



GAYA HIDUP PENCITRAAN MAHASISWA PENGGUNA INSTAGRAM

(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember)

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Adillia Risky Cahyaningtyas

150210301075

Dosen Pembimbing I : Dr. Pudjo Suharso, M.Si

Dosen Pembimbing II : Dr. Sukidin, M.Pd

Dosen Penguji I : Drs. Joko Widodo, M.M

Dosen Penguji II : Wiwin Hartanto, S.Pd., M.Pd

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI

JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS JEMBER

2019



GAYA HIDUP PENCITRAAN MAHASISWA PENGGUNA INSTAGRAM

(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember)

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1) dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh:

Adillia Risky Cahyaningtyas

NIM 150210301075

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2019

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Puji syukur alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya, serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun manusia ke jalan kebenaran. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibunda Herminingsih dan Ayahanda Katiman, serta adik saya Nikita Aurela Azahra yang selalu memberikan kasih sayang, pengorbanan, dukungan dan doa demi kesuksesan saya;
2. Bapak dan ibu guru dari Taman Kanak-kanak hingga Perguruan Tinggi yang telah memberikan bekal ilmu, mendidik dengan tulus dan ikhlas agar menjadi pribadi yang lebih baik;
3. Almamater saya yaitu Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember yang saya banggakan.

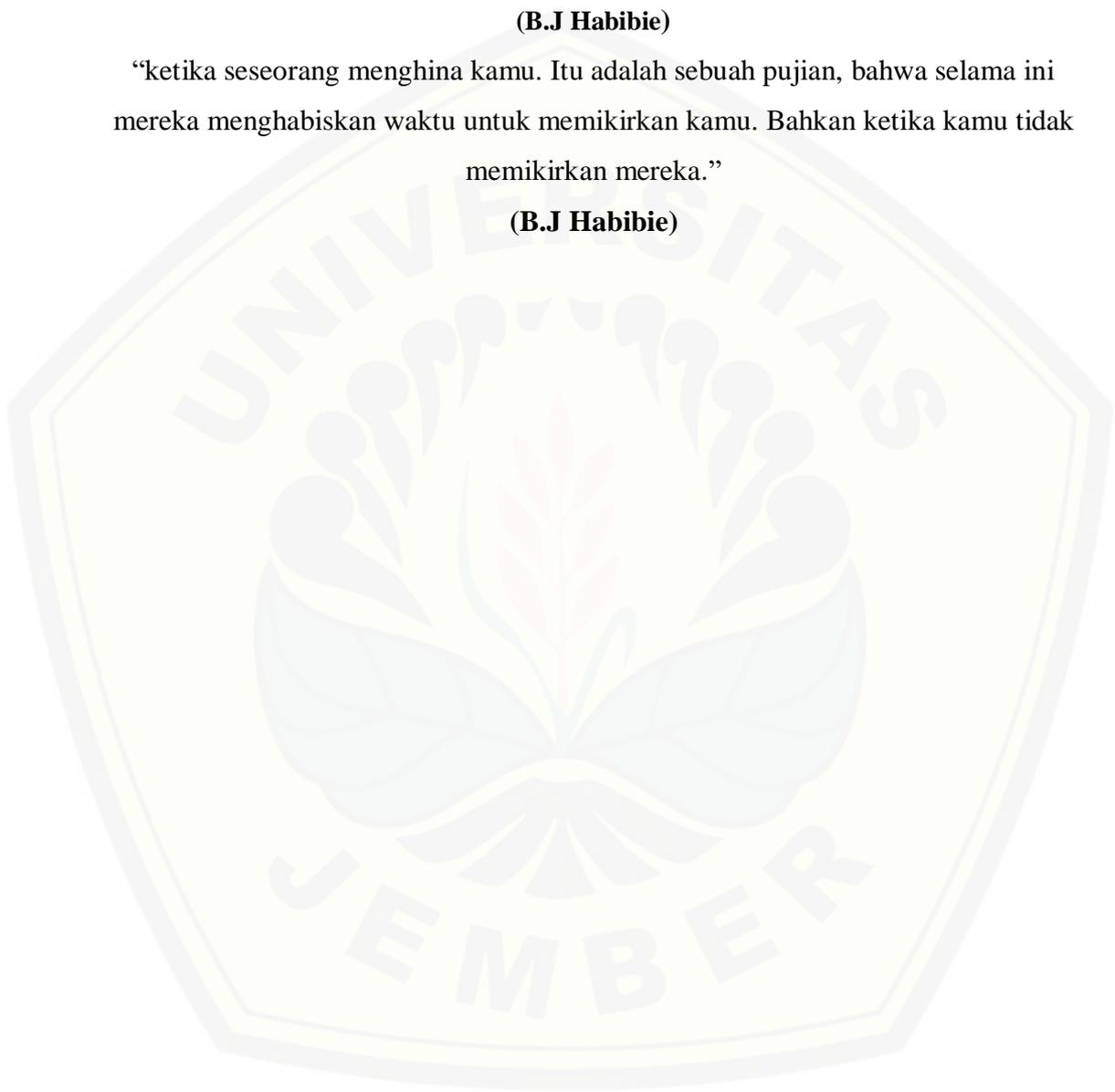
MOTTO

“Salah satu kunci kebahagiaan adalah menggunakan uangmu untuk pengalaman,
bukan untuk keinginan.”¹

(B.J Habibie)

“ketika seseorang menghina kamu. Itu adalah sebuah pujian, bahwa selama ini
mereka menghabiskan waktu untuk memikirkan kamu. Bahkan ketika kamu tidak
memikirkan mereka.”

(B.J Habibie)



¹ <https://tibuku.com/kata-kata-bj-habibie>



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Adillia Risky Cahyaningtyas

NIM : 150210301075

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Gaya Hidup Pencitraan Mahasiswa Pengguna Instagram (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember) adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 25 September 2019

Yang menyatakan,

Adillia Risky Cahyaningtyas

NIM. 150210301075

PERSETUJUAN

GAYA HIDUP PENCITRAAN MAHASISWA PENGGUNA INSTAGRAM

(Studi Kasus pada Mahasiswa
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember)

diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program
Sarjana Strata Satu Program Studi Pendidikan Ekonomi
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial pada
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Oleh

Nama Mahasiswa : Adillia Risky Cahyaningtyas
NIM : 150210301075
Jurusan : Pendidikan IPS
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Angkatan Tahun : 2015
Daerah Asal : Banyuwangi
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 3 Oktober 1997

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Pudjo Suharso, M.Si

NIP. 19591116 198601 1 001

Dr. Sukidin, M.Pd.

NIP. 19660323 199301 1 001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “**Gaya Hidup Pencitraan Mahasiswa Pengguna Instagram** (Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember)”,

Telah diuji dan disahkan pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 25 September 2019

Tempat : Gedung 1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Dr. Pudjo Suharso, M.Si
NIP. 19591116 198601 1 001

Dr. Sukidin, M.Pd.
NIP. 19660323 199301 1 001

Anggota I

Anggota II

Wiwin Hartanto, S.Pd., M.Pd.
NIP . 19870924 201504 1 001

Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Prof. Drs. Dafik, M.Sc., Ph.D
NIP. 19680802 199303 1 004

RINGKASAN

“Gaya Hidup Pencitraan Mahasiswa Pengguna Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember)”. Adillia Risky Cahyaningtyas, 150210301075, 2019: 81 halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan IPS, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

Teknologi yang berkembang pada saat ini menyebabkan perubahan sosial dan ekonomi dalam masyarakat. Hal tersebut membuat seseorang berlomba – lomba dalam menunjukkan eksistensi diri. Tujuannya adalah untuk memperoleh pengakuan dari orang lain disekitarnya. Kebutuhan akan eksistensi diri merupakan salah satu bentuk dari perubahan gaya hidup seseorang, dan hal ini juga berlaku bagi para mahasiswa. Pada praktiknya pencarian akan eksistensi diri tidak terlepas dari pengaruh media sosial. Hal ini dibuktikan dengan gaya berlebihan dan serba kekinian seperti gaya berpakaian, berdandan, berfoto, berkuliner, dan sebagainya yang seringkali dilakukan oleh para mahasiswa. Beberapa faktor yang melatarbelakangi antara lain konten – konten *fashion*, kecantikan, makanan, dan lain sebagainya yang banyak ditampilkan dalam media sosial khususnya instagram. Instagram selain sebagai sarana bertukar informasi juga dimanfaatkan sebagai pembentuk citra diri, sehingga menimbulkan gaya hidup konsumtif bagi para mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Jember yang berasal dari kelas sosial menengah. Fenomena gaya hidup pencitraan oleh para mahasiswa yang dilatarbelakangi karena adanya instagram inilah menjadi alasan mengapa penelitian ini dibuat, yaitu untuk mengetahui bagaimana gaya hidup pencitraan mahasiswa pengguna instagram di FKIP Universitas Jember.

Penelitian ini juga bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena gaya hidup pencitraan di media sosial instagram berdasarkan studi kasus pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan di Universitas Jember. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sumber data diperoleh dari informan inti dan informan tambahan. Perolehan data

menggunakan triangulasi yang terdiri dari metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Tahap selanjutnya yaitu analisis data dengan cara mereduksi data, menyajikan data, serta menarik kesimpulan.

Hasil dalam penelitian ini yaitu sebagian mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) memiliki prioritas yang berbeda – beda dalam mencitrakan dirinya melalui Instagram. Beberapa diantara mereka mencitrakan diri dengan mengenakan pakaian merek tertentu dan model yang selalu *up to date*, *make up* yang terlihat *on* diberbagai kesempatan, *travelling* atau mengeksplorasi alam serta berbagai tempat wisata, serta kuliner ataupun *kongkow - kongkow* di *cafe*, sehingga dapat dikatakan pencitraan memicu timbulnya gaya hidup konsumtif. Para mahasiswa melakukan pencitraan diri dalam bentuk foto, video, *story*, ataupun siaran langsung (*live*). Hal ini bertujuan agar mereka bisa mencitrakan diri sebagai seorang remaja yang *hits* dengan jumlah *like* dan *followers* tinggi, sehingga orang lain menganggap mereka adalah sosok yang diharapkan (*wish image*). Pencitraan diri yang dilakukan mahasiswa salah satunya bertujuan untuk menirukan tokoh yang dianggapnya sebagai *role of model*. Tokoh yang umumnya dijadikan sebagai *role of model* bagi mahasiswa yaitu artis ataupun selebgram (*celebrity instagram*) sehingga untuk dapat menirukan figur – figur tersebut diperlukan kapital ekonomi yang lebih dari cukup, dan mayoritas mahasiswa yang mampu melakukan hal tersebut adalah mereka yang berasal dari kalangan ekonomi menengah dengan jatah uang saku mulai Rp 1.500.000 sampai Rp 3.000.000 per bulan dari orang tua yang berprofesi sebagai Pengusaha, Pegawai Negeri Sipil, Wiraswasta, dan TNI.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Gaya Hidup

Pencitraan Mahasiswa Pengguna Instagram (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan srata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Drs. Dafik, M.Sc., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Dr. Sumardi, M.Hum, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Drs. Kayan Swastika, M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Wiwin Hartanto S.Pd., M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
5. Dr. Pudjo Suharso, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Dr. Sukidin M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan memberikan pengarahan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini;
6. Bapak Drs. Joko Widodo, M.M., selaku Dosen Penguji I dan Bapak Wiwin Hartanto S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan saran pada skripsi ini;
7. Semua dosen-dosen FKIP Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah membimbing serta memberikan ilmu kepada penulis sampai akhirnya dapat menyelesaikan studi ini;
8. Semua Informan yang telah membantu kelancaran skripsi ini;
9. Kedua orang tuaku, adik dan keluargaku atas doa, dukungan dan motivasi yang telah diberikan kepadaku;
10. Sahabat – sahabat B’gengs yang dipelopori oleh Mifta Rizqi Luthfida, Puspa Rosita Sari, Yuli maulida, Rinda Sukma Ningrum, Isnalita Nofta Rosa Lina, dan Intan Lestari serta sahabat setanah kelahiran Eva Meynanda

Putri yang telah menjadi tempat berbagi suka dan duka selama menjalani hari – hari di Jember, tanpa kalian semua 4 tahunku akan hampa tanpa cerita;

11. Agung Triyono Hariyanto yang telah menemani lika – liku kehidupanku selama 2,5 tahun terakhir, dan semoga tetap menjadi teman sejati sampai akhir hayat;

