

CITRA DIRI VIRTUAL MAHASISWA

(Studi Kualitatif Citra Diri Virtual Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sumatera Utara di Media Sosial Instagram)

Nurbani, Lucky Andriansyah

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Citra Diri *Virtual* Mahasiswa. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui citra diri virtual mahasiswa dan faktor-faktor yang melatarbelakangi citra diri virtual mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sumatera Utara di media sosial *Instagram*. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi intrapersonal, citra diri, *new media*, media sosial dan pembentukan identitas virtual dan dramaturgi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dalam penentuan informan peneliti menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria informan adalah mahasiswa yang ilmu komunikasi FISIP USU yang menggunakan *Instagram* dan memiliki pengikut lebih dari 5000 serta mampu mengumpulkan lebih dari 300 penyuka di setiap unggahannya. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara mendalam (*Depth interview*) dan studi kepustakaan. Subjek dalam penelitian ini melibatkan lima informan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelima informan citra diri yang di dominasi dengan jenis *Mirror Image*. Tergolong kepada *Mirror Image* ditandai dengan informan yang menampilkan citra dirinya di media sosialnya sesuai dengan realita keseharian dari informan walaupun memang ada dua dari lima informan yang memiliki citra berlapis. Beberapa faktor yang mempengaruhi citra diri *virtual* dari informan adalah *followers*, *like*, dan komentar.

Kata Kunci : Citra Diri, Virtual, *Instagram*, Mahasiswa Ilmu Komunikasi.

PENDAHULUAN

Konteks Masalah

Media sosial, merupakan sebuah terobosan baru yang digunakan sebagai alat komunikasi pada saat ini. Hadirnya media sosial sebagai wujud dari perkembangan teknologi internet, telah banyak sekali membawa perubahan sebagai pemenuhan kebutuhan manusia. Media sosial memudahkan kita untuk berkomunikasi dengan setiap orang, bahkan orang yang sulit dijangkau akibat jarak sekalipun. Media sosial atau yang akrab disebut jejaring sosial memiliki banyak sekali jenis dan fungsi yang berbeda-beda. Saat ini sudah ada beberapa jenis media sosial yang banyak dikenal dan digunakan orang antara lain *Facebook*, *Twitter*, *Path*, *Instagram*, *Tumblr* dan lain-lain. *Facebook* dan *Twitter* dahulunya cukup merajai dunia media sosial. Tak sampai di situ saja, seiring berjalannya waktu semakin banyak media sosial yang baru dengan fitur yang lebih memanjakan konsumennya. Termasuk media yang saat ini sedang berada di puncak eksistensinya, *Instagram*.

Adanya akun sosial media *Instagram*, kalangan kaum muda khususnya mahasiswa merasa bahwa citra diri mereka dapat dibentuk melalui apa yang mereka tampilkan di dalam *Instagram* mereka. Dengan menampilkan hal-hal yang berbau positif, menjadikan mereka seakan-akan melihat bahwa diri mereka adalah sosok yang positif. Apalagi menyangkut kepada jumlah *followers*, semakin banyak *followers* seseorang di *Instagram* mereka, maka menjadikan mereka menyimpulkan bahwa mereka adalah sosok yang terkenal, hanya karena jumlah *followers*. Hal hal yang ada di dalam *Instagram* seakan-akan mampu menciptakan citra si pengguna *Instagram*.

Seperti yang telah dijelaskan bahwa mayoritas pengguna *Instagram* adalah remaja, begitu juga dengan mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Sumatera Utara. Dimana, mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU dituntut untuk peka terhadap perkembangan media sebagai saluran dalam berkomunikasi tambah lagi dengan hadirnya media sosial terutama *Instagram*, menjadi satu perhatian khusus yang tak luput dari mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Followers menjadi arti penting bagi setiap penggunanya, termasuk mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU. Memiliki keahlian dalam bidang fotografi, *editing* foto dan kemampuan tata bahasa membuat *caption* menjadi modal penting dalam meningkatkan jumlah *followers*. Tambah lagi kemampuan dalam menganalisis dan ikut serta dalam perkembangan media meningkatkan kemampuan mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk dapat mengelola serta menggunakan media sebagai alat untuk membentuk citra diri yang diinginkan. Namun perlu disadari bahwa tak semua juga mahasiswa Ilmu Komunikasi menyadari dan menerapkan hal tersebut.

