

**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*  
SEBAGAI WADAH EKSISTENSI DIRI  
MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**SANDRA PUJIANTI SITORUS**

**18.853.0164**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2023**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

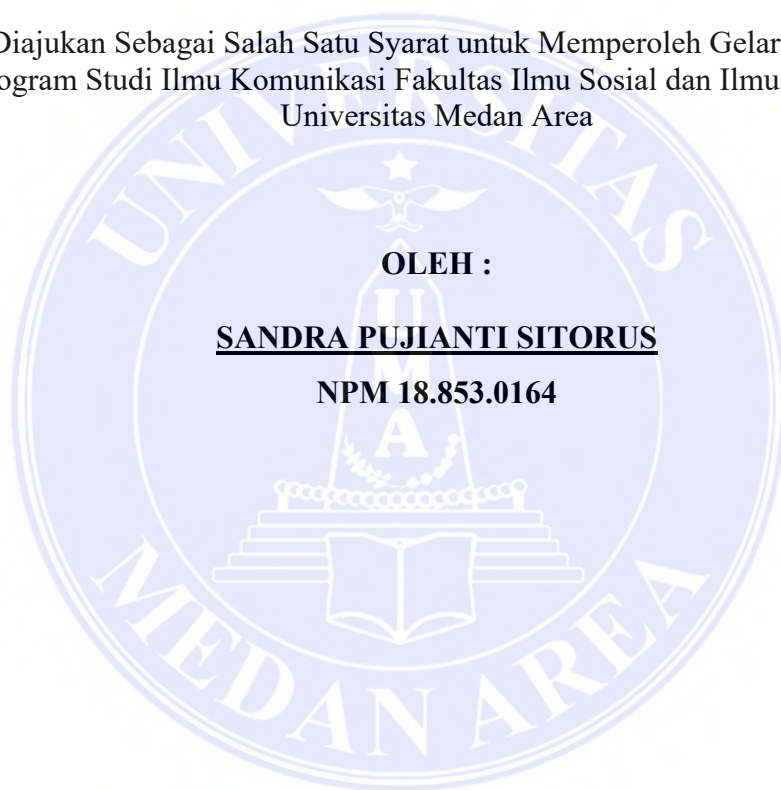
Document Accepted 25/3/24

Access From (repository.uma.ac.id)25/3/24

**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*  
SEBAGAI WADAH EKSISTENSI DIRI  
MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di  
Universitas Medan Area



**OLEH :**

**SANDRA PUJIAN TI SITORUS**

**NPM 18.853.0164**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2023**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 25/3/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)25/3/24

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Penggunaan Media Sosial *Instagram* Sebagai Wadah Eksistensi  
Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area

Nama : Sandra Pujianti Sitorus

NPM : 18.853.0164

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui Oleh

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

(Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si)

Pembimbing II

(Drs. Novri, MM)

Dekan

(Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si)

Ketua Program Studi

(Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc., CPSP)

Tanggal Lulus: 2 Oktober 2023

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 25/3/24

Access From (repository.uma.ac.id)25/3/24

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan, bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



Medan, 2 Oktober 2023



C3ALX077512060  
Sandra Pujianti Sitorus  
18.853.0164

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sandra Pujianti Sitorus

NPM : 188530164

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jenis karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : “Penggunaan Media Sosial Sebagai Wadah Eksistensi Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area”, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Medan  
Pada tanggal 2 Oktober 2023



(Sandra Pujianti Sitorus)

## ABSTRAK

Penulisan skripsi ini mendeskripsikan tujuan penggunaan media sosial *instagram* sebagai sarana eksistensi diri. Penggunaan media selain sebagai sarana interaksi, mencari maupun berbagi informasi namun juga sebagai sarana unjuk diri yang berujung pada keeksistensian oleh setiap individu, dimana adanya keinginan agar diakui dan diketahui keberadaannya oleh khalayak umum salah satunya di media sosial *instagram*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bentuk eksistensi diri dan faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Medan Area dalam mewujudkan eksistensi diri di media sosial *instagram*. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk eksistensi diri yang dilakukan oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Medan Area melalui media sosial *instagram* adalah dengan mengunggah foto dan video. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi eksistensi diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Medan Area adalah: Yang Pertama secara internal, karena adanya budaya narsis dan media unjuk diri. Yang Kedua secara eksternal, karena media *instagram* sebagai salah satu media populer di semua kalangan, salah satunya mahasiswa, *instagram* merupakan media sosial yang memiliki fitur-fitur menarik, dan sangat cocok untuk para generasi milenial yang ingin mengeksistensikan dirinya.

**Kata Kunci : Media Sosial, *Instagram*, Eksistensi Diri, Mahasiswa**

## ABSTRACT

*Writing this thesis describes the purpose of using Instagram social media as a means of self-existence. The use of media is not only a means of interaction, seeking or sharing information, but also as a means of showing oneself which leads to existence by each individual. The aim of this research is to find out the impact of making oneself available on Instagram social media and also to find out the reasons why they choose Instagram as a means of self-existence. The method used in this research is a qualitative research approach.*

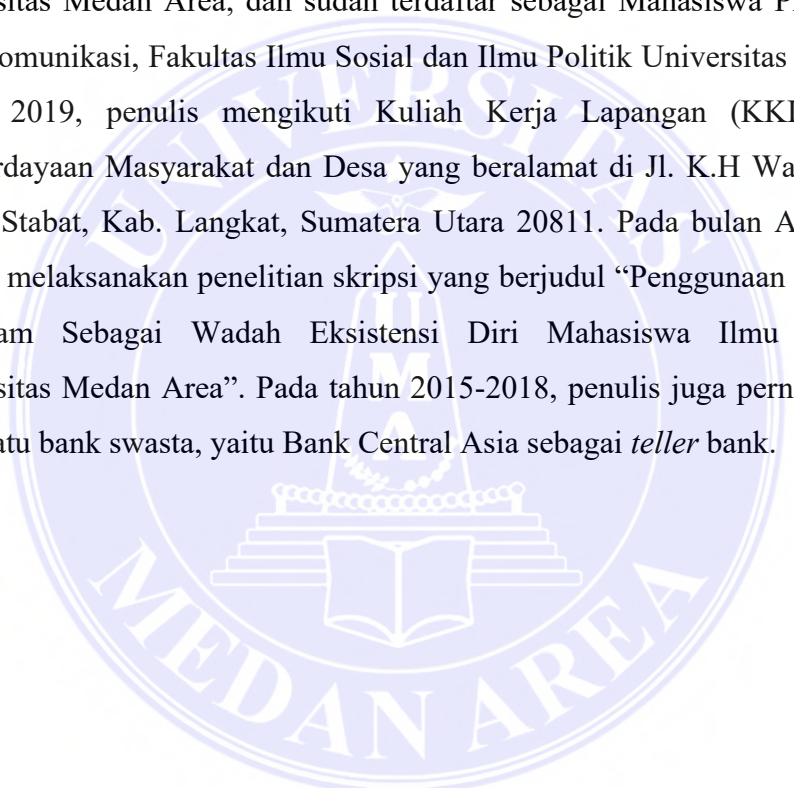
**Keywords:** *Social Media, Instagram, Self Existence, Students*



## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Sandra Pujianti Sitorus lahir di Jakarta pada tanggal 12 Mei 1994, anak dari Bapak G.E Sitorus dan Ibu M.M Silalahi. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara.

Tahun 2012, penulis menyelesaikan pendidikan di Sekolah Menengah Atas yang berada di Kota Tangerang. Pada tahun 2016, penulis melanjutkan pendidikan Strata-1 di Universitas Mercu Buana, Jakarta dan pada tahun 2018 pindah ke Universitas Medan Area, dan sudah terdaftar sebagai Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Tahun 2019, penulis mengikuti Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa yang beralamat di Jl. K.H Wahid Hasyim No. 3, Stabat, Kab. Langkat, Sumatera Utara 20811. Pada bulan Agustus 2023, penulis melaksanakan penelitian skripsi yang berjudul “Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Wadah Eksistensi Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area”. Pada tahun 2015-2018, penulis juga pernah bekerja di salah satu bank swasta, yaitu Bank Central Asia sebagai *teller* bank.





## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, atas limpahan berkat, rahmat serta kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Wadah Eksistensi Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area”**.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh bantuan dari berbagai pihak baik dalam bentuk sumbangan pikiran, tenaga, motivasi, semangat dan waktu yang tidak terukur dalam menyusun skripsi ini. Banyak pelajaran berharga yang dapat menjadi sumber inspirasi bagi penulis selama melakukan penelitian untuk menyelesaikan skripsi ini. Rasa lelah, keluh kesah, ketakutan dan kekhawatiran menghadapi hal-hal yang belum pernah dilewati membuat penulis belajar mengenai arti perjuangan dan yakin setiap usaha yang dilakukan dengan keikhlasan hati tanpa paksaan, tetapi karena ada dorongan dari hati yang paling dalam pasti tidak akan sia-sia.

Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih dan rasa hormat, serta penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Teristimewa kedua orang tua penulis, Bapak G.E Sitorus dan Ibu M.M Silalahi yang telah memberikan doa, semangat, dan motivasi tiada henti demi kelancaran penulis dalam mencapai gelar sarjana.

2. Ketiga saudara penulis yaitu Andreas Hamonangan Sitorus, S.E, Giska Yufani Sitorus, A.md dan Mario Gevin Stefanus Sitorus yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan doa kepada penulis.
3. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
4. Ibu Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
5. Ibu Dr. Nadra Ideyani Vita, M.Si, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
6. Ibu Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc, CPSP, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.
7. Ibu Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa membimbing dari awal penyusunan proposal hingga selesai penyusunan skripsi, dan bersedia meluangkan waktu, pikiran, memberikan ilmu, saran, arahan dan motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi.
8. Bapak Drs. Novri, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa membimbing dari awal penyusunan proposal hingga selesai penyusunan skripsi, dan bersedia meluangkan waktu, pikiran, memberikan ilmu, saran, arahan dan motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi.
9. Ibu Khairunnisah Lubis, S.Sos, M.I.Pol, selaku Sekretaris yang senantiasa membimbing dari awal pembuatan proposal hingga selesai penyusunan skripsi.

10. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, khususnya Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

11. Seluruh Mahasiswa/i Stambuk 2018 Ilmu Komunikasi, terutama sahabat seperjuangan penulis selama masa perkuliahan Resti Mahbengi, S.I.Kom, Yustika Sari, S.Psi, Risqi Rahmadhani Dalimunthe, dan Gita Lalitya A.

Penulis menyadari, bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik segi hasil, bahasa maupun sistematika penulisan. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritikan dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan skripsi ini pada masa yang akan datang. Akhirnya tanpa henti penulis bersyukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas kehendak-Nya skripsi ini dapat diselesaikan, semoga dapat bermanfaat bagi semuanya. Amin.

Medan, 2 Oktober 2023

Penulis,

Sandra Pujianti Sitorus  
NPM. 188530164

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	5
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
A. Pengertian Komunikasi Sosial .....	7
1. Jenis Komunikasi Sosial .....	10
2. Fungsi Komunikasi Sosial .....	11
B. Teori Interaksionisme Simbolik .....	12
C. Media Sosial .....	14
1. Media Sosial Sebagai Media Baru .....	16
2. Karakteristik Media Sosial .....	17
3. Ciri dan Macam Media Sosial yang Banyak Digunakan di Indonesia.....	20
4. Manfaat dan Kegunaan Media Sosial .....	22
D. Media Sosial <i>Instagram</i> .....	22
1. Pengertian <i>Instagram</i> .....	22
2. Sejarah <i>Instagram</i> .....	23
3. Perkembangan <i>Instagram</i> .....	25
4. Fitur <i>Instagram</i> .....	26
E. Eksistensi Diri.....	30
1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Eksistensi Diri.....	32
2. Ciri-ciri Individu yang Memiliki Eksistensi Diri.....	34
3. Aspek-Aspek Eksistensi Diri .....	34
F. Penelitian Terdahulu .....	35
G. Kerangka Berpikir .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Metode Penelitian.....	45
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	45
2. Waktu dan Tempat Penelitian .....	46

3. Informan Penelitian.....	46
B. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	47
1. Sumber Data.....	47
2. Teknik Pengumpulan Data.....	48
C. Teknik Analisa Data.....	50
D. Teknik Triangulasi.....	53
1. Triangulasi Metode.....	54
2. Triangulasi Teori.....	55
3. Triangulasi Sumber Data.....	55
E. Pengujian Kredibilitas Data.....	56
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>58</b>
A. Gambaran Objek Penelitian.....	58
B. Hasil Penelitian.....	60
1. Bentuk Eksistensi Diri yang Dilakukan Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Medan Area Melalui Media Sosial <i>Instagram</i> .....	60
2. Faktor-Faktor Apa Saja Yang Mempengaruhi Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Medan Area untuk Mewujudkan Eksistensi Diri di Media Sosial <i>Instagram</i> .....	70
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	35
Tabel 3.1 Tabel Informan.....	47



## DAFTAR GAMBAR

Tampilan Profil Instagram Informan 1 (Resti Mahbengi) .....	68
Tampilan Profil Instagram Informan 2 (Christina Manurung) .....	68
Tampilan Profil Instagram Informan 3 (Shelsa Nikita) .....	69
Tampilan Profil Instagram Informan 4 (Asima Sinta) .....	69
Tampilan Profil Instagram Informan 5 (Yustika Sari).....	69



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Dokumentasi.....	85
Lampiran B Pedoman Wawancara.....	90
Lampiran C Surat Izin Penelitian.....	91
Lampiran D Surat Selesai Penelitian.....	92





## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Kebutuhan manusia akan informasi terus diiringi dengan perkembangan teknologi. Teknologi yang semakin berkembang menyediakan berbagai informasi yang dapat diterima oleh manusia dengan mudah dan semakin tanpa batas. Teknologi yang saat ini tidak dapat dipisahkan pada manusia adalah telepon genggam yang dapat tersambung dengan internet atau biasa disebut *smartphone*. Pada *smartphone* terus dikembangkan lagi berbagai macam fitur yang dapat dipilih untuk mendapatkan informasi maupun berkomunikasi dengan berbagai macam variasi. Salah satu fitur yang semakin banyak digunakan adalah media sosial.

