

***Online Self Presentation* pada Pengguna Instagram**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Strata (S1) Psikologi (S.Psi)



Yuliana
(J71215089)

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2020**

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi berjudul "**Online Self Presentation pada Pengguna Instagram**" merupakan karya asli yang diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana S1 Psikologi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Karya ini sepanjang pengetahuan saya tidak mengandung karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka di belakang.

Surabaya, 27 Maret 2020



HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

Online Self Presentation pada Pengguna Instagram

Oleh:

Yuliana

NIM. J71215089

Telah disetujui untuk diajukan pada Sidang Ujian Skripsi

Surabaya, 11 Maret 2020

Dosen Pembimbing



Dra. Hj. Siti Azizah Rahayu, M.Si

NIP. 195510071986032001

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

Online Self Presentation pada Pengguna Instagram

Yang di susun oleh :

Yuliana

J71215089

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal 19 Maret 2020



Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan

Dr. dr. Hj. Siti Nur Asiyah, M.Ag
NIP. 197209271996032002

Susunan Tim Penguji

Dra. Hj. Sri. Azizah Rahayu, M.Si
NIP. 195510071986032001

Penguji 2,

Dr. Nailatin Fauziyah, S.Psi., M.Si
NIP. 197406122007102006

Penguji 3,

Tatik Mulhoyyaro, S.Psi., M.Si
NIP. 197605112009122002

Penguji 4,

Dr. Lufiyana Harnay Utami, S.Pd., M.Si
NIP. 197602272009122001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Yuliana
NIM : J71215089
Fakultas/Jurusan : Psikologi dan Kesehatan / Psikologi
E-mail address : yulianaliana119@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Online Self Presentation pada Pengguna Instagram

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 27 Maret 2020

Penulis

Yuliana

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Online self presentation pada pengguna instagram, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi penelitian fenomenologi. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan observasi. Pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi, yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Dan member check untuk mengkonfirmasi lagi data yang sudah diperoleh dari narasumber. Penelitian ini melibatkan tiga informan penelitian dan juga tiga significant other. Berdasarkan hasil penelitian, ketiga informan melakukan online self presentation dengan menggunakan motivasi self promotion yaitu dengan menunjukkan bahwa passionnya adalah mendaki. Informan kedua menggunakan ingratiation, yaitu selain mengunggah foto-foto dengan editan yang aesthetic, informan juga bersikap ramah jika ada followersnya yang mengomentari foto-foto informan. Dan informan ketiga menggunakan motivasi self promotion yaitu menunjukkan keahliannya bahwa informan mengikuti organisasi pencak silat.

Kata Kunci: Online Self Presentation, Instagram.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

This study aims to provide an overview of Online self-presentation of Instagram users, researchers use qualitative methods with a phenomenological research study approach. Data collection techniques using interview and observation techniques. Checking the validity of the data is verified using triangulation, i.e. source triangulation and technique triangulation and member check to confirm more the data that has been obtained from the interviewees. This research involved three informants and also three significant others. Based on the results of the study, the three informants made online presentations themselves, the first informant using self-promotion motivation, by showing that their passion is climbing. The second informant uses ingratiation, in addition to uploading photos with aesthetic edits, the informant also acts friendly if there are followers who comment on the informant's photos. And the third informant uses self promotion motivation, which is showing his expertise that the informant follows the pencak silat organization.

Keywords: Online Self Presentation, Instagram.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
INTISARI	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian.....	11
C. Keaslian Penelitian	11
D. Tujuan Penelitian.....	15
E. Manfaat Penelitian	16
F. Sistematika Pembahasan	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Self Presentation.....	18
B. Dimensi Self Presentation	20
C. Motivasi Self Presentation.....	21
D. Online Self Presentation.....	25
E. Instagram	27
F. Online Self Presentation pada pengguna Instagram	29
G. Kerangka Teoritik	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
B. Kehadiran Penelitian	36
C. Lokasi Penelitian	36
D. Sumber Data	36

E. Prosedur Pengumpulan Data.....	38
F. Analisis Data.....	39
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Setting Penelitian.....	43
B. Hasil Penelitian.....	45
C. Hasil Analisis Data.....	62
D. Pembahasan.....	73

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	84

DAFTAR PUSTAKA.....	86
----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	89
----------------------	-----------

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Data Primer Pengguna Instagram	37
Tabel 3.2. Data Sekunder Significant Other	37
Tabel 4.1. Waktu Pelaksanaan Proses Wawancara.....	44
Tabel 4.2. Hasil Analisis Data	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	<i>Guide Observasi</i>	90
Lampiran II	<i>Interview Guide</i>	91
Lampiran III	Hasil Observasi.....	93
Lampiran IV	Transkrip Observasi	98
Lampiran V	<i>Informan Concent</i>	158
Lampiran VI	Kartu Bimbingan	167



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Banyaknya jejaring sosial terutama instagram yang kemunculannya menjadi suatu hal yang banyak diminati oleh para pengguna sosial media. Instagram merupakan aplikasi yang bisa untuk mengedit foto dan video dengan berbagai filter, tidak hanya itu penggunaanya juga bisa memberikan like dan komentar disetiap foto maupun video yang diunggah, dengan begitu pengguna instagram lainnya bisa dengan leluasa memberikan apresiasi berupa tanda like atau komentar disetiap unggahannya. Istilah yang digunakan pertemanan dalam instagram adalah followers (pengikut) dan following (orang yang mengikuti).

Fitur terbaru instagram adalah insta story 24 jam yang bisa digunakan untuk mengunggah aktifitas pengguna sehari-harinya, fitur tersebut memiliki kesamaan dengan aplikasi snapchat yaitu pengguna dapat membagikan aktifitas sehari-harinya yang berupa foto dan video singkat kedalam kolom insta story yang nantinya dapat dilihat oleh followers. Namun, insta story tersebut hanya bertahan selama 24 jam dan setelah itu secara otomatis terhapus, akan tetapi bisa dilihat lagi jika penggunaanya memasukan ke dalam sorotan.

Hasil foto ataupun video dari instagram dapat dibagikan ke media sosial lainnya seperti facebook, whatsapp, twitter, dsb. Instagram bisa digunakan sebagai wadah untuk individu yang mempunyai hobi fotografi, dengan instagram individu dapat mengabadikan setiap moment melalui foto yang dipotret. Membagikan foto di instagram, hal tersebut bisa digunakan sebagai

salah satu media komunikasi, tidak hanya melalui foto tetapi juga bisa dengan video yang kreatif dan menghibur, menginformasikan sebuah event, tempat liburan, dan bisa juga sebagai bentuk aktualisasi diri, melalui foto yang diunggah dapat menghubungkan sesama pengguna instagram, dan bahkan dunia bisa mudah dipahami melalui foto.

Penduduk Indonesia pengguna instagram, masuk dalam pengguna terbesar ke-4 di dunia dengan jumlah total pengguna 56 juta atau 20.97% dari total populasi di Indonesia, pengguna instagram terbanyak dalam rentang usia 18 tahun hingga 24 tahun. Studi yang mengungkapkan di awal tahun 2019 rata-rata jumlah pengguna instagram adalah laki-laki yaitu 1.9% lebih banyak dibandingkan dengan perempuan". Menurut penelitian we are social dari Inggris yang bekerjasama dengan hootsuite menyebutkan bahwa 59% dari data usia 18-29 tahun adalah pengguna aktif instagram (Pratnyawan, 2019).

Menurut riset dari media we are social yang bekerja sama dengan hootsuite menyebut ada 150 juta pengguna media sosial di Indonesia. Facebook masih menjadi aplikasi media sosial yang banyak digemari di Indonesia, dengan penetrasi 81% sedangkan instagram menjadi media sosial kedua terpopuler di Indonesia dengan penetrasi 80% (Pertiwi, 2019).

Instagram bisa dibilang merupakan sosial media terbaik saat ini selain facebook dan tidak menutup kemungkinan popularitas instagram akan menggantikan facebook pada suatu saat nanti. Hal ini dilihat dari pengguna instagram yang mayoritas anak muda. Terlihat instagram adalah sosial media berbasis foto dan video, hal ini sejalan trend budaya selfie dan video yang

sangat digandrungi. Mayoritas tokoh dunia atau public figure memilih menggunakan instagram. Karena instagram begitu potensial untuk digunakan sebagai media sosial pemasaran suatu produk (Gunawan, 2018).

Maraknya pengguna instagram juga dikarenakan fitur yang bervariasi. Kegiatan mengunggah foto maupun video, mencurahkan perasaan dan interaksi pribadi dengan mudah bisa dilakukan. Bahkan hingga saat ini banyak orang-orang yang bisa mendapatkan penghasilan dari menggunakan instagram dengan cara memasarkan produk atau berjualan online, selain kelebihan-kelebihan diatas pengguna instagram yang berlebihan bisa menimbulkan banyak kerugian. Misalnya, kecanduan bermain instagram hingga lupa waktu. Membandingkan kehidupan diri sendiri dengan oranglain, dan masih banyak lagi.

Ada penelitian yang menyebutkan bahwa instagram aplikasi untuk berbagi foto, dianggap sebagai media sosial yang paling buruk bagi kesehatan mental dan jiwa. Begitu kesimpulan survei terhadap 1.500 remaja dan orang dewasa muda inggris". Meskipun instagram banyak disukai karena bisa menjadi platform untuk menampilkan ekspresi diri, namun instagram juga berkaitan dengan tingkat kecemasan yang tinggi, depresi, bullying, dan FOMO (fobia ketinggalan berita di jejaring sosial). Survei status of Mind pada bulan Februari sampai Mei 2017 yang dipublikasikan oleh *United Kingdom's Royal Society for Public Health* ini melibatkan masukan dari 1.479 orang muda (Usia 14-25 tahun) dari seluruh Inggris raya (Anna, 2017).

Selain survei diatas terdapat juga aplikasi yang digunakan oleh orang Indonesia untuk membagikan pengalamannya menggunakan instagram. Pentingnya online self presentation di instagram membuat seseorang melakukan banyak hal agar terlihat menarik dan disukai banyak orang seperti beberapa pengalaman pengguna instagram yang mereka bagikan di platform atau aplikasi quora. Aplikasi quora sendiri adalah aplikasi yang mengutamakan konsep tanya jawab seperti yahoo, answer dan ask.fm akan tetapi aplikasi quora memiliki keunikan sendiri yang mana terdapat banyak pakar, public figure dan orang berpengalaman yang dapat menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan dunia pengetahuan yang luas.

Seperti contoh seorang pengguna aplikasi quora bernama Helda yang menceritakan bahwa sejak menggunakan instagram ia mulai merasa hidupnya membosankan dan mulai membanding-bandingkan hidupnya dengan orang lain. Ia ingin berpenampilan menarik, ingin memakai make-up, ingin lebih kurus, ingin beli ini dan itu, dan ingin segala sesuatu yang sedang trend. Hilda merasa tidak puas dengan diri sendiri dan selalu ingin lebih dan hal tersebut mengarah pada anxiety dan eating disorder (Helda, 2018)

Lain halnya dengan John yang menceritakan bahwa memposting foto-foto di instagram dengan mempelajari timeline, foto yang cocok untuk masuk ke instagram adalah foto yang bernilai positif. Seperti pemandangan, foto diri saat berbahagia, foto berlibur, dsb. Tidak lama setelah menggunakan instagram, keinginan untuk mencari gambar positif semakin besar demi

mendapatkan like yang banyak. Walaupun saat mendapatkan gambar-gambar tersebut tidak dengan cara yang mudah (John, 2018).

Maraknya pengguna media sosial membuat presentasi diri di media sosial menjadi kegiatan yang sangat penting. Self presentation biasanya dilakukan seseorang untuk memulai sebuah hubungan dengan orang lain dengan cara pengungkapan diri. Self presentation dilakukan agar individu dapat diterima dengan baik oleh lingkungan sekitarnya. Agar dapat diterima oleh masyarakat, individu akan melakukan pengelolaan kesan, yaitu proses dimana individu melakukan seleksi dan mengontrol perilaku mereka sesuai dengan situasi dimana perilaku itu dihadirkan serta memproyeksikan pada orang lain suatu image yang diinginkannya (Dayakisni & Hudaniah, 2009). Oleh karena itu, media sosial dapat membantu gambaran diri yang diinginkan sebebas-bebasnya dengan tujuan agar dapat diterima oleh orang lain disekitarnya.

Pentingnya self presentation di media sosial membuat seseorang akan melakukan apapun untuk menarik perhatian orang lain. Seperti kasus seorang wanita asal Los Angeles yang terobsesi dengan media sosial hingga rela melakukan operasi plastik berkali-kali agar terlihat menarik saat melakukan foto selfie yang diunggah pada akun media sosialnya (Ningrum, 2014). Lain halnya dengan wanita asal Tiongkok yang mengunggah foto cantik yang mencerminkan dirinya di media sosial demi mendapatkan pria idaman. Namun, ternyata setelah bertemu secara langsung, sang pria kecewa dan marah karena gambar diri wanita tersebut tidak sesuai dengan foto yang ditampilkan di media sosial (Alia, 2015).

Penelitian dan kajian teori menyangkut internet dan khususnya media sosial seringkali menjadikan media sosial sebagai "kambing hitam" atas berbagai macam perilaku online. Media sosial menyebabkan penurunan kepercayaan diri (Sharma & Sahu, 2013). Media sosial dapat membuat individu menjadi adiksi terhadapnya, dan dapat mengganggu kesehariannya (Abdulah, Samadi, Garlegghi, 2014; El-Khouly, 2015). Media sosial dapat memperburuk relasi, seperti anekdot yang sering terdengar, internet mendekatkan yang jauh namun menjauhkan yang dekat (Akniyik, 2013).

Penelitian yang dilakukan di Indonesia juga masih banyak yang berfokus pada dampak internet. Studi kualitatif deskriptif yang dilakukan oleh Khairunnisa (2014) pada siswa SMAN 2 Tenggara, terkait penggunaan instagram, menunjukkan hasil bahwa pengguna instagram dapat menyebabkan perilaku konsumtif yang negatif, seperti membeli barang-barang yang sebenarnya tidak menjadi prioritas utama. Penelitian yang dilakukan oleh Syamsoedin, Bidjuni, dan Wowiling (2015) juga menunjukkan dampak negatif media sosial pada siswa SMAN 9 Manado.

Self presentation juga akan mengakibatkan masalah-masalah yang lain, di dalam suatu artikel proaktif yang berjudul "Self-presentation dapat mendatangkan resiko pada kesehatan (self presentation can be hazardous to your health)". Kebutuhan untuk memproyeksikan image yang disukai oleh orang lain dapat mengarahkan ke arah pola perilaku yang tidak aman. Sebagai contoh, self presentation yang dihubungkan dapat meningkatkan resiko aids (ketika seorang laki-laki merasa malu untuk membeli kondom dan

pembicaraan secara terbuka dengan mitra seks mereka). Kanker kulit (ketika orang-orang berjemur di bawah matahari untuk menggelapkan warna kulitnya agar terlihat menarik), gangguan pola makan (ketika wanita terlalu keras diet atau pengguna dari amfetamina laxative (obat pencuci perut) dan memaksa memutahkan kembali agar tetap terlihat langsing), peyalahgunaan obat-obatan (ketika para remaja merokok, minum-minuman keras, dan memakai narkoba penggunaan untuk mengesankan teman sebayanya) dan luka yang disengaja (Mark Leary, 2014).

Berdasarkan teori motivasi manusia Abraham Maslow, variasi kebutuhan manusia tersusun dalam bentuk hirarki atau berjenjang. Setiap jenjang kebutuhan dapat dipenuhi, jika jenjang sebelumnya telah relatif terpenuhi (Alwisol (2010: 201). Pada kebutuhan dasar keempat yaitu kebutuhan harga diri (self esteem), jika kebutuhan jenjang sebelumnya relatif terpenuhi, kekuatan motivasi melemah, diganti motivasi harga diri. Ada dua jenis harga diri yaitu menghargai diri sendiri (self respect) dan mendapat penghargaan dari orang lain (respect from others).

Kepuasan kebutuhan harga diri menimbulkan perasaan dan sikap percaya diri, diri berharga, diri mampu dan perasaan berguna dan penting di dunia (Alwisol, 2010: 206). Hal ini dapat ditunjukkan bahwa manusia memiliki eksistensi diri yang ingin mengkomunikasikan bahwa dirinya ada. Instagram sebagai alat yang dapat mempermudah seseorang di dunia maya, penggunaan filter bisa memperbaiki foto yang akan diunggah. Banyak orang memberikan

perhatian terhadap image yang ditampilkan kepada orang lain. Dengan kata lain manusia memperhatikan citra yang mereka tampilkan kepada publik.

Dalam self presentation trough online image sharing, individu setiap harinya membagikan gambar dengan tulisan atau caption untuk mempersentasikan diri, melalui foto maupun video yang dipost menunjukkan self presentation yang diharapkan untuk orang lain tangkap dan setiap foto tertentu memiliki pesan tersendiri. Hal tersebut adalah cara untuk individu belajar bagaimana cara seseorang merefleksikan dunia dirinya melalui instagram.

Online self presentation melalui instagram membuat penggunanya mendapat kesempatan yang luas, yang bisa difungsikan sebagai revitalisasi hubungan sosial diantara sesama pengguna. Kemunculan instagram yang tidak berbayar dan juga bervariasi. Tanpa memerlukan keahlian khusus, semua kalangan menjadi familiar dengan aplikasi instgram, situs jejaring sosial yang mempunyai daya tarik yang berbeda. Namun tujuannya sama yaitu untuk berkomunikasi dengan mudah dan lebih menarik karena ditambah fitur yang memanjakan penggunanya. Dari sekian banyak sosial media dan seiring perkembangan zaman, instagram menjadi salah satu yang banyak diminanti untuk mempresentasikan diri (Jandi, 2014).

