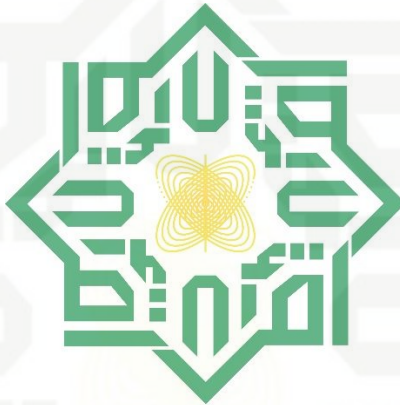


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6981/KOM-D/SD-S1/2024

**PENGGUNAAN *INSTAGRAM* SEBAGAI *SELF – IDENTITY FORMATION* DIKALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

**Zakarya Anwar**  
**NIM. 12040312869**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**  
**RIAU**

**2024**

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Zakarya Anwar  
NIM : 12040312869  
Judul : Penggunaan Instagram Sebagai Self - Identity Formation di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Telah dimunaqasyahkan pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 10 Juli 2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.



Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Mardhiah Rubani, S.Ag., M.Si  
NIP. 19790302 200701 2 023

Penguji II,

Darmawati, S.I.Kom., M.I.Kom.  
NIP. 19920512 202321 2 048

Sekretaris/ Penguji II,

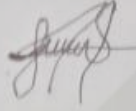
Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom.  
NIP. 19860510 202321 1 026

Penguji IV,

Suardi, S.Sos., M.I.Kom.  
NIP. 19780912 201411 1 003

Penggunaan *Instagram* sebagai *Self Identity Formation* dikalangan  
Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau

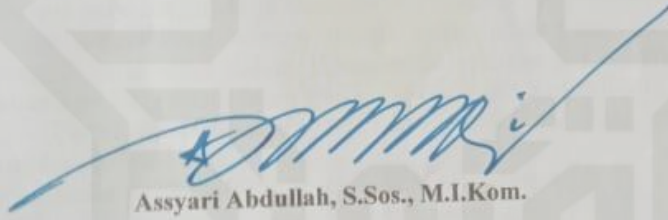
Disusun oleh :



Zakarya Anwar  
NIM. 12040312869

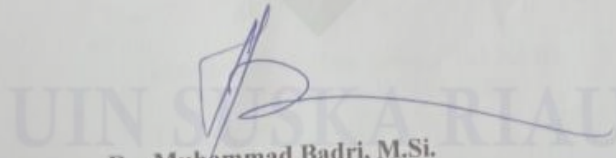
Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal : 2 Juli 2024

Mengetahui,  
Pembimbing



Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom.  
NIP. 19860510 202321 1 026

Mengetahui  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Badri, M.Si.  
NIP. 19810313 201101 1 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.







Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 2 Juli 2024

No. : Nota Dinas  
 Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
 Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
 di-  
 Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Zakarya Anwar  
 NIM : 12040312869  
 Judul Skripsi : Penggunaan *Instagram* sebagai *Self Identity Formation* dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Mengetahui,  
 Pembimbing

**Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom.**  
 NIP. 19860510 202321 1 026

Mengetahui  
 Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

**Dr. Muhammad Badri, M.Si.**  
 NIP. 19810313 201101 1 004



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat:  
Nomor : Nomor 25/2021  
Tanggal : 10 September 2021

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Zakarya Anwar  
NIM : 12040312869  
Tempat/ Tgl. Lahir : Tangcrang, 20 Maret 2001  
Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya **"Penggunaan Instagram sebagai Self – Identity Formation di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau"**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 15 Juli 2024  
Saya, membuat pernyataan



Zakarya Anwar  
NIM. 12040312869

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

**Nama : Zakarya Anwar**  
**Prodi : Ilmu Komunikasi**  
**Judul : PENGGUNAAN *INSTAGRAM* SEBAGAI SELF –  
IDENTITY  
FORMATION DIKALANGAN MAHASISWA ILMU  
KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN  
SYARIF KASIM RIAU**

Di Indonesia, pengguna *Instagram* pada bulan April 2024 terdapat 90.507.900 pengguna, yang merupakan 32,1% dari seluruh populasi Indonesia. Maka dari itulah *Instagram* menjadi salah satu media remaja yang mengekspresikan dirinya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Penggunaan *Instagram* sebagai *Self- Identity Formation* dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU. Landasan Teori yang digunakan adalah teori identitas Manuel Castell. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa dalam mengupload sebuah foto atau video di *Instagram* mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU telah mempunyai konsep yang akan mereka gunakan. Pengaruh lingkungan sekitar menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam *Self Identity Formation*. Salah satu indikator yang menunjukkan eksistensi informan melalui *follower* (pengikut), *views* (penonton) atau *like* (suka). Para sebagian informan kebanyakan terinspirasi dari para *influencer* dari segi *fashion* dan mengolah foto atau video *editing*. Eksistensi merupakan hal yang penting bagi remaja terkhususnya pada kalangan mahasiswa dalam menggunakan media sosial *Instagram*.

**Kata kunci : *Self Identity Formation, Instagram, Mahasiswa***



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

**Name** : Zakarya Anwar  
**Departement** : Communication Science  
**Title** : **THE USE OF *INSTAGRAM* AS SELF-IDENTITY FORMATION AMONG COMMUNICATION SCIENCE STUDENTS AT STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

*In Indonesia, there were 90,507,900 Instagramusers as of April 2024, which accounts for 32.1% of the entire Indonesian population. Hence, Instagramhas become one of the media through which adolescents express themselves. The purpose of this study is to explore the use of Instagramas a tool for self-identity formation among Communication Science students at UIN SUSKA RIAU. The theoretical framework used is Manuel Castells' theory of identity. This research employs a qualitative descriptive method. The findings reveal that Communication Science students at UIN SUSKA RIAU have developed concepts when uploading photos or videos on Instagram. The influence of the surrounding environment is one of the factors affecting students in their self-identity formation. One indicator showing the informants' existence is through followers, views, or likes. Many informants are inspired by influencers, particularly in fashion, and engage in photo or video editing. Existence is crucial for adolescents, especially among students, in using the social media platform Instagram.*

**Key word** : *Self Identity Formation, Instagram, Students*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil‘alamin, segala puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wata‘ala yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga menjadi sumber kekuatan utama bagi penulis untuk menuliskan huruf demi huruf dalam skripsi ini. Sholawat beserta salam senantiasa tercurahkan kepada suri tauladan umat manusia yakni Nabi Muhammad Shallahu \_Alaihi Wasallam yang telah membawa umat manusia keluar dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmupengetahuan dan menjadi contoh dengan berakhlak mulia.

Alhamdulillah, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Penggunaan Instagram Sebagai Self – Identity Formation Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau”** sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Mengingat keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan penulis, skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan belum mencapai kata sempurna, namun penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya serta semua pihak yang berkenan memanfaatkannya.

Pada proses penyusunan ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, termasuk dari pihak keluarga khususnya kedua orang tua yang selalu memberi dukungan dan doa. Penulis mengucapkan terima kasih secara langsung dan tidak langsung kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



3. Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt., M.Sc.,Ph.D selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Imron Rosidi, S.Pd., MA., Ph.D selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Dr. Muhammad Badri, SP, M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
10. Bapak Artis, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
11. Bapak Assyari Abdullah, M.I.Kom selaku pembimbing dalam menyelesaikan skripsi ini, yang telah membimbing dan mengajarkan penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik.
12. Bapak Suardi, M.I.Kom selaku Penasehat Akademik peneliti selama proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
13. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Terimakasih atas ilmu yang Bapak dan Ibu berikan, semoga menjadi bekal bagi penulis dan menjadi ladang pahala bagi Bapak dan Ibu sekalian.
14. Kepada seluruh informan yang telah memberikan izin untuk penulis melakukan penelitian serta kesediaannya meluangkan waktu untuk penelitian ini.
15. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih kepada Ibunda Gusmeri dan Ayahanda Zaenal sebagai kedua orangtua kandung, dan

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



kepada Mama Mesrawati S.Pd dan Alm Ayahanda Dedi Dasmanto (orang tua angkat), yang sudah membesarkan penulis dari umur 1,5 tahun sampai ditahap ini selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dunia, yang tidak pernah berhenti memberikan motivasi, tidak lupa kasih sayang mereka dan doa dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada penulis. Terimakasih untuk selalu berjuang untuk kehidupan penulis.

16. Saudara kandung, Rahmat Fajar Ramadhan dan Faiz Rahmad Ridho yang selalu memberikan dorongan dan motivasi penulis hingga sampai tahap ini.
17. Kepada Oktabi Pratama, Aqsha Qhairatul Qolby, Nabila Suci Khumairoh, Frika Amara Pohan, Rachmi Desfa Armanda, Jimmy Harieshandy, Fadiyah Syafitri dan masih banyak yang lainnya yang tidak bisa disebutkan satu – persatu, yang telah menjadi sahabat terbaik yang selalu mendukung dan memotivasi selama proses pengerjaan skripsi ini.
18. Kepada seseorang yang pernah bersama saya terimakasih untuk patah hati yang pernah diberikan saat sebelum penyusunan skripsi. Karena dengan patah hati membuat saya jauh lebih semangat lagi memulai proses penyusunan skripsi ini.
19. Terimakasih kepada Adinda Maily Putri yang telah bersama penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini. Terimakasih telah menjadi bagian dalam perjalanan saat ini. Terimakasih telah menjadi rumah yang tidak hanya berupa tanah dan bangunan.
20. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri Zakarya Anwar, atas segala kerja keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini, dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Semoga penelitian skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca, akademisi maupun praktisi dan dapat dijadikan khazanah keilmuan di masa mendatang.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Batasan Masalah .....	7
1.3 Penegasan Istilah .....	8
1.3.1 <i>Self Identity Formation</i> (Pembentukan Identitas Diri) .....	8
1.3.2 <i>Instagram</i> .....	8
1.4 Rumusan Masalah .....	8
1.5 Tujuan Penelitian .....	9
1.6 Manfaat Penelitian .....	9
1.6.1 Manfaat Akademis .....	9
1.6.2 Manfaat Praktis .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Kajian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori .....	16
2.2.1 Penggunaan <i>Instagram</i> .....	16
2.2.2 Teori Penggunaan Media Sosial .....	20
2.2.3 Media Sosial .....	22
2.2.4 Mahasiswa .....	24
2.2.5 <i>Self- Identity Formation</i> (Pembentukan Identitas Diri) Pada Pengguna <i>Instagram</i> .....	26
2.2.6 Teori Identitas menurut Manuel Castells .....	28
2.2.7 Konstruksi Identitas .....	30
2.2.8 Proses Konstruksi Identitas .....	31
2.3 Kerangka Berpikir .....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	34



3.1 Desain Penelitian .....	34
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
3.3 Sumber Data Penelitian .....	35
3.4 Informan Penelitian .....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.6 Validitas Data .....	38
3.7 Teknik Analisis Data .....	39
BAB IV GAMBARAN UMUM .....	41
4.1 Gambaran Umum Aplikasi <i>Instagram</i> .....	41
4.2 Gambaran Umum Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau .....	42
4.3 Profil Mahasiswa Ilmu Komunikasi .....	46
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	48
5.1 Hasil Penelitian.....	48
5.1.1 Lingkungan Sosial .....	48
5.1.2 Konsep Diri.....	60
5.2 Pembahasan .....	66
BAB VI PENUTUP .....	77
6.1 Kesimpulan.....	77
6.2 Saran .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	79
DAFTAR LAMPIRAN.....	88

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Data Demografis Pengguna <i>Instagram</i> Global .....	19
Tabel 3. 1 Data Nama Informan dan Username <i>Instagram</i> Informan .....	36
Tabel 4. 1 Daftar Nama Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi .....	45



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengguna <i>Instagram</i> di Dunia .....	4
Gambar 2.10 Kerangka Berpikir .....	33
Gambar 4.1 Logo <i>Instagram</i> .....	41
Gambar 4. 2 Logo Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau .....	42
Gambar 5.1 1 Unggahan Pertama Vikri di <i>Instagram</i> .....	49
Gambar 5.1 2 Unggahan Pertama Hadid di <i>Instagram</i> .....	50
Gambar 5.1 3 Unggahan Pertama Deni di <i>Instagram</i> .....	51
Gambar 5.1 4 Unggahan Pertama Fadel di <i>Instagram</i> .....	52
Gambar 5.1 5 Unggahan pertama Latifa di <i>Instagram</i> .....	53
Gambar 5.1 6 Unggahan pertama Oktabi di <i>Instagram</i> .....	54
Gambar 5.1 7 Unggahan pertama Ravi di <i>Instagram</i> .....	55
Gambar 5.1.2.2 1 Feed <i>Instagram</i> Fadel.....	63
Gambar 5.1.2.2 2 Feed <i>Instagram</i> Oktabi.....	63
Gambar 5.1.2.2 3 Feed <i>Instagram</i> Vikri .....	64
Gambar 5.1.2.2 4 Feed <i>Instagram</i> Deni.....	64
Gambar 5.1.2.2 5 Feed <i>Instagram</i> Ravi .....	65



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Instagram* media sosial yang populer untuk berkomunikasi dan telah menarik banyak pengguna dari berbagai kalangan sejak diluncurkan. Mahasiswa adalah salah satu penggunanya. Pengguna *Instagram* sebagai alat komunikasi tentu saja tidak terlepas dari fitur *Instagram* tersebut, pengguna dapat mengunduh aplikasi *Instagram* ke ponsel mereka dan siap untuk berbagi informasi dengan orang lain dengan menggunakan ponsel yang terhubung ke internet. Banyaknya penggunaan *Instagram* mahasiswa sangat menarik untuk dibahas. Ini penting untuk diketahui karena mahasiswa memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat.<sup>1</sup>

Penggunaan *Instagram* tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai *Self – Identity Formation* yang menjadi tolak ukurnya adalah frekuensi penggunaan *Instagram* dengan cara mengukur intensitas penggunaan *Instagram* untuk melihat seberapa peran platform ini dalam kehidupan mereka. Selanjutnya konten yang dibagikan itu berupa foto, video, cerita dan reels untuk mengetahui konten yang dipilih bagaimana cara mereka mengekspresikan diri.

Pada era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, termasuk mahasiswa. *Instagram*, sebagai salah satu platform yang populer, sering digunakan mahasiswa untuk membangun dan menampilkan identitas diri mereka. Namun, dalam beberapa kasus, terdapat ketidaksesuaian antara keadaan nyata dengan identitas diri yang ditampilkan di *Instagram*. Hal ini dapat menimbulkan berbagai dampak negatif baik bagi individu maupun bagi masyarakat luas. Akan terjadinya kehilangan identitas diri mahasiswa yang terobsesi dengan citra diri di *Instagram* dapat kehilangan identitas diri mereka yang sebenarnya. Mungkin

---

<sup>1</sup> M Fachri Syahreza, “Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial *Instagram* Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Unimed” 2, No. No 1 (2018), <https://doi.org/10.30596/Interaksi.V2i1.1788>.

merasa tertekan untuk selalu tampil sempurna dan sesuai dengan ekspektasi orang lain, sehingga mengabaikan nilai – nilai dan prinsip yang mereka yakini.

Salah satu perkembangan teknologi ini telah menyebabkan munculnya berbagai alat komunikasi baru, seperti telepon genggam, internet, dan televisi. Inilah yang membuat akses ke informasi menjadi lebih cepat dan lebih mudah. Oleh karena itu, kemajuan teknologi harus menjadi cara untuk mengubah pola pikir manusia. Karena cepatnya perkembangan teknologi, masyarakat sangat bergantung pada teknologi, terutama internet.<sup>2</sup> Karena kemajuan ilmu pengetahuan selalu mengikuti kemajuan teknologi, kemajuan teknologi tidak dapat dihindari dalam kehidupan modern. Setiap inovasi dibuat untuk membantu kehidupan manusia. Selain itu, teknologi memberikan banyak keuntungan dan cara baru untuk melakukan aktivitas manusia. Dalam sepuluh tahun terakhir, inovasi teknologi baru telah memberikan banyak manfaat bagi manusia.<sup>3</sup>

Apalagi disaat ini akses media sosial yang cepat dan mudah tanpa batas memungkinkan pengguna memanfaatkannya seluas-luasnya.<sup>4</sup> Menurut laporan survei yang dilakukan CNBC Indonesia pada tahun 2024 media sosial yang banyak digunakan oleh pengguna internet berusia 16-64 tahun adalah *WhatsApp* (90%) , lalu disusul *Instagram* (85,3%) , *Facebook* (81,6%) , *TikTok* (73,5%) , dan *Telegram* (61,3%).<sup>5</sup>

<sup>2</sup> Putri Nur Anggraeni Dkk, "Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Perkembangan Sosial Anak", Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Vol.14, No. 1 (Juni 2022), Hal 144, <https://doi.org/10.37304/Jpips.V14i1.4743>.

<sup>3</sup> Muhamad Ngafifi, "Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya," Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi 2, No. 1 (1 Juni 2014), <https://doi.org/10.21831/Jppfa.V2i1.2616>.

<sup>4</sup> Nur Hadi, "Perancangan Motion Promotional Campaign 'Positif Bermedia Sosial,'" IKONIK: Jurnal Seni dan Desain 4, no. 2 (31 Juli 2022): 107, <https://doi.org/10.51804/ijsd.v4i2.1817>.