Media sosial merupakan salah satu wadah atau tempat dimana penggunanya dapat berinteraksi dengan pengguna lain dan dapat menampilkan eksistensi diri mereka. Media sosial juga sebagai tempat untuk membagi kegiatan atau aktivitas pengguna. Kemampuan media sosial menyediakan fasilitas untuk menjawab kebutuhan manusia akan aktualisasi diri menjadikan jejaring sosial ini tidak hanya sebagai media berbagi informasi, tetapi juga sebagai media yang tepat untuk menunjukkan eksistensi penggunanya. Karena media sosial membantu seseorang untuk mampu terhubung dengan lingkungan dunia maya yang lebih luas dibandingkan lingkungan asli. Kemudahan yang didapat dan juga kenyataan sesungguhnya yang mungkin saja dapat ditutupi melalui media sosial membuat orang selalu ingin mengekspresikan dirinya sesuai dengan apa yang diinginkannya.

Penggunaan media sosial itu sendiri, tentu seseorang memiliki berbagai motivasi untuk sekedar berkomunikasi dengan orang lain, untuk mencari tahu perkembangan sesuatu, untuk berbagi informasi maupun salah satu yang menjadi *trend* saat ini adalah penggunaan media sebagai bentuk eksistensi diri. Banyak orang yang saat ini memanfaatkan media sosial sebagai ajang untuk menunjukkan keberadaan dirinya kepada dunia luar melalui berbagai foto, video, karya bahkan pernyataan yang ada di media sosial, seseorang ingin mengungkapkan kepada orang lain bahwa inilah dirinya. Penggunaan media sosial saat ini lebih banyak digunakan untuk menunjukkan eksistensi diri yang berlebihan hingga terkadang tidak ada batas antara kehidupan nyata dan kehidupan di dunia maya.

Media sosial kini bisa dimanfaatkan lebih jauh, tidak hanya untuk memberi kabar tentang keberadaan saja, lebih dari itu media sosial kini sudah bisa digunakan sebagai sarana pengganti kehidupan kita di dunia maya. Seperti mengirim pesan, berkomentar terhadap pesan orang lain, menjalin pertemanan lebih banyak, mencari pasangan, berkirim foto, ruang untuk saling tukar pendapat dan lain sebagainya. Akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang, dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda. Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan dunia dalam genggaman.

Media sosial *instagram* menjadi salah satu wadah eksistensi bagi masyarakat luas khususnya generasi muda. Pengertian eksistensi yang menunjukkan bahwa diri seseorang itu ada, menjadikannya menarik untuk dipelajari. Wujud dari eksistensi yang dimaksud adalah pembuktian akan keberadaan seseorang melalui

penggunaan media *online*, khususnya *instagram*. Dengan kemajuan teknologi dan situasi kehidupan dewasa ini berkembang sangat pesat dengan munculnya teknologi *internet* yang kemudian berlanjut dengan kemunculan media *online*. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi, dan citra sendiri. “*Internet* tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara intensional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya *provider* dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi *internet*” (Hayumi, 2014:5).

*Instagram* merupakan salah satu media sosial yang perkembangannya sangat pesat. *Instagram* dapat membagikan informasi melalui foto maupun video dan dapat dijangkau khalayak luas. Dengan adanya *instagram*, dapat dilihat bahwa masyarakat terpengaruh dengan adanya penggunaan *instagram* menjadikan perubahan perilaku manusia akan kesadaran dirinya untuk menampilkan berbagai hal, ia dokumentasikan ke dalam bentuk foto. Perubahan pada manusia tersebut mencakup perubahan fisik dan perubahan emosional yang kemudian tercermin dalam sikap dan perilaku. Perilaku adalah sikap yang diekspresikan. Perilaku dengan sikap saling berinteraksi, saling mempengaruhi satu dengan lainnya. Perilaku manusia adalah suatu keadaan yang seimbang antara kekuatan-kekuatan pendorong dan kekuatan penahan.

Dikutip dari *hoosuite* jumlah pengguna *instagram* di dunia mencapai 3,8 milyar pengguna, dan di Indonesia sendiri pada tahun 2020 mencapai 64 juta pengguna. Jumlah pengguna yang begitu besar menunjukkan bahwa *instagram* telah menjadi media penting untuk digunakan dalam menunjukkan eksistensi diri.

Kebutuhan akan *instagram* menuntut seseorang untuk selalu mengabadikan dirinya melalui sebuah dokumentasi foto dan video dengan deskripsinya. Kebutuhan ini akan terus meningkat saat diikuti dengan berbagai keinginan untuk mengeksistensikan diri atau menampilkan identitas diri di tengah-tengah lingkungan. Hal ini berkaitan pula terhadap eksistensi diri dan bagaimana seseorang tersebut ingin menunjukkan citra diri mereka di media *instagram*. Media komunikasi baru atau yang biasa disebut *new media* ini akan menjadi perubahan besar dalam ilmu komunikasi, salah satu contoh bentuk *new media* adalah *instagram*. Sebagai salah satu media komunikasi *instagram* menjadi suatu wadah yang penting bagi banyak kaum muda terutama dalam eksistensi diri. Hal ini menjadi menarik untuk diteliti mengenai eksistensi diri melalui media sosial *instagram*.

Eksistensi diri yang dilakukan manusia di media sosial *instagram* merupakan salah satu bentuk interaksi dengan manusia lainnya. Perkembangan zaman membuat bentuk komunikasi semakin beragam salah satunya komunikasi yang dilakukan melalui media *online* tersebut. Eksistensi diri terus dilakukan dengan memanfaatkan media sosial *instagram* karena seiring perkembangan waktu, eksistensi diri dinilai dapat memberi beberapa keuntungan. Banyak masyarakat yang berhasil melakukan eksistensi diri di media sosial dan mendapat banyak pekerjaan baru seperti *endorse* dan sebagai ajang promosi berbayar lainnya. Pembaharuan bentuk interaksi ini menarik peneliti untuk mengulik lebih dalam mengenai eksistensi diri di media sosial *instagram* sebagai bentuk interaksi yang dilakukan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Medan Area, maka penelitian ini mengambil judul “**Penggunaan Media Sosial *Instagram* Sebagai**

## Wadah Eksistensi Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area”.

### B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas masalah yang peneliti uraikan diatas maka perlu ditetapkan fokus penelitian, dengan tujuan agar tidak timbul penafsiran yang berbeda tentang fokus penelitian dari rumusan masalah yang kelak akan diajukan.

Adapun fokus penelitian ini adalah :

1. Penelitian menjelaskan bentuk eksistensi diri yang dilakukan mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Medan Area melalui media sosial *Instagram*.
2. Penelitian menjelaskan manfaat penggunaan media sosial *Instagram* sebagai media komunikasi.

### C. Rumusan Masalah

Dari uraian yang dipaparkan pada latar belakang masalah, dipandang perlu memberikan suatu rumusan masalah agar penelitian yang dilakukan menjadi lebih jelas ruang lingkupnya. Perumusan masalah yang penulis maksudkan adalah:

1. Bagaimana bentuk eksistensi diri yang dilakukan mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Medan Area melalui media sosial *Instagram*?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Medan Area untuk mewujudkan eksistensi diri di media sosial *Instagram*?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah melihat hal-hal yang dapat dicapai sesuai dengan rumusan masalah. Selanjutnya penulis kemukakan tujuan penelitian yang hendak dicapai melalui penyusunan skripsi ini adalah :

1. Untuk mengetahui bentuk eksistensi diri yang dilakukan mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Medan Area melalui media sosial *Instagram*.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Medan Area dalam mewujudkan eksistensi diri media sosial *Instagram*.

#### **E. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan dan memperdalam kajian Ilmu Komunikasi secara umum dan khususnya komunikasi menggunakan media sosial. Diharapkan juga dapat menjadi acuan dan memperdalam pengetahuan dan teori informasi mengenai Ilmu Komunikasi. Penelitian ini dapat dijadikan acuan referensi peneliti berikutnya mengenai pemanfaatan media sosial dalam kegiatan komunikasi.

##### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan berguna bagi sebagai bahan masukan untuk:

- a) Mahasiswa ilmu komunikasi khususnya dalam pemanfaatan penggunaan *instagram* dalam berkomunikasi.
- b) Lembaga-lembaga yang mengawasi dalam penggunaan bermedia sosial agar lebih maksimal dan tidak disalahgunakan.
- c) Para peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian baik terkait dengan media sosial *instagram* maupun terkait media sosial lainnya.

## BAB II

### TINJAUAN TEORI

#### A. Pengertian Komunikasi Sosial

Kata komunikasi berasal dari kata latin yaitu *commnicare* yang mempunyai tiga arti: bergaul dengan seseorang; memberitahukan sesuatu kepada orang lain; berhubungan dengan orang lain. Dari kata kerja itu kemudian dibentuk kata benda *communication* yang di indonesiakan berarti komunikasi. Oleh karena itu, kata komunikasi berarti pergaulan, pemberitahuan, dan perhubungan.

“Komunikasi sosial adalah suatu proses interaksi di mana seseorang atau suatu lembaga menyampaikan amanat kepada pihak lain supaya pihak lain itu dapat menangkap maksud yang dikehendaki penyampai” (Sutaryo, 2005:23).

Komunikasi sosial yaitu suatu kegiatan komunikasi yang lebih diarahkan kepada pencapaian suatu situasi integrasi sosial, karena itu kegiatan komunikasi sosial adalah lebih intensif. “Komunikasi sosial akan berhasil bila kedua belah pihak yang terlibat dalam komunikasi ini menganggap ada manfaatnya untuk mengadakan komunikasi tersebut. Melalui komunikasi sosial terjadilah aktualisasi masalah-masalah yang dibahas” (Astrid S.Susanto, 1980:1).

Komunikasi sosial adalah suatu bentuk komunikasi yang lebih intensif, di mana komunikasi terjadi secara langsung antara komunikator dan komunikan, sehingga situasi komunikasi berlangsung dua arah dan lebih diarahkan kepada pencapaian suatu situasi integrasi sosial, melalui kegiatan ini terjadilah aktualisasi dari berbagai masalah yang dibahas. “Komunikasi sosial sekaligus suatu proses

sosialisasi dan untuk pencapaian stabilitas sosial, tertib sosial, penerusan nilai-nilai lama dan baru yang di agungkan oleh suatu masyarakat melalui komunikasi sosial kesadaran masyarakat dipupuk, dibina dan diperluas. Melalui komunikasi sosial, masalah-masalah sosial dipecahkan melalui konsensus” (Burhan Bungin, 2007:32).

Komunikasi sosial terjadi antara individu dalam kehidupannya di masyarakat yang memiliki konteks dalam segala dimensi kehidupan manusia. Seluruh dimensi kehidupan manusia dipenuhi dengan komunikasi. Komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa berkomunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kepentingan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan.

Melalui komunikasi sosial seseorang dapat memenuhi kebutuhan emosional dan meningkatkan kesehatan mental, seseorang belajar tentang makna cinta, kasih sayang, simpati, rasa hormat, rasa bangga, iri hati, bahkan kebencian.

“Komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa berkomunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kepentingan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi seseorang bisa bekerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, RT, RW, desa, kota) untuk mencapai tujuan bersama” (Yoyon Mudjiono, 201:100).



Jadi orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan manusia, bisa dipastikan akan tersesat, karena ia tidak berkesempatan menata dirinya dalam suatu lingkungan sosial. Komunikasilah yang memungkinkan individu membangun suatu kerangka rujukan dan menggunakannya sebagai panduan untuk menafsirkan situasi apapun yang ia hadapi. Komunikasi pula yang memungkinkannya mengajari dan menerapkan strategi-strategi adaptif untuk mengatasi situasi problematikanya. Tanpa melibatkan diri dalam komunikasi, seseorang tidak akan tahu bagaimana makan, minum, berbicara, karena cara-cara berperilaku tersebut harus dipelajari lewat pengasuhan keluarga dengan orang lain.

