

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, perkembangan media di Indonesia saat ini sudah semakin maju. Hal tersebut semakin di dukung dengan munculnya internet, semakin memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi. Internet merupakan media komunikasi baru yang menawarkan kecanggihannya sebagai hasil inovasi teknologi. Sifatnya yang instan dan global menjadikannya sebagai sarana praktis untuk berbagi informasi.

Kehadiran teknologi komunikasi ini membawa perubahan besar bagaimana manusia berkomunikasi, sebuah contoh sederhana, jika dahulu manusia mengirim pesan atau surat melalui surat fisik, saat ini kita dapat mengirimkan pesan kepada siapa saja melalui *email*, *instant messenger*, dan media sosial. Proses interaksi sosial antar individu tidak lagi hanya dilakukan secara fisik (bertemu) atau menelepon melainkan melalui sebuah wadah bernama media sosial. Intinya, kini komunikasi sudah dimediasi melalui komputer yang berbasis internet. Internet menyajikan diri sebagai media ideal di masyarakat, sebagai sebuah arena komunikasi, bertukar sumber daya dan produksi melalui jejaring sosial (Cangara, 2005:12).

Pada tahun 2000, internet telah menjadi sebuah sumber multimedia yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari kita (Campbell 2010: 45). Pengaruh internet ini bahkan sampai kepada kehidupan sosial manusia. Dampak perkembangan internet dalam kehidupan kita kini semakin sulit untuk diabaikan (Crispin, 2004:55).

Jenis-jenis media seperti di atas, dalam bidang ilmu komunikasi sering disebut sebagai New Media (Media Baru). Istilah —New Media merujuk pada perkembangan di bidang media dan komunikasi. Namun, istilah ini juga mencakup tidak hanya berbagai bentuk media baru, tetapi juga konvergensi yang terjadi diantara teknologi media dan berbagai cara baru tentang bagaimana orang menggunakan media, berinteraksi dengan media, dan teks media (Crispin,2004:193).

Dan semakin canggihnya teknologi modern yang bermunculan, internet dapat mudah sekali diakses melalui *handphone*, *tablet*, maupun laptop. Pemanfaatan teknologi yang paling lumrah saat ini adalah telepon genggam atau *handphone*. *Handphone* berkembang mengikuti zaman hingga menjadi *smartphone* (ponsel pintar) dengan berbagai macam aplikasi penunjang didalamnya. Beragamnya aplikasi *handphone* termasuk didalamnya media social seperti facebook, twitter, instagram, path, dll. Pada saat ini aplikasi instagram adalah salah satu aplikasi yang paling laris di gunakan oleh orang – orang terutama di kalangan perempuan. (www.carisinyal.com. 2017, 10 Aplikasi Live Broadcast Terbaik dan Kekinian di Android, diakses 30 Januari 2018, Pukul 20:12 WIB).

Media sosial terpopuler Instagram mengungkapkan beberapa fakta unik dalam sebuah pertemuan eksklusif dengan beberapa media. Satu hal yang paling menarik adalah fakta terkait pengguna Instagram yang ternyata didominasi kaum hawa. Senior Director TNS Indonesia, Hansal Savla, menjelaskan berdasarkan survei yang telah dilakukan, terungkap sekitar 63% wanita cenderung aktif menggunakan Instagram setiap harinya. Hal itu berbanding jauh dengan jumlah pria sebanyak 37% yang dinilai tergolong jarang membuka Instagram (www.solopos.com, 2016. Media Sosial Terpopuler, Pengguna Instagram Wanita lebih Banyak Daripada Pria - diakses 19 januari 201, Pukul 17.44 WIB).

Munculnya jejaring sosial di masyarakat menciptakan suatu interaksi sosial. Dimana adanya kontak - kontak sosial yang terjadi diantara anggota masyarakat yang saling mem bangun makna yang luas dalam komunikasi satu dengan yang lainnya. Terlebih lagi masyarakat dapat mengekspresikan apresiasi mereka secara bebas tanpa ada batasan, karena mereka selaku pemilik *account*. Saat ini situs yang paling sering diakses adalah instagram. Situs ini dikatakan populer karena berbagai kalangan menggunakannya dari masyarakat biasa kalangan artis dan istri presiden pun memiliki media sosial ini (Kencana, 2002 : 02).