Berdasarkan konteks masalah di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang citra diri virtual mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara di media sosial *Instagram*.

Fokus Masalah

Berdasarkan konteks masalah di atas, maka dapat dirumuskan fokus permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana Citra Diri Virtual Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sumatera Utara Di Media Sosial *Instagram* ?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui citra diri virtual mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sumatera Utara di media sosial *Instagram*.
2. Mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi citra diri virtual mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sumatera Utara di media sosial *Instagram*.

KAJIAN PUSTAKA

Perspektif/Paradigma Kajian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Penelitian paradigma konstruktivistik adalah paradigma yang melihat suatu realita dibentuk oleh berbagai macam latar belakang sebagai bentuk konstruksi realita tersebut. Penelitian ini mempertanyakan “mengapa” (*why*) akan suatu realitas itu terjadi yang dalam hal ini realitas berada di luar peneliti namun dapat memahami melalui interaksi dengan realita sebagai objek penelitian. Jarak antara peneliti dengan objek penelitian tidak terlalu dekat. Paradigma penelitian yang bersifat kualitatif ini memasukkan nilai-nilai pendapat peneliti sehingga menjadi subyektif. Paradigma konstruktivisme bertujuan untuk memahami apa yang menjadi konstruksi suatu realitas yang membuat peneliti harus dapat mengetahui dan menggali faktor apa saja yang mendorong suatu realita dapat terjadi dan menjelaskan bagaimana faktor-faktor tersebut merekonstruksi realitas tersebut (Pujileksono, 2016: 28-29).

Komunikasi Intrapersonal

Dijelaskan oleh Devito (2010), komunikasi intrapersonal atau komunikasi intrapribadi merupakan komunikasi dengan diri sendiri dengan tujuan untuk berpikir, melakukan penalaran, menganalisis dan merenung. Sedangkan Nina (2011) menjelaskan komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang terjadi pada diri manusia, meliputi proses sensasi, asosiasi, persepsi, memori dan berpikir (www.bppk.kemenkeu.go.id).

Citra Diri

Pengertian Citra Diri

Citra diri merupakan serangkaian pengetahuan, perasaan dan penilaian yang diorganisasikan dalam sistem kognisi manusia atau pengetahuan pribadi yang sangat diyakini kebenarannya. Menurut Rakhmat dalam Ardianto (2015: 28), citra adalah peta kita tentang dunia. Tanpa citra kita akan selalu berada dalam

suasana yang tidak pasti. Citra adalah gambaran tentang realita namun tidak harus selalu sesuai dengan realitas. Citra adalah dunia menurut persepsi kita.

Jenis – jenis Citra Diri

Menurut Frank Jefkins dalam Ardianto dan Soemirat (2015: 117) jenis – jenis citra diri adalah, sebagai berikut:

1. *Mirror Image* (cerminan citra) yaitu bagaimana dugaan (citra) manajemen terhadap publik eksternal dalam melihat perusahaannya.
2. *The Current Image* (citra yang masih hangat) yaitu citra yang terdapat pada publik eksternal, yang berdasarkan pengalaman dan pemahaman publik eksternal, dan biasanya citra ini bertentangan dengan *mirror image*.
3. *The Wish Image* (citra yang diinginkan) yaitu sesuatu yang menginginkan pencapaian prestasi tertentu.
4. *The Multiple Image* (citra yang berlapis) yaitu individu tertentu yang dapat membentuk citra tertentu namun belum tentu sesuai dengan keseragaman citra sesuai perusahaan atau organisasi.
5. *The Multiple Image* (citra yang berlapis) yaitu terdapat variasi citra yang timbul dari individu dalam suatu kelompok atau organisasi tertentu sehingga adanya penekanan dari kelompok tersebut untuk menampilkan keseragaman citra.

New Media

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan, pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web (WWW)* sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat (<http://en.wikipedia.org>).