Komunikasi sosial juga merupakan sebuah kegiatan komunikasi yang ditujukan untuk menyatukan komponen-komponen sosial yang bervariasi dan mempunyai perilaku yang berbeda-beda. Di dalam masyarakat terdapat suatu komponen-komponen sosial yang bervariasi dan mempunyai perilaku yang berbeda-beda. Hal tersebut menuntut adanya suatu penyesuaian diri dengan komponen di dalam masyarakat itu sendiri. Dengan kegiatan penyesuaian diri melalui kehidupan yang dimiliki antar anggota dalam membentuk masyarakat akan memunculkan hal baru yang salah satunya adalah komunikasi sosial sebagai wujud sebuah kebutuhan dari setiap individu yang telah terkumpul menjadi satu bagian dengan sebutan masyarakat.

Komunikasi sosial memiliki beberapa elemen-elemen penting seperti aktivitas komunikasi, masyarakat, konsensus dalam masyarakat, kegiatan pertukaran pengalaman antar anggota masyarakat atau interaksi. Dari sedikit penjabaran

diatas dapat diambil suatu pemahaman bahwa interaksi sosial terjadi dalam komunikasi sosial namun dengan interaksi sosial lah maka komunikasi sosial dapat terbentuk.

## 1. Jenis Komunikasi Sosial

Menurut Hendropuspito, komunikasi sosial dapat di klasifikasikan menjadi beberapa jenis menurut sudut pandang tertentu. Berikut ini jenis-jenisnya (Sutaryo, 2005:24-25) :

### a. Komunikasi Langsung dan Komunikasi Tidak Langsung

Komunikasi langsung (*direct communication*) juga disebut komunikasi dari muka ke muka (*face to face*). Si pengirim amanat berhubungan langsung dengan si penerima, komunikasi jenis ini biasanya yang sering dilakukan oleh masyarakat dan pengirim amanat dapat langsung menerima tanggapannya, selain itu jenis komunikasi ini memberikan suasana tersendiri lebih akrab dan saling percaya.

Komunikasi tidak langsung (*indirect communication*) terjadi apabila dalam berkomunikasi menggunakan satu atau lebih perantara. Komunikasi ini terjadi dalam situasi tertentu misalnya karena jarak dan karena sifat amanat itu sendiri dirasa kurang sesuai jika disampaikan oleh si pengirim atau karena dua pihak yang bermusuhan harus didamaikan.

### b. Komunikasi Satu Arah dan Komunikasi Timbal Balik

Komunikasi satu arah (*one-way communication*) terjadi apabila penyampaian amanat itu datang dari satu jurusan, jadi tidak mungkin ada tanggapan langsung dari penerima. Bentuk komunikasi ini menciptakan hubungan yang kaku karena tidak mungkin ada tanggapan langsung.

Komunikasi timbal balik (*reciprocal communication*) terjadi apabila pihak penerima bisa memberi tanggapan langsung pada pemberi, misalnya berbicara lewat telepon, musyawarah. Bentuk komunikasi ini dapat mempererat hubungan dan menjalin hubungan persaudaraan.

c. Komunikasi Bebas dan Komunikasi Fungsional

Komunikasi bebas (*nonorganik*) tidak terikat pada formalitas yang harus ditaati. Satu-satunya ikatan yaitu kode sosial-kultural, misalnya komunikasi dalam pergaulan biasa dimana kedua belah pihak harus mengenal aturan sopan santun.

Komunikasi fungsional (*institutional*) terikat pada aturan yang bersangkutan. Komunikasi ini bersifat fungsional dan struktural, misalnya pejabat pemerintahan terhadap bawahannya, formalitas tertentu seperti penata laksana (protokoler).

d. Komunikasi Individual dan Komunikasi Massal

Komunikasi individual (*individual communication*) ditunjukkan kepada satu orang yang sudah dikenal. Pihak komunikan bukan anonim, tapi orang yang dikenal baik oleh pihak komunikator. Hasil komunikasi memiliki bobot tersendiri. Komunikasi massal (*mass communication*) ditunjukkan pada umum yang tidak dikenal. Pihak komunikan terdiri dari berbagai massa dengan berbagai sosiokultural, ras dan usia.

## 2 Fungsi Komunikasi Sosial

Ada beberapa fungsi komunikasi sosial yaitu (Sutaryo, 2005:25-26):

a. Memberi Informasi

Informasi perlu disampaikan kepada warga masyarakat karena kenyataan menunjukkan bahwa:

- 1) Manusia hanya dapat maju dan berkembang apabila mengetahui nilai-nilai yang perlu dicapai.
- 2) Tidak semua orang memiliki pengetahuan yang sama mengenai nilai-nilai yang sudah berhasil dicapai, mengenai sarana-sarana yang harus dipakai, dan bahaya-bahaya yang harus disingkirkan.
- 3) Setiap orang mempunyai hak asasi untuk mendapat informasi yang berguna bagi hidupnya.

b. Memberi Bimbingan

Baik secara langsung maupun tidak langsung, komunikasi berfungsi memberikan bimbingan bagi warga masyarakat, bimbingan yang benilai tinggi akan menumbuhkan gairah kerja, selain itu jika ada masyarakat yang menyimpang pola-pola kelakuan yang benar dapat dikembalikan ke jalan yang benar.

Bimbingan disampaikan lewat pesan (amanat) yang sifatnya menuntun, menyetujui, menolak, mencela, menegur, mendukung atau menentang, mengajak atau menganjurkan, memberi petunjuk mengenai prioritas tertentu di antara tindakan yang harus dilaksanakan.

**B. Teori Interaksionisme Simbolik**

Menurut Herbert Blumer (dalam Syaifuddin & Zulfan, 2015:3) interaksionisme simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek, bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspetasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka.

Dalam teori interaksionisme simbolik, manusia belajar memainkan berbagai peran

dan mengasumsikan identitas yang relevan dengan peran ini, terlibat dalam kegiatan menunjukkan kepada satu sama lainnya siapa dan apa mereka. Dalam penggunaan media sosial terjadi ketika pengguna ingin terlihat sebagai seorang yang memiliki status sosial yang tinggi maka dirinya akan menampilkan gaya hidup yang mencerminkan kehidupan masyarakat kelas atas melalui berbagai akun media sosial. Upaya ini dilakukan tidak lain agar pengguna dapat memperoleh pengakuan akan eksistensi dirinya dalam kelas masyarakat tertentu.

Menurut (Ritzer, 2004: 266) untuk mendapatkan peran yang diinginkan, aktivitas konsumsi pun dengan sengaja dilakukan berdasarkan premis-premis dalam interaksionisme simbolik sebagai berikut: 1. Individu merespon suatu situasi simbolik berdasarkan makna-makna. 2. Makna ini berasal dari interaksi sosial sebuah penilaian seseorang dengan orang lain. 3. Makna tersebut disempurnakan menjadi interpretasi individu yang dapat berubah dari waktu ke waktu pada saat proses interaksi sosial berlangsung.

Interaksionisme simbolik merupakan proses interaksi di mana kemampuan untuk berpikir dikembangkan dan diungkapkan, segala macam interaksi menyaring kemampuan manusia untuk berpikir. Lebih dari itu berpikir mampu mempengaruhi seseorang dalam bertindak laku. Dalam kebanyakan tingkah laku seorang aktor harus memperhitungkan orang lain dan memutuskan bagaimana harus bertindak laku supaya cocok dengan orang-orang lain. Namun demikian tidak semua interaksi melibatkan proses berpikir. “Mereka membedakan dua macam interaksi, yakni interaksi nonsimbolik yang tidak melibatkan proses berpikir dan interaksi simbolik yang melibatkan proses berpikir” (Raho, 2007: 108). “Pada proses interaksi sosial, manusia mengkomunikasikan arti-arti kepada

orang-orang lain melalui simbol-simbol. Kemudian orang-orang lain menginterpretasi simbol-simbol itu dan mengarahkan tingkah-laku mereka berdasarkan interpretasi mereka. Dengan kata lain, dalam interaksi sosial, aktor-aktor terlibat dalam proses saling mempengaruhi” (Raho, 2007: 112).

### C. Media Sosial

Kemunculan media sebagai suatu teknologi *internet* secara otomatis turut pula mempengaruhi perkembangan media sosial di masyarakat. Media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial. “Media sosial menggunakan teknologi berbasis *web* yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Melalui media sosial setiap orang bisa membuat, menyunting sekaligus mempublikasikan sendiri konten berita, promosi, artikel, foto dan video” (Nurudin, 2012:53). Media sosial adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara *online* di dunia maya (*internet*). Para pengguna (*user*) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan (*networking*). Kaplan dan Michael Haenlein (dalam Putra, 2018:11) mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*.

Media sosial adalah media pergaulan yang dilakukan secara *online* dengan menggunakan *internet*. Pengguna media sosial dapat berkomunikasi, menjalin pertemanan, mengirim pesan antar satu pengguna ke pengguna media sosial lainnya. Kaplan dan Michael Haenlein (dalam Putra, 2018:12) menyatakan bahwa: Media sosial merupakan sebuah aplikasi yang berbasis *internet* dan teknologi Web 2.0 yang dapat memuat pertukaran sebuah pesan atau konten.

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi perkembangan web baru berbasis *internet*, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri. “Post di *blog*, *tweet*, atau video *youtube* dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis” (Zarella, 2010: 23).

“Media jejaring sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya” (Zarella, 2010: 51). Dengan adanya media sosial seseorang lebih mudah untuk berbagi informasi, melakukan hubungan pertemanan, saling berkiriman pesan ataupun untuk mengetahui informasi seputar lowongan kerja yang ada di dunia maya. Media sosial sendiri termasuk kategori media baru (*new media*). “Media baru secara umum mengacu pada *internet*, terutama publik seperti berita *online*, iklan, penyiaran, aplikasi *broadcasting* (misalnya mengunduh musik), forum dan aktivitas diskusi, *world wide web*, pencarian informasi, dan potensi pembentukan komunitas tertentu” (McQuail, 2005: 136). Lebih lanjut (McQuail, 2005:138) menyatakan bahwa karakteristik media baru menembus keterbatasan model berita cetak dan penyiaran dengan kemampuan *many to many conversation*, kemampuan penerimaan, perubahan dan distribusi obyek *cultural*, dislokasi tindakan komunikatif, menyediakan kontak global secara instan, dan memasukkan subyek modern ke dalam seperangkat mesin berjejaring.

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti biasa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti TV,

radio dan koran dibutuhkan modal besar dan tenaga kerja yang banyak, makamlain halnya dengan media. “Seseorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan *internet* bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa orang lain” (Utari, 2017:8).

## 1. Media Sosial Sebagai Media Baru

Media konvensional meliputi televisi, radio, majalah, koran dan film pada saat ini mulai menjadi media nomor dua dibandingkan dengan media yang berbasis *internet*. Pada saat ini peran *internet* sangat penting dalam membentuk media baru (*new media*) karena lebih cepat, mudah diakses dan biaya murah.

Banyak pendapat disampaikan terkait dengan pengertian dari media baru. Mondry (2008:13) menyebutkan bahwa media baru merupakan media yang menggunakan *internet* yang berbasis teknologi dan mempunyai karakter fleksibel, interaktif dan dapat berfungsi secara *privat* maupun secara publik.

McQuail (2011:43-44) menyatakan bahwa:

Akses yang mudah antara satu orang pengguna dengan pengguna lainnya, interaktif dan dapat dipergunakan siapa saja, dan dalam waktu dan tempat dimanapun merupakan ciri dari media baru. *Internet* merupakan bentuk dari media baru yang berkembang pada saat ini. Untuk pengoperasian dari internet tersebut dibutuhkan layanan *provider* yang memberikan akses data *internet* sesuai dengan kebutuhan pengguna. Penggunaan internet memiliki cara dan layanan yang telah ditentukan.

Kemajuan teknologi komunikasi dalam media baru yang sangat pesat dan memunculkan masyarakat informasi menuntut kita untuk melakukan pendefinisian ulang atas teori tentang media yang ada selama ini. Ward (dalam Kurnia, 2005:294) mengatakan bahwa teori yang ada selama ini lebih melihat media pada keberadaan dan pengaruh media sementara proses informatisasi sendiri



masih belum banyak disentuh. Padahal dengan beragam jenis media baru yang bisa dijadikan sumber informasi dari yang sangat massif hingga yang sangat personal melibatkan proses informatisasi yang relatif berbeda dengan penerimaan audiens yang berbeda pula. Di samping itu, kecepatan perkembangan media baru yang didukung teknologi komunikasi yang semakin lama semakin maju menunjukkan bahwa media komunikasi tidak bersifat tetap setiap saat.