Saat melakukan self presentation individu menggunakan impression management atau memilih-milih yang akan ditampilkan dalam mempresentasikan dirinya yang ideal menurut (Hogan, 2010). Impression management adalah keinginan individu untuk membangun citra diri atau kesan

yang positif kepada orang lain. Self presentation di instagram bisa digunakan sebagai uji coba terhadap identitas individu. Hal tersebut dilakukan dengan verbal maupun non-verbal kepada orang lain yang berinteraksi dengan individu. Saat berinteraksi di dunia maya atau instagram, perhatian individu terfokus dengan bagaimana orang akan menilainya melalui foto ataupun video yang dibagikan. Usaha mengontrol bagaimana orang lain berfikir sesuai dengan individu, yaitu usaha untuk mengatur kesan yang orang lain tangkap baik secara disadari maupun tidak (Susandi, 2014).

Sebagian orang memiliki masalah dalam melakukan self presentation yang sesuai dengan apa yang individu inginkan. Hal ini dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari yang mana individu ingin memberikan pendapat mengenai fenomena atau peristiwa yang terjadi di dalam lingkungannya namun malah merasa kurang percaya diri dalam penyampaianannya. Di dalam media sosial instagram, memberikan ruang yang sangat luas dan bebas bagi penggunaanya dalam mempresentasikan diri. Individu yang memiliki self presentation yang positif akan menampilkan identitas sosial yang sesuai dengan kondisi atau situasi yang terjadi, dengan memberikan komentar yang positif yang dapat menyenangkan hati pengguna instagram lainnya (Gonzales & Jeffery, 2010).

Individu yang melakukan online self presentation akan selektif dalam menampilkan dirinya di instagram, foto maupun video yang diunggah menyesuaikan tingkah laku verbal maupun non verbal, dan juga menyamai apa yang dilakukan pengguna lain dalam situasi tertentu. Saat orang lain

berkomentar ramah, tentu akan dibalass ramah pula (Fiske & Taylor, 1991). Sedangkan online self presentation negatif, pengguna akan menunjukkan kemampuan-kemampuan tertentu, atau bahkan menampilkan bahwa dirinya berbahaya. Atau bahkan menunjukkan kelemahan diri agar menarik pengguna lain untuk diperhatikan (Dayakisni & Hudaniah, 2009). Manusia adalah aktor dalam panggung kehidupan, apapun yang ditampilkan di panggung akan berdasarkan persiapan, penataan yang akan menarik penonton yang berkunjung, begitu juga saat pengguna instagram mempresentasikan dirinya, yang didalamnya memberikan kebebasan dalam berkreasi (Goffman, 1959).

Penelitian online self presentation pada pengguna instagram menjadi menarik untuk diteliti dengan melihat banyak nya dampak negatif dan juga positif yang bisa dirasakan oleh masing-masing penggunanya. Dengan adanya penelitian ini, pengguna instagram diharapkan bisa lebih bijak dalam menggunakan media sosial instagram. Selain itu pengguna nya juga bisa mengetahui motivasi apa yang selama ini digunakan berdasarkan teori self presentation. Bahwa setiap penggunanya pasti akan melakukan online self presentation dengan motivasi yang beragam, dengan satu tujuan yaitu bisa diterima oleh pengguna instagram lainnya.

Subjek penelitian ini adalah pengguna aktif instagram yang mempunyai minimal 5000 followers hal tersebut menjadi salah satu syarat wajib untuk informan, karena mempunyai followers banyak atau sudah mempunyai banyak pengikut menjadi salah satu data yang bisa menjelaskan bahwa informan memang menarik untuk diikuti oleh pengguna instagram lainnya.

Penekanan fokus pada penelitian ini adalah online self presentation pada pengguna media sosial instagram, bagaimana informan mempresentasikan dirinya di intagram dan motivasi apa yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif, yang mana belum ada peneliti lain yang meneliti sama persis dengan apa yang dilakukan peneliti. Pendekatan fenomenologi guna memperdalam tentang pengalaman-pengalaman informan selama menggunakan instgram. Penelitian mengenai self presentation masih relatif baru, dan penelitian-penelitian yang telah dilakukan menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Maka dari itu berdasarkan latar belakang diatas peneliti ingin mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana online self presentation dan motivasi online self presentation pada pengguna instagram.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka fokus penelitian dalam penelitian ini adalah bagaimana online self presentation pada pengguna instagram dan motivasi apa yang digunakan?

C. Keaslian penelitian

Penelitian berjudul "*Strategi Self Presentation Pada Karyawan Bank Bagian Customer Service*" yang diteliti oleh Stefi Rizky Widya dan Tri Muji Ingarianti (2013). Menunjukkan hasil bahwa 14 customer service menggunakan strategi ingratation, 13 menggunakan strategi self promotion, 11 straregi supplification, 9 strategi aligning actions, 6 startegi exemplification, 4 strategi self handicapping, 3 strategi altercasting. Serta 0 untuk strategi intimidination. Pengguna strategi terbanyak adalah menggunakan strategi

ingratation yaitu agar seseorang dinilai sebagai orang yang menyenangkan dan menarik.

Penelitian berjudul "*Rasa Malu dan Presentasi Diri Remaja di Media Sosial*" yang diteliti oleh Herdayani Kusumasari dan Diana Savitri Hidayati (2014). Menunjukkan hasil bahwa antara variabel rasa malu dengan resentasi diri melalui media sosial memiliki hubungan positif yang signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Lalu Arman Rozika dan Neila Ramdhani yang berjudul "*Hubungan antara Harga Diri dan Body Image dengan Online Self Presentation pada pengguna instagram*". Menunjukkan hasil bahwa terhadap hubungan positif antara harga diri dan body image dengan *online self presentation*.

Penelitian berjudul "*Hubungan antara presentasi diri dengan kesepian pada remaja di SMA Taruna Nusantara*" yang diteliti oleh Dwin Aisha Royyana dan Nailu Fauziah (2017). Menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara presentasi diri dengan kesepian.

Penelitian berjudul "Presentasi diri Mahasiswa penghafal al-Qur'an" yang diteliti oleh Siti Raiyati (2017). Menunjukkan hasil bahwa presentasi diri penghafal al-Qur'an dari semua subjek memiliki kekhasan positif. Sehingga secara disadari atau tidak lingkungan menyoroti mereka.

Penelitian yang berjudul "Strategi presentasi diri pada mahasiswa tunanetra" yang dilakukan oleh Kusuma Wardan, menunjukkan hasil bahwa 4 orang mahasiswa menggunakan strategi ingratiation dan self promotion.

Penelitian yang berjudul "Perceptions of Self-concept and Self-presentation by Procrastinators Further Evidence" yang dilakukan oleh Joseph R. Ferrari dan Juan Francisco Diaz-Morales (2007) menunjukkan hasil bahwa prokrastinasi berhubungan secara signifikan untuk konsep diri sendiri yang didominasi oleh masalah yang berkaitan dengan kinerja tugas dan untuk strategi presentasi diri yang mencerminkan seseorang sebagai terus membenarkan dan memaafkan keterlambatan dan membutuhkan persetujuan orang lain.

Penelitian yang berjudul *"Are Self-Presentation of instagram Users influenced by Friendship-Contingent Self-Esteem and fear of Missing Out?"* yang dilakukan oleh Fresen Salim, Wahyu Rahardjo, Titah Tanaya, and Rahmah Qurani (2017). Menunjukkan hasil bahwa satu-satunya variabel yang mempengaruhi presentasi diri adalah ketakutan kehilangan. Harga diri kontingen-pertemanan ditemukan mempengaruhi rasa takut akan kehilangan, sementara kontingen-persahabatan harga diri tidak mempengaruhi presentasi diri.

Penelitian berjudul "The Facebook Paths to Happiness: Effects of the Number of Facebook Friends and Self-Presentation on Subjective Well-Being" yang dilakukan oleh Junghyun kim, Ph. D and Jong-Eun Roselyn Lee, Ph.D (2011) menunjukkan hasil bahwa jumlah teman facebook dan presentasi diri yang positif dapat meningkatkan subjektif kesejahteraan pengguna, tetapi bagian dari kebahagiaan ini mungkin tidak didasarkan pada dukungan sosial yang diberikan oleh teman-teman facebook.

Penelitian berjudul "Self-Presentation Narcissism and Self-Esteem on Facebook" yang dilakukan oleh Soraya Mehdizadeh. B.Sc (2010) menunjukkan hasil bahwa individu yang lebih tinggi di narsisme dan harga diri yang lebih rendah terkait dengan aktivitas online yang lebih besar serta beberapa promosi diri. Perbedaan gender ditemukan untuk mempengaruhi jenis konten promosi diri yang disajikan oleh individu pengguna facebook.

Penelitian dilakukan oleh Mellisa A. Lewis Clayton Neighbors (2005) yang berjudul "Self-Determination and the Use of Self-presentation Strategies" menunjukkan bahwa skor otonomi yang lebih tinggi terkait dengan pengguna presentasi diri yang lebih sedikit taktik. Menjadi lebih terkontrol dikaitkan dengan terlibat dalam lebih banyak presentasi diri. Skor impersonal yang lebih tinggi terutama dikaitkan dengan strategi untuk mendapatkan bantuan atau mencegah harapan yang tinggi.

Penelitian dilakukan oleh Yu Kasagil, Ikuo Daibo (2015) yang berjudul "Effects of Self-Presentation on One's Self-Regulatory Resources When One is Faced with the Multiple Audience Problem" menunjukan hasil bahwa dihadapkan dengan masalah banyak audiens presentasi diri sangat sulit dan mensyaratkan bentuk presentasi mandiri yang menghabiskan sumber daya pengaturan diri seseorang. Lebih lanjut peneliian diperlukan untuk menguji efek peningkatan kompetensi diri. Yang telah ditemukan menjadi strategi koping yang efektif pada sumber daya pengaturan sendiri ketika seseorang dihadapkan dengan masalah banyaknya audiens.

Penelitian yang dilakukan oleh Cyntia Novita Kalalo (2018) yang berjudul *"Online self Presentation Relationship With Instagram Addiction in Students of The Departement of Psysical Education. Health and Recreation. University of Musamus, Merauke, Indonesia"* menunjukkan hasil bahwa semakin tinggi presentasi diri secara online, semakin tinggi kecanduan instagram dan juga sebaliknya.

Penelitian Self Presentation cukup menarik untuk diteliti dilihat dari beragamnya subjek yang dipilih dari penelitian terdahulu seperti penelitian Kusumasari dan Hidayati (2014) yang menggunakan subjek pengguna media sosial, Widya dan Ingariati (2013) menggunakan subjek pegawai Bank, Rozika dan Ramdhani (2016) menggunakan subjek Remaja Sma, Raiyati (2014) mahasiswi pengahfal al-Qur'an, Kusuma wardani (2010) menggunakan subjek mahasiswa Tunanetra.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Rozika dan Ramdhani (2016) terletak pada metode yang digunakan, penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan subjek atau informan yang diteliti adalah remaja SMA. Sedangkan Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, subjek pengguna instagram.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari fokus penelitian maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui online self presentation pada pengguna instagram dan motivasi apa yang digunakan.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Untuk mahasiswa, hasil penelitian diharapkan dapat menambah pengetahuan dan menjadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya tentang self presentation khususnya untuk mahasiswa peminatan psikologi sosial.
- b. Sebagai sarana evaluasi dan pengembangan untuk menerapkan ilmu yang diterima ketika belajar dibangku perkuliahan Psikologi kepada masyarakat khususnya pengguna instagram.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah pengetahuan dan informasi untuk pengguna instagram.

F. Sistematika Pembahasan

Laporan dalam penelitian ini tersusun secara sistematis agar mempermudah kajian yang akan diteliti. Berdasarkan laporan, penelitian ini disusun menjadi lima bab, yaitu:

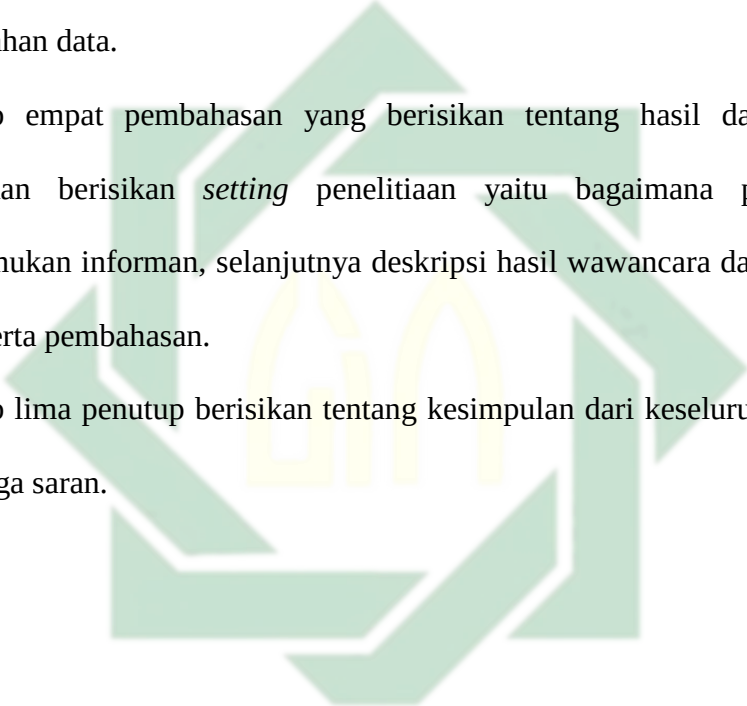
Bab pertama pendahuluan yang berisikan tentang alasan peneliti mengambil fenomena *Online self presentation* pada pengguna instagram untuk dijadikan penelitian bab pertama meliputi : latar belakang masalah, fokus penelitian, keaslian penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab kedua kajian pustaka yang akan menjabarkan tentang pengertian *self presentation*, dimensi *self presentation*, motivasi *self presentation*, *online self presentation* dan juga pengertian instagram serta kerangka teoritik.

Bab tiga metodologi penelitian yang berisikan tentang metodologi apa yang akan digunakan dalam penelitian, lokasi penelitian, kehadiran penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data dan juga pengecekan keabsahan data.

Bab empat pembahasan yang berisikan tentang hasil data yang sudah didapatkan berisikan *setting* penelitian yaitu bagaimana proses peneliti menemukan informan, selanjutnya deskripsi hasil wawancara dan juga analisis data serta pembahasan.

Bab lima penutup berisikan tentang kesimpulan dari keseluruhan penelitian dan juga saran.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Self Presentation

Self presentation adalah usaha individu memunculkan kesan dirinya kepada individu lain, usaha tersebut dilakukan dengan menunjukkan diri di hadapan orang lain sesuai dengan apa yang dikehendaki. Suatu kesan yang ingin ditampilkan kepada individu lain berdasarkan tahapan dan persiapan terlebih dahulu (Goffman, 1956).

Self Presentation banyak digunakan oleh public figure yang mana digunakan agar terlihat menarik, bermoral. Kompeten, berwibawa, atau berbahaya. Maka dari itu individu mencoba menampilkan identitas yang berbeda di situasi yang berbeda (Lee et, 1999).

Self Presentation adalah usaha individu yang dilakukan baik secara sadar maupun tidak sesuai dengan yang diinginkan. Secara alami atau dibuat-buat, tujuannya agar dapat diterima dengan mengikutsertakan identitas dalam suatu interaksi (De Lemarter & Myers, 2007).

Self presentation merupakan suatu upaya untuk mengungkapkan diri dan suatu upaya agar dapat mendapatkan kepercayaan dari orang lain (Gilovich, Kelter & Nisbett 2006), sedangkan menurut (Baumister & Bushman, 2011) berpendapat self presentation merupakan sebuah perilaku dalam mencoba sebuah informasi tentang dirinya kepada individu lain.

Self presentation adalah suatu usaha seseorang untuk mengungkapkan dirinya dan beberapa aktifitasnya kepada individu lain dengan cara impression

management. Banyak hal yang bisa dilakukan dan tidak dilakukan untuk menopang pertunjukkannya di depan individu lain (Mulyana, 2008).

Self presentation dilakukan agar bisa memulai suatu hubungan dengan individu lain dengan cara mengungkapkan diri. Tujuannya untuk bisa diterima dilingkungan sekitarnya, agar bisa diterima dengan baik individu membuat impression management untuk menyeleksi presentasi diri seperti apa yang akan ditunjukkan sesuai dengan situasi dan keadaan dengan image yang ingin ditampilkan (Dayakisni & Hudaniah, 2009).

Self presentation adalah suatu usaha individu menunjukkan kesan kepada individu lain yang dipengaruhi berbagai macam motif tertentu. Motif tersebut antara lain, ingin menunjukkan power atau kekuatan, keinginan dianggap berwibawa (Jones & Pittman, 1982).

Sedangkan menurut (Lewis & Neighbors, 2005) self presentation adalah upaya mempengaruhi orang lain, hal tersebut bisa berdampak pada konsep diri, perasaan akan keberhargaan individu.

Schlenker mengatakan self presentation adalah bagian dari impression management yang merupakan suatu usaha untuk mengatur kesan yang orang lain tangkap mengenai diri sendiri baik yang disadari maupun tidak (Sarwono & Meinarno, 2012). Sehingga impression management dapat memprediksi self presentation yang akan tampak dalam suatu situasi sosial. Namun kegagalan identitas dapat terjadi karena ketidakefektifan self presentation.

Self presentation bisa disebut juga dengan individu yang melakukan pengelolaan kesan yang mana merupakan suatu perilaku yang ditampilkan oleh

setiap individu agar tercapainya suatu citra diri yang dikehendaki seperti apa yang individu harapkan. Self presentation bisa dilakukan oleh individu, kelompok atau tim (Boyer, 2006).

Kehidupan ini adalah teater dan individu sebagai aktor dan masyarakat sebagai penontonnya. Dalam pelaksanaannya setiap panggung dimana-mana akan melakukan pementasan peran dan juga memerlukan ruang ganti yang berfungsi untuk mempersiapkan segala sesuatunya. Ketika individu dihadapkan kepada panggung. Individu akan menggunakan simbol-simbol yang relevan untuk memperkuat identitas karakternya. Namun ketika individu tersebut telah habis pementasannya, maka dibelakang panggung akan terlihat seungguhnya individu tersebut.

