

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era *New Media* saat ini, media *online* tak dapat dipisahkan dalam keseharian baik digunakan untuk berinteraksi antar sesama dalam keseharian maupun untuk mengakses informasi. Khalayak mengenal media sebagai sarana mengakomodir berbagai informasi yang kemudian di distribusikan dalam bentuk media cetak maupun *online*. Media bekerja untuk menyampaikan informasi, bagi khalayak hal tersebut dapat membentuk, mempertahankan atau mendefinisikan citra. Kemudahan memperoleh informasi yang tak terbatas pun didukung dengan perkembangan teknologi seperti *smartphone*, *tablet*, *gadget* dan lainnya yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja.

Era *new media* sendiri tak pernah lepas dari perkembangan teknologi informasi. Berkaitan dengan kebutuhan akan informasi maka media menjadi konsumsi publik untuk memperoleh kabar terkini dan teraktual dari segala penjuru dunia dimana saja dan kapan saja. Manusia akan menggunakan berbagai media yang ada untuk mengakses informasi terbaru, termasuk didalamnya penggunaan internet sebagai bentuk dari *new media*. Kemajuan teknologi juga telah menyebabkan evolusi dalam berinteraksi dan bersosialisasi yang mana pada zaman dahulu sebelum adanya teknologi dan perkembangan era *new media* individu bersosialisasi dan berinteraksi harus bertemu dengan individu lainnya terlebih dahulu namun kini tak perlu lagi *face to face* untuk melakukannya, cukup dengan menggunakan laptop, komputer maupun *smartphone* dan memanfaatkan beberapa aplikasi yang ada seperti whatsapp, line, bbm, skype, instagram dan berbagai aplikasi untuk berinteraksi lainnya

Dengan pesatnya perkembangan teknologi dan diikuti oleh perkembangan *new media* memberi pengaruh tersendiri terhadap terciptanya berbagai situs berinteraksi melalui dunia virtual. Melakukan interaksi di dunia virtual dapat dilakukan dengan menggunakan komputer, laptop, gadget dan smartphone. Salah satunya yang paling sering digunakan di smartphone dan gadget adalah Instagram. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto, video dan cerita di social media dengan filter digital yang diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Instagram menjadi salah satu aplikasi wajib yang ada pada smartphone, kehadiran Instagram tak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari, bahkan tak lengkap rasanya apabila belum membuka Instagram setiap harinya. Terbukti dari presentase penggunaan sosial media yang dilakukan Kompas Techno pada Januari lalu yang menghasilkan presentasi sebagai berikut : Sebanyak 41 persen pengguna media sosial Indonesia mengaku sering menggunakan Facebook, 40 persen sering menggunakan WhatsApp dan 38 persen mengaku sering mengakses Instagram. Sementara pengguna yang mengaku sering mengakses Line sebanyak 33 persen dan menempatkannya di posisi kelima¹.

Kemunculan Instagram tak lepas dari perkembangan teknologi di bidang media online khususnya social media, Sosial media telah menjadi bagian dari pengalaman tumbuh dewasa seorang remaja. Instagram merupakan salah satu aplikasi yang tersedia pada App Store maupun PlayStore. Menggunakan Instagram cukup mudah dan dapat membuat penggunanya menggunakan aplikasi ini sebagai wadah untuk mengekspresikan diri. Kemunculan Instagram juga menghadirkan banyak hal-hal baru yang berkembang dalam ruang lingkungannya, seperti Selebriti Instagram atau biasa disebut Selebgram. Seseorang dapat dikatakan sebagai selebgram apabila ia memiliki followers yang banyak di Instagram dan banyak mempromosikan suatu produk atau barang dari Online Shop tertentu. Selebgram sangat

¹<https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-unungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>. diakses pada tanggal 15 maret 2020

mempengaruhi pola perilaku dan persepsi para pengikutnya di Instagram. Banyak dari mereka para pengikut menjadikan selebgram sebagai panutan dalam berbagai hal seperti gaya hidup, cara berpakaian, cara berbicara dan masih banyak lagi.