Senada dengan Ward, McQuail (2000:125) melihat bahwa permasalahan utama dalam teori tentang media baru, yang tentu saja berbeda dengan teori tentang media lama yang ada selama ini, berkuat pada tiga hal. Pertama, *power and inequality*, sangatlah sulit untuk menempatkan media baru dalam hubungannya dengan kepemilikan dan kekuasaan dimana isi dan arus informasi dikontrol. Kedua, *social integration* dan *identity*, media baru dianggap sebagai kekuatan untuk melakukan disintegrasi terhadap kohesivitas sosial yang ada di dalam masyarakat karena dianggap terlalu individualistik dan bisa menembus batas ruang dan waktu sekaligus budaya. Ketiga, *social change*, media baru dianggap agen perubahan sosial sekaligus agen perubahan ekonomi yang terencana dimana tidak adanya kontrol pesan baik dari pemberi maupun penerima pesan sangat mungkin terjadi.

## 2. Karakteristik Media Sosial

Ada ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding media lainnya. Salah satunya adalah media sosial beranjak dari pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana sosial di dunia *virtual*. Adapun karakteristik media sosial, yaitu (Nassrullah, 2015:48) :

### a. Jaringan (*Network*)

Antar pengguna media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau *internet*. Jaringan yang terbentuk antar pengguna merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam atau *tablet*. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan di antara penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata (*offline*) antar pengguna itu saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.

b. Informasi

Informasi menjadi identitas yang penting dari media sosial. Sebab tidak seperti media-media lainnya di *internet*, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan informasi menjadi semacam komoditas. Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antar pengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring (*network society*).

c. Arsip

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa menjadi akses kapan pun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi apa pun yang diunggah di *facebook* sebagai contoh, informasi itu tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, sampai

tahun. Informasi itu akan terus tersimpan dan bahkan dengan mudahnya bisa diakses.

d. Interaksi

Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, seperti jempol di *facebook* atau hati di *instagram*. Interaksi dalam kajian media merupakan salah satu pembeda antara media lama (*old media*) dengan media baru (*new media*).

e. Simulasi Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai media bermasyarakat (*society*) di dunia *virtual*. Pengguna media sosial bisa dikatakan sebagai warga negara digital yang berlandaskan keterbukaan tanpa adanya batasan-batasan. Layaknya masyarakat atau negara, di media sosial juga terdapat aturan dan etika yang mengikat penggunaannya. Media sosial tidak lagi menampilkan realitas, tetapi sudah menjadi realitas tersendiri, bahkan apa yang ada di media sosial lebih nyata (*real*) dari realitas itu sendiri.

f. Konten oleh pengguna

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content* (UGC). Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten, tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh orang lain. Konten ini adalah format baru dari budaya interaksi dimana para pengguna dalam waktu yang bersamaan berlaku sebagai produser pada satu sisi dan sebagai konsumen dari konten yang dihasilkan di ruang *online* pada lain sisi.

g. Penyebaran (*Share*)

Penyebaran atau *sharing* merupakan karakter lainnya dari media sosial. *Sharing* merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya. Maksud dari pengembangan ini misalnya, komentar yang tidak sekadar opini, tetapi juga data atas fakta terbaru. Di media sosial konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga di distribusikan secara manual oleh pengguna lain.

### 3. Ciri dan Macam Media Sosial Yang Banyak Digunakan di Indonesia

Media sosial mempunyai ciri - ciri sebagai berikut (Putra, 2018:12):

1. Pesan dapat disampaikan pada banyak orang.
2. Pesan atau informasi yang dapat disampaikan bebas.
3. Pesan dapat lebih cepat sampai.
4. Waktu untuk berinteraksi ditentukan oleh yang menerima pesan.

Media sosial yang populer digunakan di Indonesia antara lain:

#### 1. Facebook

*Facebook* mempunyai banyak fitur-fitur paling utama. *Facebook* bersifat informatif yaitu update status, kapan pun pengguna *facebook* dapat mengupdate status lewat *facebook* dan tidak hanya dengan kata-kata tetapi juga bisa mengupdate disertai foto. Fitur *facebook* diantaranya adalah:

- a) *Message Facebook*, ini adalah salah satu fitur dimana kita bisa mengirim pesan ke orang lain secara pribadi, di *message facebook* ini kita bisa mengirim pesan ataupun data lainnya layaknya mengirim *file* menggunakan *email*.
- b) *Group Facebook*, melalui grup di *facebook*, artinya kita dapat memanggil beberapa teman di akun *facebook* untuk masuk *group* dan *group* ini tidak bisa dilihat oleh orang lain tanpa persetujuan admin. Grup ini berfungsi untuk

tempat bercerita beberapa orang contohnya grup kelas, pekerjaan dan lainnya, jadi antar pengguna *facebook* bisa selalu berdiskusi walaupun tidak sedang bersamaan di satu tempat.

## 2. *Twitter*

*Twitter* adalah salah satu jenis dari media sosial yang dapat mengirimkan pesan, pesan tersebut disebut dengan *tweets*. *Tweets* mempunyai karakteristik yaitu tulisan dengan maksimal karakter sebanyak 140 karakter. Keterbatasan dari karakter yang dimiliki oleh *twitter* menjadi kemenarikan tersendiri, karena lebih efektif dan ringkas.

## 3. *Instagram*

*Instagram* merupakan aplikasi media sosial yang dapat dipergunakan untuk *upload* foto, dan mulai tahun 2015 dapat untuk *upload* video serta dapat dibagikan kepada pengguna *instagram* lainnya. *Instagram* mempunyai daya tarik tersendiri yaitu dapat melakukan pemotongan foto menjadi bentuk persegi dan hasilnya seperti menggunakan *kodak instamatic* dan *polaroid*. Pada pertengahan 2015, *instagram* kembali mengupgrade fitur terbarunya yaitu *cropping*, dimana ciri khas *instagram* sekarang bisa mengunggah foto *landscape*, *potrait* dan lainnya, termasuk video dengan *format landscape* atau dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada piranti bergerak. *Instagram* dapat digunakan di *iPhone*, *iPad* atau *iPod Touch* versi apapun dengan sistem operasi iOS 3.1.2 atau yang terbaru, dan telepon genggam *Android* apapun dengan sistem operasi versi 2.2 (Froyo) ke atas. Aplikasi ini dapat diunggah melalui *Apple App Store* dan *Google Play Store*.

#### 4. Manfaat dan Kegunaan Media Sosial

Media sosial dapat digunakan untuk berbagai hal, di antaranya adalah sebagai media penyebaran informasi, media interaksi sosial, dan media usaha jual beli. Haryanto (2015:83) menyebutkan dalam karya ilmiah nya bahwa menggunakan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi dan interaksi sosial merupakan langkah efektif karena informasi dapat ditemukan dengan cepat dan interaksinya tidak terbatas hanya untuk individu, namun juga untuk kelompok. Kemudian untuk penggunaan media sosial sebagai media usaha jual beli, Permata (2017:8) menyebutkan bahwa dari hasil penelitiannya, ia menyatakan bahwa mayoritas pembeli sudah sangat terbiasa berbelanja *online* melalui *instagram*, hal ini dikarenakan *instagram* yang mudah diakses. Responden bisa mengakses *instagram* kapanpun dan dimanapun hanya dengan koneksi *internet*. Mereka juga dengan mudah dapat memilih produk apa saja yang mereka inginkan tentunya dengan harga yang bersaing.

#### D. Media Sosial *Instagram*

##### 1. Pengertian *Instagram*

“*Instagram* adalah sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telepon pintar (*Smartphone*). Nama *instagram* diambil dari kata *insta* yang asalnya *instan* dan *gram* dari kata *telegram*” (Ghazali, 2006:8). *Instagram* merupakan gabungan dari kata *Instan-Telegram*. Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (*share*) ke jejaring sosial yang lain. Orang yang mempunyai latar belakang dalam dunia fotografi pasti sangat memanfaatkan aplikasi ini. Dengan banyaknya fungsi-

fungsi aplikasi *instagram* untuk mengolah foto, *instagram* memiliki daya tarik tersendiri bagi penggunanya. Selain itu, *instagram* adalah aplikasi untuk *photo-sharing* dan layanan jejaring sosial *online* yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi hasil foto melalui berbagai layanan *social media* seperti *Facebook*, *Twitter* dan situs media lainnya.

Pengguna aplikasi ini semakin berkembang pesat karena keunggulan yang ditawarkan dari berbagai fitur aplikasi *instagram*. Keunggulan itu berupa kemudahan saat pengunggahan foto. Foto yang diunggah bisa diperoleh melalui kamera ataupun di album ponsel. *instagram* dapat langsung menggunakan efek-efek untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki. “Dengan berlatar belakang sebagai aplikasi jejaring sosial yang dikhususkan untuk berbagi foto, *instagram* memiliki ciri menarik yakni ada batas foto ke bentuk persegi, mirip dengan gambar *kodak instamatic* dan *polaroid*, yang sangat berbeda dengan rasio aspek 16:9 sekarang, yang biasanya digunakan oleh kamera ponsel” (Salbino, 2014:47).

## 2. Sejarah Instagram

*Welcome To Instagram*, inilah kalimat pembuka yang ditulis oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di blog resminya pada 6 Oktober 2010, yang menandai lahirnya aplikasi *photo sharing* revolusioner *instagram*. Di *startup* yang didirikannya yaitu perusahaan *Burbn, inc.* Kevin Systrom dan Mike Krieger bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai impiannya. “Steve Jobs pendiri (*Apple*), Bill Gates pendiri (*Microsoft*), Mark Zuckerberg pendiri (*Facebook*), Matt Mullenweg pendiri (*Wordpress*), *google* dan sebagainya adalah para inovator teknologi kelas dunia yang telah mengembangkan produk revolusioner sejak usia muda” (Atmoko, 2012:10).

Kevin adalah sarjana lulusan *Stanford University* pada tahun 2006 dengan jurusan *Management Science & Engineering*. Kevin mulai mengenal *startup* sejak magang di Odeo yang kemudian bernama *Twitter*.

Dua tahun setelah itu, Kevin bekerja di *google* yang mengerjakan *gmail*, *google reader*, dan lainnya termasuk tim *Corporate Development*. Setelah keluar dari *google*, Kevin bekerja di perusahaan *Nextstop*, ditempatkan di bagian pemasaran dan melakukan banyak hal mengenai *engineering*. Di perusahaan ini, Kevin menuangkan ide-idenya dengan belajar bagaimana membuat program, salah satu ide yang paling menarik perhatiannya adalah mengombinasikan elemen *FourSquare (Check in)* dengan elemen Mafia Wars. Kemudian lahirlah nama *Burn*. Kevin kemudian membangun sebuah prototipe dari ide HTML dan menyerahkannya kepada beberapa teman. Dalam waktu dua minggu Mike Krieger masuk ke dalam tim *Burn*, Mike merupakan alumni dari *Stanford University* dengan jurusan *Symbolic Systems* dengan fokus pada *Human Computer Interaction*. Selama masa kuliah, Mike magang di *Microsoft* untuk tim *Power Point* dan *Foxmarks (Xmarks)* sebagai *Software developer*. *Burbn, Inc.* merupakan teknologi *startup* yang hanya berfokus pada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam berbasis HTML5 yang digunakan untuk *check in* lokasi, mendapatkan poin untuk *hang out* dengan teman, posting foto, dan update status.

“Pada mulanya *Burbn, inc.* memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5 *Mobile (Hiper text markup language)*, namun kedua CEO (*Chief Executive Officer*). Kevin Systrom dan Mike Krieger sekarang hanya memfokuskan pada satu hal saja” (Lubis, 2014:51). Dan membuat sebuah versi *prototype* pertama dari *Burbn*, yang berfokus pada foto saja. Namun di dalamnya



masih banyak kendala dan belum sempurna, sehingga Kevin dan Mike memutuskan untuk kembali menciptakan versi asli Burn. Versi Burbn yang sudah final adalah aplikasi yang dapat digunakan di dalam *iphone*, yang dimana isinya terlalu banyak fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada dan memulai lagi dari awal, namun Kevin dan Mike hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto, itulah yang akhirnya yang menjadi awal mula munculnya media sosial *instagram*. “Karena *passion* Kevin di bidang fotografi, ternyata *trend* pengguna Burn lebih banyak memanfaatkan fitur *photo sharing* dibandingkan fitur lainnya. Akhirnya yang tersisa adalah sebuah *prototype* aplikasi *photo sharing*” (Atmoko, 2012:7). *Instagram* membutuhkan proses sekitar satu minggu untuk mencari nama baru yang sesuai dengan semangat dari aplikasi tersebut. Kevin dan Mike mengombinasikan aspek *right here right now* dengan ide merekam sesuatu dalam kehidupan pengguna. Karakteristik lain yang dibutuhkan adalah nama tersebut harus dieja dengan mudah oleh semua orang. Maka, ditemukanlah nama *instagram*.