Menurut Goffman, self presentation adalah saat individu melakukan interaksi dengan individu lain dengan menyajikan image diri yang akan diterima oleh individu lain. Goffman menyebut usaha tersebut sebagai "pengelolaan kesan" yaitu suatu usaha yang dilakukan individu untuk menampilkan kesan-kesan sesuai situasi dan kondisi untuk mencapai tujuan tertentu (Mulyana, 2008).

Berdasarkan definisi menurut banyak tokoh diatas peneliti menyimpulkan bahwa self presentation adalah usaha yang dilakukan individu untuk diterima dengan baik di lingkungannya dengan menampilkan image yang individu inginkan berdasarkan tahap persiapan terlebih dahulu.

B. Dimensi Self Presentation

Menurut Litteljohn (2009) menyebutkan bahwa identitas dibagi menjadi dua dimensi yang pertama subjective dimension yaitu dimana individu merasakan perasaan yang muncul dari individu itu sendiri, sedangkan yang kedua adalah ascribed dimension yaitu sesuatu yang datang dari luar individu apa yang dikatakan individu lain tentang dirinya.

Subjective dimension dan ascribed dimension saling berinteraksi dalam beberapa rangkaian yaitu personal layer adalah perasaan individu dalam situasi sosial akan keberadaan dirinya, eacment layer adalah gambaran oranglain tentang individu tersebut berdasarkan pengetahuan yang dilihat melalui apa yang individu lakukan atau apa yang individu miliki, relation peran individu berdasarkan keberadaan dengan oranglain dan communal yaitu ikatan individu dengan individu lain atau bahkan kelompok serta budaya yang lebih besar.

Goffman (1959) mengatakan bahwa komponen self presentation yaitu: performa (performance) serangkaian aktifitas individu guna memberikan pemahaman kepada orang lain. Panggung (setting) tempat atau peralatan yang digunakan individu, penampilan (appearance) segala hal yang mengacu kepada menampilkan aktifaktual seperti menunjukkan peran, usia, pekerjaan dan perilaku individu (manner) yang merujuk pada bagaimana cara berbicara, duduk ataupun berjalan.

C. Motivasi Self Presentation

Ketika individu melakukan self presentation, ada motivasi self presentation, untuk mendapatkan image bagaimana motivasi yang dimiliki individu untuk bisa mendapatkan pengakuan atau bisa juga untuk

mengendalikan penilaian individu lain saat melihatnya. Sedangkan konstruksi self presentation ialah pemilihan image yang akan diciptakan tujuannya untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Argyle, 1994).

Menurut Argyle (1994) motivasi primer pengelolaan kesan dibagi menjadi tiga yaitu adanya suatu keinginan individu untuk memperoleh imbalan dalam bentuk materi atau sosial, hal tersebut didapatkan agar bisa mempertahankan dan meningkatkan harga diri, dan untuk mempermudah individu mengembangkan identitas diri. Motivasi impression management atau yang biasa disebut pengelolaan kesan biasa terjadi pada situasi atau kondisi yang melibatkan tujuan yang dianggap penting. Hal tersebut dilakukan individu biasanya karna merasa kurang puas dengan image yang sudah ditampilkan.

Motivasi self presentation juga dilakukan ketika tergantung terhadap individu yang lebih berkuasa dan mengendalikan sesuatu yang dianggap penting untuk individu tersebut (contoh: atasan kerja). Ada juga motivasi pengelolaan kesan menurut (Brigham, 1991) seperti dibawah ini:

a. *Primary self presentation*

1. Keinginan individu untuk mendapatkan materi atau ganjaran sosial.
2. Keinginan untuk mempermudah individu mempertahankan, meningkatkan, dan mengembangkan identitas diri.
3. Keinginan untuk menciptakan pengukuhan identitas individu

b. *Dispositional/ situasional*

1. Individu mengelola dengan relevan tujuan yang ingin didapat

2. Keinginan yang dituju individu bernilai tinggi
3. Kesenjangan antara gambaran diri yang sudah ada dengan gambaran individu yang diinginkan berdasarkan kegagalan yang sudah dilakukan atau pandangan negatif dari individu lain.

Tujuan self presentation adalah mempengaruhi cara pandang oranglain terhadap individu, akan tetapi bisa juga mengubah cara pandang individu terhadap dirinya sendiri. Strategi self presentation yang dipilih akan menggambarkan atau mempengaruhi perilakunya.

Ada dua alasan utama dalam self presentation, yaitu instrumental dan ekspresif. Instrumental sendiri adalah keinginan individu untuk mempengaruhi orang lain agar mendapatkan penghargaan menurut (Schlenker, 1980) tujuan dari instrumental adalah:

1. Ingratiation adalah mencari muka mencoba untuk menampilkan kualitas yang terbaik sehingga orang lain menyukai.
2. Intimidasi adalah menunjukkan emosi negatif seperti marah agar oranglain patuh dan mendengarkan tujuannya untuk mengendalikan orang lain.
3. Permohonan adalah ketika individu mencoba menampilkan sisi sedih dalam hidupnya sehingga membuat oranglain merasa prihatin.

Alasan yang kedua adalah ekspresif yaitu dimana individu menunjukkan image tertentu secara konsisten untuk melabeli dirinya sendiri. Menurut Cooley self presentation mempunyai tiga komponen seperti dibawah:

1. Ketika individu membayangkan image dirinya dihadapan oranglain.

2. Ketika individu membayangkan bagaimana penilaian individu lain tentang image yang ditampilkan.
3. Yang terakhir adalah dimana perasaan diri muncul, seperti rasa malu atau bangga atas proses membayangkan penilaian orang lain.

Dalam pengelolaan kesan individu memunculkan kesan tertentu dihadapan oranglain dengan mengontrol perilaku, tujuannya untuk individu lain menangkap pesan identitas sosial yang ingin ditampilkan, dalam prosesnya ada pertimbangan mengenai atribut atau simbol yang hendak digunakan untuk menunjang seluruh penampilannya.

Jones & Pittman (1982) menyebutkan taktik impression management atau pengelolaan kesan terdiri dari ingratiation, self promotion, exemplification, intimidation dan supplication:

1. Ingratiation adalah usaha individu untuk terlihat menarik agar diterima oleh individu lain dengan cara memuji orang lain, menyetujui pendapat, memberikan pertolongan, memberikan hadiah. Hal tersebut dilakukan untuk menutupi kekurangannya.
2. Intimidation adalah individu menunjukkan image yang terkesan bahaya dengan memperlihatkan emosi marah, mengancam atau bahkan menunjukkan kekuasaan dan kekuatan yang dimilikinya.
3. Self promotion adalah ketika individu ingin diterima oranglain dengan cara menunjukkan kemampuan yang dimiliki agar terlihat kompeten. Individu menjelaskan secara deskriptif.

4. Exemplification adalah ketika individu ingin diterima oranglain dengan cara menunjukkan bahwa dirinya bermoral dan berintegritas dengan terlihat peduli kepada orang lain, jujur, disiplin tujuannya agar dikagumi dan dihormati.
5. Supplification adalah ketika individu ingin diterima oranglain dengan menunjukkan kelemahan dan ketidak berdayaan. Seperti memerlukan bantuan, belas kasih hal tersebut bentuk ketergantungan individu kepada oranglain.

Self presentation dilakukan untuk membuat orang menyukai individu tersebut dengan menampilkan identitas sosial yang diterima oleh lingkungan, tidak hanya itu individu juga dapat meningkatkan kualitas dirinya. Hal tersebut dapat dilihat dari internal (diri sendiri) maupun eksternal (oranglain).

D. Online Self Presentation

Menurut penelitan (Rozika & Ramdhani, 2016) penelitian tentang online self presentation masih sedikit dan juga relatif masih baru, hal tersebut bisa dilihat dari penelitian-penelitian terdahulu yang mendapatkan hasil yang berbeda-beda. Sedangkan online self presentation sendiri adalah perilaku yang diusahakan oleh individu secara sadar maupun tidak, melalui tahap persiapan ataupun tidak tujuannya untuk diterima oleh individu lain di dunia online. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan online self presentation:

Seperti yang sudah disebutkan dalam teori (Jones & Pittman, 1982) menyebutkan bahwa ada lima bentuk self presentation, tujuan serta faktor apa

yang mempengaruhi yaitu ingratiation (usaha individu agar bisa disukai oleh individu lain) intimidatation (usaha individu agar terlihat seperti orang yang berkuasa) exemplification (usaha individu agar terlihat bermoral dan dihormati) self promotion (usaha menunjukkan kompetensi dengan memperlihatkan keahlian) dan supplification (usaha individu untuk mendapatkan belas kasihan dari individu lain).

Dalam menggunakan media sosial seseorang perlu melakukan online self presentation untuk menunjang popularitas nya dalam dunia online hal tersebut disampaikan sebagai salah satu faktor oleh (Raymer, 2015) pengguna media sosial berbanding lurus dengan harga diri individu. Hal tersebut bisa dilihat ketika individu memiliki harga diri yang rendah, individu tersebut menggunakan sosial media hanya untuk bisa diterima di masyarakat. Sedangkan individu yang memiliki harga diri yang tinggi, individu tersebut menggunakan sosial media untuk menunjang popularitasnya.

Harga diri juga disebut sebagai faktor individu menggunakan media sosial hal tersebut karena ketika menggunakan media sosial orang cenderung bisa membandingkan dirinya sendiri dengan individu lain. Hal tersebut bisa membuat individu menaikkan harga dirinya ketika menggunakan media sosial. Media sosial bisa digunakan sebagai wadah untuk menunjang menaikkan harga dirinya (Rosenberg, scooler & carmi, 1994). Pengguna media sosial bisa membangun citra diri seperti apa yang mereka inginkan hal tersebut bisa dilakukan karena individu tidak bisa melihat secara langsung, individu mempunyai banyak peluang agar bisa menciptakan image seperti yang

diinginkan dengan menampilkan citra tubuh, penampilan, serta penerimaan akan tubuhnya, hal tersebut biasa disebut dengan body image (Mehdizadeh, 2010).

E. Instagram

Instagram adalah aplikasi media sosial yang populer di kalangan pengguna telfon pintar (Smarthphone). Nama instagram sendiri diambil dari kata "insta" yang asalnya instan dan "gram" dari kata telegram (Ghazali, 2016). Jadi instagram adalah gabungan dari kata instan-telegram. Dari penggunaan kata tersebut bisa diartikan sebagai aplikasi untuk mengirim informasi dengan cepat, dalam bentuk foto maupun video yang bisa dibagikan ke jejaring sosial lainnya.

Menurut Bambang dalam Atmoko (2012:10), instagram merupakan aplikasi untuk menampilkan foto secara cepat dan instan. Instagram sendiri adalah aplikasi yang ada di dalam smartphone untuk media sosial di dalamnya sendiri berisi tentang individu yang membagikan foto maupun video dirinya. Hal tersebut hampir sama dengan facebook maupun twitter. Namun fokusnya instagram lebih fokus membagikan informasi dengan foto-foto yang dibagikan. Instagram sendiri juga dapat menginspirasi bagi pengguna lainnya dengan cara meningkatkan kreatifitas di setiap postingannya. Karena di dalam aplikasi instagram terdapat fitur yang bisa membuat foto atau gambar terlihat lebih menarik, artistik dan tentu menjadi lebih bagus.

Dalam bukunya Atmoko (2012), yang berjudul Handbook menjelaskan bahwa instagram sendiri memiliki lima menu utama yaitu:

1. Home page adalah halaman utama menampilkan linimasa foto-foto terbaru dari pengguna yang telah diikuti.
2. Search adalah untuk memudahkan pengguna melakukan pencarian pada akun pengguna lainnya atau pencarian pada foto-foto yang sedang populer.
3. Camera adalah dapat mengambil gambar dengan mempotret dan mengunggah foto atau video ke instagram dengan berbagai efek yang disediakan dalam aplikasi tersebut.
4. Profil adalah di halaman profil bisa mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu diri kita maupun oranglain secara sesama pengguna.
5. News feed adalah fitur ini menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna instagram.

Selain itu menurut Atmoko (2012), ada beberapa bagian yang sebaiknya yang sebaliknya di isi agar foto yang diunggah lebih informative. Bagian-bagian tersebut adalah:

1. Caption adalah membuat judul atau caption foto lebih bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada foto tersebut.
2. Hastag adalah suatu label berupa suatu kata yang diberi awalan symbol bertanda (#) fitur pagar ini penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di instagram dengan label tertentu.

3. Geotage atau lokasi adalah instagram memaksimalkan teknologi ini dengan menyediakan fitur lokasi, sehingga setiap foto yang diunggah akan menampilkan lokasi dimana pengambilannya.
4. Share adalah instagram juga menyediakan fitur share ke media sosial lainnya seperti facebook dan twitter.

Meski instagram disebut layanan photo sharing, tetapi instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena disini individu bisa berinteraksi dengan sesama pengguna (Atmoko, 2012). Ada beberapa aktivitas yang dapat digunakan yaitu:

1. Follow yaitu mengikuti pengguna instagram yang lainnya follow tidak dibatasi.
2. Like yaitu menyukai gambar atau foto pengguna lain dengan cara mengetuk gambar dua kali.
3. Comment yaitu diposting foto maupun video pengguna bisa memberikan komentar seperti pujian atau kritikan.
4. Mention yaitu memanggil pengguna lain dikolom komentar dengan menambahkan tanda (@).
5. Message yaitu mengirim pesan dengan pengguna lain bisa juga menyertakan foto didalamnya.

F. Online Self Presentaion pada pengguna instagram

Dalam self presentation trough online image sharing, individu setiap harinya membagikan gambar dengan tulisan atau caption untuk mempersentasikan diri, melalui foto maupun video yang dipost menunjukkan

self presentation yang diharapkan untuk orang lain tangkap. Dan setiap foto tertentu memiliki pesan tersendiri. Hal tersebut adalah cara untuk individu belajar bagaimana cara seseorang merefleksikan dunia dirinya melalui instagram (Davies, 2007).

Online self presentation melalui instagram membuat penggunanya mendapat kesempatan yang luas yang bisa difungsikan sebagai revitalisasi hubungan sosial diantara sesama pengguna. Kemunculan instagram yang tidak berbayar dan juga bervariasi. Tanpa memerlukan keahlian khusus, semua kalangan menjadi familiar dengan aplikasi instgram, situs jejaring sosial yang mempunyai daya tarik yang berbeda. Namun tujuannya sama yaitu untuk berkomunikasi dengan mudah dan lebih menarik karena ditambah fitur yang memanjakan penggunanya. Dari sekian banyak sosial media dan seiring perkembangan zaman, instagram menjadi salah satu yang banyak diminanti untuk mempresentasikan diri (Jandi, 2014).

Menurut Hogan (2010), dalam self presentation individu menggunakan impression management atau memilih-milih yang akan ditampilkan dalam mempresentasikan dirinya yang ideal. Impression management adalah keinginan individu untuk membangun citra diri atau kesan yang positif kepada orang lain. Self presentation di instagram bisa digunakan sebagai uji coba terhadap identitas individu. Hal tersebut dilakukan dengan verbal maupun non-verbal kepada orang lain yang berinteraksi dengan individu. Saat berinteraksi di dunia maya atau instagram, perhatian individu terfokus dengan bagaimana orang akan menilainya melalui foto ataupun video yang dibagikan.

Usaha mengontrol bagaimana orang lain berfikir sesuai dengan individu, yaitu usaha untuk mengatur kesan yang orang lain tangkap baik secara disadari maupun tidak (Susandi, 2014).

G. Kerangka Teoritik

Teori Behavioristik adalah teori yang mempelajari perilaku manusia. Perspektif behaviorial berfokus pada peran dari belajar dalam menjelaskan tingkah laku manusia dan terjadi melalui rangsangan berdasarkan (stimulus) yang menimbulkan hubungan perilaku reaktif (respons) hukum-hukum mekanistik. Asumsi dasar mengenai tingkah laku menurut teori ini adalah bahwa tingkah laku sepenuhnya ditentukan oleh aturan, bisa diramalkan, dan bisa ditentukan.

Menurut teori ini, seseorang terlibat dalam tingkah laku tertentu karena mereka telah mempelajarinya, melalui pengalaman-pengalaman terdahulu, menghubungkan tingkah laku tersebut dengan hadiah. Seseorang menghentikan suatu tingkah laku, mungkin karena tingkah laku tersebut belum diberi hadiah atau telah mendapat hukuman. Karena semua tingkah laku yang baik bermanfaat ataupun yang merusak, merupakan tingkah laku yang dipelajari (Fahyuni, 2016).

Pendekatan psikologi ini mengutamakan pengamatan tingkah laku dalam mempelajari individu dan bukan mengamati bagian dalam tubuh atau mencermati penilaian orang tentang penasarannya. Behaviorisme menginginkan psikologi sebagai pengetahuan yang ilmiah, yang dapat diamati secara obyektif. Data yang didapat dari observasi diri dan intropeksi diri

dianggap tidak obyektif. Jika ingin menelaah kejiwaan manusia, amatilah perilaku yang muncul, maka akan memperoleh data yang dapat dipertanggungjawabkan keilmiahannya (Desmita, 2011).

Berdasarkan teori belajar behavioristik, individu dipandang sebagai makhluk reaktif yang memberikan respon terhadap lingkungan. Pengalaman dan pemeliharaan akan membentuk perilaku mereka. Sedangkan manusia belajar berdasarkan stimulus dengan respon yang ditunjukkan individu yang terjadi melalui interaksi dengan lingkungannya. Pada teori belajar tingkah laku manusia dikendalikan oleh ganjaran atau reward dan penguatan atau reinforcement dari lingkungan. Hukum-hukum belajar B.F Skinner (1990) adalah:

1. Law of operant conditioning yaitu jika perilaku diiringi dengan stimulus yang penguat, maka kekuatan perilaku tersebut akan meningkat.
2. Law of operant extinction yaitu jika timbulnya perilaku operant telah diperkuat melalui proses conditioning itu tidak diiringi stimulus penguat, maka kekuatan perilaku tersebut akan menurun bahkan musnah.

