbanyak postingan foto atau videonya agar banyak yang meng'love' (menyukai) dan menjadi *followersnya* (pengikut) , sehingga mungkin bisa dianggap sebagai salah seorang yang eksis didunia maya.

Instagram sebagai media sosial yang semakin populer kini telah digandrungi hampir di semua kalangan mulai dari anak - anak, remaja, hingga orang dewasa. Keberadaan Instagram hampir diterima oleh semua kalangan yang disebabkan oleh tersedianya berbagai fitur menarik, kemudian fitur - fitur ini terus berinovasi sehingga membuat penggunanya tidak merasa jenuh dalam penggunaannya. Berikut adalah grafik data jumlah pengguna aktif Instagram di seluruh dunia mencapai 1,07 miliar dan 354 juta penggunanya berusia 25 hingga 34 tahun.



Gambar 2

10 Negara dengan Pengguna Instagram Terbanyak (Juta) (Hingga Juli 2021)
 (Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>)

India merupakan negara dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia, yaitu mencapai 180 juta pengguna. Diikuti Amerika Serikat sebesar 170 juta pengguna, Brazil 110 juta pengguna, Indonesia 93 juta pengguna dan Rusia 61 juta pengguna.

Hingga Juli 2021, India memiliki total 190,11 juta pengguna Instagram atau 10,4% dari total populasi penduduknya. Hal tersebut menjadikan India sebagai pasar terbesar bagi *platform* media sosial seperti Instagram. Kelompok usia 18-24 tahun merupakan kelompok pengguna terbesar dengan total 63 juta pengguna.

Berdasarkan Databoks (2021) Di Indonesia, jumlah pengguna Instagram hingga Juli 2021 sebesar 91,77 juta pengguna. Pengguna terbesar terdapat di kelompok usia 18 – 24 tahun yaitu 36,4%. Instagram berada di urutan ketiga sebagai *platform* media sosial yang paling sering digunakan, setelah YouTube dan WhatsApp.

Instagram menjadi media sosial yang sangat populer di berbagai belahan dunia karena memungkinkan penggunanya untuk berbagi konten fotografi serta mengikuti kehidupan para pesohor favorit.

Sebelum pengguna Instagram mengunggah, foto diberi filter agar terlihat menarik dan tentu saja untuk mempresentasikan dirinya. Tidak hanya itu saja, mengunggah foto di instagram bertujuan untuk menarik perhatian pengguna Instagram di seluruh dunia dengan memberikan like dan komentar. Sehingga Instagram dapat menjadi salah satu sosial media yang digunakan oleh individu untuk melakukan penataan atau presentasi terhadap dirinya.

Menurut Alwisol (2010:201) memang kenyataannya, sesuai dengan teori motivasi manusia Abraham Maslow, dimana variasi kebutuhan manusia dipandang tersusun dalam bentuk hirarki atau berjenjang. Setiap jenjang kebutuhan dapat dipenuhi hanya kalau jenjang sebelumnya telah relatif terpuaskan. Pada kebutuhan dasar keempat yaitu kebutuhan harga diri (*self esteem*), apabila kebutuhan jenjang sebelumnya relatif terpuaskan, kekuatan motivasinya melemah, diganti motivasi harga diri. Ada dua jenis harga diri yaitu menghargai diri sendiri (*self respect*) dan mendapat penghargaan dari orang lain (*respect from others*).

Menurut Alwisol (2010:206) kepuasan kebutuhan harga diri menimbulkan perasaan dan sikap percaya diri, diri berharga, diri mampu dan perasaan berguna dan penting di dunia. Hal ini dapat ditunjukkan bahwa manusia memiliki eksistensi diri ingin mengkomunikasikan dirinya bahwa dia ada.

Dalam hubungan dengan Instagram seseorang dapat mewujudkan representasi dirinya dengan mengunggah video atau *selfie* kegiatannya melalui *instastory* serta menambahkan filter lucu dan bagus, lalu membagikan foto di *instagram feed* sebagai bentuk representasi diri dalam menggunakan aplikasi instagram tersebut.

Seiring berjalannya waktu, instagram mulai berkembang yang pada awalnya hanya sebatas media untuk saling berkomunikasi kini telah menjadi salah satu media yang menyediakan berbagai informasi baik itu ilmu pengetahuan umum hingga sampai kepada kejadian yang sedang viral. Berkat instagram yang semakin inovatif dalam hal fitur menyebabkan jumlah penggunanya terus bertambah hingga merambah ke ranah pendidikan yaitu para civitas akademik dalam hal ini mahasiswa.