12. Semua pihak yang membantu selesainya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin

Jember, 25 September 2019

Penulis

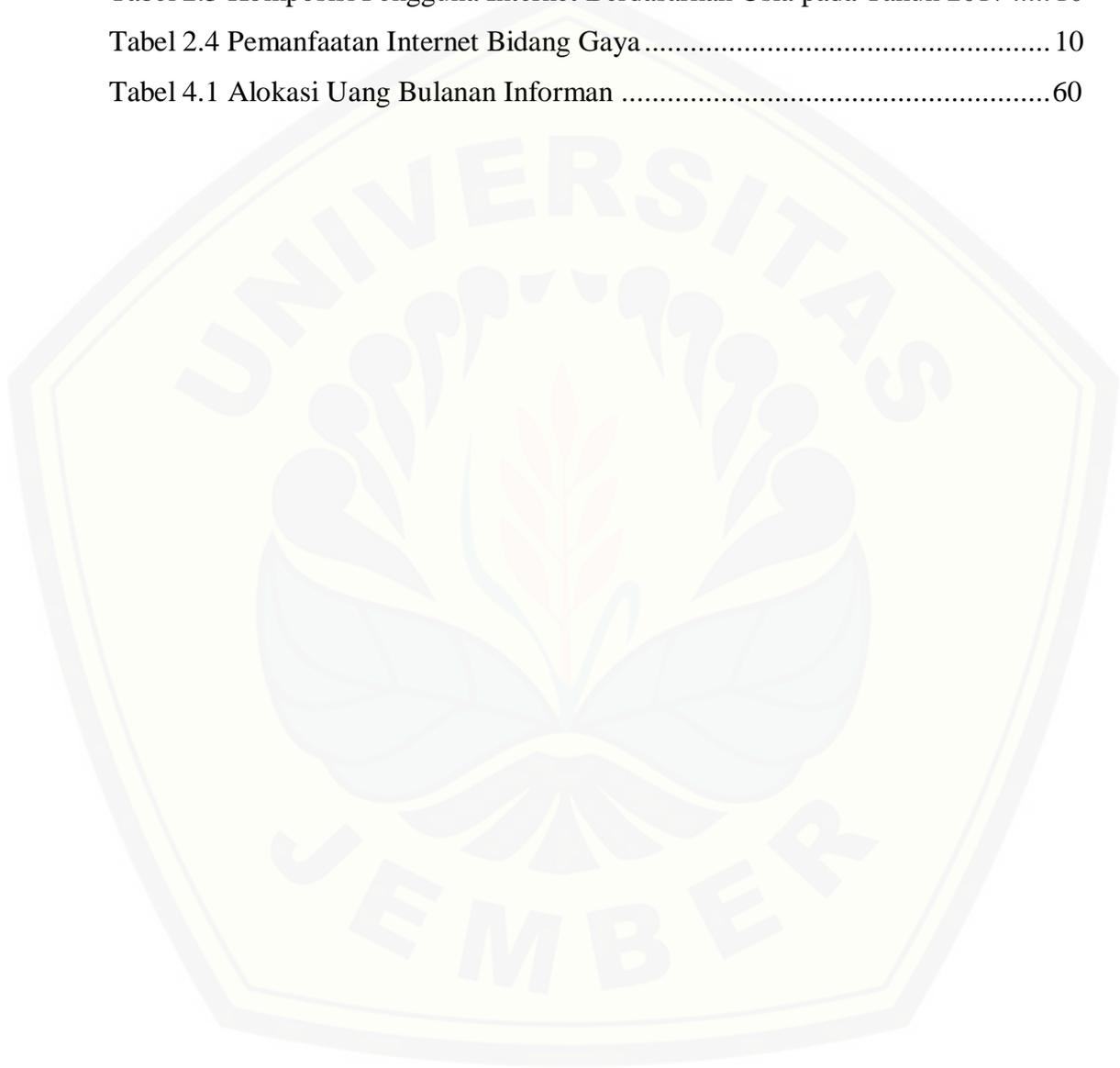
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSEMBAHAN	ii
MOTTO	iii
PERNYATAAN	v
PERSETUJUAN	vi
PENGESAHAN	vii
RINGKASAN.....	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Fokus Kajian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Hasil Survey.....	9
2.3 Gaya Hidup Konsumtif.....	11
2.4 Pencitraan Diri	16
2.5 Media Sosial Instagram	22
2.5.1 Media Sosial	22
2.5.2 Instagram.....	24
2.6 Teori <i>Mimesis</i> (Meniru) Rene Girard	27
2.7 Teori Gaya Hidup Kelas Menengah Pierre Bourdieu.....	28
2.8 Teori Media Siber (<i>Cybermerdia</i>).....	32

2.9 Kerangka Berfikir.....	35
BAB 3. METODE PENELITIAN	37
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	37
3.2 Lokasi Penelitian	37
3.3 Definisi Operasional Konsep	39
3.4 Jenis dan Sumber Data	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6 Teknik Analisis Data	41
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Tempat Penelitian.....	43
4.2 Hasil Penelitian	44
4.2.1 Fashion sebagai <i>Role of Model</i>	44
4.2.2 Budaya <i>Foodstrgaming</i> dan <i>Kongkow</i> pada Kelas Sosial Menengah ..	48
4.2.3 Gaya Hidup Milenial dalam Perspektif <i>Cybermedia</i>	53
4.2.4 Budaya Hidup Konsumtif Bagi Kaum Milenial	60
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	66
4.3.1 Fashion sebagai <i>Role of Model</i>	66
4.3.2 Budaya <i>Kongkow</i> dan <i>Foodstragaming</i> pada Kelas Sosial Menengah	68
4.3.3 <i>Cybermedia</i> dan Gaya Hidup Milenial	72
4.3.4 Budaya Hidup Konsumtif bagi Kaum Milenial.....	75
BAB 5. PENUTUP	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 2.2 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia Tahun 2017	9
Tabel 2.3 Komposisi Pengguna Internet Berdasarkan Usia pada Tahun 2017	10
Tabel 2.4 Pemanfaatan Internet Bidang Gaya.....	10
Tabel 4.1 Alokasi Uang Bulanan Informan	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka berpikir penelitian..... 35



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Matrik Penelitian.....	85
LAMPIRAN 2. Tuntunan Penelitian	85
LAMPIRAN 3. Pedoman Wawancara (Informan Utama)	86
LAMPIRAN 4. Pedoman Wawancara Informan Pendukung	87
LAMPIRAN 5. Transkrip Wawancara Informan Inti	89
LAMPIRAN 6. Transkrip Wawancara Informan Pendukung	116
LAMPIRAN 7. Dokumentasi Kegiatan	126
LAMPIRAN 8. Lembar Konsultasi	135
LAMPIRAN 9. Surat Ijin Penelitian.....	137
LAMPIRAN 10. Daftar Riwayat Hidup	138

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi yang dialami oleh masyarakat saat ini dianggap memberikan dampak perubahan pada segala aspek kehidupan. Hal yang tak luput dari adanya globalisasi adalah kemajuan teknologi dan komunikasi. Saat ini teknologi yang sedang berkembang dapat menyebabkan perubahan sosial dan ekonomi dalam masyarakat. Adanya kemajuan teknologi dan komunikasi dapat berdampak pada seseorang, yang awalnya mereka hanya membutuhkan kebutuhan yang bersifat jasmani (sandang, pangan, dan papan) namun dengan berkembangnya teknologi tersebut kebutuhan seseorang akan bertambah pula seperti kebutuhan akan eksistensi diri (pengakuan). Kebutuhan akan eksistensi diri ini merupakan bagian dari perubahan gaya hidup seseorang.

Gaya hidup merupakan cara seseorang menampilkan dirinya di hadapan umum. Gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern atau modernitas. Artinya, siapa pun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Gaya hidup selalu berkaitan dengan upaya membuat diri eksis dengan cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain. Seseorang cenderung ingin menampilkan citra dirinya untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain dan sebagai upaya meningkatkan eksistensi diri. Gaya hidup dapat dijadikan sebagai acuan untuk menampilkan identitas diri melalui penggunaan waktu, uang, dan barang. Untuk melihat gaya hidup seseorang dapat dilihat dari barang – barang yang dimiliki dan dipakai sehari – hari yang biasanya bersifat modis dan *trendy*. Kondisi ini hampir melanda semua lapisan dan generasi masyarakat, salah satunya mahasiswa.

Fenomena dari mahasiswa saat ini tercermin dari cara berpakaian dan berpenampilan yang terkadang berlebihan dalam memilih gaya untuk dirinya sendiri. Seharusnya mahasiswa merupakan golongan muda yang mengisi waktunya dengan menambah pengetahuan, ketrampilan, serta mengisi kegiatan

mereka dengan hal – hal positif sehingga memiliki orientasi sebagai manusia yang bermanfaat di masa yang akan datang. Akan tetapi saat ini pergaulan dengan teman telah menjadikan mahasiswa yang menyandang predikat sebagai kaum intelektual dan mengabdikan dirinya untuk belajar bergeser menjadi ingin mendapatkan pengakuan dari orang lain. Fenomena seperti ini juga terjadi pada mahasiswa kelas menengah di Jember.

Sebagai salah satu wilayah dengan beberapa universitas baik negeri maupun swasta, kabupaten Jember menjadi salah satu daerah yang memiliki populasi masyarakat dengan usia remaja yang cukup banyak, dan sebagian besar dari populasi remaja tersebut adalah kaum mahasiswa. Jember juga termasuk dalam kategori kota besar ke 3 di Jawa Timur yang sedang berkembang menjadi kota metropolitan. Hal ini dibuktikan dengan gaya hidup yang berlebihan dan serba kekinian seperti gaya berpakaian, bendandan, berfoto, dan sebagainya yang dilakukan oleh para mahasiswa melalui media sosial.

Kemajuan teknologi dan komunikasi ditandai dengan munculnya media sosial yang dapat digunakan bagi para pengguna yang ingin berkomunikasi jarak jauh namun secara *real time*. Menurut Bungin (2009) Media sosial menawarkan berbagai kemudahan berkomunikasi yang dapat digunakan oleh semua orang untuk berinteraksi atau sekedar mencari hiburan melalui dunia maya. Media sosial bisa menjadi ruang untuk melakukan interaksi satu sama lain dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi di dalamnya, misalnya melalui aplikasi *Facebook, Twitter, You Tube, Instagram, Google Plus, Path, WA, Line*, dan *E - mail*. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (2017) menyatakan bahwa media sosial yang menduduki peringkat teratas paling banyak diakses adalah *Instagram*.

Instagram sendiri muncul pada 6 Oktober 2010 dan dengan berjalannya waktu Instagram menjadi media sosial yang menduduki peringkat teratas paling banyak diminati oleh generasi muda utamanya para mahasiswa. Instagram pertama kali ditemukan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Instagram merupakan aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan video dalam waktu yang cepat. Instagram sendiri memiliki fitur – fitur yang menarik seperti mengedit,

memberi caption dan membagikannya kepada pengguna instagram lain. Selain itu melalui instagram foto maupun video yang diunggah bisa langsung dibagikan pada jejaring sosial lainnya seperti *facebook*, *twitter*, dan *tumblr*. Instagram tidak hanya dimanfaatkan untuk berbagi informasi, tapi juga sebagai ajang ekspresi diri dan pencitraan yang memungkinkan seseorang untuk *posting* foto dan video di suatu tempat yang terkenal dan mewah, sehingga dari situ akan membentuk citra diri yang akan menghasilkan identitas bagi pelaku pencitraan tersebut. Proses pembentukan citra diri melalui Instagram ditunjukkan dengan semakin banyak angka *followers* (pengikut) dan *like* (menyukai) di berbagai postingan foto ataupun video si pemilik akun instagram. Jika si pengguna sudah memenuhi kriteria dengan jumlah *followers* dan *like* yang banyak, maka dapat dikatakan bahwa si pengguna dapat menjadi figur bagi remaja masa kini karena dianggap memiliki citra diri yang tinggi (Merri, 2016).

Pencitraan diri merupakan cara seseorang membentuk kesan dan gambaran mengenai dirinya. Citra diri akan terbentuk jika seseorang menunjukkan penampilan yang menarik hingga membuat orang lain terkesan dan menyukai penampilannya. Mengacu pada pendapat A.B Susanto (2001) yang menyatakan bahwa citra diri (*self image*) adalah bagaimana persepsi orang lain terhadap seseorang. Persepsi tersebut akan melahirkan suatu gaya atau perilaku tertentu, terutama perilaku yang berkaitan dengan bagaimana ia membentuk *image* atau kesan di mata orang lain. Pada dasarnya seseorang membangun sebuah citra dirinya dimaksudkan untuk mendapatkan perhatian ataupun penghargaan dari orang lain, untuk itu seseorang memperbanyak simbol – simbol pada dirinya. Simbol – simbol tersebut bisa berupa produk – produk modernitas.

Berdasarkan hasil wawancara, narasumber menginformasikan beberapa alasan terkait pengalaman pribadinya dalam melakukan pencitraan di media sosial Instagram. Wawancara tersebut dilakukan dengan salah satu mahasiswa FKIP Universitas Jember yang saat ini jumlah *followers* instagramnya telah mencapai 8.651 pengikut dan jumlah *like* terbanyak pada postingan foto yang diunggahnya mencapai 1.136 *like*.

“Saya menyukai kehidupan yang membuat saya terlihat populer, melalui media sosial instagram saya dapat mengetahui *trend* gaya berpakaian, berpenampilan, berdandan, dan berfoto. Hal tersebut dikarenakan banyak berbagai foto maupun video para *selebgram hits* yang dapat saya tiru, sehingga dapat meningkatkan selera *fashion* saya” (PS 21 th)

Sifat *prestise* akan gaya hidup konsumtif pun terlihat jelas di kalangan mahasiswa kelas menengah FKIP Universitas Jember. Hal ini ditunjukkan dengan foto – foto yang di *upload* di instagram baik itu foto *OOTD (Out Fit of The Day)* yaitu foto dengan memamerkan pakaian yang mereka kenakan pada hari tersebut, foto ketika mereka *travelling*, foto tempat mereka *kongkow* ataupun *foodstragaming*, dan lain sebagainya. Hal ini kemudian dijadikan *symbol* gaya hidup konsumtif bagi mereka demi sebuah prestise dan ketenaran. Wawancara juga dilakukan dengan salah satu mahasiswa yang sering melakukan *show of* di instagram, ia berpendapat hal tersebut turut dipengaruhi oleh lingkungan teman kuliah dimana mereka sering memamerkan gaya berfoto yang kekinian, *fashion* yang selalu *up to date*, ataupun aktivitas terkait budaya modern seperti *travelling*, *foodstragaming*, dan *kongkow* sehingga menjadikan mereka mengikuti gaya hidup konsumtif sebagaimana teman sebayanya.