Teori belajar tersebut berlaku ketika individu berada di suatu lingkungan, bahkan hal tersebut juga sudah bergeser ketika individu berada di dunia online, seperti di media sosial. Berdasarkan teori self presentation individu berusaha untuk menimbulkan kesan dirinya terhadap individu lain berdasarkan tahapan dan persiapan terlebih dahulu (Goffman, 1956).

Jones & Pittman (1982) menyebutkan taktik impression management atau pengelolaan kesan terdiri dari ingratiation, self promotion, exemplification, intimidation dan supplication:

1. Ingratiation adalah usaha individu untuk terlihat menarik agar diterima oleh individu lain dengan cara memuji orang lain, menyetujui pendapat, memberikan pertolongan, memberikan hadiah. Hal tersebut dilakukan untuk menutupi kekurangannya.
2. Intimidation adalah individu menunjukkan image yang terkesan bahaya dengan memperlihatkan emosi marah, mengancam atau bahkan menunjukkan kekuasaan dan kekuatan yang dimilikinya.
3. Self promotion adalah ketika individu ingin diterima oranglain dengan cara menunjukkan kemampuan yang dimiliki agar terlihat kompeten. Individu menjelaskan secara deskriptif.
4. Exemplification adalah ketika individu ingin diterima oranglain dengan cara menunjukkan bahwa dirinya bermoral dan berintegritas dengan terlihat peduli kepada orang lain, jujur, disiplin tujuannya agar dikagumi dan dihormati.
5. Supplication adalah ketika individu ingin diterima oranglain dengan menunjukkan kelemahan dan ketidak berdayaan. Seperti memerlukan bantuan, belas kasih hal tersebut bentuk ketergantungan individu kepada oranglain.

Self presentation dilakukan untuk membuat orang menyukai individu tersebut dengan menampilkan identitas sosial yang diterima oleh lingkungan,

tidak hanya itu individu juga dapat meningkatkan kualitas dirinya. Hal tersebut dapat dilihat dari internal (diri sendiri) maupun eksternal (oranglain).

Ketika individu menggunakan instagram dan melakukan online self presentation dengan menampilkan kesan yang baik terhadap pengguna instagram yang lainnya dengan membagikan foto maupun video agar dapat diterima dan juga mendapatkan respon berupa like atau komentar yang sesuai dengan apa yang mereka tampilkan. Ketika mereka mendapatkan respon yang baik dari lingkungan. Individu cenderung akan mengulangi hal tersebut lagi (membagikan foto).

Instagram sendiri adalah Instagram adalah aplikasi media sosial yang populer di kalangan pengguna telfon pintar (Smarthphone). Nama instagram sendiri diambil dari kata "insta" yang asalnya instan dan "gram" dari kata telegram (Ghazali, 2016). Jadi instagram adalah gabungan dari kata instan-telegram. Dari penggunaan kata tersebut bisa diartikan sebagai aplikasi untuk mengirim informasi dengan cepat, dalam bentuk foto maupun video yang bisa dibagikan ke jejaring sosial lainnya.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi fenomenologi yaitu mendeskripsikan pengalaman hidup beberapa individu tentang pemaknaan umum. Tujuan fenomenologi adalah menjabarkan pengalaman hidup individu pada fenomena menjadi bentuk deskriptif tentang intisari universal (Creswell, 1998).

Sedangkan jenis penelitian menggunakan metodologi kualitatif yakni dimana "suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari informan itu sendiri". Berdasarkan metodologi kualitatif mempunyai beberapa ciri seperti dibawah ini:

1. Penelitian mengambil setting yang alami (*natural setting*).
2. Penelitian yang dilakukan tidak kaku yaitu bersifat lentur dan juga terbuka.
3. Pengambilan data berupa wawancara dan data dalam bentuk deskriptif yang dimana berdasarkan perspektif dari subjek.
4. Pengumpulan data berfokus pada "apa" dan bagaimana" fenomena tersebut bisa terjadi pada individu.
5. Data yang sudah didapatkan dianalisa menggunakan prosedur yang sudah ada. Dan proses analisa sebelum dan juga sesudah data didapatkan.

B. Kehadiran Penelitian

Dalam proses penelitian, peneliti terjun langsung dalam proses penggalan data kepada para informan yang sudah ditentukan kriterianya. Saat proses wawancara berlangsung peneliti bertindak sebagai pewawancara atau interviewer dan juga sekaligus pengamat, dalam proses pengamatan ini dilakukan sebelum dan pada waktu proses wawancara berlangsung. Hal itu dilakukan agar peneliti mendapat informasi dengan natural seperti apa yang keseharian informan lakukan. Saat wawancara peralatan yang dibawa adalah smartphone digunakan untuk merekam suara informan pada saat proses wawancara serta ketaas untuk mencatat dan berisi interview guide.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dalam penelitian ini berada di tiga tempat yang berbeda saat proses wawancara peneliti mendatangi informan secara langsung ditempat yang sudah disepakati sebelumnya, dua informan adalah mahasiswa Uinsa sedangkan informan terakhir adalah mahasiswa Universitas Bhayangkara Surabaya, sedangkan alamat ketiga informan tersebut adalah:

1. Ds. Gempol Joyo, Rt 2 Rw 1 Kec. Gempol Kab. Pasuruhan
2. Ds. Panokawan, Rt 2 Rw 1 Kriyan
3. Ds. Banaran Kulon, Kec. Bagor, Kab. Nganjuk

D. Sumber Data

Berdasarkan penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, peneliti bisa memperoleh sumber data yang bisa dibedakan menjadi dua yaitu:

1. Data primer

Data yang didapatkan dalam proses wawancara seperti dalam bentuk yang diucapkan secara lisan oleh informan dalam bentuk verbal atau kata-kata. Perilaku yang ditunjukkan informan secara langsung (Creswell, 1998). Proses pengambilan data melalui data primer pengguna instagram dengan data sebagai berikut:

Tabel 3.1
Data primer pengguna instagram

No	Informan Utama	Nama Account	Followers	Tahun Aktif
1.	IAIA	@intanvraa	8.318	2016-sekarang
2.	FMI	@farin_ilmii	10RB	2016-sekarang
3.	KAP	@kaicha_putriiii	32,6RB	2015-sekarang

2. Data sekunder

Sedangkan data sekunder adalah data yang didapat dari informan yang merupakan data pendukung dari data primer yang sudah didapatkan, data tersebut bisa berupa dari foto, video, catatan, dan lain-lain. Arikunto dalam (Creswell,1998). Pengambilan data sekunder untuk significant other adalah orang yang dekat dengan informan utama.

Tabel 3.2
Data Sekunder significant other

No	Significant Other	Usia	Jenis Kelamin	Alamat
1.	HP	21 tahun	Perempuan	Jalan Simpang Hutabayu, Dusun 06, Sambosaraya, Kec. Rayakahaya Provinsi Sumatera Utara
2.	DNP	21 tahun	Perempuan	Candi, Sidoarjo
3.	PDM	17 Tahun	Laki-laki	Ds. Banaran Kulon, Kec. Bagor, Kab.

Sedangkan informan dalam penelitian ini mempunyai karakteristik seperti dibawah ini:

1. Pengguna instagram aktif, minimal satu tahun.
2. Sering memposting foto ataupun video di akun instagram miliknya.
3. Memiliki followers minimal 5000 followers.
4. Usia 18-29 tahun berdasarkan penelitian Wearesocial 59% usia tersebut adalah pengguna aktif instagram.

Jumlah informan dalam penelitian ini adalah sebanyak 3 orang dan juga signifikan other satu orang atau bisa disebut orang yang dekat dengan informan atau orang yang tau tentang kehidupan sehari-hari informan.

E. Prosedur Pengumpulan Data

1. Wawancara yang dilakukan secara mendalam atau (*Indepth Interview*) adalah kegiatan yang dilakukan oleh pewawancara dan narasumber secara langsung dengan mengajukan pertanyaan guna mendapatkan informasi secara langsung untuk menggali data lebih dalam lagi atau bisa dengan observasi. Seperti yang disampaikan oleh Sugiyono: 2006 dalam Djaelani, 2013 dalam (Creswell, 1998).
2. Observasi menurut Baninster adalah kegiatan memperlihatkan atau suatu kegiatan yang memperlihatkan secara akurat. Dengan mencatat fenomena yang muncul dengan mempertimbangkan aspek dan juga teori, sedangkan menurut bahasa lain observasi dapat diartikan sebagai melihat dan memperhatikan (Poerwandari, 2001). Observasi merupakan pengamatan

yang harus dilakukan secara alami (*naturalistic*) dimana pengamat harus larut dalam situasi realistis dan alami yang sedang terjadi (Kerlinger, 2003).

3. Dokumentasi adalah fakta atau data yang tersimpan dalam bentuk berbagai bahan yang tidak terbatas oleh ruang dan juga waktu sehingga memungkinkan bagi peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi sebagai penguat data, interpretasi dan kesimpulan (Djaelani, 2013). Hal tersebut sejalan dengan Sudayono yang menyatakan bahwa dengan adanya dokumentasi maka hasil penelitian akan semakin kredibel (Sudaryo, 2013).

F. Analisis Data

Berdasarkan teori yang dikemukakan (Creswell, 1998) bahwa teknik untuk menganalisis data untuk penelitian fenomenologi adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan pemahaman atau pengetahuan pribadi tentang fenomena yang sedang diteliti. Dimulai dengan mendeskripsikan pengalaman pribadi. Hal tersebut dilakukan untuk mengesampingkan pengalaman pribadi, sehingga peneliti bisa fokus menganalisis data terhadap informan yang diteliti.
2. Mengembangkan daftar pertanyaan penting, yang berasal dari data wawancara atau sumber lainnya. Tentang bagaimana informan bisa mengalami suatu topik. Peneliti mengembangkan pertanyaan dengan horizontalizing data dengan tidak melakukan tumpang tindih atau pengulangan pertanyaan.

3. Mengambil pertanyaan-pertanyaan penting dari proses horizontalizing yang setelah itu menggabungkan pertanyaan penting menjadi sebuah unit yang penting dan bermakna atau biasa disebut "*meaning unit*".
4. Setelah itu peneliti mendeskripsikan tentang "apa" yang dialami informan tentang fenomena tersebut, prosesnya itu sendiri biasa disebut "*textural description*" hal tersebut adalah tentang bagaimana penulis mendeskripsikan pengalaman apa yang sudah dilalui, dialami dan dirasakan oleh informan.
5. Setelah mendeskripsikan tentang "apa" selanjutnya adalah mendeskripsikan tentang "bagaimana" informan bisa mengalami fenomena tersebut tahap tersebut adalah "*Structural description*" yang mana merefleksikan latar dan keadaan yang dialami informan.
6. Tahap terakhir peneliti menuliskan sebuah deskriptif gabungan (*compositc description*) yang menggabungkan kedua deskripsi pada tahap sebelumnya yaitu, *tekstural description* dan *structural description*. Bagian ini merupakan esensi dari pengalaman menggambarkan aspek puncak dalam penelitian fenomologi tersebut. Bentuknya seperti teks atau paragraf yang menggambarkan tentang pengalaman "apa" dan "bagaimana" informan.

G. Pengecekan Keabsahan Data

1. Triangulasi

Pengecekan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi yaitu dengan pengecekan dari beberapa sumber tujuannya adalah untuk pembanding

data (Moloeng, 2006). Hal tersebut bisa dengan berbagai cara, pengecekan data dibagi menjadi tiga yaitu:

a) Triangulasi sumber

Triangulasi sumber dilakukan oleh peneliti dengan cara mengecek data-data yang sudah di dapatkan peneliti dari beberapa sumber.

b) Triangulasi teknik

Triangulasi waktu dilakukan oleh peneliti untuk pengecekan keabsahan data dari satu sumber yang sama akan tetapi dengan teknik yang berbeda.

Triangulasi penelitian ini dimulai dengan observasi sebelum wawancara beberapa bulan dengan melihat account instagram ketiga informan. Setelah proses wawancara berlangsung, informan mengumpulkan data pula dari significant other, hal tersebut dilakukan agar memperkuat apa yang sudah ditemukan oleh peneliti.

2. Member check

Pengecekan data yang sudah didapat dari informan atau biasa disebut member check. Tujuan member check sendiri adalah untuk mengkonfirmasi lagi bahwa informasi yang sudah didapat akan digunakan untuk menuliskan laporan hal tersebut sesuai dengan apa yang informan sampaikan (Sugiyono, 2013). Jika data yang di temukan oleh peneliti dapat disepakati oleh informan atau pemberi data, maka data bisa dinyatakan valid dan dapat dipercaya. Tetapi jika data yang ditemukan oleh peneliti tidak disepakati oleh pemberi data atau informan, maka peneliti perlu

melakukan diskusi kembali. Jika yang ditemukan peneliti ditemukan ketidakcocokan yang tajam, peneliti sebaiknya merubah temuannya dan menyesuaikan dengan apa yang sudah diberikan pemberi data atau informan.



BAB IV

PEMBAHASAN

A. Setting Penelitian

Sebelum memulai proses penggalian data peneliti menentukan kriteria untuk pengguna instagram yang melakukan online self presentation. Setelah menentukan kriteria, peneliti mulai mencari informan yang sesuai dengan kriteria melalui instagram milik pribadinya. Proses pencarian informan memakan waktu berbulan-bulan. Karena peneliti mengobservasi pengguna-pengguna instagram yang sesuai dengan kriteria untuk dijadikan informan. Dengan cara melihat keseharian pengguna instagram melalui postingan apa yang diunggah. Setelah mengobservasi dan dianggap sudah masuk dalam kriteria yang dicari.

Peneliti menghubungi informan dan menanyakan beberapa point dari indikator yang menjadi tolak ukur pengguna instagram yang melakukan online self presentation. Setelah beberapa bulan, informan mendapatkan informan pertama adalah teman peneliti yang berasal dari daerah yang sama yang kuliah di Surabaya, informan kedua adalah adik kos peneliti, yang ketiga adalah rekomendasi dari adik kos peneliti. Selanjutnya adalah peneliti menggali data dengan proses wawancara dan juga mewawancarai signifikan other untuk memastikan apa yang disampaikan informan utama adalah informasi yang benar.

Proses wawancara dilakuka pada tanggal 15 januari 2020, 05 februari 2020, 27 februari 2020, 28 februari 2020 dan juga 01 maret 2020. Dalam waktu

lima kali pertemuan peneliti mendapatkan bagaimana online self presentation pada pengguna instagram.

Penggalian data dimulai dari wawancara informan pertama dilakukan pada tanggal 15 januari di rumah informan sedangkan wawancara dengan significant other pada tanggal 01 maret. Jarak wawancara sangat lama karena kesibukan significant other. Sedangkan wawancara informan kedua dilakukan pada tanggal 05 februari di kosan informan dan wawancara significant other kedua dilakukan di kampus, lebih tepatnya di gazebo depan perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, dan wawancara dengan informan ketiga pada tanggal 28 februari di depan fakultas Tarbiyah dan Keguruan dan kebetulan bersamaan dengan significant other. Proses wawancara dari awal hingga akhir dilakukan sendiri oleh peneliti. Alasan mengapa jadwal wawancara jaraknya berjauhan satu dengan yang lainnya adalah karena terkendala kesibukan informan. Di bawah ini adalah waktu pelaksanaan proses wawancara

Tabel 4.1

Waktu pelaksanaan proses wawancara

No	Hari,tanggal, dan waktu	Informan dan Significant Other	Kegiatan	Tempat
1	Minggu, 15 Januari 2020 Pukul 09:00- 17:07	KAC (Informan utama 3)	Wawancara	Rumah informan yang berada di Nganjuk
2	Rabu, 05 Februari 2020 pukul 19:40- 20:40	IANA (informan utama 1)	Wawancara	Kosan informan yang berada di Wonocolo
3	Kamis, 27 Februari 2020	HP (significant other 2)	Wawancara	Gazebo perpustakaan Uinsa

	pukul 15:05-15:40			
4	Jum'at, 28 Februari pukul 15:20-15:54	FMI (informann utama 2)	Wawancara	Depan Fakultas FTK
5	Jum'at, 28 Februari pukul 16:00-16:06	DNP (significant other 2)	Wawancara	Depan Fakultas FTK
6	Minggu, 01 Maret 2020 pukul	PDS (Significant other 3)	Wawancara	Rumah significant other

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara dan juga observasi pada informan online self presentation hasilnya adalah sebagai berikut:

1. Deskripsi temuan informan 1

1) Dimensi Self Presentation

a) Personal layer

Informan mulai menggunakan instagram sejak berada dibangku SMA, tapi setelah membuat account instagram yang pertama informan lupa password dan akhirnya informan memutuskan untuk membuat account yang kedua waktu kelas 2 SMA.

"Jadi, saya pakai instagram itu sudah lama sih mulai Sma Kelas 1"Recording0502:IANA:1:10

"Enggak sih waktu itu, seingat aku tu bikin account terus upload foto. Cuma satu kalau gak salah, terus lama gak aktif, terus lupa password terus akhirnya bikin lagi pas kelas dua Sma"

Recording0502:IANA:1:14

"Lupa soalnya dulu kan ada banyak kan ada askfm, ada facebook, ada twitter, jadi kaya passwordnya itu beda-beda. Terus akhirnya lupa, terus akhirnya bikin lagi"Recording0502:IANA:1:16

"Aku lulus SMA itu tahun 2017, jadi bikin account pertama 2015 kalau account yang kedua 2016"
Recording0502:IANA:1:18

Informan mengatakan bahwa semenjak menggunakan instagram informan menjadi lebih boros karena sering membuka media sosial tersebut.

"Iyasih, makanya boros banget. Mulai kuliah ini mulai aktif banget, terus apa-apa yang aku lakuin itu tak bagiin di instagram, haha kayak gitu sih. Sok ngartis banget gak sih hahaha.."Recording0502:IANA:1:20

Informan sering membagikan kegiatannya fotonya di instastory instagram, seperti kuliah, traveling, berkumpul bersama teman-teman.