Media Sosial dan Pembentukan Identitas Virtual

Setiap orang memiliki identitas yang melekat pada dirinya, baik itu identitas pribadi maupun identitas sosial. Identitas adalah deskripsi kesadaran individu tentang siapa dia (White et al, 2011:317). Menurut Baron dan Branscombe (2012) identitas sosial adalah suatu keadaan dimana kita mempersepsikan diri kita sebagai anggota kelompok yang berarti bahwa kita menekankan apa yang kita bagi (*share*) dengan anggota kelompok lainnya. Kita menggambarkan diri dengan atribut yang membedakan kelompok kita dengan kelompok perbandingan lainnya. Deskripsi diri pada tingkat identitas sosial adalah perbandingan antar kelompok yang alamiah, melibatkan kontras antar kelompok-kelompok (Baron dan Branscombe, 2012: 114).

Kita menyadari siapa kita sebenarnya dan ingin dilihat seperti apa kita dalam suatu kelompok. Secara administratif identitas kita dikenali dengan KTP, CV dan sebagainya. Sekali kita membuat identitas maka akan sulit untuk mengubahnya. Identitas individu dikembangkan dari waktu ke waktu, terus berkembang dan dipengaruhi oleh kesadaran diri. Dalam melihat kesadaran diri perlu dilihat tentang bagaimana diri berpikir, merasa, percaya, dan berperilaku dalam kesehariannya (White et al 2011: 317).

Dramaturgi

Teori muka atau dramaturgi dikemukakan oleh Erving Goffman (1922-1982) yang dimana Goffman memberikan banyak memberikan pengaruh pada pandangan kontemporer tentang interaksi sosial. Menurut Goffman, apapun uniknya sifat-sifat manusia yang dimiliki dalam identitas psikologis, kita semua memiliki diri sosial, gambaran umum atau Goffman menyebutnya dengan penampilan atau wajah yang kita tampilkan atau perlihatkan selama interaksi. Kita juga menyadari bahwa diri publik kita atau penampilan atau citra dibangun secara sosial. Dramaturgi adalah sandiwara kehidupan yang disajikan oleh manusia. Dimana terdapat dua bagian yaitu depan (*front*) dan belakang (*back*). Bagian *Front* mencakup *Setting*, *Personal front* (penampilan diri) dan *Expressive Equipment* (peralatan untuk mengekspresikan diri). Sedangkan bagian *Back* adalah *the self*, yaitu semua kegiatan yang tersembunyi untuk melengkapi keberhasilan *acting* atau penampilan diri yang ada pada *front*. Dramaturgi pertama kali diperkenalkan oleh Erving Goffman dalam bukunya yang berjudul *The Presentation Of Self In Everyday Life*.

Metodologi Penelitian

Metode Kualitatif

Penelitian mengenai citra diri virtual mahasiswa melalui media sosial *Instagram* di program studi Ilmu Komunikasi menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian mengenai pembentukan identitas virtual mahasiswa ilmu komunikasi melalui media sosial *Instagram* di program studi Ilmu Komunikasi menggunakan metode kualitatif. Metodologi penelitian komunikasi adalah prosedur atau cara ilmiah dalam melakukan penelitian bidang komunikasi untuk menemukan hal-hal baru, membuktikan atau menguji temuan penelitian sebelumnya untuk pengembangan Ilmu Komunikasi (Pujileksono, 2016: 4).

Objek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian kualitatif yaitu apa yang menjadi sasaran. Sasaran penelitian, tetapi secara konkret tergambar dari fokus masalah (Bungin, 2009: 76). Yang menjadi objek penelitian pada penelitian ini adalah citra diri virtual mahasiswa pengguna *Instagram* di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP USU.

Subjek Penelitian

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Pada penelitian kualitatif, responden atau subjek penelitian disebut informan. Informan adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian untuk studi kasus, jumlah informan dan individu yang menjadi informan dipilih sesuai dengan tujuan dan kebutuhan penelitian. Orang-orang yang dapat dijadikan informan adalah mahasiswa pengguna *Instagram* di departemen Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara angkatan 2014 - 2016.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data sebagai suatu metode dan teknik analisis data. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu menggunakan penelitian lapangan antara lain:

1. Wawancara Mendalam
2. Observasi
3. Penelitian Kepustakaan

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data Model Miles dan Huberman. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Analisis data ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas hingga datanya sudah jenuh (Pujileksono, 2015: 152).