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan *filter digital*, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Sistem sosial di dalam

Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan *like* dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. *Followers* juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah *like* dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Oleh karena itu para remaja, orang dewasa, maupun anak-anak zaman sekarang berlomba mengunggah foto sedemikian rupa agar mendapatkan banyak *like* dan foto dari pemilik *account* tersebut menjadi populer. Dalam membagi foto tersebut, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya di dalam Instagram saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya (Febrian, 2002 : 11).

Instagramers adalah seseorang yang memiliki *account* instagram, yang menjadikan sosial media instagram sebagai kebutuhan hidupnya. Seseorang bisa disebut *instagramers* adalah jika orang tersebut selalu aktif didalam instagram setiap harinya, seperti *update* aktivitas setiap harinya di *insta story*, banyaknya foto yang dia upload, banyaknya *followers* dan *following*-nya, kualitas foto yang di *upload*. *Instagramers* biasanya adalah pada perempuan pengguna instagram, karena memang perempuan lebih mempunyai karakteristik memarkerkan gaya hidupnya dan memiliki karakteristik *fashionable* yang bisa dia cari di media instagram. (www.buset-online.com, 2017. Instagramer Ini Ternyata Orang Kita - diakses 30 Januari 2018, Pukul 20:19 WIB).

Penggunaan jejaring sosial instagram menunjukkan bahwasannya terdapat berbagai macam motif dan tujuan. Berdasarkan Teori *Fenomenologi Alfred Schutz* dimana seseorang yang ingin melakukan suatu tindakan tentunya berlandaskan pada “*Because of motif dan in order to motif*” menemukan beberapa alasan yang dirasa mendasari para remaja pada umumnya dalam penggunaan Instagram yang di sebut - sebut sebagai *trend* masa kini. (Bungin, 2006:116).

Instagram bisa dibilang merupakan aplikasi edit dan berbagai foto yang paling fenomenal. Bagaimana tidak, sejak diluncurkan pada tahun 2010 lalu, aplikasi ini telah memiliki 400 juta lebih pengguna dari seluruh dunia. Dari angka tersebut, ternyata Indonesia merupakan salah satu negara pengguna Instagram terbanyak. Dikutip dari [Beritagar](#), walau tidak disebutkan jumlahnya, Indonesia merupakan negara pengguna Instagram terbanyak setelah Jepang dan Brasil. Data tersebut berasal dari [TNS](#), sebuah perusahaan riset dan analisis dari Inggris. Selain jumlah pengguna Instagram, TNS juga mengungkapkan sejumlah fakta-fakta menarik tentang Instagram di Indonesia.

- a) 97% pengguna selalu menuliskan komentar dan menandai teman-teman mereka di dalam komentar.
- b) 97% menggunakan mesin pencari untuk mencari informasi yang lebih detail.
- c) 89% pengguna Instagram di tanah air berada dalam rentang umur 18 – 34 tahun. 63% di antaranya merupakan perempuan.

- d) 85% pengguna Instagram di Indonesia juga membagikan *posting* mereka ke media sosial lain.
- e) 45% pengguna di Indonesia mengaku kerap membeli barang-barang yang mereka temui di Instagram.

Dari data-data tersebut terungkap bahwa pengguna perangkat *mobile* di Indonesia sangat aktif. Sehingga tidak heran apabila jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 70 juta lebih. Hal ini juga menunjukkan besarnya potensi aplikasi *mobile* di tanah air. (Ketut, Krisna Wijaya. 2016. Indonesia Ternyata Pengguna Instagram Terbanyak Ketiga Di Dunia, www.techiniasia.com - diakses 10 Januari 2018, Pukul 14:35).