“Saya mengenal *fashion* sejak awal masuk kuliah karena pada saat itu adalah awal kita masuk dalam pergaulan yang lebih luas, berbagai contoh dapat kita lihat baik dari teman maupun berbagai media sosial. Hal tersebut dapat menunjang diri kita dalam memperbaiki kualitas *fashion*, selain itu karena pengaruh teman saya pun menjadi hobi *foodstragaming* dan *kongkow* sehingga menjadikan saya lebih konsumtif.” (RF 22 th)

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa gaya hidup pencitraan bagi mahasiswa FKIP terdapat suatu hal yang menarik untuk diteliti, oleh karena itu peneliti mengambil judul penelitian “Gaya Hidup Pencitraan Mahasiswa Pengguna Instagram (Studi Kasus pada Mahasiswa FKIP Universitas Jember”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini yaitu : Bagaimana gaya hidup pencitraan mahasiswa pengguna Instagram di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan fenomena gaya hidup pencitraan di media sosial instagram berdasarkan studi kasus pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan di Universitas Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk beberapa hal di antaranya adalah manfaat teoritis dan manfaat praktis.

a. Manfaat Teoritis

1. Diharapkan penelitian ini dapat memperluas dan memperkaya bahan referensi, bahan penelitian, serta sumber bacaan di lingkungan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember mengenai gaya hidup pencitraan di media sosial Instagram.
2. Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memperluas wawasan dan mengembangkan pengetahuan mengenai gaya hidup sosial dan ekonomi seseorang di media sosial

b. Manfaat Praktis

Mengetahui fenomena gaya hidup pencitraan di media sosial instagram sebagai identitas bagi penggunanya, sehingga mereka dapat memanfaatkan sarana teknologi dan ilmu pengetahuan dengan tepat guna. Diharapkan pula pembaca dapat mengetahui bahwa seorang mahasiswa yang melakukan pencitraan di Instagram memiliki beberapa dampak negatif, sehingga kedepannya para pembaca dapat menggunakan Instagram sesuai keperluan, dan tidak terjerumus dalam dunia pencitraan.

1.5 Fokus Kajian

Fokus kajian dalam pembahasan ini sangatlah penting, supaya mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian. Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa kelas menengah yang melakukan pencitraan diri pada akun instagram mereka.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Hasil
1.	Sutatik (2017)	Gaya Hidup Pengguna <i>Instagram</i> (Analisis Deskriptif Kualitatif Mengenai Kelas Sosial Menengah Dalam Penggunaan <i>Instagram Stories</i> Di Ruang <i>Cyber</i>)	Hasil dari penelitian yaitu mahasiswa kelas menengah dalam menggunakan aplikasi instagram menekankan gaya hidupnya kedalam tiga struktur konsumsi yaitu gaya hidup terkait dengan makanan yang menjadi <i>trend</i> , budaya mahasiswa kelas menengah, serta penampilan. Keseluruhan dari gaya hidup tersebut berdampak pada biaya yang tinggi, wajar jika hal ini hanya dapat dilakukan oleh mahasiswa yang mendapatkan jatah bulanan kisaran Rp 1.200.000 - Rp 2.500.000 per bulannya.
2.	Yuda Aprian Wibowo (2017)	Pencitraan Diri Siswa SMK Bhakti Loa Janan Melalui Instagram	Hasil dari penelitian ini yaitu pencitraan yang dilakukan siswa SMK Bhakti Loa Janan merupakan bentuk citra yang diharapkan. Hal tersebut dilihat melalui tiga indikator yaitu penampilan secara menyeluruh, menggunakan pakaian dan perhiasan, dan pengaruh teman sebaya. Hal ini berdampak pada tingginya biaya hidup siswa, karena siswa perlu berbandan dan berpenampilan menarik, membeli pakaian bermerek, dan mengikuti gaya teman sebaya agar terlihat lebih menarik dan setara dengan kawannya.

3.	Herlinda Fitria (2015)	Hiperrealitas dalam Social Media (Study kasus : Makan Cantik di Senopati pada Masyarakat Perkotaan)	Hasil dari penelitian yaitu fenomena makan cantik telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat di perkotaan. Sekali makan cantik menghabiskan biaya kisaran Rp 200.000 untuk dua orang, bahkan menurut informan lain ia menghabiskan Rp 350.000 – Rp 2.000.000 untuk satu kali makan di restoran, sehingga aktivitas tersebut dapat dikatakan boros biaya. Pelaku makan cantik menggunakan sosial media untuk membagikan aktivitasnya dalam upaya membentuk <i>hiperealitas</i> diri, meskipun pada kenyataannya makan cantik yang diunggah di sosial media berbanding terbalik dengan fakta yang ada.
4.	Nabila Saridilla Reza Putri (2018)	Pembentukan Citra Diri Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas dr. Soetomo Surabaya dalam Instagram	Hasil dari penelitian yaitu pembentukan citra diri di Instagram dapat dilakukan dengan cara yang berbeda – beda sesuai dengan hobi yang dimiliki. Informan pertama menginformasikan bahwasanya ia menyukai <i>fashion</i> dan <i>update</i> tempat makan mewah, sehingga mayoritas foto yang di <i>upload</i> di akun instagramnya adalah foto di tempat makan mewah, mengenakan busana <i>trendy</i> dengan <i>make up</i> yang terlihat <i>on</i> . Berbeda dengan informan kedua ia adalah perempuan tomboy dan menyukai aktivitas <i>adventure</i> sehingga ia lebih banyak memposting aktivitas <i>tripnya</i> dari satu tempat ke tempat yang lain, seperti pantai, gunung, bukit, air terjun, dll. Hal ini juga berdampak pada pemborosan biaya karena mereka cenderung

			menghambur – hamburkan uang.
5.	Jansen Ebroyn. T (2018)	Pengelolaan Kesan <i>Selebgram</i> Pengguna Fitur <i>Instagram Stories</i> Dikalangan Mahasiswa Kota Pekanbaru	Hasil dari penelitian yaitu pengelolaan kesan para selebgram mengacu pada teori dramaturgi. Pada panggung depan selebgram menampilkan berbagai kemewahan yang biasa diunggah pada <i>Instagram Stories</i> seperti foto selfie dan <i>Out Fit</i> berupa baju, tas, maupun sepatu <i>branded</i> , berkumpul dengan teman di <i>cafe</i> , hotel, mall, dan restoran, melakukan wisata kuliner, dan mengunggah kegiatan di mobil untuk menunjukkan desain interior mobil yang mewah, sedangkan pada kehidupan sehari – hari mereka hanyalah mahasiswa biasa yang menghabiskan waktunya untuk beraktivitas di kampus, bersifat sederhana, dan berpenampilan apa adanya. Hal tersebut menunjukkan bahwa untuk mencapai popularitas di instagram membutuhkan pengorbanan waktu, tenaga, dan biaya yang tinggi.
6.	Trudy Hua Hua Chua, Leanne Chang (2015)	<i>Follow me and like my beautifull selfies: Singapore teenage girls engagement in self – presentation and peer comparison on social media</i>	Hasil dari penelitian yaitu semakin banyak angka <i>followers</i> dan <i>like</i> pada akun Instagram remaja di Singapura berarti popularitas yang dimiliki remaja tersebut semakin tinggi. Cara remaja mempertahankan popularitasnya agar tidak tersaingi yaitu dengan memakai <i>make up</i> , memamerkan barang mewah yang dimiliki, serta mengedit setiap foto yang akan diunggah di Instagram.

			Dampak dari perilaku tersebut yaitu gangguan psikologis karena ia cenderung berambisi untuk menjadi paling menarik diantara teman sebangkunya.
--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Penelitian ini menarik untuk diteliti dengan harapan peneliti dapat mengetahui bagaimana gaya hidup pencitraan yang dilakukan oleh mahasiswa di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Jember. Keunikan dari penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian ini lebih berfokus pada bentuk – bentuk pencitraan yang dilakukan oleh mahasiswa kelas menengah di media sosial Instagram.

2.2 Hasil Survey

Berdasarkan hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII (2017) Indonesia terkoneksi pada internet global mulai tahun 1994. Sejak saat itu pengguna internet Indonesia terus mengalami pertumbuhan. Jumlah total pengguna internet Indonesia pada tahun 2017 tercatat sebanyak 143,26 juta jiwa, sedangkan total seluruh populasi penduduk Indonesia sebesar 262 juta jiwa. Angka ini mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yaitu 132,7 juta pengguna, angka 143,26 juta tersebut berarti melewati 54,68% dari jumlah populasi atau penduduk Indonesia.

Tabel 2.2 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia Tahun 2017

Total Penduduk Indonesia	Pengguna Internet tahun 2016	Pengguna Internet tahun 2017	Presentase total pengguna internet pada tahun 2017
262 juta jiwa	132,7 Juta pengguna	143,26 juta pengguna	54,68%

Sumber : Asosiasi Jasa Penyelenggara Internet Indonesia (APJII)

Sedangkan hasil survey terkait dengan komposisi pengguna internet berdasarkan usia tercatat pengguna berusia 19 – 34 tahun yaitu sebesar 49,52% yang kemudian di lanjutkan oleh pengguna berusia 35 – 55 tahun yaitu sebanyak 29,5% dan sebanyak 16,68% pengguna internet adalah mereka yang berusia 13-18 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa internet di Indonesia kebanyakan di akses oleh mereka yang

berusia diantara 19 hingga 34 tahun yang artinya sebagian besar pengguna internet Indonesia adalah kaum remaja akhir dan dewasa awal. Hasil survey tersebut juga menunjukkan sebagian besar pengguna internet Indonesia menggunakan internet yang pertama untuk media sosial kemudian untuk mencari hiburan, keperluan informasi seperti membaca berita, pendidikan, komersil dan layanan publik.

Tabel 2.3 Komposisi Pengguna Internet Berdasarkan Usia pada Tahun 2017

No	Kelompok Usia	Jumlah Presentase
1	13 – 18 Tahun	16,68%
2	19 – 34 Tahun	49,52%
3	39 – 54 Tahun	29,55%
4	> 54 Tahun	4,24%

Sumber : Asosiasi Jasa Penyelenggara Internet Indonesia (APJII)

Pertumbuhan internet yang semakin cepat di kalangan masyarakat di satu sisi mungkin benar dapat melahirkan berbagai macam media sosial yang terbuka dan umum bahkan tanpa batas untuk menjadi saluran bagi masyarakat khususnya remaja untuk menyampaikan pemikiran dan harapan terkait kehidupan mereka masing-masing, namun di sisi lainnya dengan kehadiran media sosial yang ada di *cyberspace* malah merangsang timbulnya perilaku dan gaya hidup yang berbeda, seperti gaya hidup remaja urban yang lebih banyak dikendalikan oleh hasrat dan keinginan untuk terus menerus mempertontonkan gaya hidup yang mereka miliki.

Hasil survey yang dilakukan oleh APJII pada tahun 2017 menunjukkan bahwa penduduk Indonesia memanfaatkan jasa internet bidang gaya hidup untuk mengakses media sosial, *download* musik atau film, mengakses berita, *entertainment* atau hobi, kemudian dilanjutkan untuk bermain *game*, dan yang terakhir adalah akses berita olahraga. Untuk peringkat pertama terdapat akses media sosial yang paling dominan yaitu sebesar 87,13% dan yang paling terendah adalah akses berita olahraga sebesar 50,48%.

Tabel 2.4 Pemanfaatan Internet Bidang Gaya

No	Jenis Aktivitas	Presentase
1	Media Sosial	87,13%
2	<i>Download</i> Musik	71,10%
3	<i>Download</i> / Nonton film	70,23%
4	Berita <i>Intertainment</i> / Hobi	58,01%
5	Baca Berita	57,13%
6	Bermain <i>Game</i>	54,13%
7	Berita Olahraga	50,48%

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Hasil survey diatas menjelaskan bahwa saat ini kita telah memasuki era digital dimana kehidupan manusia dikelilingi oleh kemajuan teknologi. Salah satu bentuk dari kemajuan teknologi yaitu hadirnya internet. Indonesia terkoneksi pada internet global mulai tahun 1994. Sejak saat itu pengguna internet Indonesia terus mengalami kenaikan. Sampai saat ini tercatat 54,68% atau dapat dikatakan lebih dari setengah penduduk Indonesia menggunakan teknologi internet. Penggunaan internet Indonesia didominasi oleh usia 19 – 34 tahun yaitu sebesar 49,52% lebih banyak dari kelompok usia lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa internet di Indonesia kebanyakan di akses oleh usia remaja akhir dan dewasa awal. Tabel diatas menunjukkan bahwa media sosial menduduki peringkat pertama paling banyak diakses yaitu 87,13% yang artinya sebagian besar dari para pengguna internet paling sering mengakses media sosial dibandingkan konten yang lain. Lahirnya berbagai media sosial dapat menjadi sarana bagi masyarakat untuk mencari pengakuan demi menunjukkan eksistensi dirinya.

2.3 Gaya Hidup Konsumtif

Gaya hidup saat ini dapat dijadikan sebagai cara yang mudah untuk membedakan kelompok sosial dalam masyarakat. Melalui gaya hidup seseorang, kita dapat mengidentifikasi kelas sosial orang itu berasal.

Gaya menurut Ewen (dalam Pilliang, 2003:204) didefinisikan sebagai berikut:

- a. Gaya merupakan suatu tolak ukur yang menjadikan seseorang dapat dinilai dan menilai orang lain, dengan kata lain gaya dijadikan seseorang untuk mendefinisikan diri (*self*).
- b. Gaya merupakan cara untuk memahami masyarakat baik gaya dalam organisasi, kepemimpinan, dan konsumsi.
- c. Gaya sebagai media pembentuk kesadaran total mengenai dunia sebagai informasi dan sebagai pembentuk citra.