<sup>5</sup> TECH, Redaksi, CNBC Indonesia "Raja Aplikasi Terbaru di RI, Ternyata Bukan WhatsApp-Instagram" <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240226153650-37-517653/raja-aplikasi-terbaru-di-ri-ternyata-bukan-whatsapp-Instagram#:~:text=Media%20Sosial%20Paling%20Laris%20di%20Indonesia&text=Berdasarkan>

*Instagram* awalnya berfokus pada berbagi foto, tetapi telah berkembang untuk berbagi video dan fitur tambahan. Pengguna dapat mengambil foto atau video, mengeditnya dengan alat pengeditan dan filter, dan membagikannya dengan pengikut mereka atau melalui pesan pribadi dengan aplikasi ini. *Instagram* digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk meminta pendapat, menumbuhkan citra, mencari hobi, teman, bisnis, atau bahkan pasangan. Kita dapat berbicara dengan bebas di media sosial.<sup>6</sup> *Instagram* adalah platform komunikasi yang relatif baru di mana pengguna dapat dengan mudah membagikan informasi dalam bentuk foto atau video, yang dikenal sebagai *update*. Cara mudah menggunakan aplikasi *Instagram* membuatnya menjadi media informasi untuk memenuhi kebutuhan pengguna.<sup>7</sup>

Secara global, Indonesia tercatat sebagai negara dengan pengguna *Instagram* terbesar keempat tertinggi di dunia, setelah India, USA, dan Brazil. Berdasarkan hasil data dari We Are Social, Hoosuite dan Statista pada Januari 2024 tercatat ada 100.9 Juta pengguna media sosial tersebut di dalam negeri.<sup>8</sup>

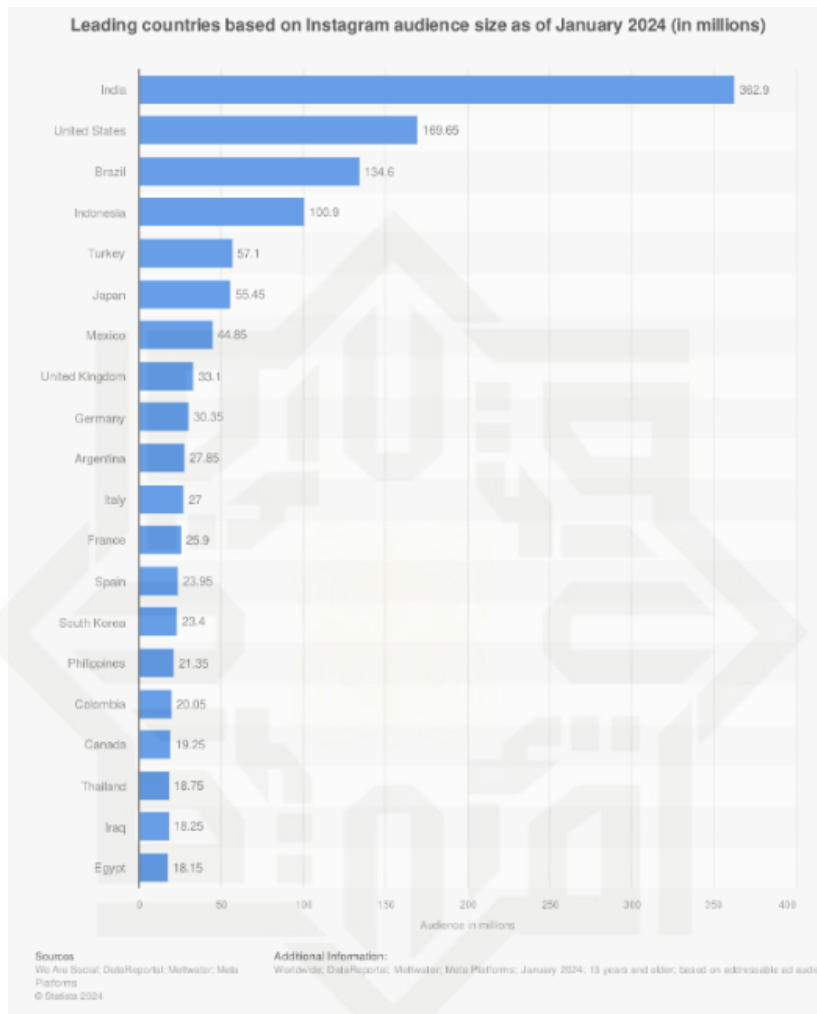
%20survei%20yang%20dilakukan%2C%20media,Telegram%20(61%2C3%25), diakses pada tanggal 9 Mei 2024.

<sup>6</sup> Ni'amulloh Ash Shidiqie, "Perubahan Sosial Dan Pengaruh Media Sosial Tentang Peran Instagram Dalam Membentuk Identitas Diri Remaja" 1 (Juli 2023), <https://doi.org/10.59024/Simpativ1i3.225>.

<sup>7</sup> Dian Nurvita Sari Dan Abdul Basit, "Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting" 3, No. No 1 (2020), <https://doi.org/10.30596/Persepsi.v3i1.4428>.

<sup>8</sup> Statista "Leading Countries Based On Instagram Audience Size As Of January 2024" <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/#:~:text=Instagram%27s%20worldwide%20popularity,And%20brazil%20had%20113%20million,Diakses%20pada%20tanggal%205%20Mei%202024>





**Gambar 1.1**  
**Grafik Pengguna *Instagram* di Dunia**

Dengan melihat grafik di atas ini, tidak mengherankan bahwa *Instagram* adalah aplikasi yang banyak digunakan oleh berbagai demografi. Pengguna *Instagram* di Indonesia pada bulan April 2024 Terdapat 90.507.900 pengguna, yang merupakan 32,1% dari seluruh populasi Indonesia. Mayoritas dari mereka adalah perempuan 54,4% . Orang berusia 25 hingga 34 tahun merupakan kelompok pengguna terbesar (36.200.000). Perbedaan tertinggi antara laki-laki dan perempuan terjadi pada kelompok usia 18 hingga 24

tahun, dimana perempuan memimpin dengan jumlah 12.600.000 .<sup>9</sup> Dapat dilihat dari data di atas banyak remaja terutama dikalangan mahasiswa menggunakan *Instagram*. Seiring meningkatnya penggunaan ini maka *Instagram* banyak digunakan sebagai *SelfIdentity Formation* dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

*Identity* adalah bagian dari diri kita yang dikenal orang lain sebagai *Identity* kita. Interaksi dengan orang yang sebaya adalah cara penting untuk mempelajari *Identity*.<sup>10</sup> Terlihat dari akun media sosial *Instagram*, terutama mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, mereka tidak segan untuk mengupload foto pribadi, keluh kesah, kegiatan dan video pendek untuk membentuk identitas mereka.

Sosial media memungkinkan berbagai aktivitas dua arah, seperti pertukaran, kerja sama, dan komunikasi tulisan, visual, dan audiovisual.<sup>11</sup> Media sosial adalah jenis media online di mana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten. Beberapa contoh media sosial termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual.<sup>12</sup> Media dengan segala kontennya hadir menjadi bagian hidup manusia, entah masyarakat menyadarinya atau tidak. Kehadiran media semakin beragam dan berkembang seiring dengan perkembangan yang pesat. Pada awalnya komunikasi dalam media terbatas pada penikmat media. Namun dengan berkembangnya teknologi, sebagian besar masyarakat yang menikmati media

<sup>9</sup> Napoleoncat, “Pengguna Instagram Di Indonesia” <https://Napoleoncat.Com/Stats/Instagram-Users-In-Indonesia/2024/04/>, Diakses Pada Tanggal 4 Mei 2024

<sup>10</sup> Damas Rambatan Rakanda,Christina Rochayanti,Kurnia Arofah, “Instagram Dalam Pembentukan Diri Generasi Z, Jurnal Unpyk Vol 24,No. 1 (2020), Hal.2 10.31315/Paradigma.V24i1.5020.

<sup>11</sup>Ahmad Setiadi, “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi,” Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika, 2016.

<sup>12</sup> Anang Sugeng Cahyono, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia,” Article Vol.9 No.1 (2016), <https://doi.org/10.36563/Publiciana.V9i1.79>.

sekarang tidak hanya dapat menikmati konten yang tersedia, tetapi juga bisa ikut serta mengisi konten di media tersebut.<sup>13</sup>

Teknologi informasi adalah jenis teknologi yang digunakan untuk menghasilkan informasi berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu yang digunakan untuk keperluan individu, perusahaan, dan pemerintahan serta untuk tujuan pengambilan keputusan strategis.<sup>14</sup> Teknologi informasi dan komunikasi juga dapat digambarkan sebagai alat yang digunakan untuk mengatur data, seperti mengumpulkan, memperoleh, mengatur, menyimpan, memanipulasi data dengan berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu.<sup>15</sup> Teknologi dan ilmu pengetahuan telah berkembang dengan sangat cepat dewasa ini, yang telah membuat banyak hal menjadi lebih mudah untuk dilakukan, mulai dari skala individu hingga industri. Dengan teknologi ini, pekerjaan yang sebelumnya dilakukan dengan tangan sekarang dapat dilakukan dengan lebih efisien, efektif, dan teliti, sehingga mengurangi kesalahan yang disebabkan oleh kesalahan manusia.<sup>16</sup>

Adapun pengertian teknologi informasi menurut para ahli, yaitu: menurut Mc'Leod, teknologi informasi merupakan alat yang digunakan untuk mengatasi proses perubahan yang terjadi dalam komputerisasi. Menurut Wilkinson, merupakan kombinasi dari teknologi computer dengan perangkat yang digunakan untuk mengolah dan menyimpan suatu informasi didalam komputer. Menurut Indriantoro, teknologi informasi merupakan teknologi yang digunakan untuk mengolah data yang bersifat relevan, akurat

<sup>13</sup> Hasna Khairunnisa Dkk, "Representasi Gaya Hidup Modern Dalam Vlog Gen Halilinter Di Youtube", Jurnal Politikom Indonesiana, 4(1), 70-81(2019), <https://doi.org/10.35706/jpi.v4i1.1991>

<sup>14</sup> Cecep Abdul Cholik, "Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi / Ict Dalam Berbagai Bidang", Jurnal Fakultas Teknik Vol.2, No.2 (Mei 2021), Hal.39-40, <https://jurnal.unisa.ac.id/index.php/jft/article/view/83/68>.

<sup>15</sup> Wawan Wardiana, "Perkembangan Teknologi Informasi Di Indonesia", (Makalah Seminar Dan Pameran Teknologi Informasi Ft Universitas Komputer Indonesia (Unikom).

<sup>16</sup> Anita Oktaviana Dan Maria Mercedes Br Aritonang, "Analisis Dan Pengembangan Sistem Informasi Manajemen", Vol. 1 No. 1 (2023), <https://circle-archive.com/index.php/carc/article/view/21/16>.

dan tepat. Jadi dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi merupakan sebuah perangkat elektronik yang berfungsi untuk mengolah data, seperti menyimpan informasi, memproses suatu data dengan akurat, tepat dan relevan.<sup>17</sup> Kaum remaja saat ini sangat bergantung pada media sosial karena kemajuan teknologi internet dan smartphone.<sup>18</sup>

Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan manusia.<sup>19</sup> Komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi sangat penting untuk membangun identitas diri, aktualisasi diri, kepentingan hidup, kebahagiaan, dan pengurangan tekanan dan ketegangan, antara lain melalui komunikasi yang menghibur dan menciptakan hubungan dengan orang lain.<sup>20</sup> Komunikasi dalam masyarakat sosial, dapat terjadi dengan cara yang sederhana sampai yang kompleks, dan kemajuan teknologi yang pesat telah mengubah cara manusia berkomunikasi satu sama lain. Bahasa Indonesia juga mengalami perubahan, dalam cara pengucapan, penulisan, penambahan dan pengurangan kosa kata, dan perbaikan ejaan. Komunikasi sendiri terjadi secara langsung dan tidak langsung. Secara langsung dengan orang lain, yang sangat efektif untuk mengetahui tanggapannya, sedangkan secara tidak langsung juga terjadi melalui saluran seperti telepon, email, dan surat menyurat tidak secara langsung.

## 1.2 Batasan Masalah

Fokus penelitian ini adalah Penggunaan *Instagram* sebagai *Self-Identity Formation* dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang aktif menggunakan media sosial tersebut. Ada beberapa postingan yang diunggah, yang merupakan bentuk

<sup>17</sup> Maulitha Rahma Dkk, "Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Untuk Mengembangkan Kompetensi Pedagogik Guru", Jurnal Eduscience Volume 6, Nomor 2 (Februari 2021), Hal 97-98, [https://Digilib.Esaunggul.Ac.Id/Public/Ueu-Journal-19913-11\\_1192.Pdf](https://Digilib.Esaunggul.Ac.Id/Public/Ueu-Journal-19913-11_1192.Pdf).

<sup>18</sup> Wilga Secsio Ratsja Putri, Nunung Nurwati, Dan Meilanny Budiarti S., "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja," Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat 3, No. 1 (1 Januari 2016), <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>.

<sup>19</sup> Astari Clara Sari Dkk., "Komunikasi Dan Media Sosial," Vol. 3 No.2 (2018), Page 2 [https://www.researchgate.net/publication/329998890\\_Komunikasi\\_Dan\\_Media\\_Sosial](https://www.researchgate.net/publication/329998890_Komunikasi_Dan_Media_Sosial).

<sup>20</sup> Yoyon Mudjiono, "Komunikasi Sosial" Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.2, No.1, 2012, Hal 1-2.



pengekspresian dirinya melalui penggunaan media *Instagram*. Penulis hanya melihat cara dan keuntungan pengekspresian diri yang dilakukan.

### 1.3 Penegasan Istilah

#### 1.3.1 *Self Identity Formation* (Pembentukan Identitas Diri)

Identitas diri merupakan salah satu aspek penting dalam diri seseorang adalah identitas diri, yang mengacu pada apa yang dimiliki, diidentifikasi, dan diposisikan dalam lingkungan sosialnya. Erikson berpendapat bahwa pembentukan identitas diri adalah tujuan utama dari seluruh perkembangan remaja. Dia kemudian menjelaskan bahwa identitas diri berkaitan dengan kualitas “eksistensial” subjek, yang berarti bahwa subjek memiliki gaya pribadi yang khas. Oleh karena itu, identitas diri berarti mempertahankan gaya pribadi yang khas. Erikson berpendapat bahwa umumnya identitas diri terbentuk setelah individu berhasil melewati krisis identitas yang dialaminya pada masa remaja.<sup>21</sup>

#### 1.3.2 *Instagram*

*Instagram* adalah aplikasi berbagi foto dan video gratis yang tersedia di iPhone dan Android. Pengguna bisa mengunggah foto atau video ke layanan kami dan membaginya dengan pengikut mereka atau dengan grup teman. Pengguna juga bisa melihat, mengomentari, dan menyukai postingan yang dibagikan oleh teman mereka di *Instagram*. Siapa pun yang berusia 13 tahun ke atas bisa membuat akun dengan mendaftarkan alamat email dan memilih nama pengguna.<sup>22</sup>

### 1.4 Rumusan Masalah

Untuk mewujudkan penelitian yang terarah dan sistematis, maka keberadaan rumusan masalah adalah sangat krusial. Adapun rumusan

<sup>21</sup> Arif Rahman Hakim Dkk, “Pembentukan Identitas Diri Pada Kpopers The Building Of Self-Identity On Kpopers”, *Jurnal Psikologi* Vol 4, No.1 (2021), Hal 19, [Http://Ejurnal.Untag-Smd.Ac.Id/Index.Php/Mv/Article/View/5188/5190](http://ejournal.untagsmd.ac.id/index.php/mv/article/view/5188/5190).

<sup>22</sup> Tentang Instagram

masalahnya adalah Bagaimana Penggunaan *Instagram* sebagai *Self- Identity Formation* dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau?

## 1.5 Tujuan Penelitian

Untuk menjawab rumusan masalah diatas, maka disusunlah tujuan penelitian. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Penggunaan *Instagram* sebagai *Self – Identity Formation* dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

## 1.6 Manfaat Penelitian

### 1.6.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan studi S.1 Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan inovasi terbaru dalam mengembangkan Ilmu Komunikasi dan membentuk identitas diri bagi remaja melalui aplikasi *Instagram*.

### 1.6.2 Manfaat Praktis

Penulis berharap penelitian ini akan bermanfaat dan memberi pembaca informasi baru. Dan peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang bagaimana *Self – Identity Formation* remaja menggunakan aplikasi *Instagram* untuk menjadi lebih cerdas dan berhati-hati saat menggunakan media sosial.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kajian Terdahulu

Untuk memenuhi semua kebutuhan, peneliti melakukan tinjauan literatur tentang judul penelitian yang hampir sama dengan - penggunaan *Instagram* sebagai *Self- Identity Formation* mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah sebagai berikut :

1. Jurnal Nisa Sartika L. Tobing, Rahma Hayati, dan Henri Sitorus. Penelitian ini berjudul “Platform *Instagram* Sebagai Media Pembentuk Citra Diri Virtual Pada Mahasiswa” adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat platform *Instagram* sebagai media pembentuk citra diri virtual pada mahasiswa. Hasil penelitian dari jurnal ini adalah mahasiswa menggunakan strategi konten, penampilan visual, dan gaya komunikasi untuk membangun citra diri di *Instagram*. Mereka mengendalikan pesan dan kesan yang ditampilkan kepada pengikut dan pengguna platform. Mahasiswa menggunakan kedua dimensi ini untuk menciptakan citra diri yang diinginkan dan memengaruhi persepsi orang lain. Penelitian ini memperluas pemahaman tentang peran media sosial dalam membentuk identitas individu di era virtual.<sup>23</sup>
2. Jurnal Muna Madrah dan Made Dwi Adnjani. Penelitian ini berjudul “Identitas Diri Remaja Melalui Status Sosial *Facebook*” meneliti tentang untuk memahami bagaimana remaja mengkonstruksi identitas dirinya melalui status - status yang diunggah pada situs sosial media *Facebook*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa perangkat *Facebook* memungkinkan setiap pengguna dan atau pemilik akun di *Facebook* disediakan form atau borang untuk menuliskan profil diri mereka seperti nama, nama kecil, tempat tanggal lahir, pendidikan, hobi, sampai pada kutipan yang disenangi olehnya. Fasilitas *Facebook* tersebut

---

<sup>23</sup> Nisa Sartika Tobing, Rahma Hayati, dan Henri Sitorus, “Platform Instagram sebagai Media Pembentuk Citra Diri Virtual pada Mahasiswa,” *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 5, no. 1 (25 Agustus 2023): 47–53, <https://doi.org/10.56552/jisipol.v5i1.112>.

memungkinkan seseorang mengkonstruksi dirinya melalui perantara teks baik itu dalam pengertian kumpulan kata maupun gambar yang pada akhirnya memberikan kepingan-kepingan gambar bagaimana subyek pemilik akun *Facebook* itu.<sup>24</sup>

3. Jurnal Fenti Hikmawati, Alida Nurawaliah, dan Ila Nurlaila Hidayat. Penelitian ini berjudul “*SelfDisclosure* Santri Remaja di Media Sosial: Peran *SelfIdentity Status* dan *Affiliation Motive*” adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran *self identity status* dan *affiliation motive* terhadap *self disclosure* pada santri remaja. Hasil penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda menunjukkan terdapat pengaruh *self identity status* dan *affiliation motive* terhadap *self disclosure* di media sosial pada santri remaja. Penelitian ini menemukan bahwa remaja yang secara khusus menyandang predikat sebagai santri, sebagaimana remaja pada umumnya yang sedang berada pada tahap pencarian identitas diri, menunjukkan kategori yang beragam dalam hal *self identity status* dengan jumlah terbanyak berada pada *achievement* yaitu eksplorasi tinggi yang disertai komitmen tinggi, serta kategori *diffusion* yaitu eksplorasi dan komitmen yang sama-sama rendah.<sup>25</sup>
4. Jurnal Damas Rambatian Rakanda, Christina Rochayanti, dan Kurnia Arofah. Penelitian ini berjudul “*Instagram* dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z” adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan terbentuknya identitas virtual remaja pengguna *Instagram* di Desa Cawas melalui media sosial *Instagram*”. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa dalam mengunggah foto di *Instagram* para remaja telah mempunyai konsep yang akan mereka gunakan. Pengaruh lingkungan sekitar menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi remaja dalam membentuk identitas diri. Salah satu indikator yang menunjukkan

<sup>24</sup> Muna Madrah Dan Made Dwi Adnjani, “Identitas Diri Remaja Melalui Status Sosial Facebook,” *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna* 4, No. 2 (14 Agustus 2013): 181, <https://doi.org/10.30659/Jikm.4.2.181-198>.