Analisis data model Miles dan Huberman dilakukan melalui 3 tahap, yaitu:

1. Reduksi data (*Data Reduction*) Reduksi data berarti merangkum, memilih hal pokok, memfokuskan pada hal penting, dicari pola dan temanya. Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian melalui penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.
2. Penyajian Data (*Data Display*) Penyajian data berarti mendisplay atau menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sebagainya.
3. Penarikan Kesimpulan Dan Verifikasi (*Conclusion Drawing And Verification*)

Hasil dan Pembahasan

1. Profil Informan

Peneliti akan memberikan gambaran secara umum mengenai profil keempat informan yang telah diwawancarai oleh peneliti guna melengkapi

penelitian ini. Kelima informan berusia 19-22 tahun, terdiri atas 1 laki-laki dan 4 perempuan. Kelima informan memiliki hobi yang berbeda-beda bahkan ada yang sudah mengkomersilkan hobinya tersebut. Ada yang berprofesi sebagai *make up artist*, ada yang berprofesi sebagai model, ada yang mempunyai hobi menari hingga hobi *travelling* dan sebagai *vlogger*. Berikut uraian singkat mengenai profil kelima informan dalam penelitian ini.

2. Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan 5 informan, yang mana informan pertama adalah Alfi Hasanah Siregar yang berprofesi sebagai mahasiswa dan merangkap sebagai *make up artist*. Alfi memiliki jumlah pengikut lebih dari 6000 di akun Instagramnya. Sehingga ia masuk sebagai informan dalam penelitian ini. Peneliti melakukan wawancara dengan Alfi pada tanggal 30 Oktober 2017. Berdasarkan hasil wawancara ia tergolong pada jenis citra diri *Mirror Image*.

Informan kedua penelitian ini adalah Tengku Alya Nabila, mahasiswa yang berprofesi juga sebagai model ini memiliki jumlah pengikut sebanyak 17.200 akun. Peneliti melakukan wawancara pada 31 Oktober 2017. Berdasarkan wawancara yang dilakukan Alya memiliki jenis citra diri *Mirror Image*. Selanjutnya informan ketiga adalah Dufeldif Kaur. Dufel merupakan mahasiswa biasa yang menggemari seni ukir Hena dan mengunggah video tarian di Instagram miliknya. Jumlah pengikut yang dimilikinya adalah sebanyak lebih dari 7000 akun. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dufel tergolong kepada jenis citra diri *Mirror Image*.

Informan keempat penelitian ini adalah Yogie Brian Purba. Merupakan mahasiswa angkatan 2017, memiliki lebih dari 10.000 pengikut di Instagramnya, sedikit menampilkan hal yang berbeda antara di media sosial dan realitanya, Yogie dikategorikan kedalam jenis citra diri *Half Mirror Image*. Informan terakhir adalah Tasya Nadiva Srg. Memiliki jumlah pengikut sebanyak lebih dari 8200 akun di Instagramnya. Berdasarkan wawancara dengan Echa, ia tergolong kepada *Mirror Image*.

3. Pembahasan

Berdasarkan pembahasan yang dipaparkan peneliti, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa Citra Diri *Virtual* dari kelima informan adalah *Mirror Image*. Dimana kelima informan menampilkan citranya di media sosial Instagram sesuai dengan realitanya dalam keseharian. Walau memang terdapat 2 informan yang tergolong juga kedalam dua jenis citra lainnya namun peneliti menilai bahwa kedua informan lebih dominan tergolong kepada *mirror image*. Peneliti menilai apabila citra yang ditampilkan tak ada berbeda dengan kesehariannya.

Mengenai intensitas sendiri 4 dari 5 informan memiliki intensitas yang cukup tinggi dalam menggunakan *Instagram* setiap harinya. Namun secara keseluruhan informan pada penelitian ini merupakan pengguna aktif media sosial

Instagram. Selain itu keseluruhan informan juga tergolong sudah cukup lama menggunakan *Instagram*, semua informan sudah memakai *Instagram* lebih dari 3 tahun lamanya.