Seseorang cenderung ingin mempunyai sesuatu yang mencerminkan gaya, karena dengan gaya seseorang dapat mendefinisikan dirinya. Seseorang dengan gaya hidup yang *stylish* dan *trendy* maka keberadaannya akan lebih diakui dalam pergaulan. Menurut Pilliang (2003) gaya hidup adalah pola (durasi, intensitas, kuantitas) penggunaan waktu, ruang dan barang di dalam kehidupan sosial. Di dalam kapitalisme masyarakat dikonstruksi secara sosial ke dalam berbagai ruang gaya hidup, yang menjadikan mereka sangat bergantung pada irama pergantian gaya, citra, dan status yang ditawarkan didalamnya.

Menurut Pilliang (2003) gaya hidup merupakan cara manusia mengaktualisasikan dirinya melalui semiotisasi kehidupan. Semiotisasi kehidupan merupakan suatu tanda dan kode dimana diwujudkan dalam bentuk waktu, uang dan barang. Di dalam dunia konsumerisme, segala hal dapat dikonstruksi menjadi bagian dari gaya hidup, selama ia dapat dirubah menjadi citra, tanda dan gaya. Mengacu pada pendapat Susanto (1998) bahwa gaya hidup merupakan cara seseorang mengkonsumsi waktu dan uangnya untuk mengaktualisasikan dirinya. Chaney juga memahami gaya hidup sebagai proses aktualisasi diri dimana para aktor secara reflektif terkait dengan bagaimana mereka harus hidup dalam suatu konteks interdependensi global (Chaney, 1996: 23). Gaya hidup tersebut berkaitan dengan kelas sosial yang ada dalam masyarakat. Kelas sosial tergantung pada besarnya kepemilikan dan struktur kapital seseorang. Terdapat beberapa kelas sosial dalam masyarakat salah satunya adalah kelas sosial menengah. Mengacu pada teori Bourdieu bahwa kelas menengah didefinisikan seorang proletarian yang kurang memberikan kemungkinan bagi dirinya untuk menjadi seorang borjuis.

Bourdieu juga menyatakan bahwa individu pada kelas sosial menengah biasanya memanfaatkan kapital ekonomi, sosial, dan budaya mereka untuk memperebutkan status yang diinginkan. Cara untuk memperoleh status yang diinginkan di depan khalayak adalah dengan cara bergaya hidup konsumtif.

Berdasarkan beberapa pendapat mengenai gaya hidup tersebut dapat disimpulkan bahwa seseorang dapat menampilkan identitas dirinya antara lain melalui penggunaan waktu, uang dan barang sesuai dengan kelas sosialnya dalam masyarakat. Untuk menangkap suatu gaya hidup dapat dilihat dari barang – barang yang dimiliki dan yang dipakai sehari – hari. Seseorang yang berasal dari kelas sosial menengah cenderung memakai barang – barang yang bersifat modis dan *trendy*. Barang yang tergolong modis dan *trendy* tersebut diperoleh dengan mengeluarkan biaya tinggi. Pengeluaran biaya yang tinggi tersebut menandakan seseorang mengonsumsi barang dan jasa lebih dari kebutuhan yang sesungguhnya. Hal inilah yang memicu gaya hidup konsumtif.

Konsumsi merupakan kegiatan menghabiskan barang dan jasa. Sejalan dengan apa yang dikatakan Pilliang bahwa konsumsi adalah suatu proses menghabiskan atau mentransformasikan nilai – nilai yang tersimpan dalam sebuah objek (Pilliang, 2003:158). Adanya kegiatan menghabiskan barang dan jasa dikarenakan kebutuhan – kebutuhan yang harus dipenuhi dalam kehidupannya. Kebutuhan merupakan sesuatu yang relatif karena setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda. Konsumsi menurut KBBI adalah pemakaian barang – barang hasil industri, barang yang langsung memenuhi kebutuhan hidup kita. Baudrillard menganggap konsumsi bukan sekedar nafsu untuk membeli begitu banyak komoditas, namun konsumsi dijadikan suatu simbol untuk mencapai kepuasan dan citra diri (Ritzer, 2004).

Kegiatan konsumsi semakin meningkat akibat globalisasi karena globalisasi sebagai produk modernitas menawarkan segala bentuk kemudahan teknologi dalam kehidupan manusia. Peningkatan konsumsi pada masyarakat juga tidak terlepas dari media informasi. Media menjadi sarana efektif seseorang menggunakan produk – produk tertentu, sehingga turut pula meningkatkan aktivitas konsumsi. Segmen remaja khususnya mahasiswa merupakan sasaran yang menguntungkan bagi para

produsen karena remaja cenderung memiliki aktivitas konsumsi yang tinggi. Seperti yang dikatakan oleh Chaney (1996) sebagai berikut :

“Majalah remaja baik pria maupun wanita diciptakan khusus bagi para ABG (Anak Baru Gede) yang tengah gelisah mencari identitas dan citra diri. Majalah remaja kini banyak beredar dengan kemasan yang tak kalah bagus dibandingkan dengan media transnasional, tujuannya adalah sebagai pembentuk budaya kawula muda yang berorientasi pada gaya hidup *fun!*”.

Aktivitas konsumsi tidak lagi didasarkan pada alasan kebutuhan, tetapi karena produk tersebut memiliki simbol tertentu yang dapat menaikkan citra diri bagi pembelinya. Bahkan Featherstone menyatakan bahwa masyarakat post modern adalah masyarakat konsumen. Alat konsumsi baru hanyalah alat yang memungkinkan masyarakat untuk mengkonsumsi (Ritzer, 2003:372,373). Sejalan dengan apa yang dikatakan Baudrillard, bahwa didalam konsumsi dilandasi oleh nilai tanda dan citraan ketimbang nilai *utilitas*, logika yang mendasarinya bukan lagi logika untuk memenuhi kebutuhan (*need*) melainkan hasrat yang lebih mengarah pada kesenangan (*desire*).

Apa yang dikonsumsi merupakan bagian dari pemuasan diri pada kepentingan semu, yang akhirnya menutupi kepentingan yang sebenarnya ketika seseorang mengkonsumsi suatu produk. Mengkonsumsi pada hakekatnya kepuasan fantasi yang dirasakan secara artifisial, suatu bentuk khayalan daripada kebutuhan riil

Aktivitas konsumsi yang disebut juga konsumtif merupakan bagian dari konsumerisme. Menurut KBBI, konsumerisme berarti paham atau gaya yang menganggap barang – barang sebagai suatu alat untuk mencapai kebahagiaan, kesenangan, dan sebagainya. Konsumtif juga bisa berarti perilaku yang senang membeli barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai pamor atau citra diri yang maksimal. Berdasarkan pada pendapat – pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa konsumtif merupakan tingkah laku seseorang untuk selalu menghabiskan sesuatu yang berwujud barang dan jasa. Menghabiskan disini dapat pula dikatakan menjalani gaya hidup yang sedang menjadi *trend* utamanya dikalangan remaja. Pada zaman dahulu perilaku konsumtif sudah biasa dilakukan oleh orang – orang dengan kondisi ekonomi menengah keatas namun sekarang seseorang dengan kondisi ekonomi lemah pun dapat

bergaya hidup konsumtif. Bagi mereka yang memaksa untuk melakukan gaya hidup konsumtif namun dengan kondisi ekonomi yang tidak mendukung maka dapat dikatakan mereka berusaha mendapatkan dengan cara apapun. Konsumtif disini dilakukan untuk mendapatkan kesenangan dan prestise dari orang lain.

Konsumtif juga tidak terlepas dari faktor modernitas. Seperti pendapat Chaney (1996) mengenai gaya hidup yang merupakan ciri dari sebuah dunia modern (modernitas) dan menjadi bagian dari kehidupan sosial sehari – hari. Chaney mengatakan bahwa gaya hidup adalah bentuk khusus pengelompokan status modern. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Sudjoko :

“nilai yang terus berkembang seperti sekarang ini ialah nilai modernitas. Segala sesuatu yang modern itu menyenangkan. Orang kurang percaya, kurang senang dan malu kepada sesuatu yang tidak modern. Setiap barang itu pasti dikaitkan hubungannya dengan hidup modern. Orang harus nampak modern agar tidak disangka bodoh, kolot dan ketinggalan” (Sudjoko, 1977:8)

Seseorang cenderung menginginkan sesuatu yang mencerminkan modernitas, sehingga produsen semakin variatif dalam mengeluarkan mode suatu produk, dan membuatnya akan lebih menarik konsumen untuk mengkonsumsi produk demi kesenangan semata tanpa memperhatikan apa yang benar – benar ia butuhkan. Konsep konsumtif yang dipakai dalam penelitian ini adalah tindakan mengkonsumsi barang dan jasa yang dilakukan oleh remaja khususnya mahasiswa dengan tujuan untuk mencapai kesenangan dan penghargaan semata tanpa memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan sebenarnya. Kesenangan dan penghargaan tersebut didapatkan oleh remaja ketika *show of* di media sosial dan mendapatkan berbagai tanggapan positif dari sesama pengguna.

Pilliang (2004) berpendapat bahwa gaya hidup konsumerisme dalam era globalisasi ini merupakan hasil kloning budaya yang mengarah pada kebudayaan Amerika sehingga tidak heran jika kita banyak melihat adanya keseragaman dalam gaya busana dan *trend fashion* yang banyak ditampilkan di media sosial khususnya Instagram. Hal ini dikarenakan banyak dari remaja khususnya mahasiswa di Indonesia mengunggah berbagai aktivitasnya di Instagram dengan meniru *style* bintang – bintang *hollywood* maupun para artis korea yang akhirnya menjadi *trend*

berpenampilan saat ini. Hasil peniruan ini memicu seorang mahasiswa berpola hidup konsumtif dengan harapan dapat meniru penampilan aktor yang dianggapnya sebagai *role of model*.

Jadi konsep gaya hidup konsumtif yang dipakai dalam penelitian ini adalah cara mahasiswa kelas menengah dalam menampilkan identitas dirinya didukung dengan penggunaan waktu, uang, maupun barang dengan meniru aktor yang dianggapnya sebagai *role of model* dimana hal itu lebih mengarah pada kesenangan dan popularitas di media sosial tanpa memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan sesungguhnya.

2.4 Pencitraan Diri

Pencitraan diri adalah suatu kesan yang dikelola dan disampaikan oleh individu kepada khalayak. Hal tersebut dilakukan demi mencapai citra diri yang diharapkan (*Wish Image*). Pencitraan adalah dimana manusia mendiami suatu ruang realitas yang berbeda antara nyata dan fantasi, atau yang benar dan yang palsu menjadi sangat tipis sehingga manusia hidup dalam dunia maya dan khayal (Bungin, 2006). Citra diri adalah sesuatu yang tampak oleh indra, akan tetapi tidak nyata adanya atau dapat dikatakan ia hanya bersifat semu dan samar (Pilliang, 2004). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia citra diartikan sebagai gambaran atau kesan yang dimiliki seseorang terhadap pribadi, dalam kaitannya secara lebih spesifik citra tidak bisa dilepaskan dari keberadaan objek atau benda (Pilliang, 2004:83). Diri merupakan wujud dari citraan – citraan yang ditawarkan oleh media massa dan komoditas. Hakikat dari diri melebur kedalam citraan – citraan tersebut (Pilliang, 2004 : 204). Blumer mendefinisikan diri dalam pengertian yang sangat sederhana “Apa saja yang diketahui orang lain dari diri kita tergantung kesan yang kita ciptakan melalui suatu objek. Seseorang berperilaku terhadap orang lain dengan menonjolkan kelebihan dan menutupi kekurangannya, sehingga orang lain menilai dirinya sebagai sosok yang diharapkan” (Ritzer dan Goodman, 2004:295).

Citraan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai cara atau proses membentuk gambaran pribadi. A.B Susanto mengartikan citra diri (*self image*) sebagai gambaran bagi seseorang untuk memandang dirinya sendiri atau

bagaimana persepsi orang lain terhadap diri kita. Melalui cara tersebut akan terbentuk suatu perilaku tertentu yang berkaitan dengan bagaimana ia membentuk *image* atau kesan di mata orang lain (Susanto, 2001:10)

Sebuah citra diri terbentuk melalui suatu proses komunikasi, salah satu bentuknya adalah simbol – simbol. Seperti apa yang dikatakan A.B Susanto bahwa kepemilikan diharapkan menimbulkan respek orang lain untuk mendukung citra diri yang ingin ditampilkan. Tujuan dari pemakaian simbol – simbol adalah memproyeksikan citra diri seseorang. Simbol tersebut merupakan pernak – pernik dari pembentukan citra (Susanto, 2001:10). Pada dasarnya seseorang membangun sebuah citra dirinya dimaksudkan untuk mendapatkan perhatian ataupun penghargaan dari orang lain, untuk itu seseorang memperbanyak simbol – simbol pada dirinya. Simbol – simbol tersebut bisa berupa produk – produk modernitas. Citra diri akan terbentuk jika seseorang menunjukkan gaya hidup yang menarik melalui produk – produk modernitas hingga membuat orang lain terkesan dan menyukai penampilannya.

Produk modernitas tersebut masuk dalam beberapa kategori barang antara lain *sloping gods* atau disebut barang kebutuhan skunder, ataupun *specialty gods* yang dapat diartikan sebagai barang tersier. Para mahasiswa biasa menggunakan barang – barang tersier atau mewah tersebut sebagai objek *selfie* utamanya pada media sosial instagram. Barang – barang tersier sendiri berbeda – beda pada setiap kalangan mahasiswa. Ada beberapa mahasiswa yang tergolong kalangan *high class* mempresentasikan dirinya melalui media sosial Instagram dengan cara *posting* foto mereka bersama mobil pribadinya atau ketika mereka berlibur dengan keluarga maupun teman – temannya di suatu tempat wisata terkenal baik itu di dalam negeri maupun di luar negeri. Saat ini Instagram merupakan salah satu media sosial yang marak digunakan sebagai ajang pencitraan diri melalui aktivitas foto dengan menampilkan pakaian yang dikenakan, makanan yang dikonsumsi dan *kongkow* di *cafe*.

