

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Identitas diri adalah suatu hal yang penting, karena identitas diri merupakan bagaimana gambaran deskriptif dan penilaian tentang diri seseorang. Identitas diri ini merupakan bagian awal seseorang untuk dapat dikenali oleh orang lain. Sebagai seseorang yang ingin dikenali oleh orang lain, tentunya orang tersebut harus menunjukkan siapa dan bagaimana dirinya. Identitas diri ini dapat terbentuk dari berbagai faktor, yaitu terdiri dari faktor dari apa yang seseorang lihat, pikirkan dan rasakan.

Beberapa orang mengungkapkan identitas diri dengan memiliki beberapa tujuan, yaitu ingin memperbanyak relasi, ingin lebih dikenal banyak orang dan lain sebagainya. Pada era perkembangan teknologi ini, seseorang dapat dengan mudah menunjukkan identitas diri untuk dapat dikenal banyak orang. Perkembangan teknologi yang pesat ini telah membawa manusia dengan kehidupan yang serba mudah, termasuk dalam menunjukkan identitas diri. Salah satu cara mudah dapat mengungkapkan identitas diri pada perkembangan era digital ini adalah melalui media sosial.

Media sosial merupakan suatu platform digital yang berisi aktivitas sosial pemakainya untuk saling membagikan atau bertukar informasi, berkomunikasi dalam bentuk tulisan, foto, atau video. Media sosial dapat digunakan untuk bersosialisasi antara satu dengan yang lain untuk saling berinteraksi sehingga dapat dengan mudah terjalin hubungan baik. Terdapat banyak media sosial dengan

menyajikan keunggulan fiturnya masing-masing, media sosial tersebut diantaranya *Instagram, TikTok, Twitter, Facebook*, dan lain sebagainya.

Media sosial yang digandrungi banyak orang salah satunya adalah Instagram. Instagram dirasa tepat sebagai wadah penunjukkan identitas diri. Hal ini dikarenakan Instagram memiliki berbagai banyak fitur menarik sehingga dapat menjadi pendukung seseorang untuk menunjukkan identitas diri kepada khalayak luas. Instagram juga termasuk media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia, sehingga dapat dijadikan pengungkapan identitas diri karena lingkup interaksi yang luas.

Berdasarkan data dari NapoleonCat.com, pada bulan September 2022 pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 101.316.900 pengguna, sekitar 36,4% populasi dari seluruh penduduk Indonesia. Berdasarkan grafik data yang ada, mayoritas pengguna Instagram yaitu perempuan sebanyak 51,4%, yaitu pengguna dengan range usia 18 sampai 24 tahun sebanyak 38.600.000 pengguna.¹



¹ <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2022/09/> Diakses pada 04 Oktober 2022



Gambar 1.1 Grafik Pengguna Media Sosial Instagram Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin Pada September 2022

Sumber: NapoleonCat.com

Berdasarkan data dari NapoleonCat.com, jumlah pemakai Instagram di Indonesia tak dapat menyangkal jika perempuan yang sangat dominan. Jika dilihat pada grafik data tersebut, selisih dominasi mencapai 1-2 persen dibanding dengan laki-laki. Terdapat sebuah studi mengatakan alasan Instagram menjadi pengguna terbanyak dan menjadi salah satu aplikasi media sosial favorit perempuan. Studi tersebut diungkap oleh salah satu perusahaan *market research* Indonesia yaitu Hansal Savla yang berwenang sebagai *Senior Director* di TNS Indonesia, yaitu menyatakan fakta dari riset yang sudah dilaksanakan sekitar dari 63 persen perempuan condong aktif memakai Instagram dalam sehari-hari. Hal tersebut

bertolak belakang dari jumlah laki-laki yang sering memakai platform tersebut jumlahnya sekitar 37 persen.²

Berdasarkan data yang dipaparkan oleh NapoleonCat.Com, penulis menarik kesimpulan bahwasanya perempuan cenderung lebih aktif untuk menggunakan Instagram termasuk untuk menunjukkan identitas diri.

Sebagian orang memilih Instagram sebagai wadah menunjukkan identitas diri dikarenakan Instagram merupakan media sosial berbasis visual, sehingga penggunaanya dapat menuangkan berbagai idenya lewat konten menarik yang dapat dilihat secara langsung. Berdasarkan konten yang disajikan berbentuk visual tersebut, seseorang menjadi lebih mudah melakukan pengungkapan identitas diri dan mendapatkan *engagement* dari audiensnya.