Mahasiswa merupakan kaum terpelajar yang memiliki posisi tersendiri di lingkungan masyarakat, yang mau tidak mau pasti terlibat langsung dalam tiap fenomena sosial, dan harus mampu mengimplementasikan kemampuan keilmuannya dalam akslerasi perubahan keumatan ke arah berkeadaban. Pada kenyataannya mahasiswa yang digolongkan kaum intelektual, secara umum menemukan adanya pergaulan masyarakat kota besar yang mengarah pada pemenuhan kebutuhan gaya hidup, terlebih bagi para mahasiswa yang berasal dari

daerah kecil bahkan pedesaan, sebagian besar dari mereka terkagetkan melihat fenomena di lingkungan kampus, terdapat keanekaragaman sosial dan budaya untuk bersosialisasi dan mampu beradaptasi agar dapat menyesuaikan diri di lingkungannya. Keadaan tersebut membuat mahasiswa mudah terpengaruh lingkungan sekitarnya, apalagi bagi mereka yang masih pada tahap pencarian jati diri dan memiliki keinginan untuk mencoba-coba hal baru. Begitu pun dengan mahasiswa di kota Padang yang tidak terlepas dari fenomena- fenomena tersebut.

Keinginan untuk beradaptasi agar diterima di lingkungannya dan untuk menunjukkan status mereka, memungkinkan mahasiswa tersebut akan rela menabung kiriman orang tua, dengan membatasi porsi makan sampai berpuasa hanya untuk memiliki barang yang mereka inginkan, bahkan memungkinkan mahasiswa akan segera menghabiskan uang pemberian orang tua hanya untuk hal-hal kesenangan, atau adanya permintaan lebih uang kebutuhan yang mengatas namakan kepentingan kampus, dan mengalih fungsikan uang UKT untuk hal yang sebenarnya tidak terlalu mereka butuhkan.

Mahasiswa yang memiliki fungsi sebagai salah satu agen perubahan menggunakan Instagram sebagai wadah untuk berkarya dan berinovasi. Tetapi yang terjadi sekarang tidak sesuai berdasarkan fungsinya. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan beberapa mahasiswa angkatan 2017 Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial, kebanyakan dari mereka mengikuti *fashion* di Instagram agar tidak terlihat ketinggalan zaman. Dengan adanya Instagram juga banyak tempat-tempat yang bagus bermunculan kalau istilahnya *instagramable*. Tak sedikit orang terutama para mahasiswa tak segan-segan mendatangi tempat

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

Lalu, mahasiswa angkatan 2017 Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang ini membeli pakaian, tas *branded*, make up dan barang-barang yang bermerk lainnya untuk mengikuti *trend* agar mereka bisa *share* foto mereka di instagram. Meski hanya untuk bepergian di dekat sekitar rumah atau kosan, mahasiswa ini harus *touch up* atau dandan terlebih dahulu agar terlihat rapi dan menarik untuk keperluan representasi diri, memperlihatkan gaya hidup mereka dan tidak lupa untuk membuat *story* instagram.

Bahkan, kebanyakan dari mahasiswa di kehidupan nyatanya mereka merupakan orang yang pemalu dan tidak begitu aktif. Tetapi di media sosial Instagram mereka bisa menjadi orang yang memiliki percaya diri yang tinggi dan aktif untuk update di Instagram.

Media sosial Instagram sekarang ini dijadikan tempat mencurahkan isi hati ataupun masalah-masalah yang sedang dialami terutama bagi para mahasiswa. Contohnya seperti kebanyakan mahasiswa mencurahkan semua isi hatinya melalui *Instastory* dengan visual lagu, video maupun dengan gambaran. Selain di *Instastory* mereka juga mencurahkan isi hati mereka di dalam caption foto mereka. Akan tetapi beberapa kasus yang mereka posting di media sosial tidak menggambarkan keadaan *social life* mereka yang sebenarnya. Ketika para mahasiswa tersebut memposting sisi hidupnya yang penuh kesenangan, tidak jarang kenyataannya dalam hidupnya mereka merasa kesepian. Manusia sebagai

aktor yang kreatif mampu menciptakan berbagai hal, salah satunya adalah ruang interaksi dunia maya. Setiap individu mampu menampilkan karakter diri yang berbeda ketika berada di dunia maya dengan dunia nyata.

Kini pertumbuhan internet semakin cepat di kalangan masyarakat *post-modern*. Di satu sisi mungkin benar telah melahirkan berbagai macam ruang publik yang mungkin terbuka atau umum dan bahkan tanpa batas. Internet menjadi saluran bagi anak-anak muda untuk menyampaikan pendapat tentang sosial-politiknya. Namun di sisi yang lain, menurut Sugihartati (2014:38) dengan kehadiran ruang publik yang ada di *cyberspace* ternyata malah merangsang tumbuhnya perilaku dan gaya hidup yang berbeda yaitu gaya hidup remaja urban yang lebih banyak di kendalikan oleh hasrat dan keinginan untuk terus membeli produk-produk atau barang-barang industri budaya terbaru daripada idealisme untuk memperjuangkan kepentingan dan perkembangan demokrasi.