Foto menjadi suatu hal yang utama dalam aktivitas pencitraan diri di Instagram, karena dengan foto maka seseorang dapat mengelola kesan yang ingin disampaikan kepada *followers* atau pengikut tentang seberapa cantik dan menarik

dirinya dengan menunjukkan berbagai pose. Foto yang biasa di *upload* di Instagram secara garis besar ada dua macam, yang pertama foto *selfie* atau memotret diri sendiri, yang kedua foto dengan pengambilan lokasi di tempat – tempat berkelas untuk menunjukkan bahwa seseorang tersebut berasal dari status sosial atas. Menurut wikipedia Foto *selfie* atau swafoto adalah foto narsis dengan cara potret diri yang diambil sendiri dengan menggunakan kamera digital atau kamera *handphone*. Foto narsis sering dikaitkan dengan narsisme, terutama dalam jejaring sosial. Sifat yang dimiliki oleh remaja khususnya mahasiswa adalah ingin diterima dan dikagumi oleh rekan – rekannya, sehingga mereka berkeyakinan untuk mengedit foto *selfienya* sebelum mengupload di Instagram, hal ini dilakukan untuk mendukung presentasi diri yang ingin ditunjukkan pada *followers* atau pengikutnya (Chua dan Chang, 2015).

Jenis foto yang kedua adalah foto di tempat – tempat berkelas untuk menunjukkan status sosial seseorang. Melalui foto citra diri seseorang akan terbentuk di media sosial Instagram. Mereka dapat memposting foto atau video di suatu tempat yang terkenal dan mewah, padahal realitasnya tak sedikit orang yang berada di lapisan sosial bawah, namun sering mengunggah foto di tempat menengah atas, lalu bergaya untuk membuat dirinya lebih menarik, kemudian mengupload foto tersebut pada jejaring sosial instagram. Tujuan mereka yaitu mendapatkan *like* dan *follower* yang banyak, sehingga timbulah hiperealitas seseorang yang membentuk citra diri orang tersebut (Fitria, 2015). Melalui foto yang diunggahnya di instagram seorang mahasiswa mencitrakan dirinya melalui tiga hal yaitu penampilan secara menyeluruh, makanan yang dikonsumsi, dan aktivitas *kongkow* atau nongkrong yang biasa mereka lakukan di *cafe* bersama teman dan sahabat.

Pertama penampilan menjadi bagian dari pencitraan diri karena penampilan merupakan suatu hal yang diperhatikan oleh manusia pada umumnya. Banyak manusia sangat selektif dalam berpenampilan. Kita dapat melihat dari cara berpenampilan seseorang untuk mengidentifikasi ciri khas perilaku, rasa percaya diri, dan menentukan pergaulan. Penampilan menjadi salah satu unsur penting yang membedakan diri dari kelas sosial lainnya. Penampilan selalu berkaitan erat dengan selera, selera antar manusia dan antar kelas sosial itu berbeda,

hal tersebut tujuannya untuk membedakan kelas sosial satu dengan kelas sosial yang lain (Bourdieu dalam Fatherstone, 2008).

Penampilan meliputi penampilan fisik serta psikis dimana hal tersebut merupakan faktor utama yang mempengaruhi rasa percaya diri seseorang dalam berinteraksi dengan orang lain.

Penampilan disini lebih menekankan pada cara berpakaian dimana hal tersebut sangat berpengaruh dalam pembentukan kesan orang yang melihatnya. Pakaian yang digunakan serta *brand* atau merek pakaian menjadi suatu perwujudan citra diri seseorang. Kaum mahasiswa pada umumnya menganggap dengan mengenakan pakaian merek tertentu akan mengangkat citra diri mereka di hadapan teman sebaya. Merek pakaian yang banyak digandrungi oleh kalangan mahasiswa antara lain merek 3second, Greenlight, Emba, Lea, Levi's, dan lain sebagainya.

Pakaian pada dasarnya berfungsi sebagai penutup, perlindungan, kesopanan, dan daya tarik, namun kini *fashion* sudah menjadi bagian dari *lifestyle* atau gaya hidup karena dengan *fashion* seseorang dapat menunjukkan kualitas gaya hidupnya. Pamor seseorangpun dapat terdongkrak ketika ia mengikuti *fashion* yang sedang menjadi *trend*, sehingga dapat disimpulkan penampilan menjadi bagian dari pencitraan diri baik di dunia maya yang di proyeksikan melalui foto maupun pada kehidupan sehari – hari.

Penampilan yang dimaksud dalam penelitian ini selain berfokus pada *out fit* atau gaya busana juga pada beberapa barang komplementer lain yang mendukung terciptanya penampilan secara keseluruhan. Barang itu antara lain tas dan sepatu, mengingat kedua benda tersebut pada awalnya merupakan kebutuhan primer bagi mahasiswa, namun yang menjadikan benda – benda tersebut berubah intensitasnya menjadi barang skunder bahkan tersier karena mahasiswa pada saat ini cenderung hobi dalam mengoleksi barang – barang tersebut sehingga jumlahnya lebih dari yang dibutuhkan. Para mahasiswa kelas menengah juga cenderung memperhatikan model maupun *brand* pada setiap barang tersebut, misal ketika mereka membeli tas ia akan merasa bangga ketika yang di beli adalah tas dengan *brand* Elizabeth. Sepatu yang mereka kenakan pun juga terdiri dari *brand – brand* menengah seperti kickers, fladeo, yongki komaladi, nevada, st yves, dan lain – lain. Penampilan

secara keseluruhan tersebut yang nantinya akan mereka *ekspose* pada media sosial Instagram, dan dari situlah citra diri mereka sebagai kaum remaja yang *trendy* dan *fashionable* akan terbentuk.

Kedua, adalah aktivitas makan yang kemudian menjadi bagian dari pencitraan diri karena seringnya diabadikan melalui kamera kemudian diunggah pada media sosial Instagram. Hal ini dengan kata lain disebut sebagai aktivitas *foodstagramming*, dimana orang memfoto makanan mereka kemudian mengunggahnya ke media sosial sebelum dikonsumsi. *Foodstagramming* atau disebut juga makan cantik telah menjadi bagian dari aktivitas pencitraan yang dilakukan oleh remaja masa kini khususnya mahasiswa. Pencitraan diri tersebut diharapkan dapat melambungkan kelas sosial seseorang dalam masyarakat. *Foodstagramming* sebagai ajang pencitraan diri ditunjukkan dengan keputusan pemilihan restoran yang dikunjungi dan makanan yang disantap (Fitria, 2015).

Bagi para mahasiswa restoran yang sering dikunjungi adalah restoran cepat saji seperti *KFC*, *Pizza Hut*, *Mc. Donald*, *Richeese Factory*, *Solaria*, beberapa restoran Jepang seperti *Peco – peco Shusi House* dan masih banyak lagi, dimana *budget* untuk sekali makan di tempat – tempat tersebut berkisar antara Rp 50.000 – Rp 100.000 per porsi. Orientasi para mahasiswa memilih restoran cepat saji karena bagi mereka lebih praktis dan bergengsi. Hal tersebut dianggap dapat mempresentasikan kelas sosial seseorang. Pencitraan diri ditunjukkan dalam bentuk *foodstagramming* di restoran lengkap dengan interior ruangan yang mewah dan menarik, beserta menu makanan yang dipesan lalu diabadikan dalam foto dan diunggahnya pada media sosial Instagram.

Terakhir yaitu kegiatan berkumpul dan bersantai bersama teman yang biasa dilakukan di *cafe* atau biasa disebut dengan istilah *kongkow*. *Kongkow* merupakan bagian dari pencitraan diri yang dilakukan oleh mahasiswa karena saat ini banyak mahasiswa mengisi waktu luangnya dengan mengunjungi *cafe* yang populer di kalangan remaja. Mahasiswa jaman sekarang banyak mendatangi *cafe elite* bukan karena ingin minum kopinya, melainkan karena ada sentuhan emosi yang dihadirkan gerainya. Entah itu perasaan bangga, gengsi, atau kehangatan.

(Herlyana, 2012). Aktivitas yang biasa dilakukan para mahasiswa di *cafe* antara lain nongkrong, ngopi, berkumpul dengan teman, kencan, dan sebagainya.

Pemilihan *cafe* sendiri bagi mahasiswa kelas menengah cenderung menentukan suatu standart. *Cafe* yang biasa mereka kunjungi antara lain *Grand Cafe*, *Upnormal cafe*, Kedai Kopi Cak Wang, *Mox Cafe* dan *cafe* kelas menengah lain, karena bagi mereka *kongkow* bukan hanya aktivitas berkumpul dan menikmati cita rasa kopi, namun juga sebagai upaya pencitraan di media sosial khususnya instagram. Beberapa kegiatan yang dilakukan mahasiswa melalui Instagram ketika *kongkow* antara lain *posting* foto, membuat video, *mengupload insta stories*, dan melakukan *live* atau siaran langsung. Hal itu dilakukan dengan tujuan untuk mencitrakan diri kepada para *followers* sebagai mahasiswa kelas menengah yang royal dan selalu mengikuti perkembangan zaman.

Jadi pencitraan diri merupakan cara seseorang membentuk kesan dan gambaran mengenai dirinya kepada khalayak berdasarkan objek atau tanda yang ia gunakan. Objek tersebut berupa barang – barang yang menjadi simbol modernitas. Barang – barang itu pada umumnya masuk dalam beberapa kategori antara lain *sloping gods* atau disebut barang kebutuhan skunder, maupun *specialty gods* atau barang kebutuhan tersier. Mahasiswa kelas menengah umumnya menjadikan barang – barang tersebut sebagai objek *selfie* yang biasanya dipresentasikan dalam bentuk penampilan keseluruhan dari mulai pakaian, tas, sepatu, dan aksesoris.

Kedua *foodstagramming* atau aktivitas makan di restoran terkenal, biasanya dibandrol dengan harga kisaran Rp 50.000 sampai Rp 100.000 untuk sekali makan. Umumnya restoran tersebut mengusung desain interior yang mewah sehingga para konsumen akan memfoto makanan yang mereka pesan terlebih dahulu, kemudian mengunggahnya ke media sosial sebelum menyantapnya.

Terakhir adalah *kongkow* yaitu suatu aktivitas minum kopi dan bersantai yang biasa dilakukan mahasiswa bersama teman – temannya di suatu *cafe*, namun tidak hanya sekedar menikmati cita rasa kopi yang disajikan, *kongkow* di *cafe* yang bergengsi akan membentuk citra diri mahasiswa sebagai seorang remaja yang royal, walaupun pada kenyataannya uang yang digunakan mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan akan gengsi sosial dan pencitraan tersebut adalah uang pemberian orang

tua yang seharusnya dikelola secara bijak dan efisien untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari – hari.

2.5 Media Sosial Instagram

2.5.1 Media Sosial

Media sosial merupakan sarana komunikasi yang menjadikan para penggunanya dapat terhubung secara *real time* walaupun mereka berada dalam kondisi, ruang, dan waktu yang berbeda. Menurut Hafied (2011) media sosial adalah suatu produk terbaru dari adanya kemajuan teknologi komunikasi. Media sosial terlahir setelah adanya internet yang mulai meluas secara global. Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, media yang paling dominan adalah panca indra, seperti mata dan telinga. Pesan yang diterima oleh panca indra selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk dikontrol, sehingga seseorang dapat menentukan sikap terhadap sesuatu sebelum dinyatakan dalam tindakan.

Menurut Gibson (1984) dalam *Theory of cyber media* memperkenalkan istilah “*cyberspace*” untuk menjelaskan bahwa ada tempat di mana ia tidak nyata tetapi keberadaannya dapat dirasakan bahkan menjadi kenyataan dalam benak. Itulah yang dikatakan sebagai ruang siber, bersifat halusinasi tetapi nyata dan hidup dalam benak. Definisi ini menjelaskan bagaimana realitas di dunia siber yaitu nyata di benak individu, saling berkomentar melalui Instagram, Facebook, atau media sosial lain meski diantara yang berkomentar itu tidak berada dalam posisi yang sama, tetapi seolah – olah komentar status, foto, maupun video yang dilakukan oleh pengguna merupakan percakapan yang dilakukan sehari – hari sehingga siapa pun bisa merasa bahagia atau sedih ketika memabacanya.

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan kerangka pikiran ideologi dan teknologi dari *Web 2.0*, yang memungkinkan terbentuknya kreasi serta pertukaran isi informasi dari pengguna internet. *Web 2.0* adalah dasar terbentuknya media sosial (Carlsson, 2010). Media sosial adalah medium untuk bersosialisasi. Media

sosial menggunakan teknologi berbasis *web* untuk menyebarluaskan secara cepat pengetahuan dan informasi kepada pengguna internet dalam jumlah yang besar. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial : proyek kolaborasi (misalnya, wikipedia), blog dan *microblogs* (misalnya *twitter*), komunitas konten (misalnya *youtube*), situs jejaring sosial (misalnya *Instagram* dan *facebook*), *virtual game* (misalnya *world of warcraft*), dan *virtual social* (misalnya *second life*).

Media sosial dalam bentuk jejaring sosial seperti Instagram dan Facebook merupakan situs dimana setiap orang dapat membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-temannya untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial sifatnya mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu cepat dan tak terbatas.

Kemajuan teknologi komunikasi saat ini menunjukkan grafik yang terus meningkat, bahkan sejak kemunculannya jejaring sosial telah mengantarkan kita pada era budaya populer. Saat ini untuk mengakses media sosial dapat dilakukan dengan cara yang mudah dan cepat, tidak perlu membawa laptop atau diakses melalui komputer melainkan cukup melalui *smartphone* seseorang dapat berkomunikasi dengan siapapun dengan mudah, selain itu peran media sosial juga mulai tampak menggantikan media masa konvensional dalam menyebarkan berita atau informasi.