"Di story kaya kegiatan kulaih, travelling, kumpul-kumpul sama temen gitu sih jadi kaya kegiatan sehari-hari, kayak biasanya gitu. Kalau yang di upload kegiatan travelling sama foto-foto yang bagus-bagus gitu"Recording0502:IANA:1:22

Foto yang bagus menurut informan adalah yang tempatnya bagus dan orangnya memadahi (cantik atau ganteng).

"Apa ya.. yang kayak tempatnya bagus terus orangnya juga memadahi, entah ekspresinya entah penampilannya menarik lah intinya kaya gitu"Recording0502:IANA:1:26

Informan mengedit foto yang akan di unggah ke instagram, karena memang sudah banyak aplikasi edit foto contohnya seperti lighroom.

"..sekarang kan udah ada aplikasi buat instagram kaya lighroom, itukan bisa di edit-edit kan, bisa dimanipulasi yang tempat awalnya biasa aja terus jadi bagus, terus orangnya biasa aja jadi bagus kayak gitu sih. Di editlah intinya. Dipercantik..."Recording0502:IANA:1:30

Informan mengaku bahwa passionnya adalah mendaki, paling jauh hingga ke Jawa Tengah

"ini sih aku passionnya kan mendaki kan jadi kaya mendaki paling jauh ke jawa tengah, ke joga"Recording0502:IANA:1:01
 "Ke gunung perahu, ke gunung penanggunga, ke gunung watu jengger terus ke pundak gitu sih"Recording0502:IANA:I:01
 Selain foto-foto pribadinya informan juga membuka QnA untuk

para followersnya agar tidak bosan, dan informan juga tipe anak yang akan mengambil banyak foto untuk persediaan instastory. Informan tidak ingin membawa dampak negatif untuk para followersnya.

"Eh iya aku sok ngartis banget hahah Aku tuh ga suka kalau instagram ku sepi, jadi biasanya buka QnA, kalau ga gitu foto aku, foto pemandangan. Nah aku tu tipe orang yang kalau pergi ke suatu tempat banyak foto-foto tapi gak aku upload waktu itu. Jadi biasanya seminggu kemudian. Buat persediaan insta story gitu. Terus aku juga tipekal yang pengen punya banyak temen. Jadi bisa aja temen instagram nanti jadi temen nyata. Terus kalau ada orang yang ngikutin aku tu orang jadi ngerasain positif, aku gamau bawa dampak negatif ke kalian gitu"Recording0502:IANA:1:100

b) Eacment layer

Significant Other mengatakan bahwa ia berteman dengan informan sudah 3 tahun. Sedangkan berteman di instagram sekitar 2 tahun.

"Udah 3 tahun"Recording2702:HP:1:6
 "Berteman di instagram udah 2 tahun" Recording2702:HP:1:18

Sedangkan kebiasaan informan saat di instagram menurut significant other adalah informan sering membagikan kegiatan kesehariannya, bahkan menurut significant other instagram menurut informan bukan sosial media biasa tapi juga untuk berbisnis seperti endorse.

"Intan itu anaknya sering update sttus. Hahaha pokoknya uptade status hahaha sering upload foto, buat dia itu instagram bukan buat Cuma sosmed biasa tapi juga buat bisnis, kayak endorse. Doain aja semoga lancar endorse nya. Tapi kalo

sekarang ini lagi sibuk. Itu banyak kegiatan
dema"Recording2702:HP:120

Significant other mengatakan bahwa kalau di instagram informan lebih terlihat cuek, jaga image, dan tidak terlalu terbuka. Di instagram cuman bisa tau dia sedang melakukan aktivitas apa.

"Eee sama nya gimna yaa eh enggak kalo di instagram kayak keliatan cuek, jaga image tapi kalo udah kenal... kayak bisa lebih kenal lagi. kalo di instagram kan Cuma bisa tau dia lagi ngapain. Iya kalo di instagram enggak terlalu terbuka"
Recording2702:HP:1:22

Sedangkan yang sering diposting oleh informan adalah kegiatannya sehari-hari, dan juga ketika travelling naik gunung informan sering membagikannya di instagram. Dan significant other juga mengiyakan bahwa informan suka naik gunung.

"Kegiatan dia sehari-hari lagi ngapain gitu, apalagi kalo lagi travelling naik gunung dia sering upload"Recording2702:HP:1:24.

"Iya seneng, sering naik gunung" Recording2702:HP:1:25

Significant other mengatakan bahwa informan anak yang introvert, informan tidak membagikan hal-hal yang sedih di instgram. Walaupun di dunia nyata informan sedih, tetapi jika di instagram tidak menunjukkan kalau sedih.

"Galau ??? kayaknya enggak ya. Dia itu orangnya kayak introvert gitu. Dia kadang di kehidupan nyata itu sedih tapi kalo di instagram dia seneng-senang aja. ceria... kayak bahagia... kayak di tutupin mbak. dia lagi sedih tapi dia enggak nunjukin kalo lagi sedih. Tetep ceria sama orang-orang"Recording2702:HP:1:27

"Iya, dia jarang nunjukin kalo dia lagi sedih"Recording2702:HP:1:29

Pengalaman yang positif dan juga negatif pernah dirasakan oleh informan, hal tersebut juga dikonfirmasi langsung oleh significant other, pengalaman positif seperti mendapatkan endorse, tetapi ada yang diterima ada juga yang tidak tergantung produk yang ditawarkan. Sedangkan pengalaman negatif, account informan sering difake oleh orang. Padahal informan hanya mempunyai 1 account saja.

"Oh pernah. Hal yang positif nya itu intan itu sering di endorse orang-orang tapi juga kadang diterima kadang enggak. Yang diterima kayak kerudung yang syar'i yang menutup dada. Yang enggak diterima itu kayak celana-celana pendek. Itu kan enggak mungkin . soalnya dia kan berhijab, enggak mungkin kan dia di endorse celana yang pendek. Kalo hal negatif akun nya sering di fake sama orang-orang"Recording2702:HP:1:31

"Iya soalnya cantiknya kebangetan mbak. yang di fake bukan cuman instagram doang tapi juga facebook, jadi dia Cuma punya 1 akun yang lainnya itu enggak punya. Dia Cuma punya 1 instagram dan 1 twitter"Recording2702:HP:1:33

c) Relation

Informan mengatakan bahwa ia ingin mempunyai teman yang banyak, bisa saja teman di instagram menjadi teman di kehidupan nyata. Informan juga ingin followersnya mendapatkan dampak positif ketika berteman dengannya di instagram.

"Eh iya aku sok ngartis banget hahah Aku tuh ga suka kalau instagram ku sepi, jadi biasanya buka QnA, kalau nggak gitu foto aku, foto pemandangan. Nah aku tu tipe orang yang kalau pergi ke suatu tempat banyak foto-foto tapi gak aku upload waktu itu. Jadi biasanya seminggu kemudian. Buat persediaan insta story gitu. Terus aku juga tipekal yang pengen punya banyak temen. Jadi bisa aja temen instagram nanti jadi temen nyata. Terus kalau ada orang yang ngikutin aku tu orang jadi ngerasain positif, aku gamau bawa dampak negatif ke kalian gitu. Jadi kalau semisal aku travelling banyak yang tanya kak itu dimana, itu aku balesin. Terus kalau tanya biaya ndaki berapa gitu biasanya aku saranin coba lihat youtube nya ini gitu. Jadi

aku pengen ngeshare pengalaman aku waktu aku travelling gitu sih kalau soal galau galau gitu gak pernah yang langsung. Aku kan belum bisa ngasih manfaat ke mereka. Jadi gausah lah mereka sedih karna aku upload yang galau-galau. Ngaliir gitu sih. Yang penting bisa ngasih aura-aura positif, ceilah hahaha"
Recording0502:IANA:1:100

Informan pernah ditawari shooting untuk konten akan tetapi informan sendiri menolak karena merasa bukan bakatnya, karena informan kalau disuruh acting terlihat kaku.

"Oh ini aku sering diajakin orang kaya kak boleh gak sih jadi model nya dia, bikin konten-konten. Tapi aku tipekal yang kalau disuruh akting itu kaku banget. Jadi aku jawab mohon maaf ni aku gak bisa. Passion aku gak di akting. Lebih ke foto".
Recording0502:IANA:1:102

d) Communal

Untuk endorse sendiri informan sebenarnya tidak membuka endorse. Tapi ditawari oleh orang untuk endorse celana pendek awalnya informan menolak, tapi setelah olshopnya menyampaikan hanya direview saja. Informan menerima.

"Sebenarnya sih ga buka (endorse) tapi kemaren di tawari celana pendek, kan aku kerudungan sih yakali tak ambil, terus kata mas nya gini itu aja di review gausah dipake. Terus katanya pertengahan february barang nya nyampe. Terus ada juga yang tanya fee nya berapa, aku belum kepikiran. Sedangkan biasanya selebgram kan pakai management sedangkan aku kan gak punya juga kan. Terus yaudah pas awal awal 20ribu aja gak narget banyak soal e kan baru awal. Terus ada juga masker"
Recording0502:IANA:1:70

" Oh iya ada juga temen ku yang ini ngasih jilbab gratis gausah beli nanti foto terus di upload ya gitu sih bantu temen"
Recording0502:IANA:72

2) Motivasi Self Presentation

Informan sering membagikan aktifitasnya di instagram saat travelling. Informan hobby naik gunung semenjak awal kuliah. Alasan informan lebih banyak memposting foto di gunung karena informan mengatakan sudah banyak gunung yang informan daki.

"Ini sih aku passionnya kan mendaki kan jadi kaya mendaki paling jauh ke Jawa Tengah, ke Jogja"Recording0502:IANA:1:38

"Ke gunung perahu, ke gunung penanggungan, ke gunung watu jengger terus ke pundak gitu sih"Recording0502:IANA:1:40

2. Deskripsi temuan informan 2

1) Dimensi Self Presentation

a) Personal layer

Informan mengatakan bahwa menggunakan instagram sejak berada di bangku Sma kelas 2, informan menggunakan instagram setelah menggunakan facebook terlebih dahulu.

"SMA kelas 2 waktu awal-awal masih semester satu, itu baru bikin. Terus dulu kan masih belum booming kan instagram, jadi dulu pakai facebook, habis pakai facebok baru pakai instagram"Recording2802:FMI:2:14

Setelah menggunakan instagram informan sering mengunggah foto menggunakan outfit ternyata banyak yang menyukai, dan banyak like hingga banyak followers dan bisa membuka endorse.

"Terus pas main instagram pas awal-awal itu sering upload foto terus habis itu, foto banyakk yang suka pakai outfit aku, terus banyak yang follow, banyak yang ngelike, jadi terus followers aku semakin banyak terus aku buka deh itu endorsement"Recording2802:FMI:2:14

Informan tau media sosial instagram dari temannya dan ia tertarik untuk mencobanya juga.

"Tau instagram sih dari temen-temen terus aku nyoba-nyoba se, pas temen ku maen instagram gitu kok asik gitu, bisa komen-komen, sama sih kalau di facebook. Tapi kan kalau di facebook dulu gak ada di snap. Kalau instagram kan sudah ada"Recording2802:FMI:2:16

Informan menggunakan instagram pertama kali banyak mencari referensi bagaimana menambah followers, dan memang sejak dulu informan hobby foto-foto. Setelah foto, di unggah di instagram ternyata banyak yang menyukai.

"Enggak sih, aku gak tanya cuman nyari referensi aja. foto yang bagus gimana, kalau nambah followers gimana, soalnya dari dulu hobi ku foto. Hunting-hunting gitu.. banyak yang ngajakin foto, terus ini upload foto, banyak yang suka, banyak yang komen ini outfid nya bagus. Terus keterusan deh sampek sekarang"Recording2802:FMI:2:18

Informan mengaku lebih prefer menggunakan instagram dibandingkan sosial media yang lain.

"ku lebih prefer ke instagram dari pada akun-akun lain. Di facebook sih ada, cuman aku ga prefer ke facebook. Karena facebook kan biasanya dipakainya dari kalangan muda, sampek tua sampek kakek nenek aja pakai facebook kan itu alay, aku gak suka kayak gitu.. Recording2802:FMI:2:37

Informan juga bermain intagram setiap hari sampai kuotanya habis.

.."Iya setiap hari main instagram, sampek kuota ku habis.. Recording2802:FMI:2:43

Intagram media sosial yang bisa menghasilkan uang untuk informan, informan dulu juga mempunyai olshop dan uang

penjualannya juga banyak. Instagram media sosial yang mudah digunakan tapi juga menguntungkan.

"Instagram itu sosial media yang bisa menghasilkan uang, orang-orang emang bisa buat, kan aku dulu juga punya olshop, aku punya olshop itu sebelum masuk kuliah, awal-awal maba itu aku jual chasing. Bahkan juga banyak followersnya. Dan uang penjualannya juga banyak. Kan instagram kan apaya tinggal gampang banget makenya. Tinggal foto, video barang, cod, kalau gak cod kan juga dikirim kan barangnya, jadi kita tinggal dirumah main hape. Tapi ya menghasilkan duit gitu"Recording2802:FMI:2:26

Foto yang bagus menurut informan sendiri adalah yang menyesuaikan dengan outfit yang digunakan.

"Foto yang bagus itu, ya punya kriteria sendiri-sendiri. Kalau selebgram yang ini itu modelnya kayak gini, kalau yang ini itu berhijab, kalau yang ini itu engga. Kan kalau aku outfit nya berhijab. Jadi sesuain aja bajunya gimana, casual atau gimana, yang inspirasi hijab-hijab gitu"Recording2802:FMI:2:28

Saat akan pergi ke suatu tempat atau caffe informan bisa memikirkan apa yang cocok untuk tempat yang akan ia datangi. Informan menyesuaikan pakaian yang cocok untuk berfoto ditempat tersebut.

"Kalau difoto itu aku suka ribet, kalau misal gak sesuai sama keinginan ku misal fotonya ini sama aku kurang pas semisal. Ya itu aku foto lagi, sampek fotonya bagus, sampek seperti yang tak pengenin gitu. Dan aku suka foto yang aesthetic, semisal fotonya diceffe yaudah caffe nya rame, banyak hiasannya. Aku pake bajunya yang gak rame. Jadikan sebelum ke caffe kan dilihat dulu caffnya gimana bentukkannya. Kalau caffnya kek gini nanti bajunya nyesuaian. Tapi kalau gak keburu yaudah lihat backgown yang bagus buat baju aku tu dimana gitu biasanya"Recording2802:FMI:2:29

"Iya aku kalau mau foto, mikirin outfit dulu, besok mau pake baju apa, besok mau kemana"Recording2802:FMI:2:31

"Iyaa, aku gitu soalnya orang nya . aku yang kuliah aja, yang gak foto mikir baju. Sampek aku pernah berangkat kuliah itu

ganti baju empat kali gara-gara gak cocok outfeednya. Soalnya aku mikir banget. Semisal nih, pake atasan garis-garis terus bawahan juga garis-garis kan gak kontras kayak jemuran baju. Nanti diketawain sama anak-anak. Jadi aku nyesuaian aja"Recording2802:FMI:2:33

b) Eacment layer

Significant other mengatakan bahwa sudah mengenal informan sejak semester 1 sampai sekarang.

"Udah kenal dari semester 1 sampai sekarang"Recording2803:DNP:2:14

Hal yang sering di posting oleh informan juga beragam, seperti memposting hal-hal konyol yang mungkin menurut informan itu sesuatu hal yang lucu tapi mungkin menurut orang lain enggak, tetapi itu tidak masalah asalkan masih positif vibes.

"Kadang itu dia ngeshare hal-hal konyol, gak jelas, ngeshare hal-hal yang mungkin menurut dia lucu, tapi menurut oranglain engga.. hahahahaha" Recording:2803:DNP:2:16

"Kayak apa ya galau, atau apa gitu.. tapi ya gpp yang penting masih positive vibes aja.. ya kadang ngeshare sedih, kadang lucu, ya mungkin dia masih labil.. tapi itu dulu sekarang udah mendiangan "Recording2803:DNP:2:18

Significant other mengatakan bahwa informan setiap hari membuat snap di account instagramnya. Hal tersebut dilakukan mungkin karna informan tidak ingin kehilangan followersnya.

"Iya bikin snap tiap hari, tiap jam bahkan pengen jadi awkarin kayaknya haha"Recording2803:DNP:2:20

"Iya mungkin karna dia gamau kehilangan followers, gamau kehilangan. Gamau missing aja, followers dia pokonya harus tau dia ngapain gitu sih.. mungkin bisa memberikan semangat juga buat followers dia"Recording2803:DNP:2:22

Hal yang sering di posting oleh informan adalah ootdnya di caffe atau mungkin tempat-tenpat yang lainnya dan informan juga anak yang ramah

"Ootd nya dia"Recording2803:DNP:2:24

"Di caffe, dimall.. anak hits masa kini banget kak.."Recording2803:DNP:2:26

"Ramah sekali.. sampek ni orang ngapain si"Recording2803:DNP:2:28

Hal positif yang dirasakan oleh informan menurut significat other adalah bisa menginspirasi followersnya dengan mengunggah foto ootd sedangkan hal negatif yang dirasakan ada saja orang yang mungkin tidak suka dengan informan. Bahkan mungkin untuk circle pertemanan, banyak orang yang mungkin berfikir ulang ketika mau berteman dengan informan karena dirasa tidak bisa mengikuti gaya hidup informan yang dilihat seperti selebgram

"ya mungkin kalau hal positif, dia kan suka share foto ootd dia, jadi itu bisa menginspirasi followersnya, cuman kalau negatifnya kan namanya juga orang gak mungkin kan buat maksa suka terus sama kita, jadi mungkin ya ada aja yang ngomongin.. kadang dibilang sok ngartis lah.. apalah.."Recording2803:DNP:2:30

"Mungkin itu buat circle pertemanan mungkin karna dia followersnya banyak ya bisa dibilang kayak selebgram gitu, jadi orang kayak mau temenan sama dia itu kayak mikir-mikir. Kalau aku temenan sama dia bakalan kayak gimana kehidupan ku.. apa aku harus ngikutin style dia, cara maen nya dia kayak gitukan.. kan kadang orang menilai itu berdasarkan apa yang di posting, kalau sering post di caffe atau mall.. orang mikirnya kayak enak banget, boros banget.. padahal ya enggak. Masak harus ngeshare yang bikin sedih, yang susah.. karna memang mau ngasih positive vibes aja.."Recording2803:DNP:2:32

c) Relation

Alasan informan menggunakan instagram adalah karena sudah banyak yang mengenal informan dan juga sudah banyak yang memfollownya di instagram. Dan informan juga lebih menyukai instagram dibanding dengan sosial media yang lain dan di instagram juga bisa menghasilkan uang.