### 3. Perkembangan *Instagram*

Dimulai dengan satu juta pengguna bulanan, aplikasi berbagi foto dengan 100 juta foto yang diunggah pada tahun 2011 dan 10 juta pengguna pada bulan September tahun yang sama. Pada bulan April 2012, perusahaan mengumumkan partisipasi 30 juta pengguna. Pada bulan yang sama, *facebook* mencatat pertumbuhan *instagram* dan membeli aplikasi sebesar US\$ 1 miliar, akuisisi terbesar ketiga sampai saat ini. Dari awal, pengguna *instagram* meroket. Ini mencapai 80 juta pengguna bulanan setelah akuisisi dan hampir dua kali lipat

bahwa untuk 150 juta pengguna bulanan pada akhir 2013. Sebelum *facebook*, *twitter* juga sempat menyatakan minatnya untuk membeli *instagram* pada tahun 2011. Pada Mei tahun 2013, *instagram* memperkenalkan penandaan foto dan foto anda *tab* baru pada profil pengguna dengan koleksi gambar atau foto yang ditandai ke akun pengguna tersebut. Foto *tagging* juga diperluas ke merek, langkah yang ramah bisnis yang dilaporkan menyebabkan peningkatan penjualan. Pada tahun 2013, *instagram* membuat lebih mudah untuk berbagi posting dengan menambahkan *link* untuk menanamkan foto dan video. Orang dapat menunjukkan konten *instagram* seperti yang dimaksudkan untuk terlihat, dengan hanya menyalin dan menyisipkan *link* embed ke sebuah artikel atau *website* dengan fungsi baru ini. Kemudian *facebook* mulai menggabungkan “kealamian iklan” dalam aplikasi pada Oktober 2013. Karena pengguna tidak dimanfaatkan untuk menjangkau iklan, *facebook* memutuskan untuk memulai dengan hanya segelintir foto dan video yang menarik. Dan pada akhir 2013 *instagram* juga menambahkan layanan obrolan pribadi bagi pengikut untuk mengirim foto dan video pribadi satu sama lain. Tidak sampai disitu, *instagram* juga meluncurkan sebuah fitur yang terinspirasi dari fitur *snapchat* bernama *instagram stories* pada tahun yang sama.

#### 4. Fitur *Instagram*

Berdasarkan (Atmoko, 2012:28) *instagram* mempunyai beberapa fitur yang memudahkan para penggunanya, diantaranya:

1. Fitur *followers* atau pengikut, sistem sosial di dalam *instagram* adalah dengan mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut *instagram*. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna *instagram* sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga

mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dan jumlah tanda suka dari pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Fitur bagikan foto, fitur ini berfungsi untuk membagikan foto-foto kepada pengikut di *instagram*, ini merupakan fitur yang sangat utama di *instagram*.

2. Kamera, foto yang telah diambil melalui aplikasi *instagram* dapat disimpan dalam *iDevice* tersebut. Pengguna kamera melalui *instagram* juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh sang pengguna. Ada juga efek kamera *tilt-shift* yang fungsinya adalah untuk memfokuskan sebuah foto pada satu titik tertentu. Setelah foto diambil melalui kamera di dalam *instagram*, foto tersebut juga dapat diputar sesuai dengan keinginan para pengguna. Foto-foto yang akan diunggah melalui *instagram* tidak terbatas, namun *instagram* memiliki keterbatasan ukuran pada foto yaitu dengan rasio 3:2.
3. Efek foto, pada versi awalnya *instagram* memiliki 15 efek foto yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat menyunting foto. Efek tersebut terdiri dari *X-Pro II*, *Lomo-fi*, *Earlybird*, *Sutro*, *Toaster*, *Brannan*, *Inkwell*, *Walden*, *Hafe*, *Apollo*, *Poprocket*, *Nashville*, *Gotham* dan *Lord Kelvin*. Pada tanggal 20 September 2011, *instagram* telah menambahkan 4 buah foto efek terbaru, yaitu *Valencia*, *Amaro*, *Rise*, *Hudson*, dan menghapus 3 efek *Apollo*, *Poprocket*, dan *Gotham*.
4. Judul foto, setelah foto tersebut disunting, maka foto akan dibawa ke halaman selanjutnya, dan foto tersebut akan diunggah ke dalam *instagram*

ataupun ke jejaring sosial lainnya. Di dalamnya tidak hanya ada pilihan untuk mengunggah pada jejaring sosial atau tidak, tetapi juga untuk memasukkan judul foto, dan menambahkan lokasi foto tersebut. Sebelum mengunggah sebuah foto, para pengguna dapat memasukkan judul untuk menamai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada dipikiran para pengguna. Judul-judul tersebut dapat digunakan pengguna untuk menyinggung pengguna *instagram* lainnya dengan mencantumkan nama akun dari orang tersebut. Para pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut, sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut di dalam sebuah kategori.

5. Arroba, seperti *twitter* dan *facebook*, *instagram* juga memiliki fitur yang dapat digunakan penggunanya untuk menyinggung pengguna lainnya dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun *instagram* dari pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya di dalam judul foto, melainkan juga pada bagian komentar foto. Pada dasarnya penyinggungan pengguna yang lainnya dimaksudkan untuk berkomunikasi dengan pengguna yang telah disinggung tersebut.
6. Label foto, sebuah label dalam *instagram* adalah sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan kata kunci. Bila para pengguna memberikan label pada sebuah foto, maka foto tersebut dapat lebih mudah untuk ditemukan. Label itu sendiri dapat digunakan di dalam segala bentuk komunikasi yang bersangkutan dengan foto itu sendiri. Para pengguna dapat memasukkan

namanya sendiri, tempat pengambilan foto tersebut, untuk memberitakan sebuah acara, untuk menandakan bahwa foto tersebut mengikuti sebuah lomba, atau untuk menandakan bahwa foto tersebut dihasilkan oleh anggota komunitas *instagram*. Foto yang telah diunggah dapat dicantumkan label yang sesuai dengan informasi yang bersangkutan dengan foto. Pada saat ini, label adalah cara yang terbaik jika pengguna hendak mempromosikan foto di dalam *instagram*.

7. Tanda suka, *instagram* juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan *facebook*, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam *instagram*, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak. Namun jumlah pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting membuat foto menjadi terkenal. Bila sebuah foto menjadi terkenal, maka secara langsung foto tersebut akan masuk ke dalam halaman popular tersendiri.
8. Populer, bila sebuah foto masuk ke dalam halaman popular, yang merupakan tempat kumpulan dari foto-foto populer dari seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto tersebut akan menjadi suatu hal yang dikenal oleh masyarakat mancanegara, sehingga jumlah pengikut juga dapat bertambah lebih banyak. Foto-foto yang berada di halaman popular tersebut tidak akan seterusnya berada di halaman tersebut, melainkan dengan berjalannya waktu akan ada foto-foto populer baru lain

yang masuk ke dalam daftar halaman dan menggeser posisi kepopuleran foto tersebut.

9. Peraturan *instagram*, sebagai tempat untuk mengunggah foto-foto dari masyarakat umum, ada beberapa peraturan tersendiri dari *instagram*, agar para pengguna tidak mengunggah foto-foto yang tidak sesuai dengan peraturan. Peraturan yang paling penting di dalam *instagram* adalah pelarangan keras untuk foto-foto pornografi, dan juga mengunggah foto pengguna lain tanpa meminta izin terlebih dahulu. Bila ada salah satu foto dari akun yang terlihat sama oleh pengguna lainnya, maka pengguna tersebut memiliki hak untuk menandai foto tersebut dengan bendera atau melaporkannya langsung kepada *instagram*.

#### **E. Eksistensi Diri**

Eksistensi berasal dari bahasa Inggris “*exist*” yang berarti ada, terdapat hidup atau dirasakan keberadaannya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Sedangkan Abidin Zainal (dalam Islami, 2018:5) berpendapat dalam bukunya Analisis Eksistensial: Sebuah Pendekatan Alternatif untuk Psikologi dan Psikiatri bahwa eksistensi adalah:

Suatu proses yang dinamis, suatu “menjadi” atau “mengada”. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *existere*, yang artinya keluar dari, “melampaui” atau “mengatasi”. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasi potensi-potensinya.

Eksistensi menurut peneliti ada akan keberadaan seseorang yang bergaul dalam lingkungan masyarakat, bisa dikatakan ingin diakui keberadaannya khususnya dalam segi sosial. Karena pada dasarnya manusia akan mengalami

perubahan dari masa sekarang sampai masa yang akan datang baik dari segi bahasa, perilaku, tindakan. Dalam pandangan psikologi eksistensial, J.P Chaplin pada bukunya Kamus Lengkap Psikologi (dalam Islami, 2018:5) mengatakan bahwa: Eksistensi adalah sebuah pandangan mengenai keberadaan manusia, situasinya dalam dunia, kebebasannya memilih tujuan kehidupan dan berusaha memahami arti kehidupannya sendiri (J.P Chaplin, 2000:177).

Eksistensi sendiri adalah suatu proses yang dinamis, untuk menjadi atau mengada. Eksistensi sendiri berasal dari kata *exsistere*, Eksistensi atau pengakuan ialah suatu keadaan dimana seseorang ingin diakui dan dihargai oleh orang-orang di sekelilingnya. Eksistensi bersifat lentur dan selalu dicari atau pun dikejar oleh seseorang. “Seperti halnya dengan fenomena yang ada saat ini dimana orang-orang beranggapan bahwa memiliki banyak akun di setiap situs jejaring sosial merupakan cara terbaik untuk mendapat pengakuan. Seseorang akan merasa lebih bangga saat ia bisa mendapatkan banyak *follower* di *instagram* dibandingkan mempunyai mobil mewah” (Abidin Zaenal 2007:16). Pandangan Frank (dikutip Schutz 1991:145) dalam bukunya *Psychotherapy and Existentialism* tentang eksistensi diri berarti menjadi manusia sepenuhnya, dimana individu semakin mampu mengatasi dirinya sendiri dan memberi tujuan hidup supaya menjadi manusia sepenuhnya.

Eksistensi diri adalah kebutuhan manusia dalam arti. Meskipun individu harus tunduk pada kondisi-kondisi dari luar dirinya, namun pada dasarnya dalam memberikan tanggapan setiap individu berhak dan bebas mengambil sikap untuk menemukan arti hidup.

## 1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Eksistensi Diri

Eksistensi memiliki peran penting dimana setiap individu yang mampu mencapai apa yang ingin ia raih melalui pemanfaatan potensi-potensi yang dimilikinya dalam kegiatan yang bermakna sebagai wujud keberadaan otentiknya. Sehingga dalam memenuhi eksistensi diri seseorang dapat dengan bebas memilih dan melakukan hal-hal yang di nilai bermakna bagi dirinya untuk mengungkapkan potensi yang di milikinya. Pengalaman seseorang juga berperan penting dalam membangun eksistensi diri, dari pengalamanlah seseorang belajar untuk membangun kepercayaan dan bagaimana menarik simpati orang lain. Pengalaman tidak selalu lewat proses belajar formal. Pengalaman kita bertambah juga melalui rangkaian peristiwa yang pernah kita hadapi (Rakhmat, 2012: 88).

Pengalaman seseorang dalam membagikan unggahan postingan berupa foto dan video pada fitur *snagram* di *instagram* contohnya. Fitur media sosial yang tergolong baru ini mampu menarik khalayak untuk berlomba-lomba mencobanya. Bermodalkan *smartphone* yang di miliki mereka mampu membagikan hal-hal di sekeliling yang dianggap penting. Dengan tujuan untuk mendapat *feedback* dan di akui keberadaannya di dunia maya, mereka saling menunjukkan bahwa dirinya layak untuk disebut eksis. Perlu di perhatikan bahwa hal ini dapat mempengaruhi faktor-faktor eksistensi diri. Menurut Freud, perilaku manusia merupakan hasil interaksi tiga substansial dalam kepribadian yang menyimpan dorongan-doronagn biologis manusia pusat instink (hawa nafsu dalam kamus agama) (Rakhmat, 2012: 19).

Manusia merupakan makhluk sosial, dari proses sosial ia memperoleh beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilakunya, W.I. Thomas dan Florian



Znaniecki dalam (Rakhmat, 2012) dalam buku komunikasi psikologi mengemukakan faktor personal yang mempengaruhi perilaku manusia yaitu:

a. Motif ingin tau

Mengerti, menata, dan menduga. Setiap orang berusaha memahami dan memperoleh arti dari dunianya.

b. Motif kompetensi

Setiap orang ingin membuktikan bahwa ia mampu mengatasi persoalan kehidupan apapun. Perasaan mampu amat bergantung pada perkembangan intelektual, sosial, dan emosional.

c. Motif cinta

Sanggup mencintai dan dicintai adalah hal esensial bagi pertumbuhan kepribadian. Orang ingin diterima di dalam kelompoknya sebagai anggota sukarela dan bukan yang sukar rela.

d. Motif harga diri dan kebutuhan untuk mencari identitas

Menunjukkan eksistensi di dunia, kita ingin kehadiran kita bukan saja dianggap bilangan, tetapi juga diperhitungkan. Oleh karena itu, bersamaan dengan kebutuhan akan harga diri, orang mencari identitas dirinya.

e. Kebutuhan akan nilai

Manusia membutuhkan nilai-nilai untuk menuntutnya dalam mengambil keputusan atau memberikan makna pada kehidupannya.

f. Kebutuhan pemenuhan diri

Kebutuhan akan pemenuhan diri dilakukan melalui berbagai bentuk (1) mengembangkan dan menggunakan potensi- potensi kita dengan cara yang kreatif konstruktif, (2) memperkaya kualitas kehidupan dengan memperluas rentangan dan kualitas pengalaman serta pemuasan, (3) membentuk hubungan yang hangat dan berarti dengan orang di sekitar, (4) berusaha mem manusia, menjadi pesona yang kita dambakan Coleman (1976: 105) dalam Rakhmat (2012: 39).