Jejaring sosial merupakan bagian dari media sosial yang menjadi fokus kajian dalam penelitian ini. Menurut Dube dalam Lesmana (2012) terdapat lima karakteristik dasar yang membedakan jejaring sosial dengan situs web biasa. Karakteristik tersebut antara lain :

a. *User-based*

Jejaring sosial *online* dibangun dan diarahkan oleh penggunanya sendiri, tanpa pengguna jejaring akan menjadi ruang kosong yang di isi dengan forum kosong, aplikasi, dan *chat room*. Pengguna mengisi jejaring dengan percakapan dan konten. Arah konten ditentukan oleh *user* yang terlibat dalam diskusi. Inilah yang membuat jejaring sosial jauh lebih menarik dan dinamis bagi pengguna internet.

b. Interactive

Karakteristik lain dari jejaring sosial yaitu mereka begitu interaktif. Hal ini berarti bahwa jejaring sosial bukan hanya kumpulan *chat room* dan forum lagi. Mereka bisa berbagi foto dan video melalui jejaring sosial ini. Jejaring sosial dengan cepat menjadi hobi karena lebih dari sekedar hiburan.

c. Community-driven

Jejaring sosial dibangun dan berkembang dari konsep komunitas. Hal ini berarti bahwa sama seperti komunitas atau kelompok sosial di seluruh dunia yang pada kenyataannya didirikan karena anggota memegang keyakinan atau hobi yang sama, dan memiliki banyak kesamaan di antara komunitas tersebut.

d. Relationship

Berbeda halnya seperti *website* terdahulu, media sosial berkembang pesat dengan menitik beratkan pada *relationship*. Hubungan yang lebih kuat terjadi dalam jaringan. Bila kita melakukan *post* atau *update* pada halaman tersebut maka penyebaran konten diseluruh jaringan akan terjadi dan tentunya penyebaran tersebut memiliki dampak besar karena semua pengguna dari berbagai penjuru dapat melihat, berkomentar, dan berpartisipasi di dalamnya.

e. Emotion Over Content

Karakteristik lain yang unik dari jejaring sosial adalah faktor emosional. Berbeda dari *website* lampau yang lebih berfokus pada penyediaan informasi kepada pengunjung, jejaring sosial benar-benar membuat penggunanya terlibat secara emosional tentang konten yang terdapat di dalamnya.

2.5.2 Instagram

Instagram berasal dari kata "*instan*" atau "*insta*", seperti kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan "foto instan. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya, sedangkan untuk kata "*gram*" berasal dari kata "*telegram*", dimana cara kerja *telegram* adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Begitu pula dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi

yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari kata “*instan-telegram*”. Menurut Atmoko, Instagram adalah sebuah aplikasi dari *Smartphone* yang didesain khusus untuk media sosial. Ia merupakan salah satu dari media digital yang memiliki fungsi hampir sama dengan *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto untuk berbagi informasi kepada pengguna lain. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya sehingga dapat meningkatkan kreatifitas, karena instagram mempunyai fitur yang membuat foto menjadi lebih indah, artistik dan bagus (Atmoko, 2012).

Instagram sebagai sebuah aplikasi berbagi foto tak lupa menerapkan filter digital yang berfungsi untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial lain termasuk milik instagram sendiri. Menurut Atmoko (2012) instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah antara lain :

a. *Home Page*

Home page adalah halaman utama yang menampilkan *timeline* foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat *scroll mouse* di komputer. Sekitar 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi ini karena instagram sendiri hanya membatasi pada foto-foto terbaru.

b. *Comments*

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan *fitur* komentar, foto - foto yang ada di instagram dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian tulis kesan dan pesan mengenai foto pada kotak yang disediakan, setelah itu tekan tombol *send*.

c. *Explore*

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore feed*.

d. *Profil*

Profil berguna untuk mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna instagram satu sama lain. Hal ini biasa dilakukan ketika salah seorang pengguna ingin melakukan *stalking* (pencarian) dengan salah satu pengguna yang lain. Halaman profil bisa diakses melalui ikon pencarian, lalu ketik nama akun yang ingin kita cari di bagian paling atas, kemudian menekan tombol *klik* pada nama profil pengguna yang bersangkutan. *Fitur* ini menampilkan foto profil di pojok kiri atas beserta beberapa keterangan di bagian bawahnya seperti nama pengguna, asal daerah, usia, dan sebagainya. Pada halaman ini juga menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah *followers* dan jumlah *following*.

e. *News Feed*

New feed merupakan *fitur* yang menampilkan notifikasi terhadap aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. *News feed* menampilkan notifikasi terbaru seperti unggahan foto, memberikan komentar, atau ketika ada *follower* baru maka pemberitahuan tersebut akan muncul di *tab* ini.

Beberapa fitur tersebut terdapat beberapa menu lain yang dapat memberikan tambahan informasi bagi para pengguna yaitu:

1. Judul

Judul atau *caption* foto berguna untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada pengguna instagram yang lain.

2. *Hashtag*

Hashtag adalah *symbol* bertanda pagar (#), *fitur* pagar ini sangatlah penting karena dapat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan *hashtag* tertentu.

3. Lokasi

Fitur ini menampilkan lokasi dimana pengguna mengambil sebuah foto. Biasanya para pengguna menambahkan lokasi ketika ia sedang berfoto di tempat – tempat tertentu, dengan tujuan agar para *followers* dapat mengetahui aktivitas yang di jalannya seperti *traveling*, *shopping*, dan lain – lain.

Instagram selain disebut layanan *photo sharing*, namun ia masih termasuk bagian dari jejaring sosial. Hal ini dikarenakan pengguna dapat berinteraksi satu

sama lain dalam aplikasi tersebut. Beberapa aktivitas yang dapat kita lakukan di Instagram, antara lain sebagai berikut :

a) *Follow*

Follow berarti mengikuti, yaitu suatu aktivitas yang memungkinkan pengguna Instagram untuk saling mengikuti atau berteman satu sama lain.

b) *Like*

Like ditandai oleh ikon berbentuk hati (*love*) dimana pengguna dapat menyukai foto ataupun video pada Instagram, dengan cara menekan tombol *like* dibagian bawah *caption* yang bersebelahan dengan komentar. Caranya yaitu dengan *double tap* (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.

c) Komentar

Komentar adalah aktivitas menyampaikan pendapat mengenai unggahan si pengguna instagram lain dalam bentuk tulisan baik itu berupa saran, pujian ataupun kritikan.

d) *Mentions*

Fitur ini berfungsi untuk menambahkan pengguna lain dalam unggahan kita, caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukan akun instagram seseorang yang ingin kita tandai. Biasanya mention sering ditemukan pada unggahan instagram *stories* untuk menandai teman yang berhubungan dengan *story* yang kita bagikan.

2.6 Teori *Mimesis* (Meniru) Rene Girard

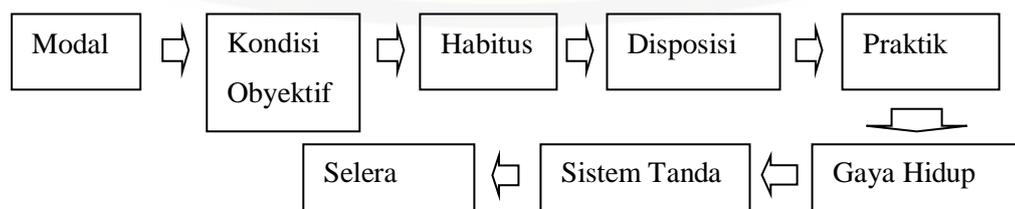
Mimesis berasal dari bahasa Yunani yang artinya tiruan. Konsep *mimesis* dikemukakan oleh seorang pemikir Fransco – Amerika bernama Rene Girard. Ia sering disebut sebagai filsuf kontemporer, meski demikian ia lebih senang terjun pada soal antropologi budaya dan sejarah. Sejak menyusun tulisan yang bertema humaniora dan filsafat, Girard mencoba menambahkan konsep *mimesis* dengan sudut pandang berbeda dari pendahulunya yaitu Plato, khususnya soal hasrat atau *desire* dalam suatu *mimesis*, serta adanya tambahan pada puncak *mimesis* adalah

meniru. Artinya untuk mendapatkan kesan yang diharapkan seseorang berusaha untuk meniru gaya atau *fashion* orang lain yang dianggapnya sebagai *role of model*.

Konsep Girardian tentang *mimesis* tidak ingin mengubah kualitas antara model dengan tiruan, karena setiap orang pasti meniru. Perilaku manusia didasarkan pada sebuah ekspresi yang mencakup segala imitasi. Kualitas yang diinginkan oleh model juga telah dikembangkan melalui imitasi. Peran sebagai model adalah akibat dari *mimesis* dan tidak dapat dianggap sebagai sesuatu yang istimewa, atau dianggap lebih substansial daripada sebuah tiruan. Originalitas tergantung pada *mimesis*, yaitu terletak pada kemampuan untuk menemukan makna dalam aspek yang berbeda dari konfigurasi-konfigurasi mimetik dan menempatkan unsur-unsur mimetik secara bersama-sama dalam sebuah gaya (*fashion*) yang original dan fundamental. Kemampuan ini tidak berasal dari anggapan yang sesungguhnya tetapi muncul dari imitasi yang khusus, sejenis percampuran mimetik yang pelik, sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa kita hidup dari *mimesis*, setiap orang pasti pernah ber-*mimesis* dan setiap orang ada kemungkinan untuk di-*mimesis*.

2.7 Teori Gaya Hidup Kelas Menengah Pierre Bourdieu

Teori gaya hidup dikemukakan oleh Bourdieu. Menurut Bourdieu gaya hidup seseorang dipahami sebagai hasil dari interaksi antara manusia sebagai subjek sekaligus objek dalam masyarakat, hasil dari pemikiran sadar dan tak sadar yang terbentuk sepanjang sejarah hidupnya. Bourdieu menempatkan gaya hidup dalam sebuah rangkaian atau sebuah proses sosial panjang yang melibatkan modal, kondisi objektif, habitus, disposisi, praktik, gaya hidup, sistem tanda, dan struktur selera. Menurut Bourdieu relasi tersebut digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1 Skema Relasi Gaya Hidup
Sumber : Bourdieu, 2000

Melalui gambar 2.4 di atas dapat dijelaskan bahwa Bourdieu mengungkapkan masyarakat sebagai sebuah sistem ranah atau medan yang memiliki berbagai daya yang saling tarik-menarik. Setiap ranah memiliki struktur dan dayanya sendiri, sekaligus berada dalam suatu ranah yang lebih besar darinya yang juga memiliki struktur dan dayanya sendiri, dan begitu seterusnya. Ranah selalu berkaitan dengan habitus. Masyarakat dipandang sebagai wilayah yang mengandung sistem dan relasi - relasi tempat terjadinya ada pengaruh dan kekuatan. Selalu terjadi pertarungan sosial di dalam setiap ranah, hal ini menuntut individu supaya memiliki modal-modal khusus untuk dapat hidup secara baik dan bertahan di dalamnya. Kondisi objektif seseorang dalam lingkungan budayanya sangat ditentukan oleh kepemilikannya akan modal-modal tersebut, modal-modal yang dimiliki akan menunjukkan eksistensi seseorang dalam masyarakat. Modal bersifat khusus, ia selalu terikat dan tergantung pada medan gaya tertentu. Status sebagai penggemar barang - barang yang bermerek, mampu menciptakan suatu prestise tertentu dan menjadi modal simbolik bagi seseorang.

Habitus merupakan seperangkat kecenderungan yang menghasilkan praktik dan persepsi sosial, mengandung pengalaman masa lalu yang pengaruhnya siap ditampilkan di masa kini sehingga habitus menjadi sumber penggerak tindakan, pemikiran, dan representasi. Individu dengan habitusnya masing-masing berhubungan dengan individu lain dan berbagai realitas sosial, hal ini akan menghasilkan tindakan-tindakan yang sesuai dengan ranah dan modal yang dimiliki masing-masing individu dalam ruang sosial. Melalui proses tersebut terwujudlah posisi, klas, dan kekuasaan yang dimiliki setiap individu yang mengarahkan mereka pada gaya hidup tertentu. Gaya hidup merupakan perwujudan habitus serta modal-modal tertentu dalam ruang sosial. Habitus memberi strategi dan kerangka tingkah laku yang memungkinkan individu untuk menyesuaikan diri dalam suatu ranah tertentu.

Habitus merupakan segala perlengkapan gaya hidup yang ditampilkan seseorang dalam ruang sosial. Habitus mengarahkan individu untuk memilih suatu gaya hidup tertentu berdasarkan kondisi dan realitas sosial. Pada suatu medan

gaya hidup, seseorang memerlukan habitus yang memberinya strategi dan kerangka tingkah laku yang memungkinkannya menyesuaikan diri dan beradaptasi secara memadai dalam medan tersebut.

Habitus mampu melukiskan disposisi yang dimiliki seseorang atau disposisi yang dimiliki suatu kelas sosial. Disposisi merupakan “sikap, kecenderungan dalam mempersepsi, merasakan, melakukan, dan berpikir, yang diinternalisasi oleh individu berkat kondisi objektif eksistensi seseorang”.