<sup>25</sup> Fenti Hikmawati, Alida Nurawaliah, Dan Ila Nurlaila Hidayat, “*SelfDisclosure* Santri Remaja Di Media Sosial: Peran *SelfIdentity Status* Dan *Affiliation Motive*,” *Psymphatic : Jurnal Ilmiah Psikologi* 8, No. 1 (3 Juli 2021): 153–64, <https://doi.org/10.15575/Psy.V8i1.12563>.



eksistensi informan melalui jumlah *like* (suka) atau banyaknya *follower* (pengikut). Para informan kebanyakan terinspirasi dari para *influencer* dari segi *fashion* dan mengolah foto. Kebanyakan isi *feeds Instagram* informan berisi hasil foto tentang dirinya sendiri. Eksistensi merupakan hal yang penting bagi remaja, khususnya dalam media sosial *Instagram*. Remaja akan dilihat keberadaannya, seiring dengan eksistensinya dalam media sosial *Instagram*.<sup>26</sup>

5. Jurnal Nur Idaman dan Woro Harkandi Kencana. Penelitian ini berjudul “Identitas Virtual Remaja Pada Media Sosial *Instagram*” adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk identitas virtual remaja pada media sosial *Instagram*. Hasil dari penelitian ini identitas virtual remaja pada *Instagram* terbentuk melalui rangkaian empat tingkatan *personal layer*, *enactment layer*, *relasional* dan *identity* tingkatan *communal*. Pada tingkatan tersebut bentuk identitas remaja terlihat pada penggunaan kedua akun para informan. Pada akun pertama (*first account*) identitas remaja yang terbentuk hanya berupa konsep diri yang positif dan membatasi pengungkapan identitas diri seutuhnya sedangkan remaja lebih bebas mengungkapkan identitas diri secara lebih terbuka pada akun kedua (*second account*) meskipun membatasi pertemanan dan menggunakan nama samaran.<sup>27</sup>
6. Jurnal Bulan Cahya Sakti dan Much Yulianto. Penelitian ini berjudul “Penggunaan Media Sosial *Instagram* dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja” adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan *Instagram* oleh remaja, dalam pembentukan identitas diri mereka. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Secara umum, dari hasil *indepth interview* bahwa *Instagram* dengan segala fitur dan fasilitas yang dimiliki, dimanfaatkan oleh remaja sebagai media untuk

<sup>26</sup> Damas Rambatan Rakanda, Christina Rochayanti, Dan Kurnia Arofah, “Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z,” *Paradigma: Jurnal Masalah Sosial, Politik, Dan Kebijakan* 24, No. 1 (1 Januari 2020): 478, <https://doi.org/10.31315/Paradigma.V24i1.5020>.

<sup>27</sup> Nur Idaman Dan Woro Harkandi Kencana, “Identitas Virtual Remaja Pada Media Sosial *Instagram*” Vol.5, No. 1 (2021): 20-28 , <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/issue/view/62>.

mencari jati dirinya. Dalam membentuk identitas diri, remaja sangat dipengaruhi oleh pengalaman dan motivasi yang dimiliki oleh setiap individu. Adapun masing-masing individu memiliki pengalaman serta motivasi yang berbeda. Pengalaman itu sendiri timbul dari berbagai interaksi individu dengan lingkungannya. Remaja yang menggunakan media sosial *Instagram* secara aktif, akan melakukan tindakan mengkonstruksi diri mereka, berdasarkan pada persepsi orang-orang di sekitar mereka dalam memandang dirinya. Dalam menciptakan gambaran diri melalui media sosial *Instagram*, remaja sangat kritis dalam membentuk identitas dirinya. Remaja memikirkan bagaimana menciptakan gambaran diri yang akan berdampak baik dalam kehidupan sosialnya dalam dunia maya. Eksistensi merupakan hal yang penting bagi remaja, khususnya dalam media sosial *Instagram*. Remaja akan dilihat keberadaannya, seiring dengan eksistensinya dalam media sosial *Instagram*. Identitas diri yang dibentuk oleh remaja dalam media sosial *Instagram*, tidak selalu sama dengan gambaran dirinya pada kehidupan kesehariannya. Hal ini dipengaruhi oleh pengalaman berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya, dan orientasinya untuk masa depan.<sup>28</sup>

7. Jurnal Rama Kertamukti, Heru Nugroho, dan S. Bayu Wahyono. Penelitian ini berjudul “Konstruksi Identitas melalui Stories Highlight *Instagram* Kalangan Kelas Menengah” adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan konstruksi identitas melalui *stories highlight Instagram*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa informan kelas menengah menggunakan *Instagram* sebagai media visual yang mampu menghadirkan simbol-simbol sebagai alat memproduksi makna dari suatu identitas yang ingin disampaikan. Diri yang dihadirkan informan di *InstagramStories* merefleksikan leisure informan dalam melakukan aktivitas secara bebas dalam hidup seperti hobi, rekreasi, menambah

<sup>28</sup> Bulan Cahya Sakti Dan Muchammad Yulianto, “Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja,” *Interaksi Online* 6, No. 4 (28 September 2018): 490–501, *Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja | Cahya Sakti | Interaksi Online (Undip.Ac.Id)*.

pengetahuan tentang seni dan budaya dan juga mengisi kegiatan-kegiatan aktual untuk mengisi waktu luang. Kelompok yang dikategorikan dalam kelas menengah menjadikan gaya hidup bagian dari diri di dalam aktivitas. Informasi berkegiatan demi meningkatkan status sosial, entah itu sadar ataupun tidak sadar, berlomba-lomba di dalam memanfaatkan barang yang dinilai bernilai tinggi. Aktivitas memperlihatkan kepada orang lain sangat difasilitasi oleh *Instagram* dengan fitur-fitur yang diciptakan untuk tetap menggunakan *Instagram*. Fitur-fitur itu menjadi ruang perayaan memperlihatkan bahwa kelas menengah pun memiliki selera dalam menentukan apa yang dikonsumsi dan selera apa yang mereka sehingga dapat memperlihatkan mereka berada di kelas yang memiliki perbedaan tersendiri.<sup>29</sup>

8. Jurnal Dinda Marta Almas Zakirah. Penelitian ini berjudul “Media Sosial Sebagai Sarana Membentuk Identitas Diri Mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya” adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana mahasiswa/i Universitas Airlangga membentuk citra diri di media sosial *Instagram*. Hasil dari penelitian ini adalah bahwasanya mahasiswa UNAIR memang membentuk citra diri di media sosial *Instagram*. Cara mahasiswa untuk membentuk citra diri dengan cara memberikan editan yang sesuai dengan foto yang akan dibagikan di *Instagram*, kemudian pemilihan lokasi dan *angel* dalam sebuah foto. Selain itu, tidak sepenuhnya membentuk citra diri di media sosial mendapatkan dampak yang negatif. Kemudian dengan adanya teknologi internet dan dibekali dengan smartphone, intensitas untuk menggunakan smartphone lebih besar dibandingkan sebelum maraknya teknologi internet. Dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa mereka mendapatkan dampak positif yang menguntungkan. Intensitas penggunaan media sosial *Instagram* di kalangan mahasiswa/i Universitas Airlangga juga terbilang sangat sering. Dengan semakin berkembangnya teknologi

<sup>29</sup> Rama Kertamukti, Heru Nugroho, Dan Sugeng Bayu Wahyono, “Kontruksi Identitas Melalui Stories Highlight Instagram Kalangan Kelas Menengah,” *Jurnal Aspikom* 4, No. 1 (3 Agustus 2019): 26, <https://doi.org/10.24329/Aspikom.V4i1.502>.

akan semakin sering juga intensitas seseorang dalam menggunakan teknologi yang berupa media sosial *Instagram*.<sup>30</sup>

9. Jurnal Clarissa Maureen, dan Yolanda Stellarosa. Penelitian ini berjudul “*Instagram* sebagai Pembentuk Citra Diri Generasi Milineal Jakarta” adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami penggunaan media sosial *Instagram* dalam pembentukan citra diri generasi milenial ide Jakarta dengan menggunakan teori interaksi simbolik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam membentuk citra dirinya di media sosial *Instagram*, generasi milineal menciptakan simbol-simbol seperti melalui tone warna pada foto-fotonya dan gaya bahasa yang santai sehingga terbentuklah sebuah citra tertentu, bahwa generasi milineal merupakan seseorang individu yang unik, percaya diri, kreatif dan *connected* di mana mereka mampu berinteraksi dengan orang lain melalui media sosial.<sup>31</sup>
10. Jurnal Muminto Arief, Eleazar Chrisovero dan Yuni Retna Dewi. Penelitian ini berjudul “Penggunaan Akun *Instagram* Sebagai *Cyber Public Relations* Trans Media Sosial” adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan akun *Instagram* sebagai *cyber public relations* Trans media sosial untuk persiapan digitalisasi di era modern dan hambatannya. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa persiapan yang dilakukan Tim Trans media sosial yakni menyiapkan SDM yang berkualitas, membuat konten yang menarik, menyebarkan informasi secara konsisten dan terus menerus. Nama akun *Instagram* yakni @transmediasosial dan logo perusahaan yang mencerminkan identitas perusahaan. Lalu jenis konten yang diposting di *Instagram* seperti steel image, video, motion, carousell, dan infografis. Hambatannya

<sup>30</sup> Dinda Marta Almas Zakirah, “Media Sosial Sebagai Sarana Membentuk Identitas Diri Mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya,” *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian Dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam* 2, No. 2 (1 Juli 2020): 91–101, <https://doi.org/10.33367/Kpi.V2i2.1116>.

<sup>31</sup> Clarissa Maureen Dan Yolanda Stellarosa, “*Instagram* Sebagai Pembentuk Citra Diri Generasi Milenial Jakarta,” *Warta Iski* 4, No. 1 (17 Juni 2021): 27–34, <https://doi.org/10.25008/Wartaiski.V4i1.73>.



masih kurangnya SDM yang berkualitas dan kreatif serta konten yang dibuat cenderung berupa gambar foto sehingga terlihat monoton.<sup>32</sup>

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Penggunaan *Instagram*

Menurut laporan data reportal Indonesia, pengguna *Instagram* di Indonesia pada tahun 2024, angka yang dipublikasikan di alat periklanan Meta menunjukkan bahwa *Instagram* memiliki 100,9 juta pengguna di Indonesia pada awal tahun 2024. Angka yang direvisi secara rutin oleh perusahaan menunjukkan bahwa jangkauan iklan *Instagram* di Indonesia setara dengan 36,2 persen dari total populasi pada awal tahun ini.<sup>33</sup>

*Instagram* berasal dari kata “instan” atau “insta”, seperti kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan “instan camera” dan telegram.<sup>34</sup> *Instagram* adalah aplikasi media sosial yang sangat populer, terutama di kalangan remaja, yang memungkinkan pengguna mengunggah foto atau video, mempublikasikan, dan terhubung dengan pengguna lain. Dengan fitur suka dan komentar, orang dapat dengan bebas memberikan apresiasi berupa tanda suka atau komentar pada foto yang diunggah.<sup>35</sup> *Instagram* pada dasarnya terhubung dengan *facebook*, karena *Instagram* adalah bagian dari aplikasi *facebook* yang memungkinkan teman *facebook* pengguna memfollow akun *Instagram*.<sup>36</sup>

<sup>32</sup> Muminto Arief, Eleazar Chrisnovero, dan Yuni Retna Dewi, “Penggunaan Akun Instagram Sebagai Cyber Public Relations Trans Media Sosial,” *Jurnal Cyber PR* 23, no. 1 (30 Juni 2023): 26–33, <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v23i1.3186>.

<sup>33</sup> Simon Kemp “Data Reportal Digital 2024:Indonesia” <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>, diakses pada tanggal 9 Mei 2024.

<sup>34</sup> Pengertian Instagram Dalam Wikipedia <https://Id.Wikipedia.Org/Wiki/Instagram>, Diakses Pada Tanggal 1 Maret 2024.

<sup>35</sup> Muhammad Rahim, Endang Erawan, Dan Johantan Alfando, “Motif Penggunaan Instagram Story (Studi Kasus Pada Siswa Siswi Jurusan Multimedia Di Smk Negeri 1 Samarinda)” Vol.6 No.3 (2018) Hal 264.

<sup>36</sup> Silvina Mayasari, Mareta Purihastine, Dan Annisa Qibtiah, “Strategi Public Relations Pt Kasoem Hearing Dalam Mempublikasikan Kasoem Exhibition 2018 Kepada Masyarakat

*Instagram* dapat diartikan menampilkan dan menyampaikan informasi berupa foto atau gambar secara cepat lewat aplikasi yang dapat diakses oleh orang lain.<sup>37</sup> *Instagram* adalah *platform* jejaring sosial yang dimiliki oleh perusahaan Amerika meta platforms yang memungkinkan orang berbagi foto dan video. Pengguna dapat mengunggah media melalui aplikasi ini, yang dapat diubah dengan filter atau disesuaikan dengan tagar dan penandaan geografis. *Instagram* kemudian berubah menjadi platform untuk mendapatkan kritik dan saran dari warganet Indonesia. Banyak selebriti dunia mengunggah foto mereka untuk mendapatkan kritik dan saran dari warganet Indonesia, dan unggahan mereka dapat dibagikan secara publik atau dengan pengikut yang telah disetujui sebelumnya. Dengan menggunakan tag dan lokasi konten, pengguna dapat melihat konten yang sedang *tren*, menyukai foto, dan mengikuti pengguna lain untuk menambah konten ke feed pribadi mereka.<sup>38</sup>

*Instagram* pertama kali dirilis untuk iOS pada Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Dengan satu juta pengguna terdaftar dalam dua bulan, 10 juta pengguna dalam satu tahun, dan 10 miliar pengguna pada Juni 2018.<sup>39</sup> Versi Android pertama kali dirilis pada April 2012. Setelah itu, antarmuka desktop dengan fitur terbatas dirilis pada November 2012, aplikasi Fire OS dirilis pada Juni 2014, dan aplikasi untuk Windows 10 dirilis pada Oktober

Indonesia,” *Jurnal Komunikasi* 10, No. 1 (1 Maret 2019): 56–63, <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i1.5094>.

<sup>37</sup> Rama Kertamukti, “Instagram Dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual Dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @Basukibtp)” Vol.8 No.1 (2015) <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/41911>.

<sup>38</sup> Andrew Hutchinson "Instagram Stories Is Now Being Used By 500 Million People Daily". *Social Media Today*. <https://www.socialmediatoday.com/news/instagram-stories-is-now-being-used-by-500-million-people-daily/547270/> Diakses Pada Tanggal 22 Januari 2024.

<sup>39</sup> Josh Constine, "Instagram Hits 1 Billion Monthly Users, Up From 800m In September". *Techcrunch* (Dalam Bahasa Inggris). <https://techcrunch.com/2018/06/20/instagram-1-billion-users/#:~:Text=Instagram%20hits%201%20billion%20monthly%20users%2c%20up%20from%20800m%20in%20september,->

[Josh%20constine%40joshconstine&Text=Instagram's%20meteoric%20rise%20continues%2c%20dwarfing,With%20500%20million%20daily%20users](https://techcrunch.com/2018/06/20/instagram-1-billion-users/#:~:Text=Instagram%20hits%201%20billion%20monthly%20users%2c%20up%20from%20800m%20in%20september,-), Diakses Pada Tanggal 22 Januari 2024.

2016. Karena tidak menggunakan iklan, peluncuran pertama *Instagram* berhasil mengumpulkan 25 ribu pengguna dalam hari pertama.

*Welcome To Instagram*, inilah kalimat pembuka yang ditulis oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di blog resminya pada 6 Oktober 2010, yang menandai lahirnya aplikasi photo sharing revolusioner *Instagram*. Di startup yang didirikannya yaitu perusahaan Burbn, inc. Kevin Systrom dan Mike Krieger bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai impiannya. Steve Jobs pendiri (*Apple*), Bill Gates pendiri (*Microsoft*), Mark Zuckerberg pendiri (*Facebook*), Matt Mullenweg pendiri (*Wordpress*), google dan sebagainya adalah para inovator teknologi kelas dunia yang telah mengembangkan produk revolusioner sejak usia muda.<sup>40</sup>

*Instagram* dibeli secara tunai dan saham oleh *Facebook, Inc.* sekarang Meta Platforms pada 9 April 2012.<sup>41</sup> dengan maksud untuk menjaga perusahaan agar tetap beroperasi secara *independen*.<sup>42</sup> *Instagram* adalah salah satu platform media digital yang mirip dengan *Twitter*, tetapi perbedaannya terletak pada cara pengguna dapat menampilkan foto dalam format digital.<sup>43</sup>

<sup>40</sup> Atmoko, Bambang Dwi. *Instagram Hanbook Tips Fotografi Ponsel*. (Jakarta: Media Kita, 2012), 10.

<sup>41</sup> Shayndi Raice And Spencer E. Ante. "Insta-Rich: \$1 Billion For Instagram" *The Wall Street Journal* Diakses Tanggal 22 Januari 2024. <https://www.wsj.com/articles/Sb10001424052702303815404577333840377381670>.

<sup>42</sup> Constine, Josh; Cutler, Kim-Mai (9 April 2012). "Facebook Buys Instagram For \$1 Billion, Turns Budding Rival Into Its Standalone Photo App". <https://techcrunch.com/2012/04/09/facebook-to-acquire-instagram-for-1-billion/>, Diakses Tanggal 22 Januari 2024.

<sup>43</sup> Muhammad Bagas Adhikara Dan Rennyta Yusiana, "Perancangan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi (Studi Kasus Pada Ud. Jananuraga Fish Di Kota Bekasi 2021)," *E-Proceeding Of Applied Science* : Vol.7, No.5 (Oktober 2021), Hal 1080, [https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/171677/jurnal\\_eproc/perancangan-media-sosial-instagram-sebagai-media-promosi-studi-kasus-pada-ud-jananuraga-fish-di-kota-bekasi-2021-.pdf](https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/171677/jurnal_eproc/perancangan-media-sosial-instagram-sebagai-media-promosi-studi-kasus-pada-ud-jananuraga-fish-di-kota-bekasi-2021-.pdf).

Di negara-negara tertentu, mungkin ada perbedaan demografis yang lebih signifikan. Misalnya, di India atau Amerika Serikat, proporsi pengguna laki-laki atau perempuan mungkin berbeda secara lebih mencolok.