Banyak sekali masyarakat Indonesia menggunakan instagram sebagai alat komunikasi dan sebagai menunjukkan apresiasi diri dan gaya hidup diri seseorang di dalam instagram. Tidak hanya dikalangan orang- orang biasa yang mempunyai akun instagram tetapi melainkan artis – artis juga mempunyai akun instagram untuk mengapresiasi kegiatannya. Instagram membuat orang yang tidak terkenal menjadi dikenal banyak orang. Di dalam akun Instagram, penggunanya bisa dikatakan eksis atau terkenal dengan dilihat dari followers atau pengikut akun tersebut, jika followers tersebut mencapai beratus ribu, maka pengguna akun tersebut disebut *selebgram*.

Selebgram adalah istilah untuk mereka pengguna akun Instagram yang terkenal di situs jejaring sosial tersebut. Istilah *selebgram* berasal dari kata *selebritis* dan *Instagram* yang bisa berarti selebritis yang cuma ngetop di

Instagram. Kini Instagram sudah memiliki banyak sekali fitur untuk mempermudah penggunaannya. Fungsi awal sebagai berbagi foto pun beralih. Ada fitur *Instagram Stories* dimana unggahan pengguna akun akan hilang dalam waktu 24 jam dan *Instagram Live* dimana pengguna dapat melakukan siaran langsung untuk ditonton sesama pengguna Instagram. Bahkan sekarang, pengguna instagram dengan banyak pengikut dan menjadi pengaruh untuk pengikutnya, yang dikenal dengan sebutan selebgram. Sebut saja selebgram Karin Novilda, Rachel Vennya, Aron Ashab, Rachel Goddard dan selebgram lain yang menggunakan instagram untuk memulai karir atau bahkan menggunakan instagram sebagai portofolio mereka. (Wina, Destiana Putri. 2017. *Perubahan Instagram Ikuti Gaya Hidup Pengguna*, www.msn.com- diakses 10 Januari 2018 Pukul 20:01).

Salah satu pengguna akun Instagram atau yang biasa kita sebut selebgram, @rachelvennya memanfaatkan fitur yang telah disediakan instagram untuk mengapresiasi kegiatan dan gaya hidupnya. Rachel Vennya yang menunjukkan kehidupannya yang penuh dengan kemewahan, seperti traveling ke seluruh Indonesia hingga sampai ke luar negeri, memakai barang branded, makeup addict, dan juga mempunyai bisnis restoran anak muda yang ada di Jakarta dan Surabaya. Perempuan – perempuan Surabaya sering menyebut nama Rachel sebagai topik untuk bahan ngobrol bersama teman – temannya.

Kehidupan *selebgram* Rachel selalu menjadi sorotan para pengguna instagram, khususnya *followers* aktifnya yang perempuan. Jika

dilihat saat Rachel melahirkan anak pertamanya, banyak sekali calon ibu yang menjadikan Rachel sebagai panutan dalam hal *fashion* ibu hamil, memilih baju anak, mendekorasi kamar anak dan lain sebagainya. Rachel terlihat cantik dan elegan dengan padu padan celana dan *blazer* saat menghadiri sebuah *event fashion* di Jakarta. Perpaduan celana *basic* dan *blazer* yang dipakai Rachel sama sekali tidak mengganggu kenyamanan Rachel saat hamil. Hal ini menjadikan Rachel sebagai referensi *style* kantor dengan celana hamil. Ketika Rachel Menjadi salah satu pembicara di acara kampus, Rachel terlihat menggunakan *outfit* anak kuliah. *Skinny pants* dan *loose shirt* menjadi pilihannya untuk terlihat kasual dan santai. Style Rachel membuktikan jika tampilan hamil tidak harus selalu terlihat tua dengan *outfit* ibu-ibu. (Milhania. 2017, Yuk Tampil Kekinian Dan Nyaman Dengan Gaya Celana Hamil Rachel Venya. [www. Mommyasia.id](http://www.Mommyasia.id) - diakses 10 Januari 2018 Pukul : 15:09).