## 2. Ciri-ciri Individu yang Memiliki Eksistensi Diri

Menurut Frankl dalam bukunya yang berjudul *Phychotherapy and Existentialism* dan Smith (2003:54) dalam bukunya *What Matters Most: Ciri- ciri individu yang memiliki Eksistensi Diri* diantaranya:

- a. Kesadaran diri, yaitu kemampuan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan diri sendiri, apa yang mampu dilakukan, dan bagaimana cara melakukannya.
- b. Kepercayaan diri, yaitu kemampuan individu untuk melihat sisi positif dari suatu peristiwa.
- c. Harga diri, yaitu bagaimana individu memfokuskan pada orang yang dilayani atau individu mampu bekerja.
- d. Kesadaran akan peran, yaitu kesadaran mengenai pentingnya peran yang ada dalam dirinya untuk segera direalisasikan.
- e. Kesadaran akan kekuatan misi pribadi, yaitu visi tentang apa yang perlu dilakukan dan semangat serta fokus dalam melakukannya.
- f. Daya tarik pribadi, yaitu sesuatu yang menjadi daya tarik individu sehingga dapat mempengaruhi penilaian orang lain terhadap dirinya.
- g. Kesadaran akan keunikan diri, yaitu tidak membanding-bandingkan diri dengan orang lain atau mengkhawatirkan apa yang tidak dimiliki diri.
- h. Konsistensi terhadap kehidupan, yaitu tidak terombang-ambing dengan setiap ide atau peluang baru atau perubahan kejadian.
- i. Ketenangan dan kedamaian, yaitu tetap berkepala dingin meskipun menghadapi banyak masalah.

## 3. Aspek-Aspek Eksistensi Diri

Eksistensi diri memiliki beberapa aspek menurut Langle (dalam Islami, 2015:7)

### a. *Perception*

*Perception* berkaitan dengan bagaimana manusia memahami atau mempersepsikan objek di dunia. Dalam berinteraksi dengan dunia penting bagi individu untuk mengumpulkan informasi yang relevan dan mempelajari berbagai kondisi maupun situasi yang dihadapi.

### b. *Recognition of values*

*Recognition of values* merupakan keadaan seseorang yang dapat memahami hubungan kualitatif antar objek dan antar objek dengan dirinya sendiri. Individu kini mengorientasikan dan mengalihkan perhatian kepada hal-hal diluar dirinya, yaitummenjalin hubungan denganmorang lain, sampai ia memperoleh keharmonisan antara dunia dan dirinya.

### c. *Freedom*

*Freedom* atau kebebasan adalah kemampuan manusia dalam menentukan sikap dalam dirinya sendiri dan dunianya, termasuk menentukan tindakan-tindakan dan marah hidupnya. Individu harus sadar dengan pilihan dan konsekuensi terhadap apa yang dipilihnya.

d. *Responsibility*

*Responsibility* atau tanggung jawab dalam hal ini berarti ketetapan hati untuk menempatkan sebuah keputusan ke dalam tindakan dan dapat konsisten serta menanggung konsekuensi-konsekuensi dari tindakan tersebut mengemukakan jika individu bisa berada disini, mencintai hidup dan menemukan diri di dalamnya, maka terpenuhilah kondisi untuk menuju kondisi fundamental keempat, keberadaan individu mengakui hidupnya dan apa saja tantangannya.

## F. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Kesimpulan dari penelitian	Relevansi Penelitian dengan Penelitian yang akan dilakukan peneliti
1	Monica Utari tahun 2017	Pengaruh Media Sosial <i>Instagram</i> Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya	Media sedikit banyak membawa pengaruh bagaimana khalayak melihat sebuah peristiwa, informasi maupun sebuah produk yang diiklankan di dalamnya. Efek samping yang tidak direncanakan dan telah diterima sebagai suatu hal yang wajar adalah sosialisasi kebiasaan. Gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka (berapa persen untuk bekerja, berapa persen untuk bermain, ataupun berapa persen untuk bersantai dengan keluarga).	Penelitian oleh Monica Utari, relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dimana sama-sama membahas tentang perilaku masyarakat terhadap pengaruh media sosial <i>instagram</i> .

			<p>Gaya hidup seseorang merupakan fungsi karakteristik atau sifat individu yang sudah dibentuk melalui interaksi lingkungan. Selain itu, gaya hidup seseorang mempengaruhi perilaku pembelian, yang bisa menentukan banyak keputusan konsumsi perorangan, sehingga gaya hidup bisa berubah karena pengaruh lingkungan.</p>	
2	Islami tahun 2018	<p><i>Instagram: Media Sosial Dan Eksistensi Diri Remaja Berprestasi Di Kota Palu.</i></p>	<p>Eksistensi diri dapat dilihat dari ciri-cirinya yaitu berdasarkan kesadaran diri dimana para pengguna <i>instagram</i> menunjukkan diri mereka dalam hal positif sehingga mampu menutupi kelemahan yang ada pada diri pengguna <i>instagram</i>, berikutnya berdasarkan kepercayaan diri dimana dalam hal ini para pengguna memberikan suatu hal positif dalam setiap foto yang dibagikannya tanpa menyinggung para pengguna media sosial <i>instagram</i> lainnya dari suatu peristiwa atau postingan yang dibagikannya,</p>	<p>Relevansi penelitian Islami dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah dari topik penelitian yang dimana sama-sama meneliti tentang eksistensi diri seseorang melalui media sosial <i>instagram</i>.</p>

			berdasarkan harga diri para pengguna <i>instagram</i> mendapatkan penilaian yang baik dari pengguna lainnya.	
3	Zulfan Syaifuddi tahun 2018	Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Eksistensi Diri	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui informasi tentang penggunaan media sosial akun <i>Instagram</i> sebagai gaya eksistensi diri pada siswa SMAN 5 Banda Aceh. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Interaksionisme Simbolik oleh Herbert Blumer. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa siswa yang menggunakan media sosial akun <i>instagram</i> bukan hanya untuk memperoleh informasi semata, akan tetapi juga sebagai media untuk mengeksistensikan dirinya diluang waktu kosong sebagai hiburan dengan cara mengunggah foto dan video ke akun <i>instagram</i> .	Relevansi penelitian Zulfan Syaifuddi dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama membahas tentang penggunaan media sosial sebagai wadah eksistensi diri.
4	Hayumi tahun 2014	Penggunaan <i>Instagram</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi <i>instagram</i>	Relevansi penelitian Hayumi dengan

		Sebagai Eksistensi Diri	sebagai eksistensi diri. Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data. Dari hasil penelitian yang ada dapat disimpulkan bahwa <i>instagram</i> digunakan sebagai salah satu alat untuk menunjukkan eksistensi diri terutama di kalangan remaja.	penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama membahas tentang penggunaan media sosial <i>instagram</i> sebagai eksistensi diri.
5	Prasetyani tahun 2011	Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Eksistensi Diri Mahasiswa FTIK Universitas Semarang	Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perkembangan eksistensi diri dalam diri mahasiswa saat ini. Dengan berkembangnya media <i>online</i> , terdapat perubahan perilaku yang cukup spesifik bagi individu khususnya dalam cara bagaimana individu tersebut mempersepsikan atau memaknai diri mereka sendiri. Selanjutnya saat ini muncul aplikasi seperti <i>instagram</i> yang dapat menampilkan foto dan video, yang menggambarkan citra diri individu. Masyarakat terutama kaum muda di kalangan mahasiswa yang	Relevansi penelitian Prasetyani dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama meneliti penggunaan media sosial <i>instagram</i> terhadap eksistensi diri mahasiswa.

			<p>dinamis, cenderung senang untuk mengekspresikan diri melalui media <i>online</i> yang dianggap dapat meningkatkan eksistensi diri mereka. Dalam tulisan ini, metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa gemar menggunakan aplikasi <i>instagram</i> untuk berbagai momentum agar keberadaannya lebih terkait dengan eksistensi diri mereka.</p>	
6	Dinda Artikah Batu Bara tahun 2021	Media Instagram Dan Eksistensi Diri (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Filsafat	<p>Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana dampak yang ditimbulkan dari mengeksistensikan diri di media sosial <i>instagram</i> dan juga untuk mengetahui alasan mengapa mereka memilih <i>instagram</i> sebagai sarana eksistensi diri, ataupun sebagai sarana penunjukkan diri. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan penelitian kualitatif.</p>	<p>Relevansi penelitian Dinda Artikah Batu Bara dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama meneliti penggunaan media sosial <i>instagram</i> terhadap eksistensi diri mahasiswa.</p>

			<p>Informan dalam penelitian ini merupakan delapan orang mahasiswa dan mahasiswi angkatan 2017-2019, dari Fakultas Ushuluddin dan Filsafat yang merupakan pengguna aktif <i>instagram</i> dan memiliki jumlah <i>followers</i> lebih dari 2000 <i>followers</i>.</p>	
7	Nurritzka Hera Putri tahun 2019	Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> Sebagai Sarana Eksistensi Diri	<p>Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan fenomena sosial mengenai para remaja yang aktif menggunakan media sosial <i>instagram</i> untuk menunjukkan eksistensi dirinya. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan angket terbuka yang disebar secara <i>online</i>. Responden penelitian berjumlah 100 orang yang berusia remaja yaitu antara 18-22 tahun, aktif menggunakan media sosial <i>instagram</i> yang bertujuan untuk menunjukkan eksistensi dirinya. Setelah angket terisi oleh 100 responden, dipilih 5 responden yang sesuai dengan kriteria</p>	<p>Relevansi penelitian Nurritzka Hera Putri dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama meneliti penggunaan media sosial <i>instagram</i> sebagai sarana eksistensi diri.</p>



			<p>yang telah ditentukan. Setelah itu dilakukan wawancara untuk menggali lebih dalam kepada kelima responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para remaja yang menjadi pengguna aktif instagram menunjukkan eksistensi dirinya dengan cara serta tujuan yang berbeda-beda. Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi eksistensi diri yaitu kehendak bebas (hak setiap individu dalam menentukan eksistensi dirinya), pertanggungjawaban dan karakter (setiap individu memiliki karakteristik masing-masing).</p>	
--	--	--	--	--

### G. Kerangka Berfikir

Dalam penelitian ini tentunya membutuhkan sebuah teori untuk membantu mengungkapkan sebuah fakta. Peneliti menggunakan *looking glass* atau sebagai kerangka teoritik. Teori pada dasarnya digunakan sebagai alat panduan untuk menganalisa berbagai permasalahan yang ada dilapangan, karena dengan teori, bisa membantu seorang peneliti hingga dapat menjelaskan dan menggambarkan sebuah masalah yang akan diteliti tersebut bisa terjadi. Manusia sebagai makhluk individu pada dasarnya memiliki berbagai macam dimensinya dalam kehidupannya, seperti bentuk tubuh, perilaku atau sifat dan juga kepribadian yang

berbeda-beda antara yang satu dengan yang lainnya. Dan manusia sebagai makhluk sosial memerlukan satu sama lain dan hubungan sosial di kehidupan sehari-harinya dan adanya keterkaitan satu sama lain. Penelitian yang akan berlangsung ini, menggunakan konsep dari Charles Harton Cooley tentang Teori *Looking Glass* atau *Self Image*. Teori *The Looking Glass Self* oleh Charles Harton Cooley, pendekatan studi interkasionisme simbolik ini membahas mengenai konsep diri yang terbentuk dan dimiliki seorang individu. Pembentukan konsep diri yang dikemukakan oleh Cooley “digambarkan melalui sebuah perumpamaan tentang diri individu yang sedang bercermin (*the looking glass self*)”. Cooley berargumen bahwa konsep diri individu secara signifikan ditentukan oleh apa yang seorang individu pikirkan tentang pikiran orang lain terhadap dirinya. Dimana gambaran diri individu dicerminkan dan direfleksikan lewat orang lain, atau diri sosial yang terlihat dan tertampilkan sebagai hasil reaksi atas pendapat orang lain, jadi konsep diri yaitu pemikiran individu tentang pendapat atau kesan yang mengenai dirinya, dan direfleksikan melalui bagaimana tanggapan atau penilaian orang lain pada dirinya. Seperti tentang siapa dan bagaimana seseorang berpikir tentang dirinya sendiri, dan tidak terpisahkan dari interaksi yang dilakukan secara terus menerus interaksi tersebut juga seperti salah satunya interaksi yang terjadi di media sosial *instagram*, melalui unggahannya dan juga adanya interaksi secara tidak langsung seperti memberi *like*, *comment* dan juga saling meng-*follow*.