Di bawah ini adalah tabel yang menunjukkan data demografis pengguna *Instagram* di tingkat global berdasarkan usia dan jenis kelamin:<sup>44</sup>

**Tabel 2. 1**  
**Data Demografis Pengguna *Instagram* Global**

Usia	Laki – Laki	Perempuan
18 – 24 tahun	25,6%	24,4%
25 – 34 tahun	32,1%	30,9%
35 – 44 tahun	18,4%	19,6%
45 – 54 tahun	12,7%	13,3%
55+ tahun	11,2%	11,8%

Beberapa fitur yang dimasukkan ke dalam aplikasi *Instagram*:<sup>45</sup>

#### 1. *Home Page*

*Home Page* adalah halaman utama, di mana gambar terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti ditampilkan pada timeline. Untuk melihat foto atau video, hanya perlu menggeser layar dari bawah ke atas, mirip dengan menggeser mouse di komputer. *Instagram* hanya memuat foto terbaru; pengguna hanya dapat memuat 30 foto terbaru setiap kali mereka menggunakan aplikasi.

#### 2. *Searching*

<sup>44</sup> Niko Julius, “Instagram Users By Month” <https://Upgraded.Id/Data-Jumlah-Pengguna-Instagram-Di-Indonesia>, Diakses Pada Tanggal 3 Maret 2024.

<sup>45</sup> <https://About.Instagram.Com/Features>



Pada fitur ini kita bisa mencari akun orang lain sesuai dengan yang kita inginkan dan temukan konten sesuai dengan minat Anda.

### 3. *Post*

Fitur ini digunakan saat kita ingin memilih foto atau sebuah video akan kita unggah.

### 4. *Reels*

Dengan mudah membuat video seru dan menghibur di *Instagram* untuk dibagikan kepada teman atau orang lain.

### 5. *Profile*

Halaman ini memberikan identitas kita kepada pengguna lain . Tampilan *profile* menampilkan beberapa fitur pada tampilan ini, termasuk nama akun, jumlah pengikut, mengikuti, edit profil, bagikan profil dan *highlights* yang berisi video atau konten yang telah kita unggah.

### 6. *Share Stories*

Fitur *stories*, dapat memposting momen dari kehidupan sehari-hari Anda. Ini menyenangkan, menenangkan, dan hanya bertahan 24 jam.

### 7. *Notification*

Halaman ini berisi tentang pemberitahuan segala aktivitas yang terjadi di dalam *Instagram*. Diantaranya pemberitahuan tentang pengikut, suka, dan komentar.

### 8. *Messenger*

Mulai berkomunikasi dengan *Messenger* dengan mengirimkan foto, video, dan pesan secara pribadi ke teman.

## 2.2.2 Teori Penggunaan Media Sosial

Penggunaan merupakan kegiatan dalam menggunakan atau memakai sesuatu seperti sarana atau barang. Menurut Ardianto dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Massa, tingkat

penggunaan media dapat dilihat dari frekuensi dan durasi dari penggunaan media tersebut.<sup>46</sup>

Menurut Lometti, Reeves, dan Bybee (1977) penggunaan media social bagi individu dapat dilihat dari tiga hal yaitu:<sup>47</sup>

1. Jumlah waktu, yang berkaitan dengan frekuensi, intensitas, dan durasi yang digunakan dalam mengakses situs.
2. Isi media, yaitu memilih media dan cara yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan dapat dikomunikasikan dengan baik.
3. Hubungan media dengan individu dalam penelitian ini adalah keterkaitan pengguna dengan media sosial.

Media sosial adalah jejaring sosial yang dapat digunakan untuk memasarkan barang dan jasa, seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Kaskus*. Selain itu, jejaring sosial dapat dianggap sebagai alat komunikasi yang efektif bagi bisnis untuk berinteraksi dengan pelanggan dan mampu menjadi alat yang strategis dengan “*Word of Mouth*”.<sup>48</sup> Andreas Kaplan dan Michael Haenlein menggambarkan media sosial sebagai sekelompok aplikasi internet yang didasarkan pada prinsip-prinsip ideologi dan teknologi yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi konten. Salah satu contoh media sosial yang populer saat ini adalah *Instagram*.<sup>49</sup>

<sup>46</sup> Ardianto Elvinaro, *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar* (Bandung: Sempiosa Rekatama Media, 2004).

<sup>47</sup> Guy E. Lometti, Byron Reeves, dan Carl R. Bybee, “Investigating Assumptions of Uses and Gratifications Research. *Penelitian Komunikasi*” 4, no. 3 (1997), <https://doi.org/10.1002/9781119011071.iemp0256>.

<sup>48</sup> Novita Ekasari, “Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada Pt. Bfi Finance Jambi” 16 (T.T.): 83.

<sup>49</sup> Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein, “Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media,” *Business Horizons* 53, no. 1 (Januari 2010): 59–68, <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 2.2.3 Media Sosial

Media sosial adalah jenis media di internet yang memungkinkan orang berinteraksi, bekerja sama, berkomunikasi, berbagi, dan membangun hubungan sosial secara virtual.<sup>50</sup> Media Sosial merupakan sebuah industry pemasaran yang baru, fasilitas untuk dapat mengkomunikasikan melalui satu arah yaitu diseimbangi dan didukung pula dengan adanya media pemasaran secara tradisional seperti Televisi, Radio, dan Koran yang dimana agar dapat terhubung dan memiliki dua arah dengan cara memberikan izin pada 37 setiap orang bila ingin menyebar dan ikut berpartisipasi dalam percakapan bersifat online.<sup>51</sup>

Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di media sosial termasuk berinteraksi dan berkomunikasi, memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto, dan video, dan memastikan bahwa berbagai informasi yang terkandung dalam konten tersebut tersedia untuk semua pengguna sepanjang hari. Media sosial pada dasarnya merupakan bagian dari pengembangan internet.<sup>52</sup> Sosial media adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.<sup>53</sup>

Sejarah sosial media diawali pada tahun 1970-an yakni saat ditemukannya sistem papan buletin untuk menghubungkan satu orang dengan orang lain melalui surat elektronik atau mengunggah dan mengunduh perangkat lunak. Aktivitas ini masih dilakukan

<sup>50</sup> Dinda Sekar Puspitarini Dan Reni Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi," *Jurnal Common* 3, No. 1 (7 Agustus 2019): 71–80, <https://doi.org/10.34010/Common.V3i1.1950>.

<sup>51</sup> Dan Zarella, "The Social Media Marketing Book" (Jakarta: Serambi Ilmu Semesta: 2010).

<sup>52</sup> Nandy, "Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, Dan Perkembangannya" [https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/#A\\_Pengertian\\_Media\\_Sosial](https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/#A_Pengertian_Media_Sosial), Diakses Pada Tanggal 22 Januari 2024.

<sup>53</sup> Universitas Pasundan "Apa Itu Sosial Media?" <https://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/> Diakses Pada Tanggal 3 Maret 2024

menggunakan saluran telepon yang terhubung dengan modem. Tahun 1980-an, komputer sudah menjadi hal yang umum dan media sosial jadi sangat digemari. Mulai ada Internet yang bernama "Relay Chat", dan berlanjut semakin populer hingga 1990. Media sosial pertama kali yang diketahui adalah "SixDegrees.com", yang diciptakan pada 1997 atau 23 tahun silam. Aplikasi ini mengizinkan pengguna mengunggah foto profil dan saling berteman dengan user lain. Di tahun 1999, blog mulai ramai dikembangkan.<sup>54</sup>

Sebuah analisis mendalam yang dilakukan oleh tim Kepios menunjukkan bahwa pada Oktober 2023, ada 4,95 miliar orang yang menggunakan media sosial di seluruh dunia, atau 61,4 persen dari total populasi dunia. Selama 12 bulan terakhir, jumlah pengguna media sosial terus meningkat; sejak tahun lalu, 215 juta orang baru telah bergabung.<sup>55</sup>

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa media siber lainnya. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding dengan media lainnya. Adapun karakteristik media sosial menurut Rulli Nasrullah yaitu:<sup>56</sup>

1. Jaringan (*network*).

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet.

2. Informasi.

Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada

<sup>54</sup> Tech, Cnbc Indonesia "Ini Dia Medsos Pertama Di Dunia, Pernah Bikin Akunnya Gak?" <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200906073523-37-184673/ini-dia-medsos-pertama-di-dunia-pernah-bikin-akunnya-gak> Diakses Pada Tanggal 3 Maret 2024.

<sup>55</sup> Data Reportal. "Statistik Media Sosial Global"

<sup>56</sup> Ibid. Hal 15.



dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antar pengguna itu sendiri. \

### 3. Arsip (*archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apa pun.

### 4. Interaktif (*Interactivity*)

Karakter dasar dari media social adalah terbentuknya jaringan dari antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut di internet semata, akan tetapi perlu dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.

## 2.2.4 Mahasiswa

Mahasiswa merupakan masa memasuki masa dewasa yang pada umum berada pada rentang usia 18-25 tahun, pada masa tersebut mahasiswa memiliki tanggung jawab terhadap masa perkembangannya, termasuk memiliki tanggung jawab terhadap kehidupannya untuk memasuki masa dewasa.<sup>57</sup>

Secara usia, mahasiswa terbagi menjadi 2 bagian, usia 18 hingga 21 tahun sebagai remaja akhir, usia 22 hingga 25 tahun tergolong sebagai dewasa awal.<sup>58</sup> Mahasiswa didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu di tingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi.<sup>59</sup>

<sup>57</sup> Wenny Hulukati Dan Moh. Rizki Djibran, "Analisi Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo," *Bikotetik (Bimbingan Dan Konseling Teori Dan Praktik)* 2, No. 1 (22 Mei 2018): 73, <https://doi.org/10.26740/Bikotetik.V2n1.P73-80>.

<sup>58</sup> F.J. Monks, A.M.P. Knoers, Siti Rahayu Haditono. "Psikologi Perkembangan: Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya. (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press: 1985).

<sup>59</sup> Hartaji, Damar A(2012). *Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa Yang Berkuliah*.

Mahasiswa dan media sosial memiliki hubungan yang sangat erat. Media sosial, seperti *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Twitter*, telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari bagi mahasiswa. Media sosial memungkinkan mahasiswa untuk berinteraksi dan memberikan timbal balik dengan sesama mahasiswa, mendapatkan informasi, dan mengoperasikan ponsel untuk mencari ladang uang dengan cara berbisnis online.<sup>60</sup>

Remaja adalah masa yang sangat penting bagi anak-anak karena mereka mengalami banyak perubahan fisik dan mental. Remaja bingung karena perubahan kejiwaan, mengalami gejolak emosi dan tekanan jiwa, yang membuat mereka menyimpang dari norma sosial dan aturan masyarakat. Remaja sering mengalami ketakutan, kebingungan, dan kekhawatiran selama proses kematangan psikologis dan biologis mereka. Remaja mudah terpengaruh karena mereka suka coba-coba dengan emosi yang tidak stabil.<sup>61</sup>

Karena remaja sering mengalami masalah, masa remaja disebut sebagai masa transisi atau peralihan dari anak ke dewasa. Sementara Hurlock pada tahun 1978 mengatakan bahwa rentang usia remaja adalah antara 13 tahun dan 21 tahun, Monks pada tahun 1991, mengatakan bahwa masa pubertas dimulai pada usia 12 tahun dan berakhir pada usia 21 tahun, yang merupakan batas awal masa dewasa. Selanjutnya Mappiare pada tahun 1982, membagi rentang usia remaja dari perspektif teoritis dan empiris, yaitu rentang usia awal remaja adalah antara 12 atau 13 tahun dan 17 atau 18 tahun

<sup>60</sup> Hendri Rasminto S.Kom, M.Si “Mahasiswa Dan Media Sosial, Bagaimana Hubungannya?”

<https://Komputerisasi-Akuntansi-D3.Stekom.Ac.Id/Informasi/Baca/Mahasiswa-Dan-Media-Sosial-Bagaimana-Hubungannya/3be46730b5977c884bd6db5ea8a54606016e6218> Diakses Pada Tanggal 3 Maret 2024

<sup>61</sup> Gatot Marwoko, “Psikologi Perkembangan Masa Remaja”, *Jurnal Tarbiyah Dan Syari’ah Islamiyah* Vol.26, No.1 (April 2019), Hal 1, <https://doi.org/10.29138/Tasyri.V26i1.69>.

dan masa remaja akhir di antara 17 atau 18 tahun sampai 21 atau 22 tahun.<sup>62</sup>

### 2.2.5 *Self- Identity Formation* (Pembentukan Identitas Diri) Pada Pengguna *Instagram*

Beberapa ahli telah melakukan penelitian tentang gambaran diri dan identitas diri dalam dunia internet. Menurut Wollam, teknologi dianggap sebagai salah satu medium yang dapat memenuhi kebutuhan komunikasi orang dan dapat mendorong lebih banyak kebebasan bagi setiap orang untuk mengungkapkan siapa diri mereka. Menurut Wollam, ini adalah gambaran yang sempurna tentang bagaimana teknologi dapat mendorong serta untuk memberikan ruang bagi setiap orang untuk mengkonstruksi diri mereka.<sup>63</sup>

Perkembangan dunia internet telah memungkinkan penggunaannya untuk berinteraksi dalam lingkungan sosial yang lebih luas tanpa terhalang oleh jarak dan waktu. salah satunya melalui media sosial *Instagram*, interaksi yang terjadi di sana membentuk interaksi sosial di dunia internet. Interaksi inilah yang kemudian akan mendorong seseorang untuk membuat identitas online mereka sendiri.<sup>64</sup>

Graham Nichols Dixon tahun 2008 dalam penelitian tesisnya berjudul *Instant Validation: Testing Identity in Facebook*, seperti yang dikutip oleh Rulli Nasrullah (2012:113). Studi ini melibatkan 10 siswa Strata 1 dari University of Texas yang berusia antara 18 dan 22 tahun dan memiliki akun Facebook. Hasil penelitian

<sup>62</sup> Tika Nurul Ramadhani Dan Flora Grace Putrianti, "Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Citra Diri Pada Remaja Akhir," *Jurnal Spirits* 4, No. 2 (25 April 2017): 22, <https://doi.org/10.30738/Spirits.V4i2.1117>.

<sup>63</sup> Rulli Nasrullah, *Komunikasi Antar Budaya DI Era Budaya Siber*, 1 ed. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012).

<sup>64</sup> Sakti dan Yulianto, "PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS DIRI REMAJA."

menunjukkan bahwa keberadaan internet dan kemunculan media sosial seperti Facebook telah membawa perhatian baru pada bagaimana seseorang atau kelompok orang mengkonstruksi identitas mereka secara online.<sup>65</sup> Peneliti ingin mengetahui apakah hal yang sama terjadi dengan media sosial *Instagram*.

Dalam buku Laura E. Berk pada tahun 2012, Pembentukan identitas remaja mengawali sebuah proses lama dan dinamis saat dimana perubahan pada diri individu atau konteks membuka peluang reformulasi identitas. Ada beragam faktor yang mempengaruhi perkembangan identitas, sebagai berikut:<sup>66</sup>

#### 1. Status Identitas

Penyebab sekaligus dampak karakteristik pribadi.

Remaja yang menganggap bahwa kebenaran mutlak selalu bisa diperoleh cenderung tertutup, sementara mereka yang selalu meragukan segala sesuatu kerap kali memiliki identitas terdifusi. Anak muda yang sadar bahwa mereka dapat menggunakan kriteria rasional dalam memilih berbagai alternatif berpeluang berbeda dalam keadaan status moratorium atau pencapaian identitas.

#### 2. Perkembangan identitas

Berperan sebagai “basis rasa aman” yang melandasi dengan penuh rasa percaya diri menapaki dunia luas. Remaja yang merasa terikat pada orangtua mereka, tetapi juga merasa bebas menyuarakan pendapat mereka sendiri condong berada dalam status moratorium atau pencapaian identitas. Remaja tertutup biasanya memiliki ikatan erat dengan orangtua, tetapi

<sup>65</sup> Nasrullah, Komunikasi Antar Budaya DI Era Budaya Siber.

<sup>66</sup> Laura E Berk, *Development Through The Life Span*, 5 cetakan 1 (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012).



kurang memiliki kesempatan untuk berpisah baik-baik dari mereka. Remaja terdifungsi melaporkan tingkat paling rendah dukungan orangtua dan juga komunikasi hangat dan terbuka.

### 3. Interaksi

Beragam teman sebaya melalui aktivitas sekolah dan masyarakat mendorong remaja untuk mengeksplorasi kemungkinan nilai dan peran. Teman dekat, seperti orangtua, dapat bertindak sebagai basis rasa aman, memberikan dukungan emosional, bantuan, dan model perkembangan identitas. dalam sebuah studi, remaja berusia 15 tahun dengan hubungan teman sebaya yang hangat dan penuh rasa saling percaya lebih melibatkan diri dari dalam mengeksplorasi masalah hubungan misalnya, memikirkan apa yang mereka hargai pada diri teman karib dan pasangan hidup.

#### 2.2.6 Teori Identitas menurut Manuel Castells

Menurut Manuel Castells dalam buku "The Power of Identity", konstruksi identitas terdiri dari pengetahuan dan nilai. Menurut Castells, ini didasarkan pada atribut kultural, yang mengutamakan sumber makna lain, karena identitas merupakan sumber nilai bagi aktor individu atau kolektif. Menurut Marcia pada tahun 1993 dalam buku Manuel Castells tahun 1997, mengatakan bahwa pembentukan identitas diri adalah proses melalui pengalaman, kepercayaan, dan identifikasi. Ini dilakukan untuk membuat keputusan tentang tujuan, nilai, dan keyakinan. Dalam pemikirannya, Castells menawarkan pemikiran mengenai tiga bentukan identitas sebagai berikut:<sup>67</sup>

##### 1. Legitimizing *Identity*

<sup>67</sup> Manuel Castells, *The Power of Identity* (West Sussex, UK : Wiley-Blackwell, 2010).

Identitas ini diperkenalkan oleh institusi yang dominan dalam masyarakat. Identitas akan terbentuk yang merupakan ciri utama ketika sebuah institusi yang dominan berupa pikiran yang dirasionalisasikan dalam bentuk dominasi. Identitas inilah yang kemudian membentuk masyarakat sipil yang terdiri dari unsur institusi.

## 2. Resistance Identity

Jenis identitas ini dimiliki oleh aktor-aktor yang memperoleh posisi mereka karena mereka menentang logika berpikir kaum dominan. Jenis identitas ini juga dapat digambarkan sebagai proses bertahannya identitas sebagai bentuk perlawanan. Dalam kasus lain, identitas ini diciptakan oleh mereka yang berada dalam posisi atau keadaan yang lemah karena stigmatisasi dari pihak yang mendominasi, dan biasanya digunakan untuk tujuan politik.

Identitas ini kemudian akan berdampak pada pembentukan suatu komunitas, yang dapat membangun suatu jaringan yang kuat melalui perjuangan kolektif melawan tekanan.