" Soalnya, di instagram udah banyak yang kenal aku, udah banyak yang follow aku, jadinya aku lebih prefer ke instagram dari pada akun-akun lain. Di facebook sih ada, cuman aku ga prefer ke facebook. Karena facebook kan biasanya dipakainya dari kalangan muda, sampek tua sampek kakek nenek aja pakai facebook kan itu alay, aku gak suka kayak gitu.. kalau di instagram kan apa yang kita follow kan itu yang keluar di beranda kita. Jadi aku lebih suka di instagram soalnya di instagram menurut ku lebih bagus. Lebih menghasilkan duit jugak "Recording2802:FMI:2:37

Untuk followers juga informan tidak sembarangan dalam memfollback followersnya. Informan memilih siapa yang akan difollback, dilihat apakah informan mengenal orang tersebut, berapa followersnya apakah meyakinkan. Hal-hal tersebut difikirkan oleh informan.

"Kalau sama followers sih kadang aku pernah dikatain sombong, gak difollback.. ya kan aku kalau ngefollback kan juga lihat-lihat dulu ya. Nah kalau orang aku gak kenal banget, orangnya gak jelas, followersnya masih 0. Gak mungkin aku follback juga kan kak. Kan aku kesel ya. Orang ini mintak follback, tapi dia gak jelas, followersnya gak ada. Baru bikin instagram, tapi mintak follback ke aku, otomatis ya gak aku follback lah. Biasanya yang aku follback yang aku kenal, yang sudah meyakinkan lah followersnya. Jangan-jangan iku akun abal-abal atau mungkin fake account. Jadi aku j uga ngelihatn sih, aku kan gak tak privasi sih kak. Jadi yang follow itu bisa ngefollw cuman kalau aku milih-milih"Recording2802:FMI:2:2:39

Informan sering mendapatkan pertanyaan tentang dimana ia memeli outfit yang digunakan dan ada juga yang menanyakan cara bagaimana mengedit foto.

.. oiya aku sering ditanyain sama followers ku "kak beli outfit ini dimana? Terus beli celana ini dimana, terus aku sarananin di olshop ini gitu, terus kalau cara edit foto gimana kak? Juga pernah sih bikin tutorial edit foto"Recording2802:FMI:2::43

Informan membalas komentar-komentar followersnya di postingan foto yang ia unggah di instagram. hal itu dilakukan agar intagramnya tidak sepi.

.."kalau gak dibales ntar dikira sombong.. entar gak mau komen lagi, entar sepi dong instagram aku, entar followers aku berkurang. Tapi kalau ada yang komentar aneh aneh malah biasanya tak hapus sama aku kak..Recording2802:FMI:2:61

Informan juga tidak merespon DM yang menurut alay atau tidak jelas.

"Kalau yang alay-alay ya nggak aku respon kak.. iya lihat-lihat lah. Terus biasanya ada yang nge dm "assalamualaikum gituu hai cantik" terus aku ih apaan nih sih orang toxic banget, yaudah gak aku respon"Recording2802:FMI:2:41

d) Communal

Informan mengatakan bahwa informan mulai di endorse, awal followers nya 5000rb ia mematok harga 20ribu untuk satu barang dan sekali foto di upload di instagram. Dan setelah followersnya 10rb informan buka jasa PP paid promote di snapgram, 1 foto dan 1 video sekitar 30k, kalau untuk dipost di instagram bayarnya 50k.

"Ya lumayan kan buat jajan, sebenarnya belum bukak sih terus ada yang nawarin, "kak buka jasa endorsement ga gitu" terus

ada yang nawarin. Yang dulu itu followers aku masih 5000an ya itu masih murahlah"

"Akukan gatau kan tentang endorsement gitu, terus aku ditanyain kan fee nya berapa kak, terus aku tanya ke temen-temenku dulu, yang followersnya banyak. Kira-kira berapa kalau followers segini itu harganya berapa. Nah waktu itu pas followers ku masih 5000, itu aku kasih harga 20k itu buat satu barang dan sekali foto di upload di instagram. Terus ada yang nanyain lagi pas followers aku 10k itu nanyain jasa PP paid promote di snapgram, 1 foto dan 1 video sekitar 30k, kalau untuk dipost di instagram bayarnya 50k iya segituan"Recording2802:FMI:2:14

2) Motivasi Self Presentation

Informan lebih senang menggunakan instagram karena dirasa lebih prefer dari pada sosial media lain. Informan lebih memikirkan apa yang harus diposting di instagramnya hal tersebut dilakukan agar oranglain juga menilai dengan baik. Karena di zaman sekrang ini orang akan menilai apa yang diposting. Informan juga membalasa komenar-komentar followersnya. Karena informan tidak ingin kehilangan followers.

..."Orang melihatnya kan dari luar aja, belum tentu kenal dan menilainya bisanya lihat dari instagram kamu, dari keseharian kamu. Kalau kamu bikin instagram bikin snap misoh-misoh, ya orang akan menilai kamu jelek.. karna kamu di instagram gitu, sedangkan orang yang udah kenal meskipun kamu gitu. Orang mungkin gak akan nilai kamu jelek.. karna emang udah kenal.. lebih mikiran apa conten yang akan diupload sih"..Recording:2802:FMI:2:57

"Kalau komen, tak bales, biasanya itu cewek-cewek komen "cantik kak" padahal kalau ketemu ya biasa-biasa aja.. gitu aku bales iya makasih gitu.. kalau gak dibales entar dikira sombong.. entar gak mau komen lagi, ntar sepi dong instagram aku, ntar followers aku berkurang. Tapi kalau ada yang komen aneh aneh malah biasanya tak hapus sma aku kak"..Recording2802:FMI:2:61

3. Deskripsi temuan informan 3

1) Dimensi Self Presentation

a) Personal layer

Informan mengatakan bahwa ia menggunakan instagram sejak maret 2015.

"Maret 2015"Recording1201:KAC:3:12

Alasan informan menggunakan instagram adalah ikut-ikut teman dan sebelum itu ia juga menggunakan media sosial yang lain. Awalnya ia pun hanya coba-coba.

"Melu-melu koncone hehe (ikut-ikut teman hehe)"Recording1201:KAC:3:16

"Pindah nang instgaram terus bak e kuwi dolanan instagram"Recording1201:KAC:3:24

"Coba-coba"Recording1201:KAC:3:26

"Heeh.. seneng main instagram, facebook ngnu terus. Sosmed"(iya, sennag bermain sosial media instagram dan facebook begitu terus)"Recording1201:KAC:3:54

"Pindah nang instgaram terus bak e kuwi dolanan instagram"(pindah ke instagram setelah itu bermain instagram)Recording1201:KAC:3:24

Setelah menggunakan instagram informan mencoba foto-foto dan diupload di instagram ternyata fotonya banyak mendapatkan like.

"Heeh.. Ternyata akeh sing ngelike, yawis terus di endorse"Recording1201:KAC:3:34

Informan mengatakan bahwa ia bisa mempunyai banyak followers karena fotonya banyak direpost oleh account instagram lain, setelah followersnya meningkat pesan banyak orang yang mengira informan membeli followers.

"Biasa, upload foto terus direpost karo akun-akun ngnu, terus akeh sing ngikuti bake malih kuwi followers ku akeh"Recording1201:KAC:3:40

"Heeh, cepet banget. Sampek dikiro aku
tuku"Recording1201:KAC:3:42

b) Eacment Layer

Significant other mengatakan bahwa informan saat bermain instagram yang sering diposting adalah video informan bermain tiktok, kaos endorse osht dan juga foto-foto informan saat jalan-jalan.

"Biasane maen tiktok, endorse kaos psht terus karo foto jalan-jalan(biasanya maen titok, endorse kaos psht dan juga foto jalan-jalan)Recording0103:PDS:3:10

Menurut significant other dampak positif yang dirasakan Informan adalah bisa membuka endorse karena banyak followersnya, sedangkan hal-hal negatif yang dilihat adalah banyak dm dari cowok-cowok yang menggoda nya.

"Positif karna followers e akeh, malih bukak endorse. Dampak negatif e di Dm i cowok-cowok, akeh sing gudo i mbak icha soal e ayu (positifnya karna followersnya banyak, jadi bisa buka endorse, dampak negatifnya sering di DM cowok-cowok, banyak yang menggoda. Karena kak icha cantik"Recording0103:PDS:3:12

c) Relation

Informan mengatakan bahwa ia sering mendapatkan komentar dari followersnya tapi ia sendiri jarang komen di instagram orang lain. Untuk DM informan tidak membalas, tapi jika komen di balas. Sedangkan hal positif yang informan rasakan adalah banyak yang memuji foto-fotonya.

"Emb uh yo piye ya. Dikomen i wong, tapi aku gatau ngomen nang instagrame wong. Yo komen tapi nang instagram e temen ku. Misal cantik ngnu (gatau gimana ya, dikomentari orang tapi

aku gak pernah komen, ya komen tapi jarang)"Recording1201:KAC:3:142

"Heeh like, gak pelit kok"Recording1201:KAC:3:148

"Enggak, neg dm akeh gak ngerespon e.. tapi neg komen ngnu yo tak bales"(engga kalau dm banyak yang tidak direspon, tapi kalau komen dibalas)"Recording1201:KAC:3:169

"Positif e akeh sing muji haha (positif nya banyak yang memuji haha)"Recording1201:KAC:3:76

Informan mengaku tidak pernah meniru oranglain tetapi apa yang ia posting pasti ditiru oranglain.

"Iyoo aku gatau niru uwong. Tapi mesti neg ditiru i pegel" Recording1201:KAC:3:108

"Niru ne podo plek, pomone koyok aku upload motor, mari ngnu sesok e nuw enek sing skotlet podo.. terus ngko aku diarani kok kembaran karo kae"Recording1201:KAC:3:114

d) Communal

Informan menerima endorse dirtawari orang untuk produk kaos, informan foto dan juga mengunggahnya di instagram miliknya, dampaknya banyak pembeli setelah di endorse oleh informan dan informan juga ikut berjualan kaos tersebut.

"Heem, terus tiba-tiba onok sing dm aku sing jualan kaos ngnu.. mau gak foto produk, tak jawab mau, terus aku tak upload nang ig, terus akeh sing beli jugak, terus akhire aku yo ikut jualan (heem, terus tiba-tiba ada yang dm berjualan kaos, dia bertanya mau gak foto produk, tak jawan mau, terus aku upload di ig, akhirnya banyak yang beli dan aku juga ikut berjualan)"Recording1201:KAC:3:90

2) Motivasi Self Presentation

Informan lebih banyak mengunggah foto selfie dan juga foto jalan-jalan. Selain itu yang paling sering diposting adalah kaos endorse PSHT. Bahkan untuk saat ini endorse yang diterima informan hanya

produk kaos tsb. Selain itu informan juga senang mengunggah foto yang menarik.

"Aku upload foto pake seragam organisasi"Recording1201:KAC:3:88

"Heem, terus tiba-tiba onok sing dm aku sing jualan kaos ngnu.. mau gak foto produk, tak jawab mau, terus aku tak upload nang ig, terus akeh sing beli jugak, terus akhire aku yo ikut jualan"Recording1201:KAC:3:90

"Gak onok saiki wes biasa, tapi pas biyen pas awal sik seneng-seneng e upload foto sing menarik, misal cantik dan tempatnya bagus ngnu terus ben di repost karo akun akun"Recording1201:KAC:3:130

C. Hasil Analisis Data

1. Hasil analisis data informan 1

1) Dimensi Self Presentation

a) Personal layer

Yaitu perasaan individu dalam situasi sosial akan keberadaan dirinya, informan menggunakan instagram sejak tahun 2016, saat menggunakan instagram informan merasa lebih boros karena aktifitas sehari-hari informan selalu dibagikan di instagram. Informan membagikan kegiatan di instastory saat sedang kuliah, travelling dan berkumpul bersama teman-teman. Informan mengataka bahwa passionnya adalah mendak. Informan juga merasa jadi artis, informan tidak suka jika instagram miliknya sepi. Jadi selain foto-foto yang sudah dijelaskan sebelumnya informan biasanya membuka QnA untuk para followersnya.

Informan adalah tipe anak yang kalau pergi travelling atau pergi ke suatu tempat banyak mengambil foto, hal tersebut dilakukan untuk persiapan instastory. Informan ingin pengguna instagram lain yang mengikutinya merasakan dampak positif. Informan tidak ingin membawa dampak negatif untuk followersnya.

b) Eacment layer

Yaitu gambaran oranglain tentang individu tersebut berdasarkan pengetahuan yang dilihat melalui apa yang individu lakukan atau apa yang individu miliki. Berdasarkan apa yang dikatakan significant other informan anak yang sering update status dan juga sering posting foto. Instagram menurutnya bukan sosial media biasa, tapi juga media untuk berbisnis.

Menurut significant other informan juga terlihat cuek dan menjaga image saat di instagram. Significant other mengatakan bahwa informan anak yang introvert, informan tidak membagikan hal-hal yang sedih saat di instagram, walaupun di kehidupan nyata informan sedang sedih tetapi jika di instagram tidak menunjukkannya,

c) Relation

Yaitu peran individu berdasarkan hubungan atau keberadaan individu dengan oranglain. Saat menggunakan instagram informan sering ditanya oleh followersnya tentang dimana tempat ia berfoto, berapa biaya mendaki dan informan menjawab jika ada followersnya yang menanyakan hal-hal yang berkaitan dengan apa yang diposting

oleh informan. Informan juga sempat ditawari untuk shooting sebuah konten, tetapi informan menolak karena informan merasa akting bukan passionnya.

d) Communal

Yaitu ikatan individu dengan individu lain atau bahkan kelompok serta budaya yang lebih besar. Untuk endorse sendiri informan awalnya tidak berniat membuka endorse. Awalnya ia membantu temannya, informan diberikan jilbab gratis dan informan pun berfoto dan memosting foto tersebut di instgaram setelah itu ada tawaran lagi endorse celana pendek. Awalnya informan menolak, karena tidak mungkin memakainya. Tapi kata orang nya di review saja tidak usah dipakai, setelah itu informan bersedia. Waktu pertama endorse satu foto dihargai 20ribu.

2) Motivasi Self Presentation

Berdasarkan teori (Jones & Pittman, 1982) menyebutkan bahwa ada lima bentuk self presentation, tujuan serta faktor apa yang mempengaruhi yaitu ingratiation (usaha individu agar bisa disukai oleh individu lain) intimindation (usaha individu agar terlihat seperti orang yang berkuasa) self promotion (usaha menunjukkan kompetensi dengan memperlihatkan keahlian) exemplification (menunjukkan bahwa dirinya bermoral dan berintegritas) dan supplification (usaha individu untuk mendapatkan belas kasihan dari individu lain).

Berdasarkan teori motivasi diatas informan menggunakan motivasi self promotion yang mana informan mengatakan bahwa passion nya adalah mendaki.

2. Hasil analisis data informan 2

1) Dimensi Self Presentation

a) Personal layer

Yaitu perasaan individu dalam situasi sosial akan keberadaan dirinya. Informan mengaku bahwa ia lebih prefer bermain instagram dibandingkan sosial media lainnya, informan bermain instagram setiap hari sampai kuotanya habis, waktu awal menggunakan instagram ia mencari refrensi bagaimana foto yang bagus dan juga bagaimana cara menambah follower. Karena memang sejak dulu informan suka hunting dan foto-foto, informan mengunggah fotonya di instagram, ternyata banyak yang menyukai fotonya dengan outfit yang informan pakai, foto-foto nya mendapat banyak like dan akhirnya hal tersebut berlangsung hingga sekarang.

Di instagram informan juga bisa menghasilkan uang dan dapat menginspirasi followersnya dengan foto ootd yang diposting. Di instagram informan pernah ditegur oleh temannya untuk tidak memposting hal-hal yang sedih, karena bisa jadi orang lain jijik melihatnya, sejak saat itu informan membagikan daily life dan snap-snap yang cantik. Menurut informan di instagram harus sok cantik.

b) Eacment layer

Yaitu gambaran oranglain tentang individu tersebut berdasarkan pengetahuan yang dilihat melalui apa yang individu lakukan atau apa yang individu miliki. Significant other mengatakan bahwa informan sering memposting ootd saat sedang di caffe atau mall. Terkadang juga membagikan hal-hal konyol yang mungkin menurut informan itu lucu tapi menurut oranglain engga. Significant other juga membenarkan bahwa informan membuat snap setiap hari, bahkan tiap jam. Menurut sinificant other hal itu dilakukan mungkin karena informan tidak ingin kehilangan followersnya. Mungkin dengan membuat snap setiap hari bisa memberikan semangat untuk followersnya.

c) Relation

Yaitu peran individu berdasarkan keberadaan atau kehadiran dirinya untuk oranglain. Alasan informan menggunakan instagram adalah karena sudah banyak yang mengenal dan mengikutinya di instagram. Informan sendiri juga lebih menyukai instagram dibanding media sosial yang lainnya dengan instagram informan bisa menghasilkan uang. Sedangkan untuk pertemanan di instagram informan memilih dan melihat terlebih dahulu. Misalnya informan mengenalnya atau tidak, informan juga mempertimbangkan berapa followersnya, jika followersnya masih 0 dan orangnya gak jelas informan tidak akan memfollback akun tersebut.

