

BAB I

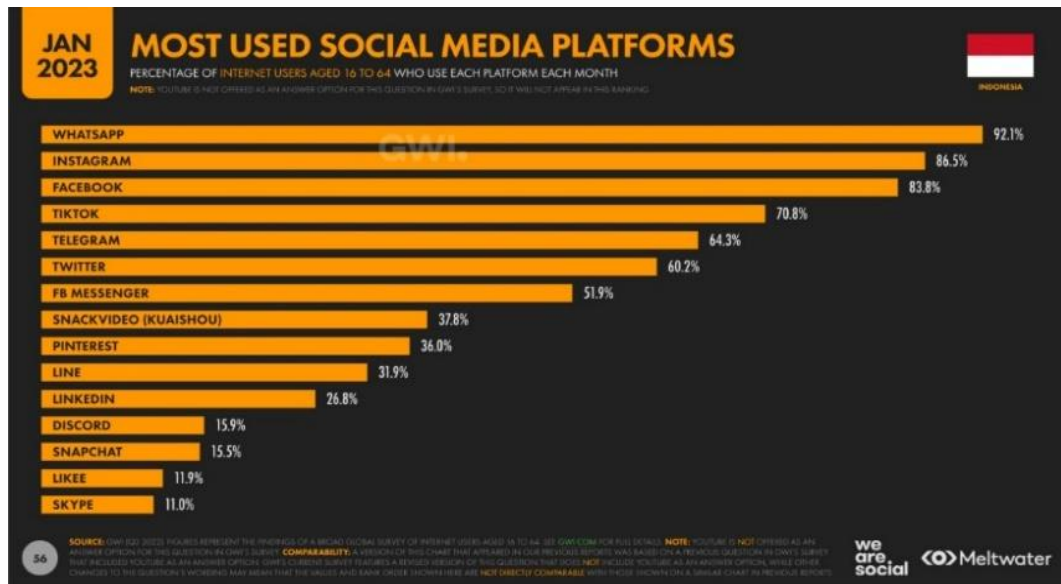
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan generasi muda, khususnya mahasiswa. Perkembangan teknologi digital mendorong mereka untuk tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga produsen konten yang aktif dalam membangun dan menampilkan citra diri di ruang publik digital. Media sosial dimanfaatkan oleh pengguna untuk merepresentasikan dirinya dan berinteraksi dengan pengguna lain, berkomunikasi, serta menjalin hubungan secara virtual Nasrullah, 2015 (dalam Putri, 2024). Pada saat ini, penggunaan media sosial dilandasi oleh beragam motivasi, seperti keinginan untuk berkomunikasi, mencari informasi terbaru, berbagi pengetahuan, hingga mengikuti tren yang sedang berkembang (Haikal & Alfiando, 2025).

Salah satu media sosial yang sangat populer yaitu Instagram. Dalam data *we are social* (2023), pengguna Instagram di Indonesia menjadi platform media sosial nomor dua terpopuler atau paling banyak digunakan dengan 86,5%. Tingginya jumlah pengguna ini menjadikan Instagram tidak hanya sebagai sarana berbagi foto dan video, tetapi juga sebagai media komunikasi, pencarian informasi, personal branding, hingga aktivitas promosi dan pemasaran. Fitur-fitur seperti Stories, Reels, dan *Feed* interaktif turut mendorong intensitas penggunaan serta keterlibatan (engagement) pengguna dalam berinteraksi. Dengan demikian, popularitas Instagram di Indonesia memperlihatkan peran strategis platform ini dalam

membentuk komunikasi dan perilaku digital masyarakat, sehingga relevan untuk dijadikan objek penelitian dalam kajian komunikasi.



Gambar 1.1 Survey Pengguna Media Sosial di Indonesia

Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

Selain itu, data NapoleonCat pada tahun 2023 mencatat bahwa 37,8% pengguna Instagram di Indonesia berada pada kelompok usia 18–24 tahun, yang secara demografis didominasi oleh mahasiswa. Temuan ini membuktikan bahwa mahasiswa merupakan kelompok pengguna aktif Instagram, sehingga platform ini berpotensi berperan dalam proses pembentukan citra diri melalui aktivitas pengelolaan dan penyajian konten pada *feed* Instagram.