## 3. Project Identity

Project identity adalah proses di mana aktor sosial, berdasarkan basis budaya apapun, membangun identitas baru yang mendefinisikan posisi mereka dalam masyarakat dan berusaha untuk mengubah semua struktur yang mereka miliki. Identitas yang dibangun oleh aktor dan transformasi struktur sosial ini juga terkait dengan posisi mereka dalam kelompok sosial, khususnya organisasi. Selain itu, kelompok identitas adalah asosiasi penting secara politik yang menarik seseorang karena

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

identitas bersama. Kelompok identitas juga merujuk pada kelompok terorganisasi yang memiliki ekspektasi sosial yang menyebabkan perilaku kolektif. Anggota kelompok, dukungan kelompok, dan identitas juga menyebabkan terbentuknya kelompok identitas.

### 2.2.7 Konstruksi Identitas

Menurut Barker pada tahun 2004, pengetahuan identitas sendiri adalah tentang kesamaan dan perbedaan dalam aspek sosial dan personal, tentang kesamaan seseorang dengan sejumlah orang, dan apa yang membedakan seseorang dari orang lain. Dilihat dari bentuknya, Setidaknya ada tiga bentuk identitas, yakni identitas budaya, identitas sosial dan identitas pribadi. Berikut pengertiannya:<sup>68</sup>

#### 1. Identitas Budaya

Identitas budaya merupakan ciri yang muncul karena seseorang itu merupakan anggota dari sebuah kelompok etnik tertentu. Meliputi pembelajaran tentang dan penerimaan tradisi, sifat bawaan, bahasa, agama, dan keturunan dari suatu kebudayaan.

#### 2. Identitas Sosial

Identitas sosial terbentuk sebagai akibat dari keanggotaan kita dalam suatu kebudayaan. Tipe kelompok itu antara lain, umur, gender, kerja, agama, kelas sosial dan tempat. Identitas sosial merupakan identitas yang diperoleh melalui proses pencarian dan pendidikan dalam jangka waktu yang lama.

#### 3. Identitas Pribadi

Identitas pribadi atau personal didasarkan pada keunikan karakteristik pribadi seseorang. Perilaku

<sup>68</sup> Chris Barker, *Cultural studies : theory and practice* (Yogyakarta: Bentang Pustaka, 2005).

budaya, suara, gerak – gerak, anggota tubuh, nada suara, cara berpidato, warna pakaian, dan guntingan rambut menunjukkan ciri khas seseorang yang tidak dimiliki oleh orang lain.

Sementara pengertian konstruksi identitas menurut Barker pada tahun 2004, adalah bangunan identitas diri, memperlihatkan siapa diri kita sebenarnya dan kesamaan kita dengan sejumlah orang dan apa yang membedakan kita dari orang lain. Sedangkan menurut Stuard & Sundeen konstruksi identitas adalah kesadaran akan diri sendiri yang bersumber dari observasi dan penilaian, yang merupakan sintesa dari semua aspek konsep diri sebagai suatu kesatuan utuh. Seseorang yang mempunyai perasaan identitas diri yang kuat maka akan memandang dirinya berbeda dengan orang lain, unik dan tidak ada duanya. Individu yang memiliki identitas diri yang kuat akan memandang dirinya sebagai suatu kesatuan yang utuh dan terpisah dari orang lain dan individu tersebut akan mempertahankan identitasnya walau dalam kondisi sesulit apapun.

### 2.2.8 Proses Konstruksi Identitas

#### 1. Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial memiliki dampak yang signifikan pada identitas seseorang. Menurut J.M Baldwin dalam buku Chris Barker pada tahun 2004, konsep "*self*" dapat dianggap sebagai suatu konsep yang secara aktif disusun. Baldwin menjelaskan bahwa "*self*" tidak ada pada saat lahir atau masa kanak-kanak, tetapi berkembang melalui interaksi dengan lingkungan sosial, seperti orang tua, saudara, dan individu lain yang rutin berinteraksi dengannya. Dengan kata lain, "*self*" adalah hasil dari pengaruh sosial, dan tanpa interaksi dengan lingkungan sosialnya, individu tidak akan mampu menemukan identitasnya. Ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial memiliki peran



penting dalam pembentukan identitas individu melalui interaksi yang terus menerus.

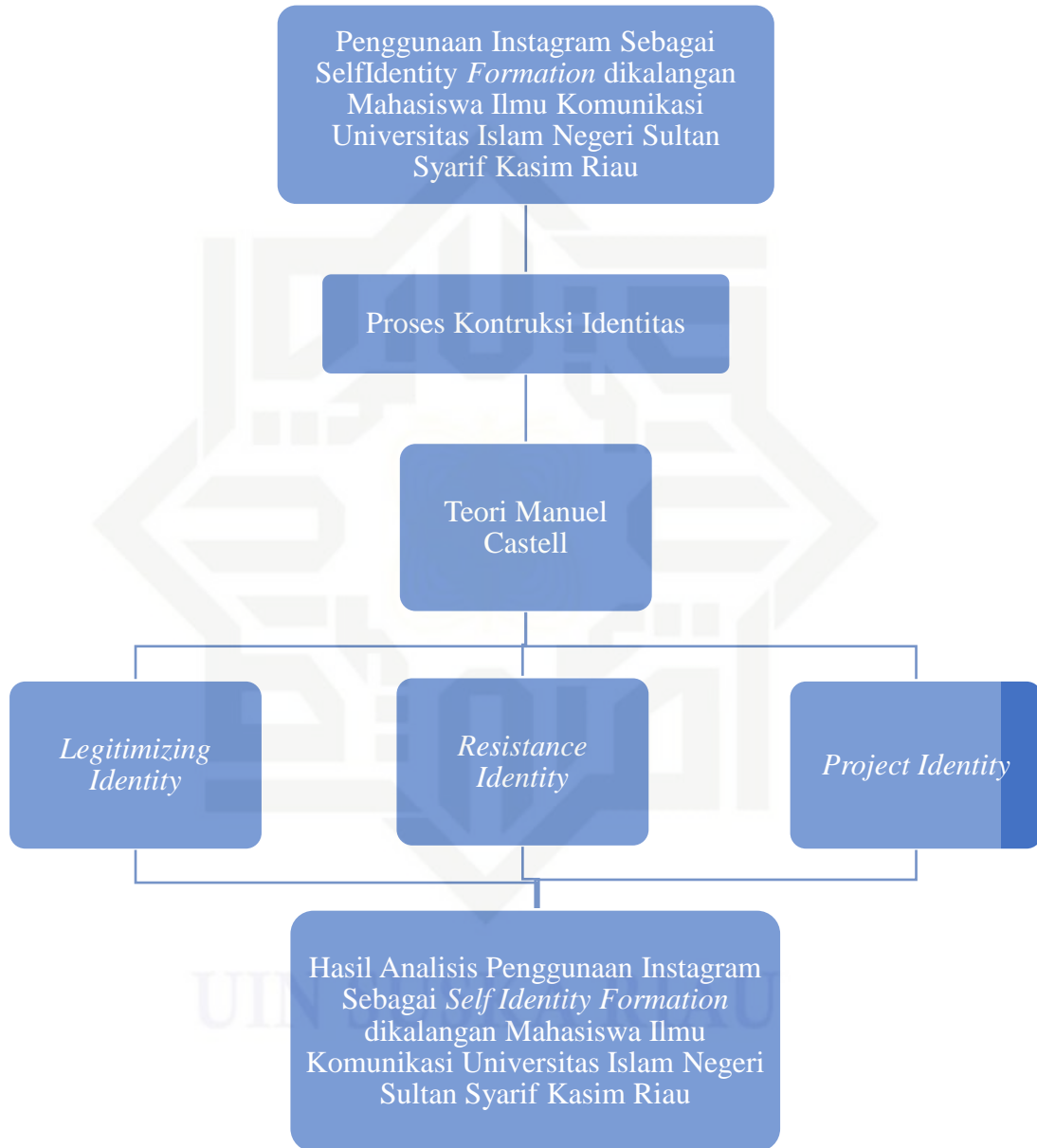
## 2. Konsep Diri

Konsep diri atau *self* concept merujuk pada persepsi, keyakinan, perasaan, atau sikap individu terhadap dirinya sendiri, serta kualitas penilaian individu terhadap dirinya. *Self* concept terdiri dari tiga komponen, yakni: persepsi fisik atau *physical self* concept, yang mencakup citra tubuh individu seperti penampilan dan daya tarik fisiknya; konseptual atau *psychological self* concept, yang mencakup pandangan individu terhadap kemampuan dan kelemahan dirinya, serta harapan masa depannya, serta aspek penyesuaian hidup seperti kejujuran, kepercayaan diri, kemandirian, dan keberanian; dan attitudinal, yang melibatkan perasaan individu terhadap dirinya sendiri, serta sikapnya terhadap nilai-nilai seperti harga diri, kebanggaan, dan rasa rendah diri.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 2.3 Kerangka Berpikir



**Gambar 2.10**  
**Kerangka Berpikir**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Desain Penelitian

Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, menggunakan pendekatan deskriptif, untuk mencapai tujuan mendapatkan pemahaman umum tentang kenyataan sosial dan perspektif informan. Setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, pemahaman tidak terbentuk sebelumnya. Sebagian besar orang percaya bahwa metode deskriptif kualitatif adalah cara terbaik untuk menyelesaikan masalah yang membutuhkan penyelidikan rinci.<sup>69</sup>

Deskriptif kualitatif berfokus pada menjawab pertanyaan penelitian tentang siapa, apa, dimana, dan bagaimana suatu peristiwa atau pengalaman terjadi. Pada akhirnya, deskriptif kualitatif dilakukan secara menyeluruh untuk menemukan pola pola yang muncul dari peristiwa tersebut. Penelitian deskriptif kualitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif sederhana dan alur induktif. Alur induktif berarti bahwa penelitian deskriptif kualitatif dimulai dengan menjelaskan proses atau peristiwa tertentu sebelum menghasilkan generalisasi sebagai kesimpulan dari proses atau peristiwa tersebut.<sup>70</sup>

Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk mengeksplorasi makna, pemahaman, dan peristiwa dalam kehidupan manusia dalam konteks yang detail, kontekstual, dan secara keseluruhan.<sup>71</sup> Dengan kata lain, penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami subjek, seperti manusia, persepsi, dorongan, dan tindakan secara keseluruhan.<sup>72</sup>

<sup>69</sup> Burhan Burgin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2006).

<sup>70</sup> Wiwin Yuliani, "Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling" Vol.2, No.2(2018) Hal.83-84, <https://E-Journal.Stkipsiliwangi.Ac.Id/Index.Php/Quanta/Article/View/1641/911>.

<sup>71</sup> A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Pt. Kencana Prenamedia Grup, 2016), Hal.328

<sup>72</sup> Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Re*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), Hal.6

Pendekatan deskriptif lebih bertujuan untuk mengumpulkan data dan menjelaskan fenomena secara menyeluruh. Studi ini tidak mengutamakan seberapa besar populasi atau samplingnya; jika data yang dikumpulkan cukup mendalam untuk menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lagi. Ini lebih fokus pada masalah kualitas (kedalaman) data daripada kuantitas.<sup>73</sup>

### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempatnya dipilih sebagai subjek penelitian membantu mendapatkan data yang diperlukan selama penulisan proposal.<sup>74</sup> Dalam penelitian ini, penulis meneliti pengguna aplikasi *Instagram* khususnya pada mahasiswa/i Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Waktu penelitiannya berlangsung dari bulan Maret 2024.

### 3.3 Sumber Data Penelitian

Data penelitian kualitatif sebagian besar berasal dari kata-kata dan tindakan; selebihnya berasal dari data tambahan seperti dokumen, jurnal, dll. Data utama berasal dari catatan tertulis atau pengambilan foto dan rekaman video/audio. Dokumen pribadi dan dokumen resmi adalah contoh sumber data tambahan yang berasal dari catatan tertulis.<sup>75</sup> Jadi, sumber data penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu:

#### a. Data primer

Data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung melalui pedoman *observasi* berkala untuk mengetahui penggunaan *Instagram* sebagai pembentukan identitas diri pada mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

<sup>73</sup> Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif Edisi Kedua*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009)

<sup>74</sup> Muri Yusuf, A., *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan / A. Muri Yusuf* (Jakarta: Kencana, 2017, N.D.).

<sup>75</sup> Moloeng J. Laxy, "Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi" Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## b. Data sekunder

Data yang diperoleh dari sumber lain, tidak dari sumber penelitian langsung.<sup>76</sup> Data sekunder ini mencari tambahan informasi mengenai pengguna aplikasi *Instagram* pada mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau melalui jurnal, buku dan skripsi terdahulu.

### 3.4 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang diwawancarai dan diminta informasi oleh pewawancara, informan adalah individu yang mengetahui dan memahami data atau fakta objek penelitian.<sup>77</sup> Informan adalah mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian atau informan yang mengetahui secara mendalam permasalahan yang sedang diteliti.<sup>78</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan lima informan, berikut informan pada penelitian ini tercantum pada table dibawah ini:

**Tabel 3. 1**  
**Data Nama Informan dan Username *Instagram* Informan**

No	Nama Informan	Username <i>Instagram</i>	Followers
1.	Vikri Alvreda	@vikrialvreda	13,4K
2.	Muhammad Hadid Prakoso	@muhadidd	997
3.	Deni Aferta	@deniaferta_darwin	2.251
4.	Fadel Ananda Gutanio	@fadelgutanio	830
5.	Nurul Latifa Adri	@nurulltvdr	2.506
6.	Oktabi Pratama	@pratamaoktaby	2.847

<sup>76</sup> Saefudin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005)

<sup>77</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 108

<sup>78</sup> Florentina Juita, Mas`Ad Mas`Ad, Dan Arif Arif, "Peran Perempuan Pedagang Sayur Keliling Dalam Menopang Ekonomi Keluarga Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Pagesangan Kecamatan Mataram Kota Mataram," *Civicus: Pendidikan-Penelitian-Pengabdian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan* 8, No. 2 (12 Oktober 2020): 102, <https://doi.org/10.31764/Civicus.V8i2.2916>.

7. Muhammad Ravi @mhdravi\_ 1.922

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah mencari, mencatat, dan mengumpulkan semua secara objektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi dan wawancara di lapangan yaitu pencatatan data dan berbagai bentuk data yang ada di lapangan. Dalam penelitian ini pengumpulan data ada beberapa metode, yaitu wawancara atau *interview*, observasi atau pengamatan dan dokumentasi.

#### a. Wawancara

Wawancara adalah cara komunikasi antara dua orang yang membutuhkan informasi dari orang lain (informan) dengan mengajukan pertanyaan tertentu.<sup>79</sup> Untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat, teknik observasi sering digunakan bersamaan dengan wawancara mendalam. Oleh karena itu, data yang dihasilkan dari observasi akan digali lebih dalam dengan menggunakan teknik wawancara mendalam. Ini merupakan salah satu upaya untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan akurat.<sup>80</sup> Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai beberapa informan dari mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang menggunakan aplikasi *Instagram* sebagai pembentukan identitas diri.

#### b. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data di mana peneliti mengamati dan melihat suatu peristiwa secara langsung di lapangan. Peneliti berusaha untuk hidup di antara orang-orang dan melakukan apa yang mereka lakukan. Sugiono menyatakan bahwa

<sup>79</sup> Mohammad Mulyadi, "Riset Desain Dalam Metodologi Penelitian," *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* Vol.16 No.1 (21agustus2013): Hal.79, <https://doi.org/10.31445/jskm.2012.160106>.

<sup>80</sup> Feny Rita Fiantika Dkk., "Metodologi Penelitian Kualitatif, (Sumatera Barat: Pt.Global Eksekutif Teknologi 2022)".

observasi adalah metode pengumpulan data yang unik dibandingkan dengan metode lain. Observasi didefinisikan sebagai proses memperoleh data informasi melalui pengamatan.<sup>81</sup>

Observasi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Tujuan observasi adalah untuk menggambarkan objek yang akan diamati, mencapai kesimpulan, dan mendapatkan data dengan cara yang jelas dan sesuai dengan tujuan peneliti.<sup>82</sup> Peneliti akan melakukan observasi langsung melalui profil dan fitur *Instagram* pada mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau untuk mengetahui pembentukan identitas diri.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik mengumpulkan data yang berupa bukti maupun informasi yang digunakan dalam penelitian untuk menelusuri sebuah informasi.<sup>83</sup> Data yang dikumpulkan dari berbagai sumber media, seperti dokumen, video, kamera, surat kabar, makalah, bulletin, dan jurnal, disebut dokumentasi. Dengan data ini, diharapkan bahwa variabel penelitian akan sesuai. Peneliti akan mengumpulkan dokumen dari akun *Instagram* dan foto atau video yang diunggah oleh mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

### 3.6 Validitas Data

Validitas berasal dari kata "*validity*", yang berarti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melaksanakan fungsi ukurnya. Apabila alat tersebut melakukan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud pengukuran tersebut, tes atau instrumen pengukuran dianggap memiliki validitas yang tinggi. Artinya, hasil

<sup>81</sup> Pujileksono, Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif.

<sup>82</sup> Sugiono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan, Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D.

<sup>83</sup> Imam Gunawan, Metode Penelitian Kualitatif (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), Hal 177.

ukur dari pengukuran tersebut sesuai dengan fakta atau keadaan sebenarnya. Arikunto kemudian menjelaskan bahwa validitas adalah ukuran yang menunjukkan kesahihan atau keandalan suatu alat ukur. Alat ukur yang tidak valid berarti tidak valid. Untuk menguji validitas alat ukur, pertama-tama cari harga korelasi antara seluruh bagian alat ukur. Ini dilakukan dengan mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total, yang merupakan jumlah semua skor butir, dan menggunakan rumus Pearson Product Moment.<sup>84</sup> Jadi, validitas data adalah keabsahan data bahwa instrumen atau alat ukur yang digunakan akurat dan dapat diandalkan.<sup>85</sup>

Validitas data juga disebut sebagai keabsahan data sehingga instrumen atau alat ukur yang digunakan dalam penelitian dapat dipercaya dan akurat. Penulis menggunakan triangulasi data untuk memeriksa keabsahan data dalam penelitian ini. Tujuan triangulasi adalah untuk memeriksa keabsahan data dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber, serta hasil dari dua peneliti atau lebih. Triangulasi juga didefinisikan sebagai penggabungan dari berbagai teknik pengumpulan data.<sup>86</sup> Peneliti menggunakan triangulasi sumber dalam penelitian ini. Triangulasi sumber adalah teknik yang digunakan untuk menguji ketepatan data dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber data.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan metode analisis data deskriptif. Metode ini menganalisis data sehingga memberikan gambaran tentang apa yang terjadi dalam penelitian sehingga peneliti tidak perlu menguji hipotesis.<sup>87</sup> Analisis data menggunakan penelitian lapangan di satu atau lebih lokasi.<sup>88</sup> Peneliti

<sup>84</sup> Nurilla Lailatul Khoiriyah, Fitri Marisa, Dan Indra Dharma Wijaya, "Rancang Bangun Sistem Presensi Online Berbasis Granted Validitas Data," *J I M P - Jurnal Informatika Merdeka Pasuruan* 3, No. 1 (23 Maret 2018), <https://doi.org/10.37438/Jimp.V3i1.89>.