Beberapa orang menunjukkan identitas diri dengan menyajikan konten dari ide-ide kreatif untuk mendapatkan *engagement* dari pengikutnya. *Engagement* sendiri penting bagi sebagian besar akun Instagram yang memiliki pengikut banyak. Sebuah *engagement* ini seperti parameter seberapa menarik akun kita untuk dapat mengundang atau berinteraksi dengan khalayak, hal tersebut dapat dinilai dari banyaknya *like* dan komentar di akun Instagram.

Perasaan ingin mendapatkan *engagement* dari audiens tersebut, timbullah pemikiran di dalam diri bagaimana cara untuk mendapatkan *engagement* di Instagram dari para audiensnya. Salah satu cara untuk mendapatkan *engagement* di Instagram yaitu kita dapat mengelola kesan yang baik di Instagram.

² <http://www.liputan6.com/tekn/read> diakses pada tanggal 25 Januari 2023.

Pengelolaan kesan yang baik tersebut, maka secara tidak sadar terjadi proses pemikiran dalam membentuk citra diri. Pembentukan citra diri tersebut membentuk muncul karena seseorang ingin dihargai oleh orang lain. Citra diri seseorang akan dianggap sebagai orang yang ber-*value* dan mempunyai sebuah ciri khas yang dapat menjadi pembeda antara dirinya dengan orang lain.

Citra diri adalah sebuah sikap dari seseorang terkait gambaran diri sendiri dan dapat pula dikatakan yaitu citra diri sebagai apa yang menjadi pandangan seseorang terkait tentang diri sendiri. Pola pikir yang dipunyai seseorang dapat mempengaruhi citra dirinya. Ketika sebuah citra diri yang diciptakan itu positif, maka dapat menciptakan percaya diri, sebaliknya jika citra diri seseorang negatif maka yang terjadi akan menjadi buruk.³

Sikap tersebut hasil dari pandangan atau sebuah perasaan pada diri dari bentuk, ukuran, dan potensi yang terdapat di dalamnya.⁴

Membentuk citra diri di Instagram, individu dapat mempunyai banyak pengikut karena dianggap memiliki potensi di dalam dirinya. Memiliki banyak *followers* (pengikut) dan *like* (menyukai) pada postingan foto dari akun Instagram, hal tersebut akan lebih membuktikan bahwa pemilik akun tersebut mempunyai citra diri yang lebih bernilai dan menciptakan kesan yang dianggap baik dari pemilik akun Instagram tersebut.⁵

³ Hartono Sangkanparan, Mencetak Superman Masa Depan: Revolusi Mindset, Peranan, dan Cara Orang Tua/ Guru dalam Mendidik Anak (Jakarta: Visimedia, 2012), hlm. 80.

⁴ Muhammad Rizal Ardiansyah Putra, Muhammad Najib, dan Muhammad Akbar, "Kemanfaatan Instagram dalam Pembentukan Citra Diri Remaja Wanita di Makassar," Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 2, No. 1 (Februari, 2019), hlm. 2.

⁵ Febriana Merri. (2016). *Hiperrealitas "Angka" Dalam Instagram (Studi Fenomenoogi Tentang Dampak Media Sosial Dikalangan Peserta Didik SMA Negeri 4 Surakarta)*, hlm. 11.

Membentuk citra diri di Instagram agar menciptakan kesan yang baik sehingga dirinya dapat diterima oleh lingkungan sekitar, dengan menciptakan kesan yang baik dan Instagram, kita bisa menghasilkan pundi-pundi rupiah. Seseorang yang mempunyai pengikut banyak di Instagram bisa menghasilkan pundi-pundi rupiah mengelola dengan menjadi perantara untuk melakukan promosi suatu produk atau biasa dikenal dengan istilah *Paid Promote*.