Perkembangan teknologi dan komunikasi kini telah merubah cara interaksi antar individu. Kini internet menjadi sebuah ruang digital yang menciptakan sebuah ruang kultural. Tidak dapat dipungkiri bahwa dengan keberadaan internet memberikan banyak kemudahan kepada penggunanya. Cara manusia untuk saling berkomunikasi juga berkembang terus menerus mengikuti perkembangan teknologi. Menurut Arlian (2015) Hingga dapat menghadirkan beragam aplikasi pesan antar (*instant messaging*) dan juga beragam model Web 2.0 sebagai sarana komunikasi antar pengguna internet. Era ini disebut juga sebagai era media baru atau *new media*.

Kehadiran media sosial di kalangan mahasiswa kini membuat ruang privat seorang individu menjadi ruang publik. Terjadi pergeseran budaya di kalangan mahasiswa. Mahasiswa kini tidak segan-segan membagikan segala bentuk kegiatan yang bersifat pribadi ataupun tidak pribadi untuk di sampaikan kepada teman-temannya melalui akun media sosial Instagram membentuk representasi diri mereka.

Dalam konsep Dramaturgi oleh Erving Goffman bahwa individu akan berlomba-lomba menampilkan dirinya sebaik mungkin. Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain. Dari perspektif ilmu sosiologi, Poloma (2013) menyebut upaya ini sebagai pengelolaan kesan (*impression management*), yaitu teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.

Berdasarkan fenomena serta pemaparan yang telah disampaikan berdasarkan permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Representasi Diri Melalui Instagram oleh Mahasiswa Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Padang”**.

B. Permasalahan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis paparkan di atas, penulis tertarik dan lebih memfokuskan penelitian ini untuk mengetahui dan mengungkapkan perilaku mahasiswa angkatan 2017 Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang dalam representasi diri melalui Instagram yang mereka lakukan.

Kini pertumbuhan internet semakin cepat di kalangan masyarakat *post-modern*. Manusia sebagai aktor yang kreatif mampu menciptakan berbagai hal, salah satunya adalah ruang interaksi dunia maya. Setiap individu mampu menampilkan karakter diri yang berbeda ketika berada di dunia maya dengan dunia nyata.

Perkembangan teknologi dan komunikasi kini telah mengubah cara interaksi antar individu. Kini internet menjadi sebuah ruang digital yang menciptakan sebuah ruang kultural. Kehadiran media sosial di kalangan mahasiswa kini membuat ruang privat seorang individu menjadi ruang publik. Terjadinya pergeseran budaya di kalangan mahasiswa.

Yasraf Amir dalam Piliang (2004:21) menjelaskan representasi diri pada dasarnya adalah sesuatu yang hadir, namun menunjukkan sesuatu di luar dirinyalah yang coba dihadirkan. Dalam hubungan dengan Instagram seseorang dapat mewujudkan representasi dirinya dengan mengunggah video atau *selfie* kegiatannya melalui *instastory* Instagram, lalu membagikan foto di *instagram feed* sebagai bentuk representasi diri dalam menggunakan aplikasi instagram tersebut.

Maka dari itu, peneliti mengangkat judul “Representasi Diri Melalui Instagram Oleh Mahasiswa Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Padang”. Ada pun fokus permasalahan tersebut dapat dijadikan satu pertanyaan bagi peneliti yaitu: **Apa yang ingin mahasiswa angkatan 2017 Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Padang tampilkan pada panggung Instagram untuk mewujudkan perilaku representasi dirinya?**

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku representasi diri yang ingin mahasiswa angkatan 2017 Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Padang tampilkan pada panggung Instagram.

D. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian di atas, maka manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian adalah :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan ilmiah bagi mahasiswa ilmu sosial khususnya mahasiswa Jurusan Sosiologi. Serta penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan untuk menambah bahan referensi dalam wawasan kajian di bidang sosiologi komunikasi yang berkaitan dengan fenomena perilaku representasi diri yang ditampilkan pada panggung Instagram oleh mahasiswa angkatan 2017 Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Padang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan jawaban atas permasalahan yang diteliti, yaitu tentang representasi diri melalui instagram oleh mahasiswa Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Padang. Selain itu juga dapat memberikan wawasan dan pengalaman bagi peneliti, sehingga dapat dijadikan sebagai bekal untuk penelitian-penelitian selanjutnya.