<sup>85</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktik Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014)

<sup>86</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2013) Hal. 397.

<sup>87</sup> Djam'an Satori And Aam Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pt Alfa Beta 2011) Hal 63.

<sup>88</sup> Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 308.



menggunakan metode analisis Miles dan Huberman, yang menjelaskan teknik kualitatif dapat diterapkan dalam tiga tahap.<sup>89</sup> Yaitu, reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan *verification*. Teknik analisis data dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:<sup>90</sup>

a. Reduksi Data

Reduksi data berarti merangkum dan memprioritaskan informasi penting dengan mencari pola dan tema serta membuang data atau elemen yang tidak penting.

b. Penyajian Data

Setelah data dikumpulkan dan direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penelitian ini akan dilakukan dalam bentuk teks naratif yang menggambarkan alur proses dinamika pembentukan identitas diri yang terjadi pada informan. Dengan demikian, data akan diorganisir secara sistematis dan mudah dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan

Menurut Miles langkah ketiga dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan awal yang dibuat tidak permanen dan dapat diubah jika ada bukti kuat yang mendukung langkah-langkah pengumpulan data berikutnya. Namun demikian, jika ada bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan, maka kesimpulan yang dibuat akan dipercaya.

<sup>89</sup> Sugeng Pujileksono, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Malang: Intrans Publishing, 2016), H. 152.

<sup>90</sup> Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 28.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV GAMBARAN UMUM

### 4.1 Gambaran Umum Aplikasi *Instagram*



**Gambar 4.1**  
**Logo *Instagram***

*Instagram*, aplikasi berbagi foto dan video gratis yang tersedia di iPhone dan Android, memungkinkan pengguna mengunggah foto atau video ke *platform* dan membaginya dengan pengikut atau grup teman. Selain itu, pengguna dapat melihat, mengomentari, dan menyukai postingan yang diposting oleh teman mereka. Untuk membuat akun, siapa pun yang berusia 13 tahun ke atas dapat menggunakan alamat email mereka dan memilih nama pengguna.<sup>91</sup> *Instagram* adalah aplikasi media sosial untuk ponsel yang ditujukan untuk media digital. Ini mirip dengan *Twitter*, tetapi memungkinkan pengguna berbagi foto dengan orang lain.<sup>92</sup>

*Instagram* adalah *platform* jejaring sosial yang dimiliki oleh perusahaan Amerika meta *platforms* yang memungkinkan orang berbagi foto dan video. Pengguna dapat mengunggah media melalui aplikasi ini, yang dapat diubah dengan filter atau disesuaikan dengan tagar dan penandaan geografis. *Instagram* kemudian berubah menjadi platform untuk mendapatkan kritik dan saran dari warganet Indonesia. Banyak selebriti dunia mengunggah

<sup>91</sup> Tentang Instagram

<sup>92</sup> Adhikara Dan Yusiana, “Perancangan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi (Studi Kasus Pada Ud. Jananuraga Fish Di Kota Bekasi 2021).”

foto mereka untuk mendapatkan kritik dan saran dari warganet Indonesia, dan unggahan mereka dapat dibagikan secara publik atau dengan pengikut yang telah disetujui sebelumnya. Dengan menggunakan tag dan lokasi konten, pengguna dapat melihat konten yang sedang tren, menyukai foto, dan mengikuti pengguna lain untuk menambah konten ke feed pribadi mereka.<sup>93</sup>

#### 4.2 Gambaran Umum Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau



*Gambar 4. 2*  
*Logo Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau<sup>94</sup>*

##### 1. Sejarah Singkat Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Universitas Islam Negeri Sultan Kasim (UIN SUSKA) Riau adalah penerus dari Institut Agama Islam Negeri Sultan Syarif Qasim (IAIN Susqa) Pekanbaru yang memiliki status yang lebih baik atau diperluas. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 94 Tahun 1970, yang dikeluarkan pada tanggal 19 September 1970, menentukan pembentukan lembaga ini. Pada awal berdirinya, IAIN Susqa hanya memiliki tiga fakultas: Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah, dan Fakultas Ushuluddin. Dengan waktu, fakultas dan fasilitas lainnya ditambahkan. Fakultas Dakwah dan Komunikasi didirikan pada tahun 1998/1999. Meskipun secara resmi didirikan pada tahun tersebut. Fakultas ini sudah

<sup>93</sup> Andrew Hutchinson "InstagramStories Is Now Being Used By 500 Million People Daily". Social Media Today. accessed Mei 14 2024, <https://www.socialmediatoday.com/news/instagram-stories-is-now-being-used-by-500-million-people-daily/547270/>.

<sup>94</sup> "Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau," Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau, accessed Mei 14, 2024, <https://komunikasi.uin-suska.ac.id/>.

hampir berusia 25 tahun, berawal dari jurusan Ilmu Dakwah awalnya berada di Fakultas Ushuludin.

Untuk mempersiapkan perluasan jurusan di Fakultas Dakwah, konsultasi dilakukan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung pada tahun 1996/1997. Pada tahun 1997, IAIN Susqa Pekanbaru dan Universitas Padjajaran Bandung setuju untuk bekerja sama, dan mereka menandatangani Memorandum of Understanding (MoU) pada Januari 1998. Untuk melengkapi jurusan yang ada di Fakultas Dakwah, telah disetujui pembukaan Program Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi.<sup>95</sup> Jurusan Ilmu Komunikasi sudah berusia sekitar 25 tahun hingga saat ini. Dan dia memiliki tiga konsentrasi yaitu, Public Relations, Broadcasting dan Jurnalistik.

## 2. Visi, Misi, dan Tujuan Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Visi, Misi, dan Tujuan Program Ilmu Komunikasi adalah sebagai berikut:<sup>96</sup>

### a. Visi

“Terwujudnya program studi yang unggul, inovatif, dan kolaboratif dalam keilmuan komunikasi di Asia pada tahun 2025.”

### b. Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran keilmuan komunikasi untuk melahirkan sumber daya manusia yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan global serta memiliki integritas pribadi sebagai sarjana muslim.

<sup>95</sup> “Sejarah,” Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau (blog), accessed Mei 14, 2024, <https://komunikasi.uin-suska.ac.id/profil/sejarah/>.

<sup>96</sup> “Visi, Misi Dan Tujuan,” Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau (blog), accessed Mei 14, 2024, <https://komunikasi.uin-suska.ac.id/profil/visi-dan-misi/>



2. Menyelenggarakan penelitian berbasis publikasi untuk pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan atau seni bidang komunikasi.
3. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat berbasis keilmuan komunikasi yang bermanfaat bagi kemanusiaan.
4. Menyelenggarakan kerjasama dengan lembaga-lembaga terkait dalam dan luar negeri.
5. Menyelenggarakan tata kelola program studi yang baik (good department governance) serta adaptif dengan sistem dan teknologi digital.

c. Tujuan

1. Menghasilkan lulusan yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan global serta memiliki integritas pribadi sebagai sarjana muslim.
2. Menghasilkan penelitian berbasis publikasi nasional atau internasional dalam bidang ilmu komunikasi.
3. Menghasilkan pengabdian kepada masyarakat berbasis keilmuan dakwah dan komunikasi yang bermanfaat bagi kemanusiaan.
4. Menghasilkan kerja sama dengan lembaga-lembaga terkait dalam dan luar negeri.
5. Menghasilkan tata kelola program studi yang baik (good department governance) serta adaptif dengan sistem dan teknologi digital.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Berikut ini adalah daftar nama dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau :

**Tabel 4. 1**  
**Daftar Nama Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi<sup>97</sup>**

No.	Nama Dosen	No.	Nama Dosen
1.	Dr. Nurdin, M.A	16.	Yudi Martha Nugraha, S.Sn., M.Ds
2.	Dr. Elfiandri, S.Ag., M.Si	17.	Dewi Sukartik, M.Sc
3.	Dr. Muhammad Badri, S.P., M.Si	18.	Edison, S.Sos., M.I.Kom
4.	Dr. Musfialdy, S.Sos., M.Si	19.	Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom
5.	Dr. Toni Hartono, M.Si	20.	Artis, S.Ag., M.I.Kom
6.	Dr. Titi Antin, S.Sos., M.Si	21.	Rohayati, S.Sos., M.I.Kom
7.	Dr. Sudianto, S.Sos., M.I.Kom	22.	Hayatullah Kurniadi, S.I.Kom., M.A
8.	Dr. Usman, S.Sos., M.I.Kom	23.	JulisSuriyani,S.I.Kom., M.I.Kom
9.	Febby Amelia Trisakti, M.Si	24.	Darmawati,S.I.Kom.,M.I.Kom
10.	Firdaus El Hadi, S.Sos, M.Soc.Sc	25.	Tika Mutia, S.I.Kom., M.I.Kom
11.	Yantos, S.IP., M.Si	26.	Umar Abdurrahim, S.Sos.I.,M.A
12.	Dra. Atjih Sukaesih., M.Si	27.	Suardi, S.Sos., M.I.Kom
13.	Mardhiah Rubani, M.Si	28.	Rusyada Fauzana,SS., M.Si
14.	Intan Kemala, S.Sos., M.Si	29.	Mustafa, S.Sos., M.I.Kom
15.	Rafdaedi, S.Sos.I., MA		

<sup>97</sup> “Direktori Dosen,” Prodi Ilmu Komunikasi FDK UIN Suska Riau (blog), accessed Mei 14, 2024, <https://komunikasi.uin-suska.ac.id/direktori-dosen/>.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 4.3 Profil Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Berikut ini adalah profil mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau sebagai informan yang aktif dalam penggunaan *Instagram* :

a. Vikri Alvreda

Nama : Vikri Alvreda

Username *Instagram* : @vikrialvreda

Vikri Alvreda, juga dikenal dengan nama "Ocit", adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 konsentrasi Broadcasting. Selain menjadi mahasiswa, Ocit juga bekerja sebagai fotografi dan videografi freelance. Dia juga memiliki toko oleh-oleh bernama Ratu Nanas. Ocit aktif membuat konten setiap hari di akun *Instagram* dan *TikTok* nya.

b. Hadid

Nama : Muhammad Hadid Prakoso

Username *Instagram* : @muhadidd

Muhammad Hadid Prakoso yang dikenal dengan nama "Hadid", adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 konsentrasi Broadcasting. Selain menjadi mahasiswa, Hadid juga menjadi putera kampus literasi riau 2023, suskatv dan menjadi talent sultans management.

c. Deni Aferta Darwin

Nama : Deni Aferta Darwin

Username *Instagram* : @deniaferta\_darwin

Deni Aferta Darwin yang kerap disapa deni merupakan mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi angkatan 2020 konsentrasi Broadcasting. Selain menjadi seorang mahasiswa deni aktif membuat konten lucu di akun *Instagram* dan *TikTok* nya.

d. Fadel Ananda Gutanio

Nama : Fadel Ananda Gutanio

Username *Instagram* : @fadelgutanio

Fadel Ananda Gutanio kerap disapa fadel merupakan mahasiswa aktif Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2020. Fadel merupakan konten kreator videografer lebih kearah seputar automotive.

e. Nurul Latifa Adri

Nama : Nurul Latifa Adri

Username *Instagram* : @nurulltvdr

Nurul Latifa Adri atau biasa dipanggil tipa merupakan mahasiswa aktif Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan tahun 2020, sekarang ia menduduki semester 8. Tipa cukup aktif mengikuti organisasi di luar kampus seperti, pengajar di komunitas MF Communication dan GMD (Gerakan Mengajar Desa). Tipa merupakan seseorang yang senang berkomunikasi di akun *Instagram* nya, tipa memiliki konten yang suka sharing mengenai kegiatan yang dilakukannya.

f. Oktabi Pratama

Nama : Oktabi Pratama

Username *Instagram* : @Pratamaoktaby

Oktabi Pratama atau bisa dikenal dengan okta atau abi, merupakan mahasiswa aktif jurusan Ilmu Komunikasi, konsentrasi Public Relations di Fakultas Dakwah dan komunikasi, UIN Suska Riau. Okta cukup aktif dikampus yang bergabung di organisasi HIMAKOM.

g. Muhammad Ravi

Nama : Muhammad Ravi

Username *Instagram* : @mhdravi\_

Muhammad Ravi atau biasa dipanggil Ravi merupakan mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi angkatan 2020, konsentrasi Broadcasting. Ravi cukup aktif menjadi reporter dan presenter di media komunitas Suska Tv. Tidak hanya dikampus sekarang Ravi menjadi presenter di batam televisi.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI PENUTUP

### 6.1 Kesimpulan

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan variasi dalam cara informan menggunakan identitas dalam konteks media sosial *Instagram*. Konsep identitas seperti Legitimizing Identity, Resistance Identity, dan Project Identity memainkan peran penting dalam membentuk bagaimana individu membangun dan mengekspresikan diri mereka di platform *Instagram*.

Pertama, beberapa informan cenderung membangun identitas mereka sejalan dengan norma-norma sosial dan institusional yang ada Legitimizing Identity. Mereka menggunakan media sosial *Instagram* untuk memperkuat citra mereka sebagai anggota yang patuh dan diakui dari organisasi atau lembaga yang dominan.

Kedua, sementara konsep Resistance Identity kurang dominan dalam penelitian ini, beberapa informan memilih untuk tidak menantang norma sosial atau institusional yang ada secara terbuka di media sosial *Instagram*, karena pertimbangan budaya, sosial, ataupun nilai-nilai yang sudah terbentuk oleh lingkungan sosial.

Ketiga, mayoritas informan cenderung menerapkan Project Identity, dimana mereka aktif dalam membangun proyek-proyek yang mencerminkan nilai-nilai pribadi, sosial, atau budaya yang mereka anut. Ini mencakup aktivitas seperti kebiasaan, kesamaan tujuan, budaya lokal, atau kontribusi dalam bidang sosial dan kemanusiaan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial *Instagram* sebagai alat untuk membangun identitas sangat dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, dan nilai-nilai pribadi dari masing-masing individu. Pemahaman akan kompleksitas ini dapat memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana penggunaan platform *Instagram* untuk *Self – Identity Formation* dan mengekspresikan diri pada mereka.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 6.2 Saran

Dari kesimpulan penelitian ini, beberapa saran praktis dapat diambil untuk memandu individu dalam Penggunaan *Instagram* sebagai *Self – Identity Formation* dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU.

Pertama, penting untuk memahami konteks budaya dan sosial tempat individu berada sebelum mengekspresikan identitas mereka. Memahami nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat dapat membantu dalam menyusun strategi yang sesuai untuk mengekspresikan diri tanpa menimbulkan konflik yang tidak perlu.

Kedua, individu perlu fleksibel dalam mengekspresikan identitas mereka. Terbuka untuk menyesuaikan ekspresi identitas dengan situasi yang berubah atau konteks yang berbeda dapat membantu menjaga relevansi dan dampak positif dari apa yang mereka bagikan di media sosial.

Dengan menerapkan saran-saran ini, individu dapat lebih efektif dalam Penggunaan *Instagram* sebagai *Self – Identity Formation* dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhikara, M. B., & Yusiana, R. (2021). Perancangan Media Sosial *Instagram* Sebagai Media Promosi (Studi Kasus Pada Ud. Jananuraga Fish Di Kota Bekasi 2021). *Eproceedings Of Applied Science*, 7(5).
- Agustriana, N. (2018). Pengaruh Metode Edutainment Dan Identitas Diri Terhadap Keterampilan Sosial Anak. *Al Fitrah: Journal Of Early Childhood Islamic Education*, 2(1).
- Akbar, N. F., & Faristiana, A. R. (2023). Perubahan Sosial Dan Pengaruh Media Sosial Tentang Peran *Instagram* Dalam Membentuk Identitas Diri Remaja. *Simpati: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Bahasa*, 1(3).
- Harmia, C. D. (2023). Refleksi Identitas Sosial dalam Strategi Dakwah Ustadz Abdul Somad Dan Habib Jafar: Kajian Variasi Bahasa. *Madah: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 14(2).
- Anggraeni, P. N., Herdiani, S., Rustini, T., & Arifin, M. H. (2022). Pengaruh Kemajuan Teknologi Komunikasi Terhadap Perkembangan Sosial Anak. *Journal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 14(1).
- Annur Mutia Cindy, "Indonesia Jadi Negara Dengan Pengguna *Instagram* Terbanyak Ke-4 Di Dunia", Diakses Pada Tanggal 22 Januari 2024, <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2023/11/28/Indonesia-Jadi-Negara-Dengan-Pengguna-Instagram-Terbanyak-Ke-4-Di-Dunia>.
- Arief, Muminto, Eleazar Chrisovero, Dan Yuni Retna Dewi. (2023). "Penggunaan Akun *Instagram* Sebagai Cyber Public Relations Trans Media Sosial." *Jurnal Cyber Pr*, 23 (1).
- Atmoko, Bambang Dwi. *Instagram* Hanbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita, 2012.
- Awi, M. V., Mewengkang, N., & Golung, A. (2016). Peranan Komunikasi Antar Pribadi Dalam Menciptakan Harmonisasi Keluarga Di Desa Kimaamkabupaten Merauke. *Acta Diurna Komunikasi*, 5(2).
- Azwar Saefudin, "Metodologi Penelitian" Yogyakarta: Pustaka Belajar 2005.
- Berita Terkini "Penjelasan Sejarah Kemahasiswaan Singkat Di Indonesia" <https://Kumparan.Com/Berita-Terkini/Penjelasan-Sejarah->

Kemahasiswaan-Singkat-Di-Indonesia-20gnxytdunl/Full Diakses Pada Tanggal 3 Maret 2024

- Berk, L. E.. "Development Through The Life Span" Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2012.
- Bungin Burhan, Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik , Dan Ilmu Sosial Lainnya" Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Burgin Burhan "Metode Penelitian Kualitatif" Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2006.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Publiciana*, 9(1).
- Cahyono, H. (2019). Peran Mahasiswa Di Masyarakat. *De Banten-Bode: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Pkm) Setiabudhi*, 1(1).
- Castells, Manuel. 1997. "Communal Heavens: *Identity* And Meaning In The Network Society", Dalam "The Power Of *Identity*", Oxford: Blackwell.
- Cholik, C. A. (2021). Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi/Ict Dalam Berbagai Bidang. *Jurnal Fakultas Teknik Kuningan*, 2(2).
- Cintiawati, N., & Naimah, T. (2015). Identitas Diri Pada Remaja Dari Keluarga Berbeda Agama (Studi Fenomenologi Pada Remaja Dari Keluarga Dengan Latar Belakang Agama Yang Berbeda). *Sainteks*, 12(2).
- Constine, Josh; Cutler, Kim-Mai. "Facebook Buys *Instagram* For \$1 Billion, Turns Budding Rival Into Its Standalone Photo App", Diakses Tanggal 22 Januari 2024, <https://Techcrunch.Com/2012/04/09/Facebook-To-Acquire-Instagram-For-1-Billion/>.
- Damayanti, R. (2018). Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial *Instagram*. Data Reportal. "Statistik Media Sosial Global".
- Destritanti, R., & Syafiq, M. (2019). Identitas Diri Remaja Yang Berhadapan Dengan Hukum. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 6(1).
- Dewi, F. N. R. (2021). Konsep Diri Pada Masa Remaja Akhir Dalam Kematangan Karir Siswa. *Konseling Edukasi 'Journal Of Guidance And Counseling*, 5(1).