*Looking glass self* mengandung tiga unsur :

1. Seseorang memikirkan bagaimana dia terlihat bagi mereka yang berada di sekelilingnya. Sebagai contoh, kita dapat berpikir bahwa orang lain menganggap kita baik atau buruk.
2. Menafsirkan reaksi orang lain. Seseorang menarik kesimpulan mengenai bagaimana orang lain mengevaluasi dirinya. Apakah mereka menyukai kita dikarenakan kita baik atau dikarenakan kita buruk.
3. Mengembangkan suatu konsep diri (*self concept*). Seperti cara kita menginterpretasikan reaksi orang lain terhadap kita memberikan kita perasaan dan ide mengenai diri kita sendiri. Suatu refleksi yang menyenangkan dalam cermin sosial ini mengarah pada suatu konsep diri yang positif, suatu refleksi negatif mengarah ke suatu konsep diri negatif.

Ketiga unsur diatas dalam *looking glass self* merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari yang kita alami, dikala kita merantau reaksi orang terhadap kita sehingga secara terus menerus kita dapat mengubah diri kita, dengan demikian diri tidak pernah merupakan suatu produk yang selesai namun selalu berada dalam proses bahkan sampai usia lanjut.

Teori ini menerangkan bahwa masyarakat memiliki apa yang disebut dengan cermin yang merefleksikan siapa diri kita ini. Kita ini ternyata membentuk image diri (*self image*) dari bagaimana kita memikirkan cara pandang orang lain terhadap kita. *Self image* yang dibentuk dalam proses ini sangat berpengaruh pada interaksi kita dengan orang lain, atau seperti bagaimana cara kita menunjukkan diri pada media sosial *instagram* seperti berupa postingan, *caption* maupun hal-

hal lain yang menunjukkan diri kita kepada khalayak melalui unggahan *instagram*, sehingga ini juga menjadi cara interaksi dengan pengguna *instagram* lain.

Dalam membentuk *self image* dan bermain dengan mirror sama dengan bermain seni. Kita tak jarang harus mempertimbangkan nilai, norma dan budaya tempat kita berinteraksi sosial. Seperti di media sosial kita menerapkan pada bagaimana kita mencoba mempresentasikan *self image* kita di sosial media melalui postingan yang kita unggah. Seperti halnya masyarakat simulacra dimana masyarakat yang kehidupannya terperangkap dalam pengaruh model-model semu media masa dan informasi yang tidak memiliki asal usul yang jelas sehingga hanya fantasi yang diciptakan oleh seseorang yang membuatnya menjadi nyata begitulah cara media sosial membungkus antara yang nyata dengan yang bukan dengan berbagai cara dalam menampilkannya salah satunya penggunaan media sosial yang berperilaku eksis berlebihan.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

##### 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif karena dalam pelaksanaannya, mewawancarai narasumber (informan) untuk mendeskripsikan sejas-jelasnya. Menurut Kriyantono (2006:57) penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling*. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari *sampling* lainnya. Disini lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas data).

Menurut Denzin & Lincoln (dalam Setiawan, 2018:7) penelitian kualitatif adalah penelitian menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Kirk & Miller (dalam Setiawan, 2018:10) menambahkan penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya.

Dari pendapat ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrumen

kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *snowball sampling* yaitu teknik yang menggunakan informan awal untuk mendapatkan informan selanjutnya (Kriyantono, 2006:158). Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua teknik *sampling* tersebut untuk melakukan wawancara. Teknik pengumpulan dengan triangulasi (penggabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Peneliti melakukan penelitian dengan lebih mengamati media sosial para informan untuk melihat lebih dalam para informan dalam menggunakan media sosial *instagram*.

## **2. Waktu dan Tempat Penelitian**

Sejak tanggal persetujuan izin penelitian, peneliti melakukan penelitian selama kurang lebih satu minggu. Untuk pengumpulan data dibutuhkan waktu satu minggu, untuk pengolahan data dibutuhkan waktu satu minggu yang meliputi penyajian dalam bentuk skripsi dan bimbingan.

Kajian studi ini berlangsung di Universitas Medan Area yang beralamat di Jalan Kolam No.1, Medan Estate/ Jalan PBSI No. 1.

## **3. Informan Penelitian**

Informan penelitian yang dibutuhkan peneliti adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Medan Area yang aktif menggunakan media sosial *instagram*. Subjek penelitian menurut Arikonto (2016: 26) memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang di permasalahakan. Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian mempunyai peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian, itulah data tentang variabel yang peneliti amati. Pada penelitian kualitatif responden atau subjek penelitian disebut dengan istilah informan, yaitu orang

memberi informasi tentang data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Dalam penelitian ini penulis memilih informan yakni:

1. Informan Utama, adalah mereka yang mengetahui informasi secara detail tentang penggunaan *instagram*. Informan tersebut ialah Resti Mahbengi.
2. Informan Kunci, adalah mereka yang memberi informasi tambahan yang bermanfaat dan relevan tentang penggunaan *instagram*. Informan tersebut ialah 4 Mahasiswa yang lain yakni Tyna Manurung, Shelsa Nikita Surbakti, Asima Sinta Marito, dan Yustika Sari.

**Tabel 3.1**  
**Profil Informan**

No	Nama	Jabatan	Jenis Kelamin	Usia
1	Resti Mahbengi	Mahasiswa	Perempuan	25 tahun
2	Christina Manurung	Mahasiswa	Perempuan	22 tahun
3	Shelsa Nikita Surbakti	Mahasiswa	Perempuan	23 tahun
4	Asima Sinta Marito	Mahasiswa	Perempuan	23 tahun
5	Yustika Sari	Mahasiswa	Perempuan	24 tahun

## B. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

### 1. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2009:137).

1. Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan

sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Pada data primer ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data observasi untuk mengamati Mahasiswa Ilmu Komunikasi Medan Area dalam bermedia sosial *instagram* sebagai wadah eksistensi diri. Menggunakan teknik wawancara untuk mewawancarai narasumber, yaitu Mahasiswa Ilmu Komunikasi Medan Area.

2. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah dokumentasi tangkapan layar akun *instagram* narasumber.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian disesuaikan dengan masalah, tujuan penelitian, serta sifat objek yang diteliti, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

### a. Wawancara

Menurut Berger (dalam Kriyantono, 2009:98) wawancara adalah percakapan antara peneliti (seseorang yang berharap dapat informasi), dengan informan (seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek). Wawancara adalah teknik pengamatan langsung dalam penelitian melalui pertanyaan-pertanyaan langsung kepada responden, wawancara merupakan alat pengumpulan data untuk memperoleh informasi langsung. Percakapan dalam wawancara ditujukan kepada *informan key* dan dimaksudkan sebagai percakapan yang bertujuan untuk mengetahui informasi mendalam mengenai data yang sudah



diobservasi. Wawancara dilakukan kepada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area yang aktif menggunakan media sosial *instagram*.

b. Observasi

Kriyantono (2009:108) mengemukakan metode observasi adalah kegiatan mengamati suatu objek secara langsung tanpa mediator untuk melihat secara dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut. Dengan metode ini, peneliti tidak hanya melihat perilaku verbal namun juga perilaku non verbal dari objek penelitian. Menurut pendapat Sugiyono (2012 : 166), observasi adalah teknik pengumpulan data untuk mengamati perilaku manusia, proses kerja, dan gejala-gejala alam, dan responden. Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan langsung untuk menemukan fakta-fakta di lapangan.

Observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah observasi non partisipan, yaitu metode observasi dimana peneliti hanya bertindak mengobservasi tanpa ikut terjun melakukan aktivitas seperti yang dilakukan kelompok yang diriset, baik kehadirannya diketahui atau tidak. Tujuan dari observasi adalah untuk mendiskripsikan *setting*, kegiatan yang terjadi, orang yang terlibat di dalam kegiatan, waktu kegiatan dan makna yang diberikan oleh para pelaku yang diamati tentang peristiwa yang bersangkutan.

c. Dokumentasi

Pada penelitian ini, metode dokumentasi digunakan untuk memperoleh data yang berupa tangkapan layar dari akun sosial media *instagram* objek penelitian. “Dokumen ini penulis gunakan untuk mendapatkan data-data yang berupa catatan-catatan yang tersimpan dari dokumen yang penulis perlukan untuk mendapatkan informasi yang belum penulis dapati ketika melakukan wawancara

dan observasi. Cara pengumpulan data yang diperoleh dari catatan (data) yang telah tersedia atau telah dibuat oleh pihak lain” (Kriyantono, 2009:99).

### C. Teknik Analisa Data

Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori atau struktur klasifikasi. Data bisa saja dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman) dan biasanya diproses terlebih dahulu sebelum siap digunakan (melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan, atau alih-tulis), tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai alat bantu analisis.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman (dalam Prastowo, 2011:241). Yang terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu:

#### 1. Reduksi Data

Menurut Sugiyono (2008:247) mereduksi data bisa diartikan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari pola dan temanya. Dengan mereduksi data akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Proses reduksi berlangsung terus selama pelaksanaan penelitian bahkan peneliti memulai sebelum pengumpulan data dilakukan dan selesai sampai penelitian berakhir. Reduksi dimulai sewaktu peneliti memutuskan kerangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data

yang digunakan. Selama pengumpulan data berlangsung, reduksi data dapat berupa membuat ringkasan, mengkode, memusatkan tema, membuat batas permasalahan, dan menulis memo. Kegiatan mereduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

Reduksi data atau proses transformasi ini berlanjut terus sesudah penelitian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun. Jadi dalam penelitian kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasikan dalam aneka macam cara: melalui seleksi ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkan dalam suatu pola yang lebih luas, dan sebagainya.

## 2. Penyajian data (*display data*)

Penyajian data merupakan kegiatan terpenting yang kedua dalam penelitian kualitatif. “Penyajian data yaitu sebagai sekumpulan informasi yang tersusun member kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan” (Silalahi, 2009:340). Menurut Sugiyono (2008:249) penelitian kualitatif penyajian data dilakuakn dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Sajian ini merupakan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis, sehingga bila dibaca akan bisa mudah dipahami berbagai hal yang terjadi dan memungkinkan peneliti untuk berbuat sesuatu pada analisis ataupun tindakan lain berdasarkan pemahamannya tersebut.

Sajian data ini harus mengacu pada rumusan masalah yang telah dirumuskan sebagai pertanyaan penelitian, sehingga narasi yang tersaji merupakan deskripsi mengenai kondisi yang rinci untuk menceritakan dan menjawab setiap permasalahan yang ada. Sajian data selain dalam bentuk narasi kalimat, juga dapat

meliputi berbagai jenis matriks, gambar atau skema, jaringan kerja, kaitan kegiatan, dan juga tabel sebagai pendukung narasinya. Dengan melihat suatu penyajian data, peneliti akan melihat apa yang terjadi dan memungkinkan untuk mengajarkan suatu analisis ataupun tindakan lain berdasarkan penelitian tersebut. Penyajian data yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagaimana isi kualitatif yang *valid*.

Penyajian data yang sering digunakan untuk data kualitatif pada masa yang lalu adalah dalam bentuk teks naratif dalam puluhan, ratusan, atau bahkan ribuan halaman. Akan tetapi, teks naratif dalam jumlah yang besar melebihi beban kemampuan manusia dalam memproses informasi. Manusia tidak cukup mampu memproses informasi yang besar jumlahnya; kecenderungan kognitifnya adalah menyederhanakan informasi yang kompleks ke dalam kesatuan bentuk yang disederhanakan dan selektif atau konfigurasi yang mudah dipahami. Penyajian data dalam kualitatif sekarang ini juga dapat dilakukan dalam berbagai jenis matriks, grafik, jaringan, dan bagan.

Semuanya dirancang untuk menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu padan dan mudah diraih. Jadi, penyajian data merupakan bagian dari analisis. Kegiatan ini bertujuan untuk mengorganisasikan data dengan uraian singkat dan tersusun dalam pola saling berhubungan sehingga data mudah dipahami dan disajikan.

### 3. Verifikasi atau penarikan kesimpulan

Kegiatan analisis ketiga adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Ketika kegiatan pengumpulan data dilakukan, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan,

konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. “Kesimpulan yang mula-mulanya belum jelas akan meningkat menjadi lebih terperinci. Kesimpulan-kesimpulan atau “*final*” akan muncul bergantung pada besarnya kumpulan-kumpulan catatan lapangan, pengkodeannya, penyimpanan, dan metode pencarian ulang yang digunakan, kecakapan peneliti, dan tuntutan pemberi dana, tetapi sering kali kesimpulan itu telah sering dirumuskan sebelumnya sejak awal. Kesimpulan disini merupakan temuan baru dan belum pernah ada. Temuan masih berupa remang-remang dan menjadi jelas setelah diteliti” (Sugiyono, 2008 : 253). Simpulan perlu di verifikasi agar cukup mantap dan benar-benar bisa dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu perlu dilakukan aktivitas pengulangan untuk tujuan pemantapan, penelusuran data kembali dengan cepat, mungkin sebagai akibat pikiran kedua yang timbul melintas pada peneliti pada waktu menulis sajian data dengan melihat kembali sebentar pada catatan lapangan.