Hal tersebut juga berkaitan dengan pembentukan citra diri seorang selebgram kepada followersnya. Citra diri sendiri menurut Frank Jefkins merupakan kesan atau gambaran atau impresi yang tepat sesuai dengan kenyataan atas sosok keberadaan berbagai kebijakan personal atau jasa dari suatu organisasi atau perusahaan². Citra sendiri kebanyakan berhubungan dengan sesuatu hal yang baik yang dinilai seseorang atau sengaja ditunjukkan seseorang dalam kesehariannya. Begitu pula dengan selebgram mereka dinilai oleh para pengikutnya di Instagram sebagai orang yang ramah, lucu dan patut dijadikan panutan.

Dalam penelitian ini peneliti ingin meneliti bagaimana sebuah Instagram dengan berbagai fitur di dalamnya menciptakan sebuah golongan yang dinamai selebgram dari sudut pandang para pengikut mereka. Selebgram yang akan dibahas disini adalah Dwi Handayani Syahputri. Dwi Handayani selebgram yang sangat akrab dengan kaum milenial pengguna Instagram selain kehidupan sehari-harinya yang asik untuk diikuti keduanya merupakan influencer dan entrepreneur yang sukses di usia muda. Citra seorang selebgram tentunya ikut mendorong dalam kesuksesan mereka. Baik citra yang ramah, lucu maupun penuh sensasi. Karena beberapa alasan inilah yang menjadikan mereka memiliki banyak penggemar maupun *haters*.

1.2 Rumusan Masalah

Dari sedikit penjelasan pada latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana Pembentukan Citra Diri Selebgram pada *Followers* di Instagram @dwiandaanda?

² Prakoso, S. 2003. *Membangun Citra diri*. Jakarta: Indo Pesada. Hal 15

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *platform social* media seperti instagram dapat menjadi media sebagai media pembentukan citra diri seseorang
2. Untuk mengetahui bagaimana citra diri yang ada pada selebgram Dwi Handayani Syah Putri dari persepsi para pengikutnya di Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Memberikan pemahaman dan pengetahuan bagi peneliti tentang seluruh aspek yang tercakup dalam penelitian ini
- b. Menjadi sumber informasi yang berguna bagi khalayak terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di era new media saat ini dalam halnya pembentukan citra diri melalui instagram, Sekiranya dengan adanya penelitian ini lebih banyak lagi nantinya peneliti yang termotivasi untuk meneliti hal tersebut.
- c. Sebagai referensi kepada peneliti yang akan meneliti hal serupa dikemudian hari.

1.5 Metode Penelitian

- a. Paradigma penelitian

Rancangan dalam penelitian ini ialah peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam – dalamnya. Pendekatan ini tidak mementingkan jumlah populasi dan sampling, bahkan sampel terbatas, agar data yang didapat bisa lebih mendalam . Penelitian juga merupakan penelitian deskriptif karena penelitian ini berusaha menggambarkan data dengan kata – kata atau kalimat yang dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh sebuah simpulan dari sebuah penelitian tersebut. Dalam penelitian ini juga menggunakan objek penelitian yang merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. Sesuai dengan pendapat Sugiyono yang mendefinisikan objek

penelitian dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* sebagai berikut:

“Objek penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian di tarik kesimpulannya”³. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebelum memilih variabel untuk diteliti harus melakukan pendahuluan terlebih dahulu pada objek yang akan diteliti sehingga permasalahan yang akan dirancang dapat diketahui. Di dalam suatu penelitian, objek penelitian tersebut merupakan suatu kondisi yang menggambarkan atau menerangkan situasi dari objek yang akan diteliti untuk mendapatkan gambaran yang jelas dari suatu penelitian.

Studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi fenomenologi yang merupakan anggapan umum dan menunjuk pada pengalaman subjektifitas sebagai jenis dan tipe subjek yang ditemui. Fenomenologi merupakan pandangan berpikir yang menekankan fokus kepada pengalaman subjektif manusia dan interpretasinya terhadap dunia⁴. Untuk melakukan penelitian kualitatif , biasanya peneliti akan menggunakan beberapa studi yang terdapat didalamnya. Pada penelitian ini peneliti menggunakan studi fenomenologi. Menurut Jhon W. Creswell, Fenomenologi merujuk kepada segala aspek dalam pandangan ilmu social yang beranggapan bahwa kesadaran pada manusia sebagai fokus untuk mehami tindakan sosial⁵. Fenomenologi sendiri bertujuan untuk mencari makna suatu makna dari pengalaman yang terjadi di dalam kehidupan.

Sejatinya manusia secara sadar mampu dan memahami tindakan yang ia lakukan terhadap orang lain sehingga respon yang didapat dari tindakan tersebut biasanya telah diprediksi. Beberapa tindakan sengaja dilakukan untuk mendapatkan respon yang telah ia prediksi

³ Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta. Hal 52

⁴ Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta ,hal 40

⁵John W.Creswel. 2016. *Research Desain Edisi 4*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. Hal 93

sebelumnya. Dalam hal ini *selebgram* berusaha menjaga prilakunya di *social media* Instagram agar dapat membuat orang terkesan akan tindakan tersebut. Hal ini dilakukan agar mendapat respon yang baik dari para pengikutnya di Instagram.

Presepsi para pengikut *Selebgram* ini dihasilkan dari apa yang mereka konsumsi di media masa atau pun media online yang digunakan *Selebgram*. Dalam konteks ini media tersebut ialah Instagram. Komunikasi sendiri terjadi apabila ada beberapa komponen didalamnya antara lain komunikator, pesan, *encoding*, *media*, *decoding*, komunikan, umpan balik atau *feedback*, konteks, gangguan, dan efek. Beberapa proses tersebut juga terjadi antara *Selebgram* dan pengikutnya.

b. Jenis penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan studi Fenomenologi yang mana peneliti disini mencoba memahami presepsi para pengikut selebgram terhadap citra yang di ciptakan oleh para selebgram itu sendiri. Penelitian dengan metode kualitatif dengan studi fenomenologis akan menjadi sangat relevan untuk mengetahui bagaimana para *followers* para selebgram memandang citra yang sedang dibentuk oleh para *selebgram* pada instagram mereka.

c. Teknik pengumpulan Data

Pada penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara untuk mendapatkan data yang diinginkan peneliti dalam menyusun skripsi ini. Peneliti menggunakan jenis wawancara semi berstruktur, jenis wawancara ini dalam pelaksanaannya lebih bebas daripada jenis wawancara lainnya tujuannya adalah agar peneliti dapat menemukan masalah yang diteliti dengan lebih

terbuka, wawancara ini bertujuan untuk menapatkan prespektif dari informan terkait isu atau masalah yang diangkat⁶.

Jenis wawancara ini merupakan wawancara yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Dalam melakukan wawancara peneliti akan dipandu dengan pedoman wawancara yang telah peneliti buat sebelumnya, namun saat melakukan wawancara peneliti tak hanya berfokus pada pedoman yang telah dibuat peneliti dapat menanyakan pertanyaan diluar pedoman apabila dibutuhkan. Pertanyaan-pertanyaan yang dibuat nantinya akan menanyakan seputar hal-hal umum terkait selebgram dan Instagram itu sendiri.

d. Teknik Penentuan Informan

Untuk sebuah studi fenomenologis, kriteria informan yang baik adalah: "*all individuals studied represent people who have experienced the phenomenon*"⁷. Dalam penelitian kualitatif umumnya peneliti mengambil jumlah informan lebih kecil dibandingkan dengan penelitian jenis lain. Dalam penelitian ini juga peneliti berfokus pada wawancara mendalam (*depth interview*) kepada 10 orang followers selebgram Dwi Handayani Syah Putri. Karena kebanyakan followers dari Dwi Handa adalah wanita maka yang akan diwawancarai terdiri dari 1 orang laki-laki dan 9 orang perempuan agar data yang didapat bisa mendalam dan berfokus pada tujuan penelitian ini. Fenomenologi sendiri merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pengalaman hidup manusia.⁸ Fenomena selebgram yang tercipta di *platform Instagram* sendiri merupakan suatu fenomena yang menarik untuk diteliti.