- Ekasari, N. (2014). Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada Pt. Bfi Finance Jambi. Jambi University.
- Febriandari, D., Nauli, F. A., & Hd, S. R. (2016). Hubungan Kecanduan Bermain Game Online Terhadap Identitas Diri Remaja. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 4(1).
- Feist Jess, Feist J Gregory., Teori Kepribadian, Terj. Handrianto (Jakarta: Salemba Humanika, 2010)
- Feroza, C. S. B., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial *Instagram* Pada Akun@ Yhoophii\_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1).
- Fiantika Rita Feny Dkk, "Metodologi Penelitian Kualitatif" Sumatera Barat: Pt.Global Eksekutif Teknologi 2022.
- Florentina, J. (2020). Peran Perempuan Pedagang Sayur Keliling Dalam Menopang Ekonomi Keluarga Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Pagesangan Kecamatan Mataram Kota Mataram (Doctoral Dissertation, Universitas\_Muhammadiyah\_Mataram).
- Gani, A. G. (2020). Sejarah Dan Perkembangan Internet Di Indonesia. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(2).
- Gunawan Imam "Metode Penelitian Kualitatif" Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Hadi, N. (2022). Perancangan Motion Promotional Campaign "Positif Bermedia Sosial". *Ikonik: Jurnal Seni Dan Desain*, 4(2).
- Hakim, A. R., Mardhiyah, A., Novtadijanto, D. M. I., Nurkholifah, N., Ramdani, Z., & Amri, A. (2021). Pembentukan Identitas Diri Pada Kpopers. *Motiva: Jurnal Psikologi*, 4(1).
- Hakim, W. (2014). Proses Komunikasi Terintermediasi Dalam Pt. X Tour. *Jurnal E-Komunikasi*, 2(2).
- Harapan Edi Dan Ahqmad Ayarwani, Komunikasi Antarpribadi, Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada, 2016.

- Hasanah, U. (2013). Pembentukan Identitas Diri Dan Gambaran Diri (*SelfBody Image*) Pada Remaja Putri Bertato Di Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2).
- Hikmawati, F., Nurawaliah, A., & Hidayat, I. N. (2021). *SelfDisclosure* Santri Remaja Di Media Sosial: Peran *SelfIdentity* Status Dan Affiliation Motive. *Psymphatic: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1).
- Holmes, David. 2012. *Teori Komunikasi: Media, Teknologi Dan Masyarakat*. Yogyakarta : Pustakapelajar.
- Hutchinson Andrew "*Instagram* Stories Is Now Being Used By 500 Million People Daily". *Social Media Today*. Diakses Pada Tanggal 22 Januari 2024. <https://www.socialmediatoday.com/news/instagram-stories-is-now-being-used-by-500-million-people-daily/547270/>
- Idaman, N., & Kencana, W. H. (2021). Identitas Virtual Remaja Pada Media Sosial *Instagram*. *Ikra-Ith Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(1).
- Idrus Muhammad, "Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif Edisi Kedua" Jakarta: Penerbit Erlangga 2009.
- Ismail, A., & Suhaeb, F. W. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial *Instagram* Terhadap Gaya Hidup( Studi Pada Mahasiswa Fis-H Unm ).
- Jan H. Kietzmann, Etl ,2011, *Social Media? Get Serious! Understanding The Functional Building Blocks Of Social Media*, *Business Horizons* 54.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, <https://kbbi.web.id/> Diakses Pada Tanggal 2 Maret 2024.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media. *Business Horizons*, 53(1).
- Kertamukti, R., Nugroho, H., & Wahyono, S. B. (2019). Kontruksi Ldentitas Melalui Stories Highlight *Instagram* Kalangan Kelas Menengah. *Jurnal Aspikom*, 4(1).
- Khairunnisa, H., Nursanti, S., Ramdhani, M., & Utamidewi, W. (2019). Representasi Gaya Hidup Modern Dalam Vlog Gen Halilintar Di Youtube. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 4(1).

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Khoiriyah, N. L., Marisa, F., & Wijaya, I. D. (2018). Rancang Bangun Sistem Presensi Online Berbasis Granted Validitas Data. *Jimp (Jurnal Informatika Merdeka Pasuruan)*, 3(1).
- Kirana, S. I., Purwaningrum, R., & Hidayat, R. R. (2020). Studi Fenomenologi Identitas Diri Anggota Clique. *Jurnal Psikoedukasi Dan Konseling*, 4(1).
- Kriyantono Rachmat, "Teknik Praktik Riset Komunikasi" Jakarta: Kencana Prenada Media Group 2014.
- Lestari, S. N. D., Furau'ki, N. A. F., & Darmawan, F. (2021). Perilaku *Self*Disclosure Mahasiswa Kota Bandung Melalui *Instagram*. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 9(1).
- Liliwari Alo "Komunikasi Antar-Pribadi" Bandung: Citra Aditya Bakti, 1997.
- Lometti, Guy E. Reeves, Byron. Bybee, Carl R. 1977. Investigating Assumptions of Uses and Gratifications Research. *Penelitian Komunikasi*.
- Madrah Muna, Dan Made Dwi Adnjani. (2013). "Identitas Diri Remaja Melalui Status Sosial Facebook." *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna* (4) (2).
- Mardiyah, A. (2018). Fenomena Clickbait Di Tribunnews. Com Ditinjau Dari Kode Etik Jurnalistik Indonesia Periode Maret 2018. *Jurnal Heritage*, 6(1).
- Marwoko, G. (2019). Psikologi Perkembangan Masa Remaja. Tasyri: *Jurnal Tarbiyah-Syariah-Islamiyah*, 26(1).
- Maureen, C., & Stellarosa, Y. (2021). *Instagram* Sebagai Pembentuk Citra Diri Generasi Milenial Jakarta. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(1).
- Moloeng J. Lexy, "Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi" Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016.
- Monks, F. J., Knoers, A. M., & Haditono, S. R (C). Psikologi Perkembangan: Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Monks, F.J; Knoers, A.M.P; Siti R.H. 2001. Psikologi Perkembangan: Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Mudjiono, Y. (2012). Komunikasi Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1).

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Mulyadi, M. (2012). Riset Desain Dalam Metodologi Penelitian. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 16(1).
- Muus, R. 1996. *Theories Of Adolescence*. New York: Mc Graw Hill.
- Nandy, "Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, Dan Perkembangannya" Diakses Pada Tanggal 22 Januari 2024, [https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/#A\\_Pengertian\\_Media\\_Sosial](https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/#A_Pengertian_Media_Sosial).
- Nasrullah, Rulli, 2012, *Komunikasi Antar Budaya (Di Era Budaya Siber)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Nasrullah, R. 2014. *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 2(1).
- Nurfalah Dr. Farida, S.Sos., M.Si,Dkk, "Identitas Diri Mahasiswa Dalam Media Sosial *Instagram*" Surabaya: Pustaka Aksara, 2021.
- Oktaviana, A. (2023). Analisis Dan Pengembangan Sistem Informasi Manajemen. *Circle Archive*, 1(1).
- Panuju Panut, "Psikologi Remaja" Yogyakarta: Tiara Wacana 2005.
- Panuju, P., Umami, I. "Psikologi Remaja" Tiara Wacana : Yogyakarta 2005.
- Pratiwi, F. D. (2014). *Computer Mediated Communication (Cmc) Dalam Perspektif Komunikasi Lintas Budaya (Tinjauan Pada Soompi Discussion Forum Empress Ki Tanyang Shipper)*. Profetik: *Jurnal Komunikasi*, 7(1).
- Pujileksono Sugeng, "Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif" Malang: Intrans Publishing 2016.
- Pujileksono Sugeng, "Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif", Malang: Intrans Publishing 2016.
- Purwadi, P. (2004). Peroses Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Humanitas: Jurnal Psikologi Indonesia*, 1(1).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1).



- Putra, S. A. (2019). Hubungan Dukungan Sosial Dengan Identitas Diri Anak Yang Berhadapan Dengan Hukum (Abh). *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(3).
- Putro, F. H. A. (2017). Perilaku Penggunaan Media Sosial Dan Identitas Diri (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Perilaku Penggunaan Media Sosial Dan Identitas Diri Di Kalangan Mahasiswa S1 Jurusan Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta).
- Putro, F. H. A. (2017). Perilaku Penggunaan Media Sosial Dan Identitas Diri (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Perilaku Penggunaan Media Sosial Dan Identitas Diri Di Kalangan Mahasiswa S1 Jurusan Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta).
- Rahma, F. A., & Reza, M. (2013). Hubungan Antara Pembentukan Identitas Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Merchandise Pada Remaja. *Character*, 1(3).
- Rahma, M., Yulis, E., Pratiwi, N., Susanto, R., Syofyan, H., & No, J. A. U. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Untuk Mengembangkan Kompetensi Pedagogik Guru. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(2).
- Raice Shayndi And Ante E Spencer, "Insta-Rich: \$1 Billion For *Instagram*" The Wall Street Journal Diakses Tanggal 22 Januari 2024. <https://www.wsj.com/articles/Sb10001424052702303815404577333840377381670>.
- Rakanda, D. R., Rochayanti, C., & Arofah, K. (2020). *Instagram* Dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z. *Paradigma: Jurnal Masalah Sosial, Politik, Dan Kebijakan*, 24(1).
- Ramadhani, T. N., & Putrianti, F. G. (2014). Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Citra Diri Pada Remaja Akhir. *Jurnal Spirits*, 4(2).
- Ramdhani, C. A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Identitas Diri. *Journal Of Innovative Counseling: Theory, Practice, And Research*, 3(01).

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Regita, E., Luthfiyyah, N., & Marsuki, N. R. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Diri Dan Pembentukan Identitas Remaja Di Indonesia. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 2(1).
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). Penggunaan Media Sosial *Instagram* Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Interaksi Online*, 6(4).
- Samovar A Larry, Porter E Richard, And Daniel Mc R Edwin, “Communication Between Cultures” London: Cengage Learning 2009.
- Santrock, John. W. “Perkembangan Masa Hidup Edisi Ketigabelas Jildi I”, Diterjemahkan Oleh Benedictine Widiasinta. (Jakarta : Erlangga 2012).
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi Dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2).
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial *Instagram* Sebagai Media Informasi Edukasi. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1).
- Sarwono. (1978). Perbedaan Antara Pemimpin Dan Aktivist Dalam Gerakan Protes Mahasiswa (Cet. 1. Ed.). Jakarta: Bulan Bintang.
- Satori, Djam’an And Aam Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pt Alfa Beta 2011.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Sholeh Ahmadi, “Psikologi Perkembangan” Jakarta: Rineka Cipta, 2005.
- Simon Kemp, ”Digital 2023 : Indonesia”, Diakses Pada Tanggal 9februari 2023, <https://Datareportal.Com/Reports/Digital-2023-Indonesia>.
- Stets E Jan. Dan Serpe T Richard., “*Identity Theory*,” Dalam *Handbook Of Social Psychology*, Ed. Oleh John Delamater Dan Amanda Ward, *Handbooks Of Sociology And Social Research Dordrecht: Springer Netherlands*, 2013. [https://Doi.Org/10.1007/978-94-007-6772-0\\_2](https://Doi.Org/10.1007/978-94-007-6772-0_2).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*” Bandung : Alfabeta 2013.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan, Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*.
- Supratiknya. A. “Komunikasi Antarpribadi” Yogyakarta: Kanisius, 1995.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Suranto Aw, “Komunikasi Interpersonal” Yogyakarta: Graha Ilmu 2011.
- Syahreza, M. F., & Tanjung, I. S. (2018). Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial *Instagram* Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Unimed. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1).  
Tentang *Instagram*
- Wardiana, W. (2002). Perkembangan Teknologi Informasi Di Indonesia.
- Widi Shilvina “Pengguna Media Sosial Di Indonesia Sebanyak 167 Juta Pada 2023”, Diakses Pada Tanggal 3 Februari 2023, <https://DataIndonesia.Id/Internet/Detail/Pengguna-Media-Sosial-Di-Indonesia-Sebanyak-167-Juta-Pada-2023>.
- Wikipedia “*Identity Formation*”  
[https://En.Wikipedia.Org/Wiki/Identity\\_Formation](https://En.Wikipedia.Org/Wiki/Identity_Formation), Diakses Pada Tanggal 2 Maret 2024.
- Wilson, D. A., Ayub, D., Suhil, S., & Maemunaty, T. The Profile Of Student’s Employment *Identity* Status (A Study At Community Education Study Program, Fkip Universitas Riau). *Jurnal Pajar (Pendidikan Dan Pengajaran)*, 5(4).
- Yuliani, W. (2018). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling. *Quanta*, 2(2).
- Yusuf A. Muri, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan” Jakarta: Pt. Kencana Prenamedia Grup 2016.
- Yusuf Muri, A, “Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan” Jakarta : Kencana, 2017.
- Zakirah, D. M. A. (2020). Media Sosial Sebagai Sarana Membentuk Identitas Diri Mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian Dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 2(2).
- Zarella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR LAMPIRAN

### Interview Guide Vikri

- **Legitimizing Identity**

1. Apakah Institusi (Kampus/Organisasi) Anda mempengaruhi Anda dalam membuat konten di media sosial *Instagram*? Tidak
2. Anda menggunakan *Instagram* mengikuti teman atau niat sendiri?

Jawab : Pertama kali saya mulai menggunakan *Instagram* itu dengan niat sendiri, awalnya saya tertarik untuk bikin *Instagram* ini karena waktu itu lagi populernya di sekolahan.

- **Resistance Identity**

1. Apakah isu sosial mempengaruhi Anda dalam membuat konten di media sosial *Instagram*?

Jawab: Tidak

- **Project Identity**

1. Dalam berfoto apakah anda sering mereferensi/meniru dari tokoh influencer/orang lain?

Jawab : Saya terkadang jadikan influencer atau selebgram lain sebagai referensi cara memadukan outfit

2. Seberapa sering anda mengupload foto di *Instagram* ?

Jawab : Saya sangat sering tetapi cuman di Instastory bukan di postingan *Instagram*.

3. Apakah anda memperhatikan feed akun *Instagram* ?

Jawab : Tentu saja sangat memperhatikan feed *Instagram* saya.

4. Menurut anda penampilan dalam foto itu penting atau tidak ?

Jawab : Sangat penting banget, apalagi banyak video review yang bakal di upload dan harus berpenampilan yang rapi dan keren dikamera.

- **Penggunaan Media Sosial**

1. Kenapa anda memilih menggunakan *Instagram* dari pada media sosial lainnya ?



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jawab : Saya memilih *Instagram*, karena *Instagram* adalah platform media digital yang mumpuni untuk mengumpulkan pundi pundi cuan di zaman sekarang.

2. Dari tahun berapa anda menggunakan *Instagram*

Jawab : Sejak 2016

3. Dalam sehari seberapa seringkah anda membuka *Instagram* ?

Jawab : Sangat sering karna saya konten kreator yang harus memantau like, komen setiap konten yang di upload.

4. Apakah anda sering membagikan momen keseharian anda di *Instagram* ?

Jawab : Iya tentu saja apalagi di Instastory membagikan keseharian saya.

5. Hal/kegiatan apa saja yang sering anda bagikan di *Instastory Instagram* ?

Jawab : Membagikan keseharian saya

6. Kriteria foto yang bagaimana yang anda posting di *Instagram* ?

Jawab : Saya jarang menggunakan fitur upload foto di *Instagram* karena konten konten saya di instagram berupa fitur reels.

7. Dalam mengupload foto apakah anda melakukan editing terlebih dahulu ?

Jawab : ya tentu saja editing dulu sebelum mengupload.

**Interview Guide Hadid**

- **Legitimizing Identity**

1. Apakah Institusi (Kampus/Organisasi) Anda mempengaruhi Anda dalam membuat konten di media sosial *Instagram*? Lumayan karena saya mengikuti organisasi Putera Puteri Kampus Riau 2023

2. Anda menggunakan *Instagram* mengikuti teman atau niat sendiri?

Jawab : Awalnya saya melihat teman-teman menggunakan *Instagram* dan saya kepikiran langsung bikin akun *Instagram*.

- **Resistance Identity**

1. Apakah isu sosial mempengaruhi Anda dalam membuat konten di media social *Instagram*?

Jawab : Tidak

- **Project Identity**

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dalam berfoto apakah anda sering mereferensi/meniru dari tokoh influencer/orang lain?

Jawab : Tidak pernah.

2. Seberapa sering anda mengupload foto di *Instagram* ?

Jawab : Tidak terlalu sering.

3. Apakah anda memperhatikan feed akun *Instagram* ?

Jawab : Tidak

4. Menurut anda penampilan dalam foto itu penting atau tidak ?

Jawab : Penting menurut saya karena harus penampilan yang rapi dan keren.

#### • Penggunaan Media Sosial

1. Kenapa anda memilih menggunakan *Instagram* dari pada media sosial lainnya ?

Jawab : Saya memilih *Instagram* karena fiturnya lebih mudah dipahami dan berbagai fitur yang menarik yang ditawarkan oleh *Instagram*.

2. Dari tahun berapa anda menggunakan *Instagram*?

Jawab : Sejak tahun 2014

3. Dalam sehari seberapa seringkah anda membuka *Instagram* ?

Jawab : Tidak dapat dikira, mungkin lebih dari lima kali buka aplikasi *Instagram*.

4. Apakah anda sering membagikan momen keseharian anda di *Instagram* ?

Jawab : Sangat jarang paling di moment-moment tertentu saja.

5. Hal/kegiatan apa saja yang sering anda bagikan di Instastory *Instagram* ?

Jawab : Kegiatan duta literasi dan kegiatan hal-hal positif lainnya.

6. Kriteria foto yang bagaimana yang anda posting di *Instagram* ?

Jawab : Foto tema alam

7. Dalam mengupload foto apakah anda melakukan editing terlebih dahulu ?

Jawab : Itu sudah pasti biar keliatan bagus dan keren.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Interview Guide Deni

- **Legitimizing Identity**

1. Apakah Institusi (Kampus/Organisasi) Anda mempengaruhi Anda dalam membuat konten di media sosial *Instagram*?

Jawab : Tidak

2. Anda menggunakan *Instagram* mengikuti teman atau niat sendiri?

Jawab : Saya menggunakan *Instagram* itu dari waktu saat masih sekolah pada tahun 2017 dan langsung bikin akun *Instagram*.

