

## **Bab I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Media interaksi manusia untuk bersosialisasi telah berkembang dengan adanya media baru. Sebuah aplikasi untuk berinteraksi melalui *Instagram* yang mempunyai dampak yang besar dalam kehidupan bersosialisasi antara manusia. Melalui Instagram seseorang dapat menunjukkan diri lalu dilihat oleh banyak orang dan menjadi terkenal atau eksis.

Hasil riset User Digital Landscape pengguna internet di Indonesia yang dilakukan GetCRAFT dengan total populasi pengguna internet di Indonesia 262 juta, pengguna Internet User 132,7 juta, Active Sosial Media User 106 juta, total Active Mobile Internet User 123,3 juta. Dalam riset ini Instagram menempati posisi ke 3 Most Active Sosial Media Platforms atau media sosial yang aktif digunakan pengguna internet dengan persentase 39% atau 41,3 juta pengguna media sosial Insatagram (Global Web Index, GSMA Inteligence, Statista, Akamai, StatCounter, Ericsson, 2017).

Instagram merupakan salah satu media sosial yang memberikan pengalaman mengekspresikan diri yang berbeda dengan media sosial lain. Pengguna Instagram bebas mengunggah foto – foto dan hal-hal lain yang mereka

sukai atau benci, *photo selfie* (foto pribadi) mereka memakai fitur-fitur unik dengan esensi fotografi dan *cinematic angle* (sudut sinematik).

Fenomena penggunaan *Instagram* dengan *followers* (pengikut) terbanyak akan dikenal dengan sebutan *Selebgram*, singkatan dari Selebritis Instagram. Banyak faktor yang mempengaruhi seseorang dikatakan sebagai Selebgram. Dari keindahan foto – foto yang diunggahnya, karakter humoris dan unik, kecantikan atau ketampanan diri, tempat-tempat *hangout* (bergaul) masa kini, bakat yang dimiliki yang menunjukkan karakter pemilik akun atau mengenai cara memadupadankan pakaian.

Selebgram memiliki latar belakang masing-masing dalam memenuhi kebutuhan untuk membangun kesan pertama yang baik. Untuk mencapai tujuan, Selebgram berusaha membuat *feeds* atau *profile* di Instagram (tampilan depan) sesuai dengan karakteristik pribadi selebgram tersebut. Selebgram juga harus memperhitungkan konten yang akan diunggah, setting (tempat foto), kostum (pakaian yang digunakan), penggunaan kata (caption pendukung) dan lainnya untuk meninggalkan kesan baik pada lawan interaksi dan memudahkan jalan untuk menunjukkan diri atau aktualisasi diri.

Dalam menuai popularitas, selebgram tidak selalu menggunakan sisi positif atau menunjukkan bakat. Istilah jurnalistik "*bad news is a good news*" juga menjadi salah satu faktor selebgram menjadi viral atau sering dibicarakan banyak orang atau *followers* selebgram tersebut.

Manusia berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepatnya eksistensi diri. Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu, menjadi atau mengada. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *exsistere*, yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya (Zaenal, 2007:16).

Wujud dari eksistensi merupakan keberadaan seseorang yang pada dasarnya saat seseorang bernyanyi maka orang tersebut eksis dalam bidang tarik suara. Jika orang tersebut seorang selebgram, maka eksistensinya ditunjukkan melalui unggahan foto.

Eksistensi selebgram merupakan sebuah fenomena yang lahir dari media sosial *Instagram*. Selebgram memiliki pengikut yang cukup banyak sehingga membuat dirinya menjadi dikenal. Bermodalkan tampan atau cantik, memiliki selera humor yang tinggi atau mempunyai bakat tertentu merupakan salah satu hal yang membuat orang lain tertarik untuk mengikuti kegiatannya. Tidak selalu hal yang baik, dalam hal ini membuat sensasi yang menjadi pembicaraan orang banyak akan menjadi dikenal.

Samuel Alexander Pierter atau yang biasa dikenal dengan nama panggung Young Lex adalah salah satu selebgram. Young Lex merupakan seorang musisi *rapper* yang terkenal di Instagram dengan jumlah 1 juta *followers*. Young Lex

dengan *stylerapper* pada umumnya bergaya busana *R&B*, kalung besar dan tubuh bertato menunjukkan eksistensi dirinya sebagai musisi *rap* Indonesia.

Penulis mengamati intensitas Young Lex bisa mengunggah lebih dari 15 sampai 25 *instastory*, 3 sampai 5 foto dan minimal 2 video dalam 1 hari. Dengan mengunggah foto, video dan *instastory* (fitur video pendek kegiatan harian) kegiatan sehari-harinya, Young Lex berkomunikasi dengan pengikutnya di Instagram dan mendapatkan banyak respon seperti komen dan *likes* di unggahannya.

Penulis melihat, dalam karir Young Lex sebagai *rapper* di Indonesia mendapat berbagai macam respon. Hasil karya lagu yang ditulis mendapat tempat di pasar musik Indonesia. Banyak anak muda jaman sekarang meniru gaya Young Lex sebagai idola. Dalam menuai popularitas Young Lex tidak selalu dipandang baik. Ada beberapa isu yang sempat membuat heboh dunia maya. Seperti isu berduetnya Young Lex bersama selebgram yang penuh dengan kontroversi, Awkarin, isu "Iwa-K bukan seorang *rapperlegend*" dalam komentar Young Lex di media dan beberapa isu lainnya.