Penentuan informan dalam penelitian kualitatif harus mempertimbangkan beberapa kriteria, antara lain⁹ :

⁶ John W.Creswel. 2016. *Research Desain Edisi 4*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. Hal 255

⁷ John W.Creswel. 2016. *Research Desain Edisi 4*. Pustaka Pelajar. Hal 270

⁸ Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta, hal 56

⁹ John W.Creswel. 2016. *Research Desain Edisi 4*. Pustaka Pelajar. Hal 118

1. Subjek yang telah lama dan telah akrab dengan suatu kegiatan atau aktivitas yang menjadi sasaran dan perhatian penelitian. Biasanya subjek ini mampu memberikan informasi secara rinci terkait fenomena yang diteliti
2. Subjek terikat secara penuh serta aktif pada lingkungan yang menjadi target dari penelitian.
3. Subjek mempunyai waktu yang luang untuk dimintai informasi.
4. Subjek yang memberikan informasi tidak menyusun terlebih dahulu informasi yang akan disampaikan, subjek cenderung spontan memberikan informasi saat ditanyai.

Dengan demikian kriteria informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah informan yang menjadi followers Instagram Dwi Handayani Syah Putri di akun Instagram @dwiandaanda.

Kriterianya adalah sebagai berikut :

1. Pengguna sosial media yang aktif di Instagram
2. Orang yang menjadi followers aktif Instagram @dwiandaanda
3. Mengikuti akun Instagram @dwiandaanda minimal 6 bulan terakhir terhitung sejak februari 2020.

e. Jenis Data

Dalam penelitian ini ada 2 jenis data yang digunakan yaitu :

1. Data Primer

Data primer yang diperoleh peneliti merupakan hasil dari wawancara pada 10 orang tersebut mengenai persepsi mereka terhadap para selebgram dan mengenai citra dari selebgram itu sendiri. Disini juga peneliti melakukan observasi langsung kepada narasumber dengan mengamati bagaimana persepsi mereka terhadap para selebgram dari jawaban ditanyakan, dengan demikian fokus penelitian tetap mengacu pada judul yang sudah diangkat.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari sumber-sumber yang menjadi pendukung saat peneliti melakukan penelitian bisa berupa artikel yang memuat selebgram @dwiandaanda, buku-buku, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

f. Teknik Analisis Data

Analisis data yang dikatakan oleh Bogdan adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami, dan hasil temuannya dapat di informasikan kepada orang lain.

¹⁰ Miles dan Huberman dalam Ulber Silalahi kegiatan analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu :

i. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan kecil di lapangan. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadi tahapan reduksi seperti membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, dan menulis memo. Kegiatan melakukan reduksi data berlangsung terus-menerus, terutama selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung atau selama proses pengumpulan data.

ii. Penyajian Data

Penyajian data yaitu sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

¹⁰ Silalahi, Ulber . 2005. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT Refika Aditama.. Hal 224

Penyajian data merupakan bagian dari analisis agar memudahkan peneliti melihat gambaran keseluruhan terkait fenomena yang diangkat.