#### **D. Teknik Triangulasi**

Triangulasi merupakan salah satu pendekatan yang dilakukan peneliti untuk menggali dan melakukan teknik pengolahan data kualitatif. Teknik triangulasi bisa diibaratkan sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data dengan membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Dalam teknik pengolahan data kualitatif, instrumen terpenting adalah dari peneliti itu sendiri. Melalui hal tersebut, maka kualitas penelitian kualitatif sangat bergantung dari seorang penelitinya. Ketika seorang peneliti memiliki banyak pengalaman dalam melakukan penelitian atau riset maka semakin lebih peka juga terhadap penggalan data serta gejala atau fenomena yang diteliti. Terlepas dari apapun

aktivitasnya yang dilakukan oleh peneliti, pastinya selalu diwarnai dengan sudut pandang subjektivitas peneliti. Akan tetapi, hal ini harus dihindari oleh seorang peneliti karena sebisa mungkin setiap peneliti haruslah berusaha untuk semaksimal mungkin bersikap netral dalam penelitiannya sehingga kebenaran yang diperoleh menjadi sebuah kebenaran yang *valid* atau ilmiah.

Sebagai salah satu teknik pengolahan data kualitatif, triangulasi menurut Sugiyono (2011) diartikan sebagai teknik yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Peneliti melakukan triangulasi tentunya ada maksud tertentu yang ingin dilakukan. Selain peneliti mengumpulkan data yang akan digunakan dalam penelitian, juga sekaligus menguji kredibilitas suatu data melalui berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. Kegunaan triangulasi adalah untuk mentracking ketidaksamaan antara data yang diperoleh dari satu informan (sang pemberi informasi) dengan informan lainnya. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu teknik yang dapat menyatukan perbedaan data agar ditarik kesimpulan yang akurat dan tepat. Penggunaan teknik triangulasi meliputi tiga hal yaitu triangulasi metode, triangulasi sumber data, dan triangulasi teori.

## 1. Triangulasi Metode

Triangulasi metode dilakukan dengan mengumpulkan data dengan metode lain. Sebagaimana diketahui, dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan survei. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang tepat dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan dari metode-metode tersebut. Peneliti dapat menggabungkan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur. Peneliti

dapat juga menggunakan wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Melalui berbagai perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran. Karena itu, triangulasi tahap ini dilakukan jika data atau informasi yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya. Dengan demikian, jika data itu sudah jelas, misalnya berupa teks atau naskah/transkrip film, novel dan sejenisnya, triangulasi tidak perlu dilakukan.

## 2. Triangulasi Teori

Yang dimaksud triangulasi teori adalah dimana hasil akhir penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informasi atau *thesis statement*. Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan. Selain itu, triangulasi teori dapat meningkatkan kedalaman pemahaman asalkan peneliti mampu menggali pengetahuan teoritik secara mendalam atas hasil analisis data yang telah diperoleh. Diakui tahap ini paling sulit sebab peneliti dituntut memiliki *expert judgement* ketika membandingkan temuannya dengan perspektif tertentu, lebih-lebih jika perbandingannya menunjukkan hasil yang jauh berbeda.

## 3. Triangulasi Sumber Data

Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu dengan menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda. Tentu masing-masing cara itu

akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insights*) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti. Berbagai pandangan itu akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran handal.

### **E. Pengujian Kredibilitas Data**

“Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji, *credibility, transferability, dependability, dan confirmability*” (Moleong, 2005:324).

Agar data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data. Adapun uji keabsahan data yang dapat dilaksanakan adalah menggunakan *confirmability* objektivitas pengujian kualitatif disebut juga dengan uji *confirmability* penelitian. Penelitian bisa dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati oleh lebih banyak orang. Penelitian kualitatif uji *confirmability* berarti menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan. Apabila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *confirmability*. Denzin (1978) dalam Moleong, 2005:330), membedakan 4 macam triangulasi yakni: triangulasi sumber, triangulasi metode, triangulasi penyidik, dan triangulasi teori. Validitas atau keabsahan data yang digunakan pada penelitian ini adalah triangulasi sumber. Artinya bahwa peneliti akan mengecek dan membandingkan berbagai informasi hasil wawancara yang



diperoleh dari informan utama dengan informan kunci maupun dokumentasi dalam waktu dan tempat yang berbeda.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, didapat beberapa kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah:

1. Bentuk eksistensi diri yang dilakukan adalah pencitraan diri mereka dimana mereka ingin selalu menunjukkan diri mereka dengan cara mereka sendiri pada postingan di akunnya, orientasi *fashion* memanfaatkan *instagram* sebagai salah satu tempat untuk mencari serta membagi referensi *fashion*, dan juga berbagi *outfit* melalui postingan *instagram*, dapat mempromosikan barang jualan mereka dan juga dapat meng-*endorse* barang dagangan orang lain, hal itu terjadi pada mereka yang memiliki jumlah *followers* yang banyak dengan cara itu pula mereka mendapatkan penghasilan sampingan.
2. Adapun faktor internal adalah budaya narsis yang berkembang di lingkungan sekitar sehingga berdampak pada diri individu untuk membuat dirinya lebih dikenal, sehingga berperilaku narsis dan mengeksistensikan diri mereka pada media sosial *instagram* dengan cara mereka sendiri. Selain itu juga, adanya pemahaman dan kesadaran individu dimana menjadikan media sosial sebagai media unjuk diri yang bertujuan agar diketahui akan keberadaan mereka dengan aktif di media sosial melalui setiap postingan di akun *instagram*nya. Adapun faktor eksternal yaitu *instagram* merupakan media sosial yang populer, menjadikan *instagram* sebagai media sosial tempat unjuk diri yang sangat banyak digunakan, lebih cepat dan mudah untuk dikenal oleh pengguna lain. Selain itu juga dan media sosial *instagram* merupakan media

publikasi yang mudah baik itu dalam penggunaannya maupun untuk menunjukkan setiap konten yang diunggah oleh pengguna akun kepada pengguna lain, kemudian yang terakhir.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, didapat beberapa saran untuk pihak yang terkait pada penelitian ini adalah:

### 1. Kepada peneliti selanjutnya

Diharapkan untuk dapat menggali lebih dalam teori dan indikator yang lebih luas lagi mengenai eksistensi diri.

### 2. Kepada pengguna *Instagram*

Diharapkan dapat terus memberikan motivasi dan pengaruh yang baik kepada orang lain. Mengunggah foto dan membuat konten-konten yang menarik serta bermanfaat bagi dirinya dan orang lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal. 2007. *Analisis Eksistensial: Sebuah Pendekatan Alternatif untuk Psikologi dan Psikiatri*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmoko, Dwi Bambang. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Burhan Bungin, 2007. *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana, hlm. 32.
- Chaplin, J.P. 2000. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Rajawali
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Penerbit Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Penerbit Kencana Prenada Media Group.
- Mcquail, Denis. 2005. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Nurudin. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Phil, Astrid S. Susanto, 1980. *Komunikasi Sosial di Indonesia*. Bandung: Binacipta, hlm. 1.
- Prastowo, Andi. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media
- Ritzer, George dan Douglas J. Goodman. 2007. *Teori Sosiologi Modern (Alimandan, penerjemah)*. Jakarta: Kencana.
- Schultz, Duane. 1991. *Psikologi Pertumbuhan (Model-Model Kepribadian Sehat)*. Yogyakarta: Kanisius. Smith
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT. Refika Aditama.
- Smith. H.W. 2003. *What matters most: Hal-hal yang paling utama. Alih Bahasa: Arvin Saputra*. Bina rupa Aksara: Jakarta

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA.

Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sutaryo, 2005. *Sosiologi Komunikasi*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran, hlm. 23-26.

Yoyon, Mudjiono. 2012. "Komunikasi Sosial", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.2, No.1, hlm. 100.

## JURNAL

Batu Bara, Dinda Artikah. 2020. *Media Instagram dan Eksistensi Diri (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Filsafat)*.

Hayumi, Nindya Zahra. 2014. *Penggunaan Instagram Sebagai Bentuk Eksistensi Diri*.

Haryanto. 2015. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Komunitas Pustakawan Homogen Dalam Rangka Pemanfaatan Bersama Koleksi Antar Perguruan Tinggi*.

Islami, Afrizal Nur. 2018. *Instagram: Media Sosial Dan Eksistensi Diri Remaja Berprestasi Kota Palu*. Universitas Tadulako, Vol 5 No 3.

Kurnia, Novi. 2005: *Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Media Baru : Implikasi Terhadap Teori Komunikasi*. Vol 6 No 2.

Putra, Augasta Eka Rasa. 2018. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Dalam Membangun Kesadaran Bersedekah (Studi Deskriptif Organisasi Sedekah Rombongan)*. Universitas Islam Indonesia.

Putri, Nurriszka Hera. 2019. *Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Eksistensi Diri*.

Syaifuddin & Zulfan. 2018. *Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Eksistensi Diri (Studi Kasus Pada Siswa Sman 5 Banda Aceh)*. Universitas Syiah Kuala. Vol 3 No 3

Utari Oktaviani, 2014. *Pengaruh intensitas penggunaan dan interaksi peer group Terhadap gaya hidup hedonis remaja pengguna media sosial Path*. E- Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 6,

## LAMPIRAN A DOKUMENTASI

### Foto Peneliti saat Melaksanakan Wawancara dan Dokumentasi



Gambar 1. Wawancara dengan Resti Mahbengi  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, Jumat, 04 Agustus 2023)



Gambar 2. Wawancara dengan Tyna Manurung  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, Jumat, 04 Agustus 2023)



Gambar 3. Wawancara dengan Shelsa Nikita Surbakti  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, Jumat, 04 Agustus 2023)





Gambar 4. Wawancara dengan Asima Sinta Marito  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, Sabtu, 05 Agustus 2023)



Gambar 5. Wawancara dengan Yustika Sari  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, Sabtu, 05 Agustus 2023)

## LAMPIRAN B PEDOMAN WAWANCARA

Adapun beberapa pertanyaan dan identitas yang akan menjadi pedoman wawancara ini adalah:

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin:

Pekerjaan :

Rumusan Masalah 1

1. Sejak kapan Anda menggunakan media sosial *Instagram*?
2. Apa alasan Anda menggunakan *Instagram* sebagai salah satu media sosial yang digunakan?
3. Bagaimana bentuk eksistensi diri yang Anda lakukan melalui media sosial *Instagram*?
4. Fitur-fitur *Instagram* apa saja yang sering digunakan untuk mewujudkan eksistensi diri Anda?
5. Apakah dengan menggunakan *Instagram* dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi Anda? Jelaskan!

Rumusan Masalah 2

1. Apakah fitur-fitur di media sosial *Instagram* bisa membantu mewujudkan eksistensi diri Anda? Berikan penjelasan!
2. Motif-motif apa saja yang mempengaruhi Anda untuk mewujudkan eksistensi diri di media sosial *Instagram*?
3. Aspek-aspek apa saja yang bisa mewujudkan eksistensi diri Anda di media sosial *Instagram* ?
4. Apa penyebab yang mempengaruhi/mendorong Anda untuk tampil eksis di media sosial *Instagram*?
5. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi Anda untuk mewujudkan eksistensi diri di media sosial *Instagram*?

### LAMPIRAN C SURAT IZIN PENELITIAN



## LAMPIRAN D SURAT SELESAI PENELITIAN



**UNIVERSITAS MEDAN AREA**  
Kampus I : Jalan Kualanaram 1 Medan Timur ☎ (061) 730160, 730270, 730400 ✉ 03011118812 Medan 20223  
Kampus II : Jalan Sepuluh Nopember 70 Jember Selatan Surabaya Timur 70 A ☎ (031) 833302 ✉ 03011118811 Medan 20223  
Website: www.uma.ac.id | E-Mail: info@medanarea.ac.id

---

**SURAT KETERANGAN**  
Nomor : 1476/UMA/B.01.7/VIII/2023

Beserta Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Sandra Pujianti Sitorus  
No. Pokok Mahasiswa : 188530154  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Beserta telah selesai Pengambilan Data di Universitas Medan Area dengan Judul skripsi: "Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Wadah Eksistensi Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area".  
Dan saya berharap Data tersebut kiranya dapat memberikan yang bermakna dalam penyusunan skripsi dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa Universitas Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Demiikian surat ini diterbitkan untuk dapat digunakan sepenuhnya.

Medan, 11 Agustus 2023.  
A. Rektor,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Sitorus, MP

Tembusan :  
- Mahasiswa Via  
- File