Berdasarkan teori dan penelitian yang didapat bahwasanya ada beberapa aspek yang mempengaruhi citra diri *virtual* informan penelitian, diantaranya : jumlah pengikut, jumlah penyuka dan komentar baik positif maupun negatif. Jumlah pengikut diketahui bahwa mempengaruhi seluruh informan dalam memberikan suguhan *Instagram*. Layak dan tidak layak, menjadi karakteristik utama bagi mereka saat hendak mengunggah foto atau video mereka di *Instagram*. Seluruh informan merasa harus memberikan hal yang bermanfaat dan baik pastinya. Selanjutnya adalah jumlah penyuka. Jumlah penyuka menjadi hal penting bagi 3 dari 5 informan. Ketiga informan yang merasa jumlah penyuka berpengaruh menilai bahwa penyuka itu sangat penting sebagai eksistensi diri mereka di *Instagram*. Pengaruh yang ditimbulkan adalah evaluasi diri atas unggahannya bahkan tak sampai disitu bahkan salah satu informan memilih untuk menghapus foto tersebut. Sementara kedua informan lainnya tidak merasa terpengaruh apapun atas jumlah penyuka yang mereka dapatkan.

Faktor yang terakhir adalah komentar, komentar positif dinilai penting bagi kelima informan. Seluruh informan menyatakan senang dan merasa termotivasi atas komentar-komentar positif yang didapatkan dari warganet. Apalagi dengan komentar yang membangun. Selanjutnya adalah komentar negatif, 3 dari 5 informan merasa komentar negatif sangatlah berpengaruh pada sikapnya. Cara menanggapi, kedua informan memilih untuk mengkonfirmasi kepada pemberi komentar dan memilih untuk memblokirnya jika sudah keterlaluan. Sementara 1 informan lain merasa bila ia tidak pernah mendapatkan komentar negatif di akun *Instagram*nya dan 1 informan lain tidak peduli dengan komentar negatif yang muncul dan memilih untuk menghapus komentar negatif tersebut dari akun *Instagram*nya. Dapat dilihat bahwa keempat informan menggunakan media sosial sebagai pembentukan citra virtualnya. Namun pengkonstruksianya sendiri dibuat secara tidak sengaja. Secara keseluruhan citra virtual dari kelima informan masalah sesuai dengan realitas keseharian informan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang berjudul Citra Diri Virtual Mahasiswa yang telah dilakukan oleh peneliti beserta hasil dari wawancara oleh kelima informan yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU dapat diambil simpulan. Adapun simpulan tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Citra Diri Virtual yang dimiliki informan dalam penelitian ini di dominasi dengan *Mirror Image* (Alfi, Alya, Dufel, dan Echa) . Dimana apa yang ditampilkan di media sosial *Instagram* sama dengan keadaan realita informan dalam kesehariannya. Informan pertama yaitu Alfi, Dufel sebagai informan

ketiga dan Echa sebagai informan ketiga tak sedikit pun menciptakan atau mengkonstruksikan citra dirinya di media sosial *Instagram*. Semua yang ditampilkan di *Instagram* ketiga informan ini memanglah sesuai dengan realita yang ada. Alfi yang memang berprofesi sebagai *make up artist* dan Dufel yang memiliki hobi mengukir Hena juga menari, membuat *Instagram* sebagai penyalur hobi mereka untuk mempertunjukkan bakat yang mereka miliki pada pengikutnya. Tambah lagi Echa yang merasa tidak ada kepentingan atas dirinya dalam membentuk citra di media sosialnya karena ia menilai ia bukanlah siapa-siapa. Sementara untuk Informan kedua yaitu Tengku Alya yang memiliki hobi berolahraga dan jalan-jalan ia menginginkan citra dirinya di *Instagram* layaknya seorang pelari dan *traveller*. Alya memiliki *The Wish Image* yang ingin ditunjukkannya. Namun karena faktor kesibukan Alya belum dapat mewujudkan citra diri yang ia bangun dan sejauh ini, citra yang ia tampilkan di akun *Instagram* miliknya adalah *Mirror Image*, dan saat ini ia mulai mencoba untuk membangun citra yang ia inginkan di akun miliknya. Sementara untuk informan keempat yaitu Yogie Brian Purba citra dirinya di media sosial juga memiliki dua citra yaitu *The Current Image* dan *Mirror Image*. Peneliti menemukan bahwa Yogie sangat memperhatikan setiap detail di fotonya. Selain itu berdasarkan hasil wawancara penelitian Yogie juga akui bahwa ada perbedaan antara baju-baju yang ia gunakan untuk berfoto dan dalam kesehariannya. Maka dari itu peneliti menggolongkan Yogie kepada *Half Mirror Image* sebagai citra virtualnya.