Sedangkan untuk followers yang mengomentari fotonya, informan membalas komentar-komentar tersebut. Jika ada yang mempertanyakan informan membeli outfit dimana, atau ada juga yang tanya bagaimana cara mengedit foto. Alasan informan membalas komentar followernya karena tidak ingin dianggap sombong dan kehilangan followersnya.

d) Communal

Yaitu katan individu dengan individu lain atau bahkan kelompok serta budaya yang lebih besar. Informan mengatakan bahwa informan mulai ditawarkan endorse dan mulai di endorse pada saat awal followers nya 5000rb followers. Pada waktu itu informan belum tau tentang endorsement, akhirnya informan menanyakan hal tersebut ke temannya. Kalau followersnya segini berapa harga untuk endorse setelah tau informan mematok harga 20ribu untuk satu barang dan sekali foto di upload di instagram. Dan setelah followersnya naik hingga 10rb informan buka jasa PP paid promote di snapgram, 1 foto dan 1 video sekitar 30ribu, kalau untuk dipost di instagram bayarnya 50ribu.

2) Motivasi Self Presentation

Berdasarkan teori (Jones & Pittman, 1982) menyebutkan bahwa ada lima bentuk self presentation, tujuan serta faktor apa yang mempengaruhi yaitu ingratiation (usaha individu agar bisa disukai oleh individu lain) intimindation (usaha individu agar terlihat seperti

orang yang berkuasa) self promotion (usaha menunjukkan kompetensi dengan memperlihatkan keahlian) exemplification (menunjukkan bahwa dirinya bermoral dan berintegritas) dan supplication (usaha individu untuk mendapatkan belas kasihan dari individu lain).

Berdasarkan teori motivasi informan menggunakan motivasi self presentation ingratiation yang mana informan selalu membalas komentar-komentar followersnya karena tidak ingin dianggap sombong dan kehilangan followers.

3. Hasil Analisis data informan 3

1) Dimensi Self Presentation

a) Personal layer

Yaitu perasaan individu dalam situasi sosial akan keberadaan dirinya. Informan mengaku senang setiap hari bermain instagram dan facebook. Sebelum bermain instagram informan mengaku bermain facebook terlebih dahulu.

b) Eacment layer

Yaitu gambaran oranglain tentang individu tersebut berdasarkan pengetahuan yang dilihat melalui apa yang individu lakukan atau apa yang individu miliki. Significant other mengatakan bahwa informan sering mengunggah video tiktok nya di instagram, selain itu juga foto endorse kaos PSHT dan juga foto saat jalan-jalan tapi significant other juga mengatakan bahwa informan sering mendapatkan dm-dm yang

berisi godaan untuk informan hal tersebut karna memang informan cantik.

c) Relation

Yaitu peran individu berdasarkan keberadaan dengan oranglain. Informan mengatakan bahwa ia tidak pernah meniru orang lain, tapi selalu di tiru orang lain dan informan merasa kesal akan hal itu. Seperti contoh informan mengunggah foto motor, setelah itu besoknya ada followersnya yang meniru skotlate motornya dengan sama persis. Sedangkan untuk komentar di instagram informan enggan untuk membalas. Tetapi hal positif yang dirasa informan banyak mendapat pujian.

d) Communal

Yaitu ikatan individu dengan individu lain atau bahkan kelompok serta budaya yang lebih besar Informan menerima endorse ditawarkan orang untuk produk kaos, setelah itu informan berfoto menggunakan produk tersebut dan mengunggahnya di instagram miliknya, dampaknya banyak pembeli setelah di endorse oleh informan dan informan juga ikut berjualan kaos tersebut.

2) Motivasi Self Presentation

Berdasarkan teori (Jones & Pittman, 1982) menyebutkan bahwa ada lima bentuk self presentation, tujuan serta faktor apa yang mempengaruhi yaitu ingratiation (usaha individu agar bisa disukai oleh individu lain) intimindation (usaha individu agar terlihat seperti

orang yang berkuasa) self promotion (usaha menunjukkan kompetensi dengan memperlihatkan keahlian) exemplification (menunjukkan bahwa dirinya bermoral dan berintegritas) dan supplication (usaha individu untuk mendapatkan belas kasihan dari individu lain).

Berdasarkan teori motivasi informan menggunakan motivasi self promotion yang mana ada usaha untuk terlihat seperti orang yang berkompeten dengan menunjukkan keahlian bahwa informan mengikuti organisasi pencak silat. Saat wawancara informan hanya mengendorse kaos psht tapi tidak dengan produk lain. Sedangkan dalam proses observasi peneliti menemukan video di dalam account instagram informan yang sedang mematahkan satu balok es besar dengan satu tangan saja. Dan di dalam video tersebut dilihat oleh para juniornya. Selain itu informan juga senang mengunggah foto yang menarik atau cantik agar di repost oleh account instagram lain.

Dari uraian analisa diatas, berikut tabel analisa data dari hasil temuan yang didapatkan:

Tabel 4.2
Tabel Analisa Data

No	Dimensi self presentation informan 1	
1.	Personal Layer	• Menggunakan instagram sejak 2016 • Sejak menggunakan instagram merasa lebih boros • Membagikan aktifitasnya sehari-hari ke instagram (travelling, berkumpul bersama teman, kuliah) • Passionnya adalah mendaki • Merasa menjadi artis • Membuka QnA untuk para followersnya • Mengambil foto yang banyak ketika pergi

		ke suatu tempat untuk persediaan instastory • Ingin memberikan dampak yang positif untuk para followersnya
2.	Eacment Layer	• Sering update status dan sering memposting foto • Instagram bukan hanya sosial media biasa, tapi juga untuk berbisnis • Terlihat cuek dan menjaga image saat di instagram • Anak yang introvert • Walaupun dikehidupan nyata sedih tetapi jika di instagram tidak menunjukkan nya
3.	Relation	• Informan sering ditanya tentang dimana tempat berfoto • Berapa biaya mendaki • Sempat ditawarkan untuk shooting sebuah konten, tetapi informan menolak karena informan merasa akting bukan passionnya • Account instagram di fake pengguna lain
4.	Comunnal	• Awalnya tidak berniat untuk membuka endorse • informan hanya ingin membantu teman menawarkan produk melalui instagramnya • Penawaran pertama endorse informan mendapat produk celana pendek • Awal endorse dihargai 20ribu
Motivasi self presentation		
5.	Self Promotion	Informan pertama melakukan online self presentation dengan menggunakan motivasi self promotion yang mana individu ingin diterima oleh pengguna lain dengan menunjukkan kemampuan yang dimiliki agar terlihat kompeten. Informan sendiri mengatakan bahwa passionnya adalah mendaki.
Dimensi self presentation informan II		
1.	Personal layer	• Mengaku lebih prefer bermain instagram dibandingkan sosial media lainnya • Bermain instagram sampai kuota internet habis • Mencari refrensi bagaimana foto yang bagus, bagaimana cara menambah followers • Suka hunting dan foto-foto sejak dulu

		• Banyak yang menyukai foto dengan outfit yang sudah difikirkan sebelumnya dan berharap bisa menginspirasi • Menghasilkan uang dengan endorse • Membagikan snap-snap yang cantik dan di instagram harus sok cantik
2.	Eacment layer	• Sering memposting foto ootd saat sedang di caffe atau mall • Terkadang membagikan hal-hal konyol yang mungkin menurut informan itu sesuatu yang lucu sedangkan untuk orang lain enggak • Membuat snap setiap hari, bahkan setiap jam. • Hal tersebut dilakukan mungkin karena informan tidak ingin kehilangan followersnya • Mungkin dengan membuat snap setiap hari bisa memberikan semangat untuk followersnya
3.	Relation	• Alasan informan menggunakan instagram karena sudah banyak yang mengenal dan mengikutinya di instagram • Untuk pertemanan di instagram informan akan melihat dahulu, apakah informan mengenalnya atau tidak, walaupun tidak mengenalnya informan akan mempertimbangkan berapa followersnya. • Untuk followersnya yang mengomentari unggahanya, ia akan membalas karena tidak ingin dianggap sombong
4.	Communal	• Informan mulai ditawari endorse dan mulai di endorse pada saat awal followersnya 5000 followers • Menanyakan keteman tentang endorsement • Untuk awal satu barang satu barang fee nya 20rb, setelah followersnya 10RB followers membuka jasa PP paid promote di snapgram, 1 foto dan 1 video sekitar 30rb, kalau untuk diposting di instagram fee nya 50rb.
Motivasi self presentation		
5.	Ingratiation	Informan melakukan online self presentation dengan menggunakan motivasi ingratiation dimana usaha individu agar bisa disukai oleh

		individu lain dengan mengunggah foto ootd dan membalas komentar-komentar followersnya karena tidak ingin dianggap sombong dan kehilangan followersnya.
Dimensi self presentation informan III		
1.	Personal layer	• Menggunakan facebook terlebih dahulu setelah itu intagram • Senang bermain instagram dan facebook setiap hari • Hiburan
2.	Eacment layer	• Sering mengunggah video tiktok di instagram miliknya • Foto endorse kaos PSHT • Foto jalan-jalan • Sering mendapatkan dm yang berisi godaan
3.	Relation	• Tidak pernah meniru pengguna lain, tapi selalu banyak yang menirunya bahkan informan merasa kesal • Untuk followersnya yang mengomentari fotonya, ia enggan membalas • Informan banyak mendapatkan pujian
4.	Communal	• Ditawari untuk endorse produk kaos pencak silat dan informan juga ikut berjualan
Motivasi self presentation		
5.	Self Promotion	Informan melakukan online self presentation menggunakan motivasi self promotion yang mana informan berusaha untuk terlihat seperti orang yang berkompeten dengan menunjukkan keahlian bahwa informan mengikuti organisasi pencak silat, pada saat proses observasi peneliti menemukan video saat informan mematahkan satu balok es besar dengan satu tangan saja.

D. Pembahasan

1) Informan pertama

Berdasarkan hasil analisis data dari proses wawancara dengan informan dan significant other mendapatkan hasil bahwa informan menggunakan instagram kelas 2 SMA, semenjak menggunakan instagram informan

menjadi lebih boros karena informan selalu membagikan aktifitas nya setiap hari di media sosial instagram seperti kegiatan kuliah, travelling maupun saat berkumpul bersama teman-teman informan, foto yang dibagikan ke instagram adalah foto yang bagus.

Foto yang bagus menurut informan adalah foto yang tempatnya bagus serta orang yang memadahi (cantik atau ganteng) ekspresi dan juga penampilan yang menarik, selain membagikan foto-foto miliknya informan tidak suka jika instagramnya sepi, untuk menyiasati hal tersebut informan selain memposting foto-foto ia juga membuka QnA untuk para followersnya.

Informan adalah anak yang ketika pergi travelling selalu mengambil foto yang banyak untuk persediaan instastory, hal tersebut juga berkaitan dengan self presentation menurut (De Lemarter & Mayers, 2007) yang menjelaskan bahwa ada usaha yang individu lakukan baik secara sadar maupun tidak sesuai dengan apa yang diinginkan, secara alami atau dibuat-buat, tujuannya agar diterima dengan mengikutsertakan identitas dalam suatu interaksi.

Informan menginginkan pengguna instagram lain yang mengikutinya merasakan dampak positif dari postingannya. Informan tidak ingin membawa dampak negatif untuk followersnya. Hal tersebut juga dibenarkan oleh significant other yang mengatakan bahwa informan ketika di instagram tidak membagikan hal-hal yang sedih, meskipun informan di dunia nyata sedang sedih seperti yang disampaikan oleh Boyer (2006)

bahwa self presentation bisa disebut juga individu melakukan pengelolaan kesan yang ditampilkan oleh setiap individu untuk tercapainya suatu citra diri yang dikehendaki.

Informan mendapatkan banyak followers ketika foto-fotonya saat mendaki mulai direpost oleh akun-akun pendaki. Informan banyak melakukan travelling dan juga naik gunung seperti ke gunung perahu, ke gunung penanggungan, ke gunung watu jengger dan juga ke pundak, yang dilakukan informan adalah self presentation yang dimana informan mengungkapkan dirinya dan beberapa aktifitasnya kepada individu lain (Mulyana, 2008).

Saat akan mengunggah foto di instagram informan mengunggah foto dengan mengeditnya terlebih dahulu informan biasanya menggunakan aplikasi lighroom, hal tersebut sama dengan teori Self presentation dimana individu memunculkan kesan dirinya kepada individu lain dengan cara mempersiapkan nya terlebih dahulu, usaha tersebut dilakukan dengan menunjukkan diri di hadapan orang lain sesuai dengan apa yang dikehendaki. Suatu kesan yang ingin ditampilkan kepada individu lain berdasarkan tahapan dan persiapan terlebih dahulu (Goffman, 1956).

Di instagram informan termasuk orang yang selalu membagikan hal-hal yang positif seperti saat sedang mendaki gunung, hal tersebut dilakukan karena informan hanya ingin membagikan pengalamannya selama naik gunung, informan merasa belum bisa memberikan manfaat untuk followersnya, jadi informan merasa tidak perlu membagikan hal-hal sedih.

Berdasarkan teori motivasi self presentation (Jonnes & Pittman, 1982) informan melakukan self promotion dimana individu ingin diterima oranglain dengan cara menunjukkan kemampuan yang dimiliki agar terlihat kompeten dengan menunjukkan kemampuannya mendaki gunung.

Untuk pertemanan di instagram informan dengan followersnya informan cukup ramah dengan membalas pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan hobby nya naik gunung, dan informan juga pernah ditawari shooting untuk konten, tetapi informan menolak karena bukan passionnya.

Setelah mendapatkan followers 8.318 informan mendapatkan penawaran untuk endorse pertama kali yaitu mendapatkan penawaran produk celana pendek, awalnya informan menolak karena informan menggunakan hijab, tapi orang tersebut mengatakan untuk mereview saja tidak usah dipakai. Selain itu ada juga teman informan meminta tolong untuk mempromosikan hijab nya, masker dan sampai saat ini sudah banyak produk yang di endorse seperti makanan dan juga produk kecantikan seperti masker wajah, dan untuk fee pertama informan menargetkan awal endorse dengan harga 20ribu.

2) Pembahasan informan kedua

Berdasarkan hasil analisis data informan menggunakan instagram sejak berada di bangku kelas 2 SMA, sebelum menggunakan instagram informan menggunakan facebook terlebih dahulu, awal menggunakan instagram pertama kali banyak mencari refrensi bagaimana foto yang bagus dan bagaimana cara mendapatkan followers yang banyak, setelah itu

informan mulai mengunggah foto dengan outfit yang ia persiapkan terlebih dahulu, dan ternyata foto-foto tersebut banyak yang menyukai dan hal tersebut dilakukan lagi oleh informan hingga sampai saat ini, hal yang dilakukan informan adalah suatu usaha yang dilakukan secara sadar maupun tidak, melalui tahap persiapan ataupun tidak tujuannya untuk diterima oleh individu lain di dunia online (Rozika & Ramdhani, 2016).

Informan juga mengaku lebih prefer menggunakan instagram dibandingkan sosial media yang lain, intagam menurut informan adalah sosial media yang bisa menghasilkan uang, informan mengaku juga mempunyai olshop yang mempunyai banyak followers dan informan mendapat banyak keuntungan dari menggunakan instagram, bermain instagram selain mudah digunakan juga bisa menghasilkan uang.

Informan selalu membagikan aktifitasnya di media sosial intagram dengan ootd seperti saat pergi ke caffe atau mall hal tersebut juga dikonfirmasi langsung oleh significant other, informan menyukai dunia foto-foto sejak dulu bahkan untuk foto ootd informan bisa foto berkali-kali untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan apa yang informan inginkan.

Hal yang dilakukan oleh informan adalah self presentatio dimana usaha individu yang dilakukan secara sadar mauoun tidak sesuai dengan yang diinginkan, secara alami atau dibuat-buat, tujuannya agar diterima dengan mengikutsertakan identitas dalam suatu interaksi (De Lemarter & Mayers, 2007).

Foto yang bagus menurut informan sendiri adalah foto yang aesthetic yang mana bisa menyesuaikan bagaimana tempat dengan outfit yang cocok, contoh jika informan datang ke tempat yang sudah ramai maka informan akan menggunakan outfit yang tidak banyak motif atau corak. Setelah informan puas dengan hasil foto yang ia dapatkan informan mengedit foto tersebut terlebih dahulu agar terlihat lebih aesthetic, aplikasi yang sering digunakan informan adalah lighroom. hal tersebut sama dengan teori self presentation yaitu usaha tersebut dilakukan dengan menunjukkan diri di hadapan orang lain sesuai dengan apa yang dikehendaki. Suatu kesan yang ingin ditampilkan kepada individu lain berdasarkan tahapan dan persiapan terlebih dahulu (Goffman, 1956).

Menurut informan manfaat yang ia rasakan setelah menggunakan instagram adalah informan bisa menginspirasi followersnya dengan mengunggah foto ootd, selain mempunyai followers yang banyak informan bisa mendapatkan uang dari barang-barang yang ia endorse.

Informan lebih prefer ke media sosial instagram dibandingkan media yang lainnya karena sudah banyak yang mengenal dan juga sudah banyak yang memfollow account instagram miliknya berdasarkan teori motivasi self presentation (Argyle, 1994) hal tersebut adalah keinginan untuk mendapatkan imbalan materi atau sosial, yang mana dapat mempermudah atau meningkatkan harga diri.

Sedangkan untuk pertemanan sendiri informan tidak asal mengikuti balik orang yang sudah memfollow nya, informan akan

mempertimbangkan dahulu apakah mengenal orang tersebut atau tidak, apakah followersnya meyakinkan dan lain-lain. Sedangkan jika ada yang mengomentari foto-foto informan akan senang hati dilakukan karena informan tidak ingin dianggap sombong dan juga tidak ingin kalau instagramnya sepi dan kehilangan followersnya.