Paid Promote adalah suatu bentuk jasa dari layanan promosi berbayar, pengguna jasa *Paid Promote* yaitu pemilik bisnis *online shop* yang menginginkan produknya di promosikan oleh orang yang memiliki *engagement* tinggi di Instagram. Istilah *Paid Promote* di Instagram khususnya pada pembisnis atau *online shop* sudah diketahui sebagai media dalam mempromosikan barang agar dapat terjual laku di pasaran, terutama pada Instagram. Maka dari itu, salah satu manfaat penggunaan Instagram bukan lagi hanya sebagai kesenangan, melainkan dengan tujuan lain salah satunya yaitu bisa menjadikan mata pencaharian sampingan.

Seseorang yang memiliki banyak pengikut dapat memanfaatkan akun Instagramnya menjadi hal positif. Jika kita pandai dalam mengelola akun Instagram, kita dapat menghasilkan pundi-pundi rupiah dari bermain Instagram. Banyak akun-akun yang memiliki banyak pengikut dan *engagement* tinggi di Instagram mendapatkan tawaran *Paid Promote* dari suatu *brand* atau *online shop*.



Gambar 1.2 Contoh *Paid Promote* di akun Instagram @winatanurin

Sumber: <https://instagram.com/winatanurin>⁶

Sebagai pemilik akun Instagram *Paid Promote*, sudah sepatasnya untuk membentuk citra diri di Instagram agar mendapat kesan baik sehingga dapat menarik kepercayaan dari suatu *brand* atau *online shop* untuk menggunakan jasa promosi di akun Instagramnya. Seseorang yang membentuk citra diri baik di Instagram dapat dipercaya oleh para audiensnya ketika mereka mempromosikan produk. Sehingga hal tersebut dapat menaikkan penjualan dari *brand* atau *online shop* yang memakai jasa akun Instagram *Paid Promote*.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana identitas diri perempuan pada akun Instagram *Paid Promote*?

⁶ <https://instagram.com/winatanurin> Diakses pada tanggal 15 Oktober 2022

2. Bagaimana pembentukan citra diri melalui akun Instagram *Paid Promote*?

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari pemaparan latar belakang yang sudah dijelaskan dengan yang terkhusus menjadi rumusan masalah, yaitu **“Bagaimana Identitas Diri Perempuan Dalam Membentuk Citra Diri Melalui Akun Instagram *Paid Promote*?”** sehingga judul penelitian ini adalah: Identitas Diri Perempuan Dalam Membentuk Citra Diri Melalui Akun Instagram *Paid Promote*.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari pemaparan rumusan masalah yang sudah dijelaskan, maka tujuan yang ingin dibahas lebih detail dari penelitian ini untuk mengetahui suatu tujuan yang ingin dituju yaitu:

Untuk mengetahui bagaimana identitas diri perempuan dalam membentuk citra diri melalui akun Instagram *Paid Promote*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, pada penelitian ini penulis berharap agar dapat menumbuhkan serta menciptakan perkembangan Ilmu Pengetahuan dalam bidang kajian Ilmu Komunikasi, terkhusus pada kaitannya dengan Identitas Diri Perempuan Dalam Membentuk Citra Diri Melalui Akun Instagram *Paid Promote*.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, pada penelitian ini penulis mengharapkan dapat berguna bagi akun Instagram Paid Promote Dalam Membentuk Citra Diri.

1.6 Sistematika Penelitian

Penyajian laporan skripsi ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi Masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka ini meliputi:

- a. Berisi penelitian terdahulu untuk menjadi perbandingan persamaan atau perbedaan dengan penulisan penulis.
- b. Kerangka teori yang berisi tentang pembahasan teori Pengelolaan Kesan (*Impression Management Theory*)
- c. Kerangka konsep berisi pengertian serta penjelasan dari identitas diri, perempuan, citra diri, jenis-jenis citra diri, proses terbentuknya citra diri, faktor yang mempengaruhi citra diri, Instagram, dan *Paid Promote*.
- d. Penjabaran kerangka pemikiran penulis.

BAB III METODE PENULISAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan tentang metode penulisan yang

dilakukan oleh penulis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari gambaran dan tinjauan umum analisis metode kualitatif dan pembahasan hasil penulisan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari semua penulisan yang dilakukan. Anda dapat menarik kesimpulan tentang masalah yang ada dalam survei dan hasil kesimpulan survei, yaitu analisis kerangka kerja. Meskipun saran tersebut meliputi cara mengatasi masalah dan kelemahan yang ada. Usulan ini tidak terlepas dari ruang lingkup penulisan.