Tingginya tingkat penggunaan Instagram tersebut menunjukkan bahwa penggunanya seperti mahasiswa yang menggunakan Instagram sebagai panggung untuk merepresentasikan dan membangun citra diri melalui fitur visual yang tersedia platform ini (Azhari & Khairussalam, 2024). Banyak individu memanfaatkan instagram ini untuk memperlihatkan keberadaan mereka kepada

publik melalui unggahan foto, video, karya, atau pernyataan pribadi. Aktivitas ini menjadi bentuk ekspresi diri yang menunjukkan siapa mereka sebenarnya di hadapan orang lain (Haikal & Alfiando, 2025).

Aktivitas yang menjadi bentuk ekspresi diri tersebut terdapat di dalam praktiknya pada penggunaan instagram, penggunanya cenderung melakukan seleksi dan pemilihan konten yang ditampilkan pada *feed* Instagram mereka untuk menampilkan citra diri yang dianggap ideal, menarik, dan sesuai dengan ekspektasi sosial. Dengan menyajikan konsep galeri foto, konten yang telah di unggah tersaji bersusun dalam profil pengguna yang biasa disebut *feed* (Sabirin, 2020). Hal tersebut sesuai dengan penggunaan Instagram, dimana instagram memiliki hubungan dengan citra diri mahasiswa seperti penggunaan fitur media sosial instagram yang menunjukkan korelasi positif dengan pembentukan citra diri di kalangan mahasiswa (Rejeki et al., 2020).

Namun dengan adanya pengaruh instagram terhadap citra diri tersebut, penggunanya mampu mengimplementasikan citra diri yang mereka ciptakan melalui unggahan dan postingan yang ditampilkan pada *feed* instagram, khususnya di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi. Untuk dapat menampilkan *feed* Instagram yang rapi dan menarik, pengguna Instagram biasanya akan memperhatikan tone warna dari foto maupun video yang mereka unggah supaya terlihat serasi dan senada (Ella, 2025). Hal ini dapat diartikan bahwa tampilan *feed* pada instagram dapat berpengaruh terhadap citra diri penggunanya. Dimana citra diri terbentuk dari berbagai pengalaman, keyakinan, harapan, hingga interaksi dengan lingkungan sosial (Rizal et al., 2019). Oleh karena itu, Instagram sebagai

media berbasis visual memberi ruang bagi pengguna untuk membentuk citra diri yang ingin mereka tampilkan kepada publik.

Berdasarkan wawancara pendahuluan yang dilakukan terhadap beberapa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas, diperoleh gambaran bahwa tampilan *feed* Instagram dianggap cukup penting dalam menampilkan diri di ruang digital. Para informan menyatakan bahwa sebelum mengunggah konten ke *feed*, mereka biasanya melakukan seleksi dan mempertimbangkan tema, tampilan visual, serta kesan yang ingin ditunjukkan kepada orang lain. *Feed* Instagram dipahami sebagai cara untuk memperlihatkan identitas dan citra diri, meskipun yang ditampilkan merupakan bagian yang telah dipilih dan disesuaikan. Terkait respon audiens, sebagian informan mengaku bahwa jumlah like dan komentar dapat memengaruhi perasaan serta rasa percaya diri, sementara informan lainnya merasa tidak terlalu terpengaruh. Hasil observasi awal ini menunjukkan bahwa pengelolaan *feed* Instagram memiliki keterkaitan dengan cara mahasiswa memandang dan membentuk citra dirinya.