- b. Faktor-faktor yang melatarbelakangi citra diri informan penelitian ditinjau dari beberapa aspek antara lain : jumlah pengikut, jumlah penyuka, dan komentar yang diberikan sebagai bentuk respon yang diberikan dari warganet. Berdasarkan hasil wawancara peneliti bersama informan, peneliti menarik kesimpulan bahwa jumlah pengikut yang cukup banyak mengakibatkan informan merasa memiliki tanggung jawab untuk menampilkan foto yang bagus, bermanfaat dan memiliki nilai estetika. 3 dari 5 informan merasa dengan memiliki pengikut yang cukup banyak tersebut eksistensi dirinya semakin baik. Sedangkan kedua informan lainnya merasa bahwa dengan jumlah pengikut yang cukup banyak mereka merasa semakin banyak yang mengawasi. Selain pengikut jumlah penyuka juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi. 3 dari 5 informan merasa banyaknya jumlah penyuka merupakan hal yang penting. Dua diantaranya menganggap penting namun tidak ada tindakan jika jumlah penyukanya menurun. Satu informan lainnya sangat memperhatikan jumlah penyuka sehingga ia mengambil tindakan berupa menghapus fotonya jika jumlah penyuka yang di dapat itu sedikit. Satu faktor lain yang mempengaruhi citra diri virtual adalah komentar sebagai bentuk respon dari warganet terhadap unggahan yang diunggah informan. Semua informan mengaku bahwa komentar positif yang diberikan kepada mereka sangatlah berpengaruh sebagai motivasi dan pernyataan yang membangun. Sementara komentar negatif diakui oleh 3 dari 5 informan bahwa komentar tersebut berpengaruh bagi sikapnya. Satu informan lainnya

merasa ia tak pernah mendapat komentar negatif dan satu informan lagi memilih untuk menghapus komentar negatif yang diberikan.

Saran

Saran Akademis

Melalui penelitian yang dilakukan, diharapkan agar dapat menambah khazanah ilmu komunikasi dan pengetahuan serta wawasan penulis maupun mahasiswa lainnya mengenai citra diri virtual. Peneliti berharap agar penelitian ini nantinya berguna bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian serupa, serta dapat melanjutkan penelitian dengan topik yang sama secara lebih terinci. Peneliti berharap topik dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat menimbulkan rasa keingintahuan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan melakukan wawancara yang lebih mendalam kepada pihak yang terkait untuk mendapatkan informasi yang lebih banyak lagi sehingga dapat disampaikan kepada semua pihak.

Saran Praktis

Media sosial khususnya *Instagram* adalah media sosial yang sangat menjamur saat ini. Namun untuk penggunaannya sendiri tak semua mampu mengendalikannya dengan baik. Maka dari itu perlu adanya pemahaman mengenai penggunaan media sosial *Instagram* bagi para penggunanya. Terkhusus lagi pada penggunaan media sosial sebagai pembentukan citra. Perlu pemahaman lebih lanjut dari para penggunanya agar tidak salah kaprah dalam menggunakan media sosial

DAFTAR REFERENSI

- Ardianto, Elvinaro dan Soleh, Soemirat. (2015). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Baron, R.A. & Branscombe, N.R. (2012). *Psikologi Sosial edisi ke-13*. New Jersey : Pearson Education.
- Bungin, Burhan. (2009). *Penelitian Kualitatif (Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan dan Ilmu Sosial Lainnya)* .Jakarta:Kencana Prenada Media Group.
- Devito. Joseph. (2010). *Komunikasi Antar Manusia Edisi Kelima*. Tangerang : Karisma Publishing Group.
- Goffman, Erving. (1956). *The Presentation of Self in Everyday Life*. University of Edinburgh, Social Sciences Research Centre Monograph No. 2.
- Pujileksono, Sugeng. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang : Kelompok Intrans Publishing.
- _____ (2016). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing.
- White, et al. (2011). *Analisis dan Manajemen Penggunaan Edisi Ketiga*. John Wiley & Sons: Inc.

Internet

(www.bppk.kemenkeu.go.id) diakses pada 15 Oktober 2017 pukul: 19.18 WIB

(<http://en.wikipedia.org>) diakses pada 25 September 2017 pukul: 19.22 WIB