Motivasi yang dilakukan informan adalah menggunakan motivasi self ingratiation yang mana usaha individu untuk terlihat menarik agar diterima oleh individu lain dengan cara memuji, menyetujui pendapat, memberikan pertolongan dan masih banyak lagi, hal tersebut dilakukan untuk menutupi kekurangan (Jones & Pittman, 1982). Sedangkan untuk endorse sendiri informan mendapatkan tawaran endorse dari followersnya 5000ribu followers dan biaya untuk endorse di informan awal adalah 20ribu sedangkan sekarang saat followersnya sudah 10ribu followers informan membuka jasa PP paid promote di snapgram, 1 foto dan 1 video sekitar 30ribu, kalau untuk dipost di instagram biayanya 50ribu.

3) Pembahasan informan ketiga

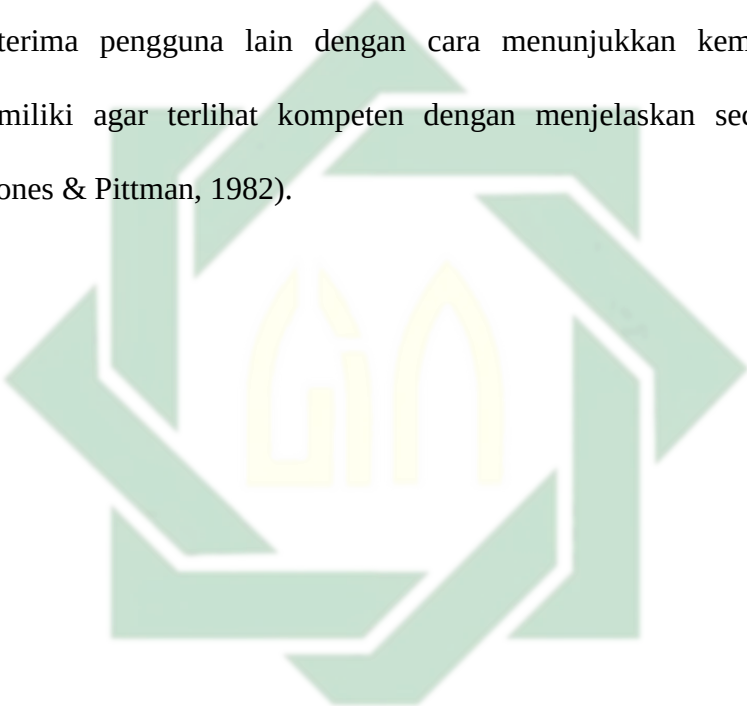
Berdasarkan hasil analisis data informan menggunakan instagram sejak maret 2015, alasan informan menggunakan instagram adalah ikut-ikutan temannya yang sebelum nya informan menggunakan facebook terlebih dahulu setelah itu baru menggunakan instagram, setelah menggunakan instagram informan mencoba foto-foto dan diunggah ke instagram milik pribadinya, ternyata banyak menyukai.

Informan juga mengatakan bahwa bermain instagram dan facebook setiap hari, hal yang sering dibagikan oleh informan adalah foto-foto selfie, foto jalan-jalan dan juga foto endorse. Hal tersebut juga dikonfirmasi langsung oleh significant other bahwa informan sering membagikan video tiktok, foto jalan-jalan dan juga produk endorse, selain bisa merasakan dampak positif mendapatkan tawaran endorse, banyak mendapatkan pujian, informan banyak mendapat dm yang berisi godaan-godaan untuk informan. Informan mengatakan untuk bisa mendapatkan followers yang banyak adalah dengan mengupload foto yang menarik agar direpost oleh akun-akun.

Informan mengatakan bahwa jika fotonya direpost oleh akun peningkatan followersnya sangat cepat dan bahkan ada yang mengira kalau informan membeli followers, sedangkan foto yang menarik menurut informan adalah jika orangnya cantik dan tempat fotonya juga bagus. Hal tersebut sama dengan teori self presentation adalah usaha individu memunculkan kesan dirinya kepada individu lain, usaha tersebut dilakukan dengan menunjukkan diri di hadapan orang lain sesuai dengan apa yang dikehendaki. Suatu kesan yang ingin ditampilkan kepada individu lain berdasarkan tahapan dan persiapan terlebih dahulu (Goffman, 1956).

Informan pertama kali ditawari endorse melalui dm dan informan langsung menerima tawaran tersebut, informan foto menggunakan produk dan diposting di instagram miliknya dan hasilnya banyak yang membeli kaos tersebut dan untuk saat ini informan juga berjualan.

Hasil observasi peneliti menemukan bahwa informan memang lebih melabeli dirinya bahwa ia mengikuti perguruan pecak silat dan peneliti juga menemukan video yang memperlihatkan bahwa informan mematahkan satu balok besar es dengan menggunakan satu tangan, hal yang dilakukan informan adalah online self presentation dengan menggunakan motivasi self promotion yang mana ketika individu ingin diterima pengguna lain dengan cara menunjukkan kemampuan yang dimiliki agar terlihat kompeten dengan menjelaskan secara deskriptif (Jones & Pittman, 1982).



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data diatas bahwa Self presentation adalah usaha individu memunculkan kesan dirinya kepada individu lain, usaha tersebut dilakukan dengan menunjukkan diri di hadapan orang lain sesuai dengan apa yang dikehendaki. Suatu kesan yang ingin ditampilkan kepada individu lain berdasarkan tahapan dan persiapan terlebih dahulu (Goffman, 1956).

Sedangkan menurut Jones and Pitmtman (1982) ada lima bentuk self presentation, tujuan serta faktor apa yang mempengaruhi yaitu ingratiation (usaha individu agar bisa disukai oleh individu lain) intimidation (usaha individu agar terlihat seperti orang yang berkuasa) exemplification (usaha individu agar terlihat bermoral dan dihormati) self promotion (usaha menunjukkan kompetensi dengan memperlihatkan keahlian) dan supplication (usaha individu untuk mendapatkan belas kasihan dari individu lain).

Dapat ditarik kesimpulan bahwa ketiga informan melakukan online self presentation, yang mana informan memposting foto yang menarik atau bagus yang mana melalui tahap persiapan terlebih dahulu, entah disadari ataupun tidak oleh informan persiapan tersebut seperti berfoto di tempat yang bagus atau aesthetic, menggunakan outfit yang cocok untuk mendukung foto-foto yang akan mereka unggah. Sebelum mengunggah foto di instagram informan akan mengedit foto tersebut dengan aplikasi edit foto terlebih dahulu, hal

tersebut dilakukan agar foto yang diunggah dapat diterima oleh pengguna instagram lainnya.

Sedangkan untuk pertemanan atau relation informan ingin memberikan manfaat atau dampak yang positif, membagikan pengalaman, memberikan inspirasi ootd dan menambah relasi pertemanan. Dampak negatif yang dirasakan dari ketiga informan juga hampir sama yaitu account yang difake, dan foto yang disalah gunakan. Dampak positif yang dirasakan selain mempunyai banyak followers, banyak yang mengenal informan, sering mendapatkan pujiaan dan tentu mendapatkan penghasilan dari endorse yang diterima oleh informan.

Sedangkan untuk motivasi self presentation ketiga informan berbeda satu dengan yang lainnya. Informan pertama menggunakan motivasi self promotion yaitu dengan menunjukkan bahwa passionnya adalah mendaki. Terbukti informan pertama sudah banyak mendaki gunung dan foto-foto tersebut juga diunggah di instagram miliknya.

Sedangkan informan kedua menggunakan motivasi ingratiation, yaitu selain mengunggah foto-foto dengan editan yang aesthetic dan informan juga bersikap ramah jika ada followersnya yang mengomentari foto-foto informan. Bahkan informan dengan senang hati membalas komentar followersnya hal itu dilakukan karena informan tidak ingin followersnya berfikir kalau informan orang yang sombong serta informan juga tidak ingin instagramnya sepi dan kehilangan followersnya.

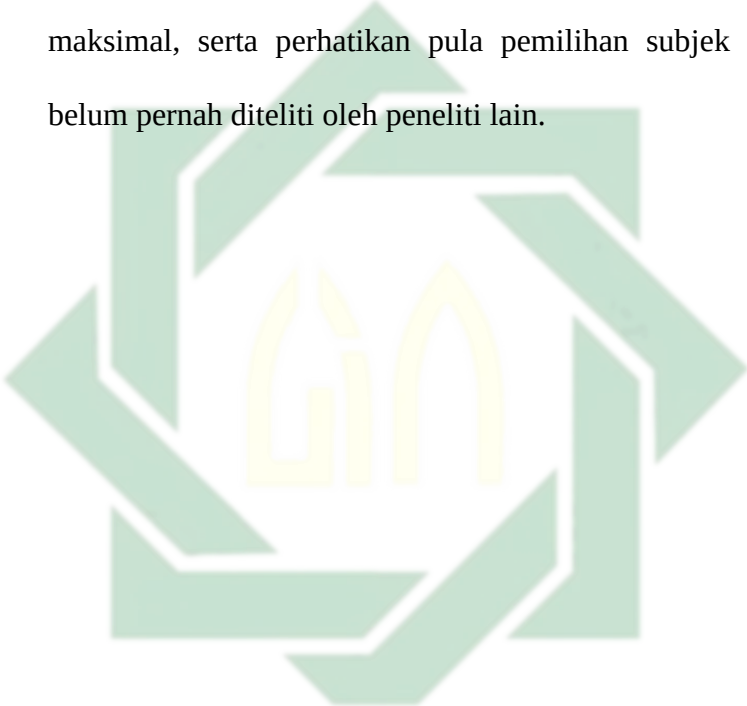
Sedangkan informan ketiga menggunakan motivasi self promotion yaitu menunjukkan keahliannya bahwa informan mengikuti organisasi pencak silat, selain banya foto selfie dan juga foto jalan-jalan, di instagramnya informan hanya mengendorse kaos psht, tapi tidak dengan produk lain. Sedangkan dalam proses observasi peneliti menemukan video di dalam account instagram informan yang sedang mematahkan satu balok es besar dengan satu tangan saja, dan di dalam video tersebut dilihat oleh para juniornya.

B. Saran

Berdasarkan peneletian yang dilakukan, peneliti memiliki beberapa saran dan masukan untuk pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini serta pihak-pihak yang kiranya akan melakukan pembelajaran dan introspeksi bagi seluruh pihak terkait demi kemajuan bagi kita semua. Berikut ini beberapa saran dari penelitian berikan:

1. Untuk pengguna instagram, gunakanlah akun instagram yang dimiliki dengan bijak dan sebaik mungkin. Unggahlah foto-foto terbaik yang dimiliki dengan menggunakan atau memaksimalkan yang ada di dalam instagram jika diperlukan. Sebaiknya jangan mengunggah foto-foto atau gambar yang menyimpang aturan atau norma-norma yang berlaku di masyarakat karena instagram merupakan salah satu media sosial yang dimana semua orang bisa memiliki dan menggunakannya.

2. Untuk mahasiswa psikologi yang akan meneliti tentang self presentation, hendaknya bisa lebih baik lagi dari yang peneliti lakukan pada penelitian ini. jangan biarkan keterbatasan referensi dan literatur tentang self presentation diri menyurutkan yang ingin meneliti tentang self presentation. Pada proses wawancara dan juga observasi gunakan lebih banyak waktu agar mendapatkan hasil yang maksimal, serta perhatikan pula pemilihan subjek yang memang belum pernah diteliti oleh peneliti lain.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

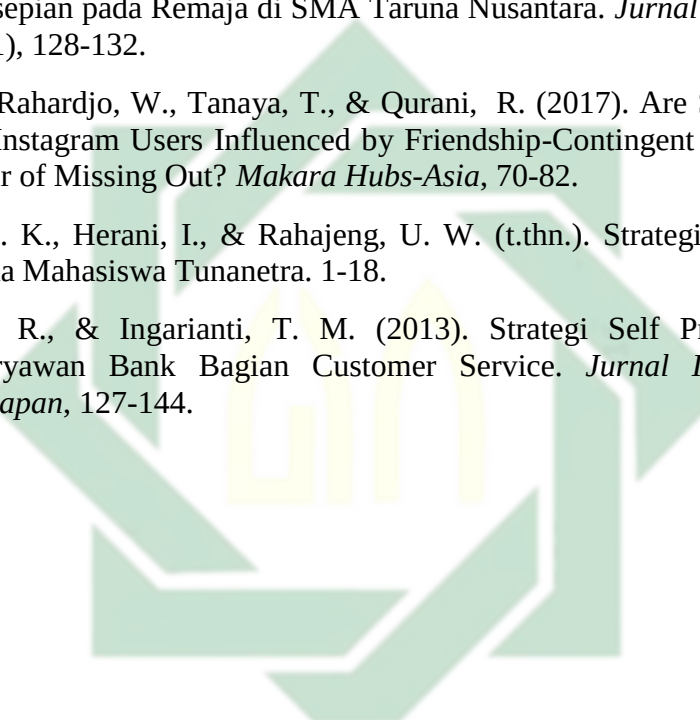
Daftar Pustaka

- Argyle, Michael,. (1994). *The Psychology of Social Class*. London and New York: Routledge.
- Aryati, P. D., Hardjajani, T., & Nugroho, A. A. (t.thn.). Hubungan Antara Self-Esteem dan Impression Management dengan Online Deception pada Mahasiswa Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sebelas Maret. 1-10.
- Byrne, D., & Baron, R. (1994). *Social Psychology*. Understanding Human Interction: Boston: Alllyn & Bacon.
- Creswell, J. (1998). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: PUSTAKA BELAJAR.
- Davis, K. (2007). *Perilaku dalam Organisasi*. Jakarta: PT:Erlangga.
- Dayakisni, T., & Hudaniah. (2009). *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press.
- Dayaksini, T., & Hudanah. (2009). *Psikologi Sosial* . Malang: UMM Press, hal 32.
- Djaelani, A. (2013). Teknik Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif. *Majalah Ilmiah Pawiyatan*, Volume XX Nomor 1. 82-92.
- Emzir. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisa Data*. Jakarta: Rajawali Press.
- Ferrari, J. R., & Diaz-Morales, J. F. (2007). Perceptions of Self-Concept and Self-presentation by Procrastinators: Further Evidence. *The Spanish Journal of Psychology*, Vol. 10, NO 1, 91-96.
- Fiske, S., & S, T. (1991). *Social Cognitif, Second Edition*. Singapore: Mc Graw-Hill Book Co.
- Goffman, E. (1956). *The presentation of Self in Everyday life*. Edinburgh: University of Edinburgh: Social Sciences Research Centre.
- Gonzales , A., & Jefferey, T., H. (2010). Mirror on my Facebook wall: Effects of Exposure to Facebook on Self-Esteem. *Journal Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, Vol: 020 (9) hal 8.
- Kalalo, C. N. (2018). Online Self-Presentation Relationship with Instagram Addiction in Students of The Departement of Psyical Education, Helath and Recreation, University of Musamus, Merauke, Indoensia.

International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET), 288-294.

- Kasagi, Y., & Daibo, I. (2015). Effects of Self-Presentation on One's Self-Regulatory Resources When One Is Faced with the Multiple Audience Problem. *Psychology*, 1444-1449.
- Kim, Ph.D, J., & Lee, ph.D., J.-E. R. (2011). The Facebook Paths to Happiness: Effects of the Number of Facebook Friends and Self-Presentation on Subjective Well-Being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 359-364.
- Kus Anna, L. (2017). *Instagram Media Sosial Paling Buruk bagi Kesehatan Mental*. Jakarta: Kompas.com.
- Kusumasari, H., & Hidayati, D. S. (2014). Rasa Malu dan Presentasi Diri Remaja di Media Sosial. *Jurnal Psikologi Teori & Terapan*, Vol. 4 No. 2, 91-105.
- Lewis, A., & Neighbors, C. (2005). Self Determination and the use of self-presentation strategies. *The Journal of Social Psychology*, 145 (4), 469-489.
- Lewis, M. A., & Neighbors, C. (2005). Self-Determination and The Use of Self-Presentation Strategies. *The Journal of Social Psychology*, 469-489.
- Ma'ruf, M. A. (2017). *Analisa Pengguna Instagram sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kali Jaga.
- Mehdizadeh, B.Sc., S. (2010). Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 357-364.
- Mehdizadeh, S. B. (2010). Self-Presentation 2.0 Narcissim and Self-Esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Ntworking*, 357-364.
- Mulyana, D. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarna.
- Oxford Dictionary. (2003). *Oxford learners dictionary*. Oxford: Oxford University Press.
- Poerwandari. (2001). *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Universitas Indonesia Depok: LPSP.
- Pratnyawan, A. (2019). *Pengguna Instagram dan Facebook Indonesia Terbesar ke-4 di Dunia*. Jakarta: Suara.com.

- Raiyati, S. (2017). Presentasi Diri Mahasiswa Penghafal Quran. *Jurnal Studia Insania*, 18-24.
- Raymer, K. (2015). *The Effect of Social Media Situs on Self-Esteem*. New Jersey: Rowan University.
- Rosenberg, M., Schoenbach, C., & Rosenberg, F. (1995). Global Self-Esteem and Specific Self Esteem: Different Concepts, Different Outcomes. *American Sociological Review*, Vol 60, No. 1 pp. 141-156.
- Royyana, D. A., & Fauziah, N. (2017). Hubungan Antara Presentasi Diri dengan Kesepian pada Remaja di SMA Taruna Nusantara. *Jurnal Empati*, Volume 6 (1), 128-132.
- Salim, F., Rahardjo, W., Tanaya, T., & Qurani, R. (2017). Are Self-Presentation of Instagram Users Influenced by Friendship-Contingent Self-Esteem and Fear of Missing Out? *Makara Hubs-Asia*, 70-82.
- Wardani, I. K., Herani, I., & Rahajeng, U. W. (t.thn.). Strategi Presentasi Diri pada Mahasiswa Tunanetra. 1-18.
- Widya, S. R., & Ingarianti, T. M. (2013). Strategi Self Presentation pada Karyawan Bank Bagian Customer Service. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 127-144.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A