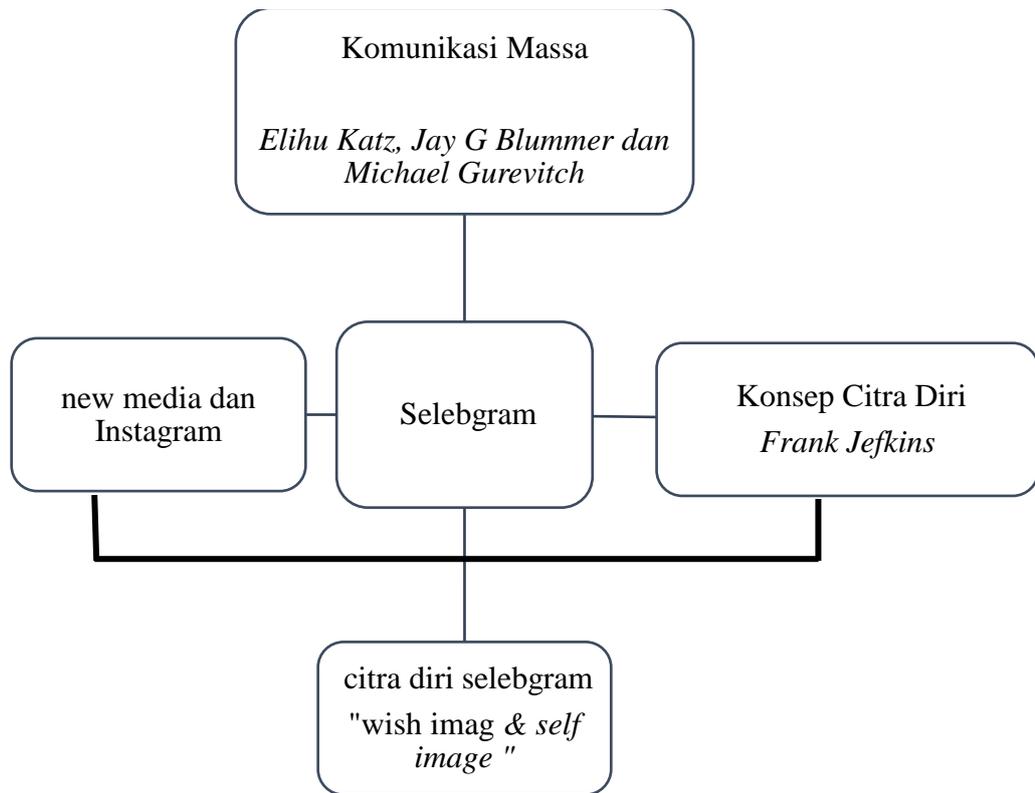
iii. Penarikan Kesimpulan/ Verifikasi.

Kesimpulan selama penelitian akan diverifikasi. Verifikasi yang dilakukan seperti pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran penulis selama dia menulis, tinjauan ulang pada catatan-catatan atau hasil wawancara. Pada dasarnya makna-makna yang muncul dari data harus di uji kebenarannya, kekukuhannya, dan kecocokannya, yakni yang merupakan validitasnya.

1.6 Kerangka Konsep Penelitian

Kemudahan mengakses media pada era media baru ikut ambil alih dalam fenomena ini. Dengan kemudahan pengaksesan media massa khususnya media online, individu tidak dapat membatasi apa yang akan mereka terima dan apa yang akan mereka unggah ke media online. Dari penelitian adalah peneliti ingin mengetahui bagaimana penggunaan sosial media turut berperan dalam membangun citra diri seseorang terhadap orang lain yang mana sosial media tersebut adalah instagram .

Kerangka konsep penelitian



Tabel 1.1 Kerangka Konsep

Kerangka konsep penelitian ini peneliti susun dengan cara mengaitkan serta menurunkan konsep – konsep tersebut dari yang masih umum hingga ke khusus atau lebih spesifik membahan topik yang diangkat dari penelitian ini. Mulai dari objek penelitian ini yaitu *followers* Dwi Handayani Syah Putri di instagram. Pada penelitian ini peneliti ingin meneliti bagaimana citra yang terbentuk pada *selebgram* Dwi Handayani dari penilaian atau pandangan para followersnya terhadap apa yang ia posting di instagram yang mana hal tersebut termasuk dalam pembentukan citra diri.