Dari uraian fenomena di atas, peneliti menemukan berbagai sumber penelitian terdahulu yang mendukung serta relevan dengan topik penelitian ini. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Nurul Aulia, Wahyu Gunawan, Desi Yunita (2024) menunjukkan studi mengenai seorang selebgram yang diteliti bahwa Instagram dimanfaatkan sebagai panggung untuk menampilkan citra diri ideal melalui seleksi konten, pengaturan visual, dan pengelolaan interaksi, sehingga memunculkan perbedaan antara citra diri di ruang digital dan kondisi diri yang sesungguhnya. Selanjutnya penelitian oleh Rohila Chindy Maghvirani (2022) yang

mengkaji penggunaan Instagram secara umum menegaskan adanya pengaruh penggunaan media sosial terhadap pembentukan citra diri, baik dalam aspek psikologis maupun sosial, pada kalangan siswa SMK. Sementara itu, kajian yang berfokus pada fitur Story Instagram oleh Anas Rulyawati Nastiti (2025) menunjukkan bahwa unggahan visual yang bersifat sementara tetap berkontribusi dalam membentuk citra diri pengguna melalui respons audiens dan ekspektasi sosial. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih membahas pada penggunaan Instagram secara umum, selebgram, dan fitur story yang bersifat sementara.

Sehingga dari temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa Instagram memiliki pengaruh terhadap citra diri bagi penggunanya, khususnya di kalangan mahasiswa. Namun terdapat perbedaan penelitian ini dari yang lain, dapat dilihat bahwa penelitian terdahulu mengkaji salah satu akun Instagram seorang selebgram, lalu aspek Instagram yang masih secara umum, seperti penggunaan sehari-hari dan salah satu penelitian yang membedakan objeknya seperti *story Instagram*. Sehingga peneliti dapat menemukan tujuan dan celah di penelitian ini dengan memfokuskan kajian lebih spesifik pada *feed* Instagram sebagai konten visual yang bersifat permanen, terkurasi, dan disusun secara sadar, serta menempatkan mahasiswa Ilmu Komunikasi sebagai subjek penelitian. Sedangkan Universitas Dharma Andalas digunakan sebagai objek lokasi dalam memudahkan peneliti dan juga untuk penarikan populasi dan sampel.

Melalui pendekatan kuantitatif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang akurat tentang pengaruh *feed* Instagram terhadap citra

diri mahasiswa, serta memperkaya kajian ilmiah mengenai citra diri di kalangan mahasiswa pada era media sosial saat ini, khususnya di lingkungan Universitas Dharma Andalas.

1.2. Rumusan Masalah

Penggunaan Instagram yang tinggi di kalangan mahasiswa menjadikan platform ini sebagai ruang utama dalam menampilkan dan membangun citra diri melalui konten visual. Mahasiswa, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi, tidak hanya menggunakan Instagram sebagai sarana berkomunikasi, tetapi juga secara sadar mengelola tampilan *feed* melalui seleksi konten, penataan visual, dan penyusunan estetika tertentu untuk menampilkan citra diri yang dianggap ideal dan sesuai dengan ekspektasi sosial. *Feed* Instagram sebagai konten visual yang bersifat permanen dan terkurasi berpotensi membentuk citra diri serta cara mahasiswa memandang dan menilai dirinya di ruang publik digital. berdasarkan pokok permasalahan tersebut, masalah ini memicu sebuah pertanyaan yang penting untuk dijawab dalam penelitian ini yaitu "apakah ada pengaruh *Feed* Instagram secara signifikan terhadap citra diri mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Dharma Andalas?"

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, penelitian ini bertujuan ingin mengetahui apakah *feed* Instagram berpengaruh secara signifikan terhadap citra diri mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas.

1.4. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai bagaimana elemen visual pada *feed* Instagram, seperti estetika unggahan, pola penataan konten, serta konsistensi tema visual, dapat memengaruhi persepsi seseorang terhadap dirinya sendiri. Penelitian ini dapat menjadi referensi akademik yang relevan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan teori dan model analisis terkait identitas digital, personal branding, serta pembentukan citra diri pada kalangan mahasiswa maupun kelompok pengguna media sosial lainnya.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkaitan langsung dengan penggunaan media sosial dalam pembentukan citra diri. Bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Dharma Andalas, penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi dan pemahaman mengenai bagaimana hubungan pada visual yang mereka pilih dalam *feed* Instagram dapat memengaruhi citra diri yang terbentuk di mata publik.