Disposisi berperan sebagai prinsip tak sadar yang melandasi tindakan, persepsi, dan refleksi. Disposisi merupakan kecenderungan yang ada dalam benak individu yang muncul karena adanya interaksi antar individu dan dengan berbagai unsur dalam lingkungannya, kemudian, melalui praktik, individu melakukan tindakan sosial dalam rangka mereproduksi atau memodifikasi habitus dan disposisi yang dimilikinya. Gaya hidup dibentuk, diubah, dan dikembangkan sebagai hasil dari interaksi antara disposisi, habitus dengan realitas. Gaya hidup merupakan hasil operasi habitus di dalam ranah atau medan dengan modal-modal tertentu yang dimiliki individu (Haryatmoko, 2003).

Melalui gaya hidup, individu menjaga tindakannya agar dapat menyesuaikan diri dengan ruang sosial berdasarkan habitus, modal, dan posisinya dalam ruang sosial. Gaya hidup bukanlah sesuatu yang terisolir, ia berdampingan bersama gaya hidup lain di dalam ruang sosial. Terdapat relasi antara satu gaya hidup dengan gaya hidup lainnya, dalam pandangan Bourdieu relasi tersebut memperebutkan posisi dalam suatu ranah atau medan sosial. Posisi tersebut diekspresikan melalui “perjuangan pada tingkat tanda-tanda dan citra dapat dikatakan sebagai juru bicara gaya hidup”.

Sistem tanda menjadi ruangan dimana gaya hidup saling dipertukarkan, dikirim, dan diterima serta diberi makna secara simbolik karena gaya hidup hanya dapat diaktualisasikan secara konkret melalui tanda dan citra sebagai mediumnya. Masing-masing gaya hidup berbicara melalui tanda dan citra yang dikenakan, misal penggemar barang-barang bermerek, yang mereka kenakan sehingga citra sebagai penggemar barang-barang bermerek melekat pada diri mereka.

Selanjutnya, selera menunjukkan tingkat sensibilitas seorang individu atau kelompok dalam memberikan penilaian dan pemilihan terhadap objek-objek. Gaya hidup merupakan sebuah rangkaian atau proses sosial panjang yang melibatkan modal, kondisi objektif, habitus, disposisi, praktik, gaya hidup, struktur selera, dan sistem tanda (*symbol*). Sistem tanda (*symbol*) bisa didapatkan jika seseorang tersebut memiliki modal.

Bourdieu mengemukakan beberapa modal yaitu modal ekonomi, modal pendidikan, modal simbolik, dan modal kultural yang sangat menentukan kondisi objektif seseorang di dalam masyarakat. Habitus sebagai segala perlengkapan gaya hidup ditampilkan seseorang dalam ruang sosial yang akan mengarahkan individu untuk memilih gaya hidup tertentu berdasarkan kondisi dan realitas sosial. Gaya hidup seseorang memerlukan habitus yang memberinya strategi dan kerangka tingkah laku yang memungkinkannya menyesuaikan diri dan beradaptasi dengan lingkungannya. Misalnya, seorang dosen dituntut memiliki perwujudan habitus berupa intelektual di lingkungan kampusnya.

Gaya hidup pada masyarakat modern membuat gaya hidup syarat akan simbol-simbol tertentu. Dunia benda semakin kompleks, secara kuantitas perkembangan benda-benda begitu pesat. Selain itu, kompleksitas benda-benda juga sarat sekali dengan simbol-simbol yang mencirikan sebuah gaya hidup, citra diri, dan identitas diri tertentu.

Proses pencarian manusia akan gaya hidup membuat manusia menghasrati gaya hidup tertentu, obrolan tertentu, kepemilikan tertentu, komunitas pergaulan tertentu, agar ia dapat hidup seperti manusia umumnya sambil mencoba mendefinisikan identitas dirinya, dimana pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungan.

Bourdieu (1984) mengatakan bahwa artikulasi gaya hidup kelas menengah ini secara teoretik dikategorikan menjadi lima kategori. Kelima kategori itu adalah *Spender*, *Thinkers*, *Believers*, *Realistic Approach*, dan *Punctual*. Kategori *Spender* menunjukkan bahwa sebagian kelas menengah memiliki pilihan yang bervariasi dan sisanya tidak, sehingga menyebabkan adanya perbedaan pada gaya

hidup yang dimiliki oleh kelas menengah (*Upper middle class dan lower middle class*). Pada kategori *Thinkers* menunjukkan bahwa kelas menengah (*middle class*) memiliki pemikiran mereka sendiri, sehingga menyebabkan adanya perbedaan pada gaya hidup yang dimiliki. Pada kategori *Believers* kelas menengah memiliki keyakinan bahwa mereka dapat mengatasi permasalahan yang dimiliki berdasarkan cara yang mereka anggap benar. Pada kategori *Realistic Approach*, kelas menengah berpikir dan percaya pada sesuatu yang realistis. Terakhir pada kategori *Punctual*, kelas menengah berfokus pada kegiatan yang dilakukan sehari-hari dan berfokus pada faktor waktu. (Bourdieu dalam Suharso, 2018).

2.8 Teori Media Siber (*Cybermerdia*)

Menurut Nasrullah (2014) Kata *cyber* banyak digunakan untuk menjelaskan realitas media baru. Konsep ruang lain itu dipopulerkan oleh William Gibson pada 1984 yang mendapatkan ide setelah memperhatikan fenomena keyakinan yang muncul dari anak – anak setelah bermain *video games*. Anak – anak itu meyakini permainan tersebut, yaitu nyata dan semua bangunan , ruang, interaksi, maupun benda yang ada di permainan itu merupakan suatu kenyataan yang eksis ; meski kenyataan itu tidak bisa dijangkau oleh mereka.

Gibson kemudian memperkenalkan istilah “*cyberspace*” untuk menjelaskan bahwa ada tempat di mana ia tidak nyata tetapi keberadaannya dapat dirasakan bahkan menjadi kenyataan dalam benak. Pengertian *cyberspace* digambarkan oleh Gibson jauh sebelum teknologi internet berkembang dan untuk menjelaskan gambaran “*concensual hallucination*” atau seolah – olah ruang itu ada. Misalnya, ketika kita melihat seorang anak sedang memainkan *game* balap mobil di perangkat seperti Play Station, maka anak itu tidak hanya melihat grafis mobil, arena balap, dan grafis lainnya di layar televisi, tetapi seolah – olah ia bagian dari grafis itu. *Stick* atau perangkat permainan di tangan sang anak tidak sekedar tombol yang secara kerja elektronik akan memerintahkan bagaimana mobil balap itu berbelok, maju, atau berhenti, ia menjadi perangkat pengendalian seperti mobil sungguhan dalam benak mereka. Bahkan lihatlah tubuh mereka ikut bergerak miring ke kiri

atau ke kanan ketika grafis mobil di layar televisi itu sedang berbelok ke arah lintasan. Inilah yang dikatakan sebagai ruang siber, bersifat halusinasi tetapi nyata dan hidup dalam benak.

Definisi ini menjelaskan bagaimana realitas di dunia siber itu pada kenyataannya, yaitu nyata di benak individu. Saling berkomentar melalui Instagram, Facebook, atau media sosial lain meski diantara yang berkomentar itu tidak berada dalam posisi yang sama atau *asynchronous*, tetapi seolah – olah komentar status, foto, maupun video yang diunggah oleh *user* merupakan percakapan yang dilakukan sehari – hari sehingga siapa pun bisa merasa bahagia atau sedih ketika memabacanya. Inilah mengapa Wilbur dalam Nasrullah (2014) menjelaskan bahwa melalui fasilitas *web* memungkinkan adanya kontak halus (*ethereal contact*), bahwa seseorang akan menemukan efek dalam kehidupan mereka ketika berhubungan dengan *cyberspace*. Sebab karakteristik dunia virtual bisa menghasilkan efek dan sisi lain ia juga menjadikan dirinya sebagai suatu efek Wilbur dalam Nasrullah (2014).

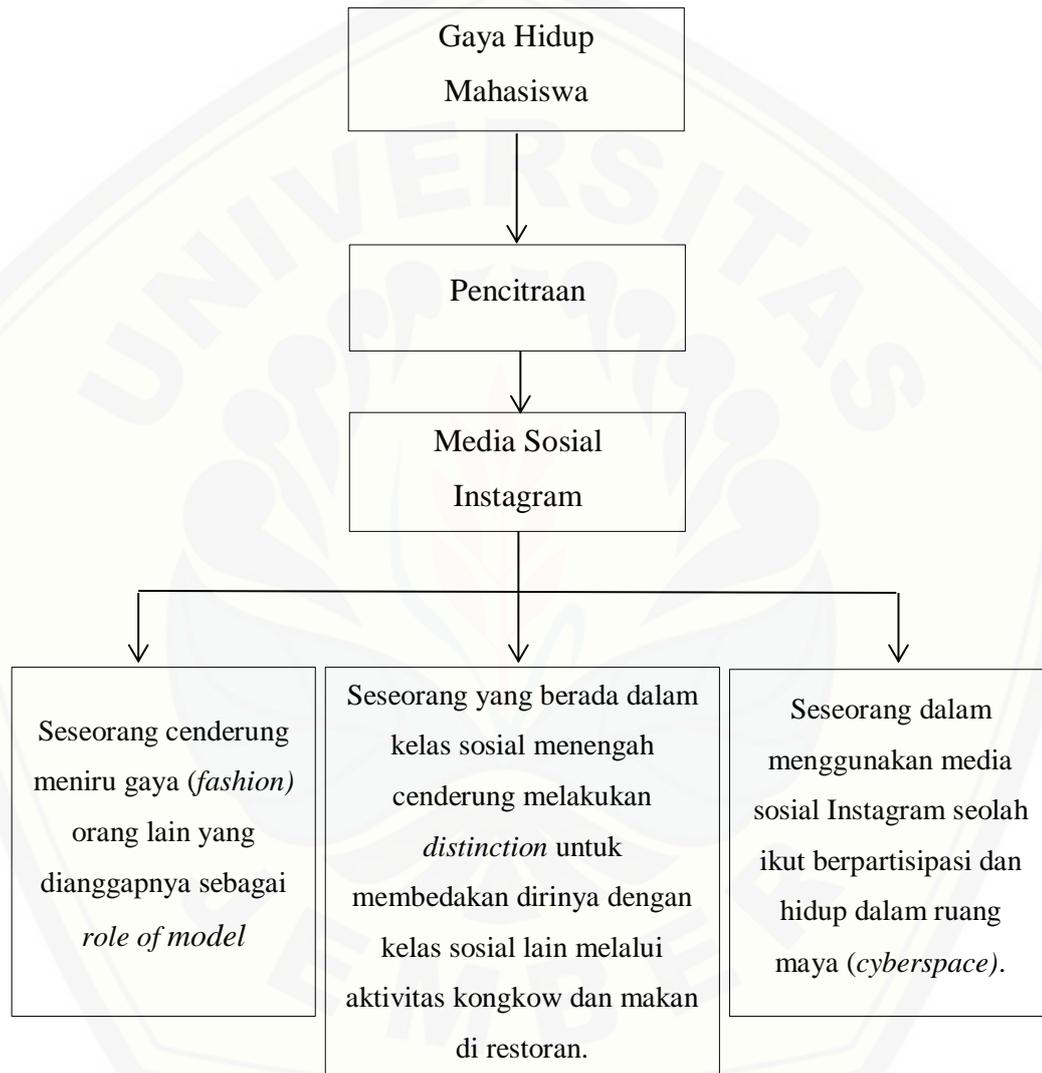
Hubungan antar – individu di dunia virtual atau di ruang siber bukanlah sekedar hubungan yang dikatakan sebagai “*substanceless hallucination*” semata ; pada dasarnya hubungan itu terjadi secara nyata, memiliki arti, dan juga bisa berdampak / berlanjut pada kehidupan yang sesungguhnya. Hal inilah yang kemudian ditegaskan oleh Rheingold dalam Nasrullah (2014) bahwa *cyberspace* merupakan ruang konseptual di mana semua kata, hubungan manusia, data, kesejahteraan, dan juga kekuatan dimanifestasikan oleh setiap orang melalui teknologi CMC atau *Computer Mediated Communication* (komunikasi termediasi komputer). Media siber memiliki jenis yang beragam antara lain Situs (*Web Site*), E – mail, Forum di Internet (*Bulletin Boards*), Blog, Wiki, Aplikasi pesan, Internet “*Broadcasting*”, *Peer – to – peer*, *The RSS*, *MUDs*, dan Media Sosial (*Social Media*)

Media Sosial adalah salah satu jenis dari media siber yang menduduki peringkat pertama paling banyak diakses. Hal ini dibuktikan dari survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII pada tahun 2017. Jenis media sosial yang paling banyak diakses saat ini utamanya

Instagram, Facebook dan Twitter merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas, atau bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber. Misalnya fasilitas di Instagram yakni *feed* ataupun *stories* (cerita yang ditampilkan selama 24 jam) pengguna bisa membagikan foto atau video terbaik karena Instagram memiliki fitur untuk mengedit dan memperindah foto, memberikan *caption* (keterangan dari foto), menambahkan lokasi, memberi *hashtag*, membagikan segala aktifitas sehari – hari melalui *instagram stories*, hingga memberikan atau menerima tanggapan berupa komentar dan *like* terhadap seseorang yang kita ikuti maupun yang mengikuti kita pada akun *Instagram*.

2.9 Kerangka Berpikir

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang berkualitas, diperlukan suatu kerangka berpikir. Adapun kerangka berpikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.2 Kerangka berpikir penelitian

BAB 3. METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode penelitian yang diuraikan oleh peneliti. Adapun metode penelitian yang dibahas meliputi: (1) Pendekatan dan Jenis Penelitian, (2) Lokasi Penelitian, (3) Subjek dan Informan Penelitian, (4) Definisi Operasional Konsep, (5) Jenis dan Sumber Data, (6) Teknik Pengumpulan Data, dan (7) Teknik Analisis Data

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Bagi seorang peneliti penting untuk menyusun rancangan penelitian yang akan dilaksanakan. Rancangan penelitian ini merupakan strategi penelitian untuk memperoleh dan menganalisis data secara tepat. Penelitian yang akan dilaksanakan bertujuan untuk dapat mendeskripsikan fenomena gaya hidup pencitraan mahasiswa pengguna Instagram.