- **Resistance Identity**

1. Apakah isu sosial mempengaruhi Anda dalam membuat konten di media sosial *Instagram*?

Jawab : Tidak

- **Project Identity**

1. Dalam berfoto apakah anda sering mereferensi/meniru dari tokoh influencer/orang lain?

Jawab : Tidak

2. Seberapa sering anda mengupload foto di *Instagram* ?

Jawab : Jarang karna saya mengupload berupa video lucu komedi.

3. Apakah anda memperhatikan feed akun *Instagram* ?

Jawab : Iya

4. Menurut anda penampilan dalam foto itu penting atau tidak ?

Jawab : Iya sangat penting karena itu bakal dilihat banyak pengguna lain di *Instagram*, biasanya tergantung dengan video yang bakal dibikin

- **Penggunaan Media Sosial**

1. Kenapa anda memilih menggunakan *Instagram* dari pada media sosial lainnya ?

Jawab : Menurut Saya *Instagram* bisa berkomunikasi dengan orang di media social dan pemakainya lebih banyak

2. Dari tahun berapa anda menggunakan *Instagram*?

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jawab : Sejak 2017

3. Dalam sehari seberapa seringkah anda membuka *Instagram* ?

Jawab : Saya termasuk sangat sering membuka *Instagram*. Hampir sehari bolak balik membuka aplikasinya, palingan scroll timeline dan lihat instastory.

4. Apakah anda sering membagikan momen keseharian anda di Instagram ?

Jawab : Tidak terlalu.

5. Hal/kegiatan apa saja yang sering anda bagikan di Instastory *Instagram* ?

Jawab : Kegiatan sehari-hari

6. Kriteria foto yang bagaimana yang anda posting di *Instagram* ?

Jawab : Palingan ke arah fashion yang saya pakai itu keliatan bagus.

7. Dalam mengupload foto apakah anda melakukan editing terlebih dahulu ?

Jawab : Jelas saya mengeditnya terlebih dahulu.

#### Interview Guide Fadel

- **Legitimizing Identity**

1. Apakah Institusi (Kampus/Organisasi) Anda mempengaruhi Anda dalam membuat konten di media sosial *Instagram*? Tidak

2. Anda menggunakan *Instagram* ikutan teman atau niat sendiri ?

Jawab : Awalnya saya lihat teman-teman main *Instagram* langsung saya kepikiran membuatnya.

- **Resistance Identity**

1. Apakah isu sosial mempengaruhi Anda dalam membuat konten di media sosial *Instagram*?

Jawab : Tidak

2. **Project Identity**

1. Dalam berfoto apakah anda sering merferensi/meniru dari tokoh influencer/orang lain?

Jawab : Saya menggunakan hasil karya dari kreator favorite saya sebagai referensi. tentu saya dengan ada penyesuaian dan modifikasi agar hasil foto tetap autentik dan tidak hanya menjiplak 100% sama.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Seberapa sering anda mengupload foto di *Instagram* ?

Jawab : Tergantung seberapa banyak event yang saya hadiri, tapi bisa dibilang sangat jarang. saya lebih sering upload video di Reels.

3. Apakah anda memperhatikan feed akun *Instagram* ?

Jawab : Iya tentu saja saya memperhatikannya.

4. Menurut anda penampilan dalam foto itu penting atau tidak ?

Jawab : Penting, karena untuk penampilan harus diperhatikan karena jika tidak akan mengganggu estetika didalam foto tersebut.

- **Penggunaan Media Sosial**

1. Kenapa anda memilih menggunakan *Instagram* dari pada media sosial lainnya ?

Jawab : Saya memilih *Instagram*, Karena *Instagram* memiliki audience yang lebih dewasa ketimbang tiktok

2. Dari tahun berapa anda menggunakan *Instagram*?

Jawab : Sejak tahun 2017

3. Dalam sehari seberapa seringkah anda membuka *Instagram* ?

Jawab : Saya terkadang buka aplikasi cuman 30-90 menit perhari, tergantung ada job atau tidaknya.

4. Apakah anda sering membagikan momen keseharian anda di *Instagram* ?

Jawab : Karena akun *Instagram* saya diperuntukan untuk branding diri sebagai videographer, jadinya saya hanya mengunggah hal hal yang berbau dengan tema videographer atau otomotif. tetapi, saya menggunakan fitur close friend yang dihadirkan *Instagram* untuk membagikan keseharian, yang bisa terbilang jarang juga.

5. Hal/kegiatan apa saja yang sering anda bagikan di Instastory *Instagram* ?

Jawab : Hal yang berkaitan dengan otomotif dan videografer untuk memperkuat branding akun saya.

6. Kriteria foto yang bagaimana yang anda posting di *Instagram* ?

Jawab : Pastinya foto yang saya ambil sendiri, terus foto yang memiliki nilai estetika yang ciamik, serta foto yang memiliki nilai jual kepada audience dan foto yang memiliki keunikan.

7. Dalam mengupload foto apakah anda melakukan editing terlebih dahulu ?  
Jawab : Benar, karena tahap editing sangat bisa mendongkrak hasil foto yang saya ambil. bisa dari segi warna, maupun objek yang ada didalam foto.

### Interview Guide Latifa

- **Legitimizing Identity**

1. Apakah Institusi (Kampus/Organisasi) Anda mempengaruhi Anda dalam membuat konten di media sosial *Instagram*?

Jawab :Tidak, karena saya upload sesuai keinginan diri sendiri.

2. Anda menggunakan *Instagram* ikutan teman atau niat sendiri ?

Jawab : Pertama kali saya mulai menggunakan *Instagram* pada tahun 2015 disaat itu saya sudah membuat akun. Saya tertarik menggunakan *Instagram* karena mudah difahami dan dimengerti.

- **Resistance Identity**

1. Apakah isu sosial mempengaruhi Anda dalam membuat konten di media social *Instagram*?

Jawab : Tidak, karena saya upload konten sesuai keresahan diri sendiri.

- **Project Identity**

1. Dalam berfoto apakah anda sering mereferensi/meniru dari tokoh influencer/orang lain

Jawab : Tidak

2. Seberapa sering anda mengupload foto di *Instagram* ?

Jawab : Cuma beberapa kali.

3. Apakah anda memperhatikan feed akun *Instagram* ?

Jawab : Tidak terlalu.

4. Menurut anda penampilan dalam foto itu penting atau tidak ?

Jawab : Tidak begitu penting karena dia ingin menunjukkan apa ada dirinya

- **Penggunaan Media Sosial**

1. Kenapa anda memilih menggunakan *Instagram* dari pada media sosial lainnya ?  
Jawab : Menurut saya *Instagram* mudah difahami dan digunakan, apalagi banyak fitur-fiturnya.
2. Dari tahun berapa anda menggunakan *Instagram*?  
Jawab : Sejak 2015
3. Dalam sehari seberapa seringkah anda membuka *Instagram* ?  
Jawab : Sering apalagi ketika membuka hp mungkin aplikasi *Instagram* yang saya buka.
4. Hal/kegiatan apa saja yang sering anda bagikan di Instastory *Instagram* ?  
Jawab : Aktivitas organisasi, kerja dan berbagi motivasi.
5. Apakah anda sering membagikan momen keseharian anda di *Instagram* ?  
Jawab : Cukup Sering.
6. Kriteria foto yang bagaimana yang anda posting di *Instagram* ?  
Jawab : Yang ceria dan memberi semangat pastinya.
7. Dalam mengupload foto apakah anda melakukan editing terlebih dahulu ?  
Jawab : Terkadang

### Interview Guide Oktabi

- **Legitimizing Identity**
  1. Apakah Institusi (Kampus/Organisasi) Anda mempengaruhi Anda dalam membuat konten di media sosial *Instagram*?  
Jawab : Tidak
  2. Anda menggunakan *Instagram* ikutan teman atau niat sendiri ?  
Jawab : Saya tahu *Instagram* ini disaat masih sekolah melihat teman disaat itu dan saya juga langsung bikin akun.
- **Resistance Identity**
  1. Apakah isu sosial mempengaruhi Anda dalam membuat konten di media sosial *Instagram*?  
Jawab : Tidak
- **Project Identity**

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dalam berfoto apakah anda sering mereferensi/meniru dari tokoh influencer/orang lain?

Jawab : Saya ada beberapa influencer dengan melihat cara dia berpakaian

2. Seberapa sering anda mengupload foto di *Instagram* ?

Jawab : Tidak menentu, bisa di bilang jarang.

3. Apakah anda memperhatikan feed akun *Instagram* ?

Jawab : Iya, karena saya tidak membagikan foto-foto yang random dan lebih terstruktur.

4. Menurut anda penampilan dalam foto itu penting atau tidak ?

Jawab : Penting karena bisa membantu meningkatkan branding diri.

#### ● Penggunaan Media Sosial

1. Kenapa anda memilih menggunakan *Instagram* dari pada media sosial lainnya ?

Jawab : Menurut saya *Instagram* aplikasi yang punya fitur lengkap dan mudah di gunakan

2. Dari tahun berapa anda menggunakan *Instagram*?

Jawab : Sekitar 2012.

3. Dalam sehari seberapa seringkah anda membuka *Instagram* ?

Jawab : Tergantung kondisi, terkadang 2 sampai 3 jam perhari apalagi setelah ada kesibukan sekarang.

4. Apakah anda sering membagikan momen keseharian anda di *Instagram* ?

Jawab : tidak terlalu sering tapi pernah beberapa kali saja.

5. Hal/kegiatan apa saja yang sering anda bagikan di Instastory *Instagram* ?

Jawab : Biasanya foto-foto saya pribadi ataupun momen kebersamaan dengan orang-orang terdekat.

6. Kriteria foto yang bagaimana yang anda posting di *Instagram* ?

Jawab : Foto pribadi dengan outfit yang saya anggap bagus.

7. Dalam mengupload foto apakah anda melakukan editing terlebih dahulu ?

Jawab : Sedikit, lebih ke arah pencahayaan saja.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Interview Guide Ravi

- **Legitimizing Identity**

1. Apakah Institusi (Kampus/Organisasi) Anda mempengaruhi Anda dalam membuat konten di media sosial *Instagram*?

Jawab : Tidak, karena saya upload apa yang saya suka.

2. Anda menggunakan *Instagram* ikutan teman atau niat sendiri ?

Jawab : Awalnya ikutan sama teman dan akhirnya jadi kebutuhan pribadi.

- **Resistance Identity**

1. Apakah isu sosial mempengaruhi Anda dalam membuat konten di media social *Instagram*?

Jawab : Tidak.

- **Project Identity**

1. Dalam berfoto apakah anda sering mereferensi/meniru dari tokoh influencer/orang lain

Jawab : Kalo saya tidak terlalu ya, karna saya punya idealis sendiri dalam bermain *Instagram*

2. Seberapa sering anda mengupload foto di *Instagram* ?

Jawab : Upload foto atau video di Instastory hampir tiap hari, tapi untuk postingan feed agak jarang.

3. Apakah anda memperhatikan feed akun *Instagram* ?

Jawab : Iya, saya ingin feed saya lebih berwarna.

4. Menurut anda penampilan dalam foto itu penting atau tidak ?

Jawab : Penting karena estetika sangat di perlukan.

- **Penggunaan Media Sosial**

1. Kenapa anda memilih menggunakan *Instagram* dari pada media sosial lainnya ?

Jawab : Karena *Instagram* lebih cocok di gunakan oleh anak muda terkhususnya untuk mahasiswa, banyak trending topik dari berbagai bidang yang di munculkan oleh pengguna *Instagram* lainnya

2. Dari tahun berapa anda menggunakan *Instagram*?  
Jawab : Dari tahun 2016.
3. Dalam sehari seberapa seringkah anda membuka *Instagram* ?  
Jawab : Lumayan sering mungkin lebih dari 5 kali perharinya, apalagi disaat ada waktu luang suka bermain *Instagram* terkadang cuman kadang – kadang scroll timeline dan melihat story.
4. Apakah anda sering membagikan momen keseharian anda di *Instagram* ?  
Jawab : Sering sekali hampir tiap hari.
5. Hal/kegiatan apa saja yang sering anda bagikan di Instastory *Instagram* ?  
Jawab : Biasanya seputar kehidupan sehari-hari dan gaya hidup.
6. Kriteria foto yang bagaimana yang anda posting di *Instagram* ?  
Jawab : Biasanya yang mempunyai latar belakang yang menarik, atau juga sebuah karya yang saya buat.
7. Dalam mengupload foto apakah anda melakukan editing terlebih dahulu ?  
Jawab : Tergantung dengan hasil kamera dan kondisi cuaca, kalau sudah bagus gak perlu di edit lagi.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

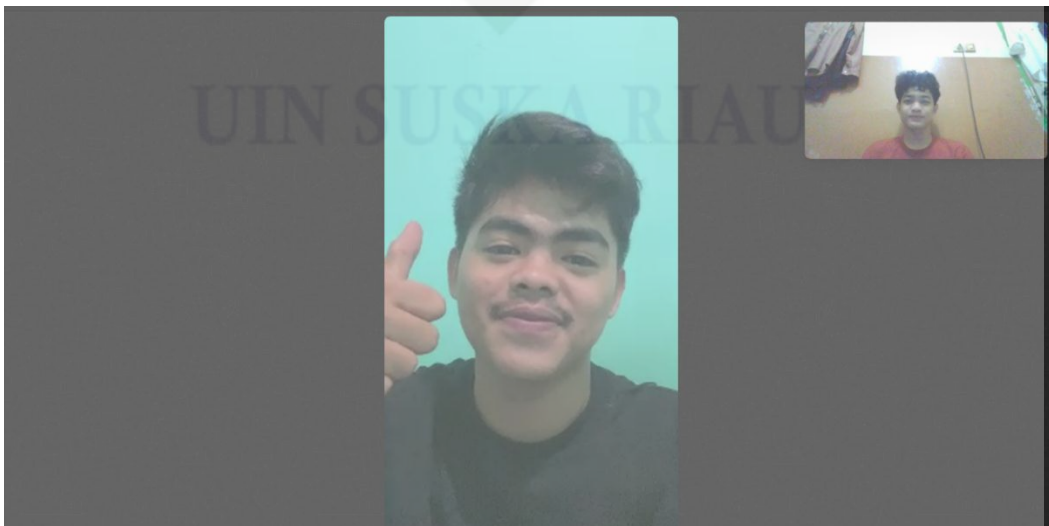
#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Wawancara dengan Informan Vikri



### Wawancara dengan Informan Deni





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Wawancara dengan Informan Hadid



### Wawancara dengan Informan Tifa





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

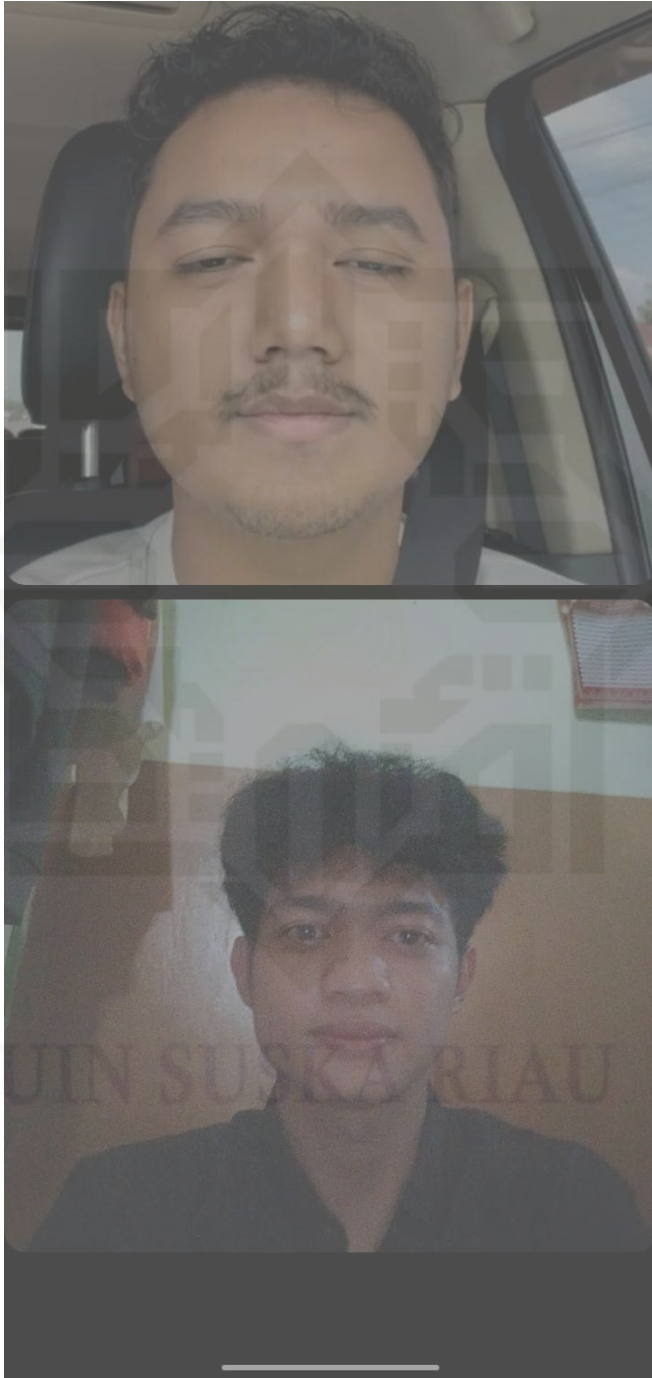
## Wawancara dengan Informan Oktabi



## Wawancara dengan Informan Ravi



## Wawancara dengan Informan Fadel



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## RIWAYAT HIDUP PENULIS



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Sate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Zakarya Anwar** lahir di Tangerang pada tanggal 20 Maret 2001, Anak ke-1 dari 3 bersaudara dari Bapak **Zaenal** dan Ibu **Gusmeri**. Penulis menyelesaikan sekolah dasar di SDN 08 Selayo pada tahun 2014, selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 2 Gunung Talang pada tahun 2017. Kemudian melanjutkan sekolah menengah atas di SMA Negeri 1 Gunung Talang dan lulus pada tahun 2020. Selanjutnya penulis meneruskan pendidikan di sebuah Universitas Islam di kota Pekanbaru yakni Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan NIM 12040312869.

Penulis melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Siberakun Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi, Riau. Kemudian penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Kantor Pos Dai Riau. Penulis melaksanakan penelitian yang berjudul **“Penggunaan Instagram sebagai Self – Identity Formation di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau”**. Pada Tanggal 10 Juli 2024 penulis melaksanakan Ujian Munaqasyah Skripsi dan dinyatakan LULUS dan berhak mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengurnakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.