Selebgram lainnya yang terkenal dan masih satu agensi yang sama dengan Young Lex tetapi berbeda karakter bernama Anya Geraldine dengan jumlah 1,1 juta *followers* di Instagramnya. Anya merupakan seorang selebgram yang memfokuskan dirinya dalam bidang dunia modeling. Dalam akun Instagram Anya, berisikan foto-foto dirinya sebagai *public figure*. Sama seperti Young Lex,

Anya Geraldine bisa mengunggah 20 sampai 25 *instastory*, 4 sampai 6 foto dan minimal 1 video dalam sehari.

Anya Geraldine sebelumnya merupakan teman dekat dari Awkarin yang merupakan selebgram fenomenal dengan sensasinya. Anya Geraldine mulai dikenal setelah perdebatan antaranya dengan Awkarin yang dibesar-besarkan oleh akun gosip di *Instagram*. Anya Geraldine juga menjadi perbincangan dikarenakan foto-foto yang terlalu dewasa di media Instagram. Hal inilah yang mendongkrak popularitas Anya di *Instagram* dan semakin dikenal mendapatkan tawaran *endorment* dari berbagai produk-produk pakaian.

Berbeda dengan penulis, yang seorang *Wedding Photographer* (fotografer pernikahan) yang hanya memiliki 250 *followers* dan jarang mendapatkan perhatian lebih seperti Yong Lex. Penulis beranggapan bahwa eksistensi Young Lex dan penulis berbanding jauh. Hal ini membuat penulis sebagai fotografer ingin mengetahui eksistensi diri selebgram. Apa yang membuat selebgram menjadi pusat perhatian masyarakat. Berdasarkan bakat, sensasi atau kreativitas yang dimiliki selebgram?

Maka penulis melihat fenomena selebgram sebagai bentuk daya tarik baru dalam hal menunjukkan eksistensi mereka. Instagram menjadi salah satu wadah yang menarik bagi pengguna untuk mengunggah foto-fotomereka ke dalam akun mereka untuk diperlihatkan kepada *followers* mereka.

Berdasarkan fenomena dan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan mendalami fenomena tersebut dengan judul ”Realita Eksistensi Diri Selebgram melalui Instagram”.

### Studi Literatur

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Temuan
1.	Nidya Zahra Hayumi (Skripsi UI, 2014)	Penggunaan Instagram Sebagai Bentuk Eksistensi Diri	Kesimpulan dari penelitian ini adalah Instagram digunakan sebagai salah satu alat untuk menunjukkan eksistensi diri terutama dikalangan remaja. Hal tersebut mengarah pada bagaimana Instagram dapat diartikan sebagai akibat atau dampak yang ditimbulkan dari perkembangan media sosial saat ini. Adanya perkembangan jaman yang mempengaruhi perubahan perilaku manusia akan kesadaran dirinya untuk menampilkan berbagai hal yang telah didokumentasikan kedalam bentuk foto atau video kedalam Instagram
2.	Dwi Angle Kitty (Skripsi UKI, 2016)	Penggunaan Media Sosial sebagai Media Presentasi Diri (Studi penggunaan media <i>Path</i> oleh siswa SMA Angkasa 1, Jakarta Timur)	Penelitian ini mengungkapkan bawa media sosial path dapat membentuk kesan seseorang menjadi berbeda. Apa yang mereka tampilkan di depan, tidak selalu seperti yang ditampilkan di belakang. Tujuan mereka melakukan hal tersebut, agar diberi kesan sebagai anak nongkrong yang gaul, hits, dan tidak ketinggalan zaman.

Tabel 1.1 Studi literatur

## **B. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti dapat menarik beberapa identifikasi masalah. Di antaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana eksistensi diri selebgram diunggah melalui Instagram *Front Stage* dan *Back Stage* dalam kehidupan nyata
2. Bagaimana tanggapan selebgram terhadap respon *followers* di instagram

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Mengetahui eksistensi diri selebgram di Instagram *Front Stage* dan *Back Stage*
2. Mengetahui tanggapan selebgram terhadap respon *followers* di instagram

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Akademis

- Kegunaan yang diharapkan secara teoretis dari penelitian ini bahwa tulisan ini dapat dijadikan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Komunikasi di era yang semakin moderen.
- Hasil penelitian ini diharapkan bisa melengkapi kepustakaan dalam bidang Ilmu Komunikasi menjadi bahan informasi dan referensi bagi pihak yang membutuhkan, khususnya kalangan akademisi

## 2. Manfaat Praktis

- Menambah wawasan pengetahuan terutama bidang kajian ilmu komunikasi yang berkaitan dengan sosial media, dalam hal ini Instagram.
- Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan dan pemikiran bagi peneliti yang lainnya dalam hal penggunaan teknologi dalam kehidupan sosial.
- Dapat dijadikan suatu bahan rujukan oleh para peneliti dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai permasalahan sejenis.

## 3. Manfaat Sosial

Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi masyarakat luas yang ingin mengetahui perkembangan dunia media sosial.

## **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dari skripsi ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan, tujuan penelitian, manfaat penulisan dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam Bab ini menguraikan tentang landasan teori dan hipotesis yang mendukung penulisan skripsi ini. Berbagai komentar yang berkaitan dengan definisi, pengertian dan pokok-pokok uraian dari buku-buku yang diterbitkan

oleh para pakar dan ahli dibidangnya diangkat untuk memperkaya khasanah penulisan ini.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Membahas mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

### **BAB IV : ANALISIS DAN TEMUAN**

Bagian ini berisi tentang hasil pengolahan data penelitian.

### **BAB V : PENUTUP**

Merupakan hasil akhir dari penulisan skripsi yang memuat tentang kesimpulan dan saran-saran penulis. Kesimpulan dan saran ini pula akandisampaikan kepada lembaga atau instansi yang menjadi dasar dari pemilihan penelitian ini.