Kaum perempuan saat ini menggunakan media Instagram untuk panjat sosial. Jika kita melihat beberapa followers dari Rachel Vennya, ada juga yang mengikuti beberapa gaya trend yang dianggap seperti Rachel Vennya., seperti *fashion* yang digunakan Rachel. Konsep inilah yang saat ini banyak ditiru oleh kaum panjat sosial. Paling mengherankan lagi adalah mereka yang meniru gaya Rachel untuk pamer, agar tak dipandang sebelah mata atau sebagai orang yang hedonisme. (Iqbal. 2017, *Panjat Sosial Sebuah Jebakan Hidup*, www.lupadaratan.com - diakses 19 januari 2017, Pukul 18:10 WIB).

Banyak sekali pengguna instagram perempuan yang memberikan komentar disetiap Rachel mengupload fotonya ke instagram. Salah satu contohnya ketika Rachel mengupload foto bersama suaminya Niko pada 6 Januari 2018, didalam foto tersebut Rachel mendapatkan 490 komentar dari 1,6 juta followersnya. Ada beberapa komentar yang menanyakan merk yang dipakai Rachel, salah satu contohnya dari akun instagram bernama *@trulalabrem* : *Kak acel tas nya beli dimana ya kasih tau dong.* Akun instagram *@sfep_* juga memberikan komentar *Tasnya lucu.* Hal ini menunjukkan bahwa Rachel memang selebgram yang banyak menjadi pusat perhatian perempuan pengguna instagram, karena banyak perempuan yang ingin menunjukkan identifikasi diri dengan gaya Rachel.

Identifikasi diri adalah kecenderungan dalam diri individu untuk menjadi sama dengan individu lain. Individu yang menjadi sasaran identifikasi dinamakan idola. Perilaku, sikap, keyakinan, dan pola hidup yang menjadi idola akan melembaga bahkan menjiwai para pelaku identifikasi sehingga sangat berpengaruh terhadap pembentukan dan perkembangan kepribadiannya (Desmita:2008). Jika kita melihat beberapa fenomena sosial yang terjadi di masyarakat banyak perempuan instgramers yang saat ini mencoba untuk mengidentifikasikan dirinya dengan seorang artis terkenal seperti contoh selebgram Rachel Venny.

Subjek dalam penelitian ini adalah Perempuan Instagramers Surabaya yang menggunakan instagram sebagai media sosial yang mengikuti akun selebgram *@rachelvennya*. Dipilihnya perempuan Surabaya pengguna akun instagram yang berusia 21-30 tahun sebagai informan karena pada

usia ini perempuan yang menggunakan media instagram dinilai memiliki kemampuan berfikir lebih sempurna dan ditunjang oleh keadaan ekonomi yang telah matang. Perempuan yang menggunakan media sosial instagram di Surabaya juga banyak yang memiliki akun instagram dengan post yang menunjukkan gaya hidup perempuan yang sosialita dengan mengikuti gaya @rachelvennya dan menjadikan @rachelvennya sebagai *trend center*. Alasan penulis memilih selebgram @rachelvennya sebagai objek penelitian karena Rachel menginspirasi perempuan instagramers tidak hanya dalam penampilan melainkan menginspirasi dalam berbisnis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian Latar Belakang Masalah, diatas maka dirumuskan masalah sebagai berikut “Bagaimana Identifikasi diri pada perempuan Instagramers Surabaya melalui gaya hidup selebgram @rachelvennya di Instagram?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan “Bagaimana Identifikasi diri pada perempuan Instagramers Surabaya melalui gaya hidup selebgram @rachelvennya di Instagram”.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini secara umum dapat memberikan referensi bagi perkembangan ilmu komunikasi dan manfaat dalam penelitian ini yaitu dapat mengkaji identifikasi diri perempuan Surabaya dalam Instagram.

1.4.2 Manfaat Sosial

Saat ini kita juga harus sadar bagaimana peran media yang sangat berpengaruh dan berperan penting untuk masyarakat, dan terutama untuk pengguna media social instagram. Penelitian ini dapat juga menambah literature dan referensi yang berguna sebagai dasar pemikiran bagi kemungkinan penelitian sejenis agar bisa lebih baik di masa mendatang. Serta bermanfaat pula bagi pengguna media sosial instagram untuk menggunakan media sosial dengan lebih bijak.