Untuk mencapai tujuan penelitian tersebut metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan jenis deskriptif yang diuraikan dengan kata – kata tertulis melalui wawancara dari sumber – sumber yang berhubungan dengan penelitian, observasi melalui pengamatan yang diteliti, dan dokumentasi untuk melengkapi data hasil wawancara. Jenis penelitian kualitatif deskriptif ini digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan apa adanya mengenai kondisi, situasi, dan fenomena tertentu (Bungin, 2014 :68).

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kampus Universitas Jember khususnya di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) yang beralamat di Jalan Kalimantan No. 37, Kampus Tegalboto, Sumbersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur

Adapun alasan FKIP Universitas Jember dijadikan sebagai objek penelitian yaitu karena FKIP Universitas Jember terdiri dari komunitas mahasiswa yang heterogen baik dari asal daerahnya, pendapatan keluarga, dan status sosialnya. Ada yang berasal dari wilayah kota namun sebagian besar berasal dari desa, dan karena

banyaknya mahasiswa FKIP Universitas Jember yang menggunakan aplikasi Instagram sebagian ajang aktualisasi atau pencitraan diri yang menimbulkan kesan *hiperrealitas*

3.3 Subjek dan Informan Penelitian

Pada penelitian ini yang dimaksud dengan subjek dan informan penelitian yaitu sebagai berikut :

Subjek penelitian adalah mahasiswa yang melakukan studi di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Jember.

Informan (narasumber) merupakan orang yang menjadi sumber informasi sesuai dengan masalah yang akan diteliti. Informan utama dalam penelitian ini adalah mahasiswa kelas menengah di FKIP Universitas Jember yang mendapat predikat sebagai anak *hits* di media sosial Instagram, sedangkan informan tambahan adalah teman, sahabat, ataupun anggota keluarga dari informan utama.

Kriteria dari mahasiswa kelas menengah di FKIP Universitas Jember yang dijadikan informan utama penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Mahasiswa FKIP yang masuk dalam akun @unej cantik
- b. Mahasiswa FKIP dengan *followers* Instagram lebih dari 1.000 (seribu) orang dan angka *like* lebih dari 100 (seratus) orang
- c. Melihat *brand* atau merek pakaian yang dikenakan mahasiswa tersebut, serta modelnya yang selalu *trendy*
- d. Mahasiswa yang sering mengunggah foto, video, maupun *insta stories* di tempat wisata, restoran, *cafe* berkelas, ataupun ketika sedang *OOTD* atau memamerkan gaya busana yang dikenakan .
- e. Berasal dari latar belakang keluarga menengah yaitu bukan kategori ekonomi atas (*upper*) ataupun ekonomi bawah (*lower*) dengan jatah uang saku antara Rp 1.500.000 sampai 3.000.000 per bulan.

3.3 Definisi Operasional Konsep

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah Gaya Hidup Pencitraan dan Pengguna Instagram

a. Gaya Hidup Pencitraan

Gaya hidup pencitraan adalah cara seseorang menampilkan identitas dirinya melalui penggunaan waktu, uang, maupun barang. Barang yang dimaksud yaitu benda – benda yang dapat dijadikan sebagai simbol modernitas bagi pemiliknya, misal pakaian dengan merek tertentu, makan di restoran mewah, serta aktivitas berkumpul bersama teman di sebuah *cafe*, yang diabadikan dalam bentuk foto kemudian di unggahnya pada media sosial. Hal tersebut dilakukan untuk membentuk kesan atau gambaran mengenai dirinya dari sudut pandang orang lain untuk menonjolkan citra diri terbaiknya di mata publik.

b. Pengguna Instagram

Pengguna diartikan seseorang yang menggunakan alat atau sesuatu untuk diambil manfaatnya. Penggunaan merupakan proses, perbuatan, atau cara menggunakan sesuatu. Instagram sendiri berasal dari kata “insta” atau instan, sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata telegram, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi dengan cepat. Jadi yang dimaksud dengan pengguna Instagram yaitu seseorang yang menggunakan suatu aplikasi berbagi foto dan memanfaatkan aplikasi tersebut untuk dapat mengirimkan foto maupun informasi dengan cepat

3.4 Jenis dan Sumber Data

Terdapat dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Adapun cara untuk memperoleh data tersebut adalah sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) (Indriantoro dan Supomo, 2013). Data primer penelitian ini adalah hasil wawancara kepada

informan utama yaitu beberapa mahasiswa kelas menengah di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) yang melakukan pencitraan melalui media sosial Instagram, serta informan tambahan yaitu teman ataupun sahabat dari informan utama yang dapat memberikan informasi walaupun tidak langsung terlibat dalam interaksi sosial yang diteliti.

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) (Indriantoro dan Supomo, 2013). Hasil dari data skunder penelitian ini diperoleh dari aktivitas yang diunggah informan melalui akun instagramnya, baik itu ketika foto OOTD (*Out Fit of The Day*), ketika makan di restoran mewah, maupun ketika meraka sedang kongkow atau nongkrong di *cafe* bersama teman – temannya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Untuk mendapatkan kelengkapan informasi, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Perolehan data dengan berbagai macam cara ini disebut triangulasi (*triangulation*).

a. Metode Wawancara Mendalam

Metode wawancara yang digunakan oleh peneliti dalam peneltian adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam merupakan proses memperoleh keterangan atau data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan subjek penelitian. Antara pewawancara dengan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Kekhasan wawancara mendalam ini yaitu adanya keterlibat peneliti dalam kehidupan informan (Bungin, 2014:111)

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan gaya hidup mahasiswa FKIP yang melakukan pencitraan diri di media sosial instagram. Pelaksanaan wawancara dilakukan oleh peneliti dengan terlebih dahulu menyusun pertanyaan yang diajukan dan nantinya dapat dikembangkan untuk mendapatkan informasi yang lebih spesifik dari informan.

b. Metode Observasi Partisipasi

Metode observasi yang digunakan oleh peneliti adalah metode observasi partisipasi. Metode observasi partisipasi yaitu metode pengumpulan data melalui pengamatan dan pengindraan, dalam hal ini peneliti dituntut untuk ikut serta dalam situasi sosial sehingga dapat memahami dengan baik subjek penelitian yang sedang diteliti (Bungin, 2014:118). Peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari subjek penelitian yang diamati. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang gaya hidup pencitraan mahasiswa pengguna Instagram di FKIP Universitas Jember.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah data autentik yang dapat menunjang sebuah kegiatan penelitian. Data yang diperoleh yaitu audio rekaman wawancara, foto wawancara bersama informan, serta tangkapan layar (*screenshout*) dari aktivitas instagram para informan inti, baik yang dibagikan pada *feed* ataupun sorotan *story*.

3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian kualitatif lebih berorientasi pada eksplorasi dan penemuan (*discovery oriented*), dan tidak bermaksud untuk menguji teori (Rianse dan Abdi, 2012). Peneliti akan memahami secara langsung fenomena yang terjadi pada objek penelitian yaitu mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) yang melakukan gaya hidup pencitraan melalui media sosial Instagram.

Analisis data model (Miles dan Huberman dalam Rohidi 1992) terdiri dari beberapa tahapan yang harus dilaksanakan secara interaktif dan berlangsung terus-

menerus sehingga mendapatkan data yang jelas. Berikut ini merupakan tahapan – tahapan analisis data kualitatif model Miles dan Huberman.

a. Mengumpulkan Data

Merupakan proses pengumpulan data yang diperoleh dari pengamatan langsung melalui obyek penelitian, dalam proses ini peneliti mengumpulkan data dengan wawancara, analisis dokumen, maupun observasi pada objek penelitian.

b. Reduksi Data

Langkah kedua adalah reduksi data. Reduksi data merupakan proses merangkum, memilih hal – hal pokok, memfokuskan pada hal – hal yang penting, dicari tema dan polanya, sehingga reduksi data akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dengan demikian peneliti menganalisa hal – hal yang berkaitan langsung dengan perilaku pencitraan yang dilakukan mahasiswa FKIP Universitas Jember ketika menggunakan instagram,

c. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah *mendisplay* data. Penelitian kualitatif dalam menyajikan data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan yang paling sering digunakan adalah dengan teks naratif. Pada tahapan ini peneliti menyajikan hasil data yang sudah direduksi dengan menguraikan secara naratif dan lebih singkat. Hal ini bertujuan untuk mempermudah peneliti memahami data sehingga proses verifikasi dapat berjalan lancar. Fungsinya yaitu agar peneliti dapat mengetahui bagaimana gaya hidup mahasiswa FKIP Universitas Jember dalam melakukan pencitraan diri melalui instagram.

d. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini peneliti mengecek kembali data yang sudah disajikan, dan menarik kesimpulan sementara, data pada tahapan ini merupakan data matang yang telah diverifikasi dengan teori yang dipakai dan triangulasi sehingga datanya menjadi valid dan terpercaya.

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) memiliki prioritas yang berbeda – beda dalam mencitrakan dirinya melalui media sosial Instagram. Beberapa diantara mereka mencitrakan diri dengan mengenakan pakaian *brand* tertentu dengan model yang selalu *up to date*, atau dengan *make up* yang terlihat *on disegala kesempatan*, beberapa yang lain mencitrakan diri sebagai seseorang yang senang travelling dan mengeksplorasi alam serta berbagai tempat wisata, ada pula yang mencitrakan diri sebagai seorang pecinta kuliner ataupun seorang yang hobi *kongkow- kongkow* di *cafe*, sehingga dapat disimpulkan pencitraan memicu timbulnya gaya hidup konsumtif.

Pencitraan diri marak terjadi dikalangan mahasiswa karena mereka masih dalam kategori remaja akhir yang sedang sibuk mencari eksistensi diri dengan harapan menjadi pusat perhatian baik di dunia nyata maupun maya. Saat ini banyak remaja yang melakukan pencitraan diri melalui media sosial Instagram dalam bentuk foto, video, ataupun *story*, tujuan mereka agar menjadi seseorang yang *hits* dengan jumlah *like* dan *followers* yang tinggi sehingga orang lain menganggapnya sebagai sosok yang diharapkan (*wish image*).

Pencitraan diri yang dilakukan mahasiswa salah satunya bertujuan untuk menirukan tokoh yang dianggapnya sebagai *role of model*. Tokoh yang umumnya dijadikan sebagai *role of model* bagi mahasiswa yaitu artis ataupun *selebgram* (*celebrity instagram*) sehingga untuk dapat menirukan figur – figur tersebut diperlukan kapital ekonomi yang lebih dari cukup, dan mayoritas mahasiswa yang mampu melakukan hal tersebut yaitu mereka yang berasal dari kalangan ekonomi menengah dengan jatah uang saku lebih dari cukup setiap bulannya. Sebagian besar dari mereka berasal dari keluarga yang berprofesi sebagai Pengusaha, Pegawai Negeri Sipil, Wiraswasta, dan TNI.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini, ada beberapa saran yang ditujukan kepada mahasiswi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Jember yang seringkali memanfaatkan aplikasi instagram sebagai pembentuk kesan atau pencitraan diri. Membangun citra diri memang penting untuk meningkatkan status sosial dimata orang lain, tetapi sebisa mungkin berbijaklah dalam menggunakan media sosial, anda boleh melakukan pencitraan diri selagi itu adalah citra yang mengarah pada hal – hal positif. Janganlah menjadikan media sosial sebagai ajang panjat sosial (*social climbing*) atau bergaya lebih dari kemampuan (*hyperreality*). Utamakan skala prioritas dalam mengonsumsi sesuatu, karena pada dasarnya kita hanyalah seorang mahasiswa yang belum mampu berpenghasilan sendiri. Kontrol sosial orang tua pun turut mempengaruhi, tujuannya agar para mahasiswa dapat menabungkan sebagian dari uang sakunya. Hal ini harus ditanamkan karena kesuksesan anak tidak berawal dari gaya hidup konsumtif dan berfoya - foya, namun dari bagaimana cara mereka memanajemen uang dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA**Buku**

- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta : Media Kita.
- Baudrillard, Jean. 2006. *Ekstasi Komunikasi*. Yogyakarta : Kreasi Wacana.
- Bourdieu, P. 1984. *Distinctions. A Sosial Critique of the Judgment of Taste*. Conclusion, translated by Richard Nice, Boston, Harvard University Press.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Bungin, Burhan. 2009. *Sosiologi Komunikasi : teori, paradigma, dan diskusi teknologi komunikasi di masyarakat*. Jakarta : Kencana.
- Bungin, Burhan. 2014, *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana Prenadia Media.
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Chaney, David. 1996. *Lifestyles : Sebuah Pengantar Komperhensif*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Featherstone, mike. 2008. *Posmodernisme Dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Gibson, J.L. Ivancevich, J.M dan Donelly, J.Jr. 1984. "*Organisasi dan Manajemen*" : *Perilaku, Struktur, dan Proses*. Edisi Keempat. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Girard, Rene. *Deceit, Desire, and the Novel. Self and Other in Literary Structure*. London : Johns Hopkins University Press, 1965 (asli Prancis 1961).
- Godman, Douglas & George Ritzer. 2004. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta : Kencana.

Indriantoro, Nur dan Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta : BPF.

Miles, M.B & Huberman A.M. 1984. *Analisis Data Kualitatif*. Terjemah oleh Tjetjep Rohandi Rohidi. 1992. Jakarta : Penerbit Universitas Indonesia

Nasrullah, Rulli. 20014. *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*. Jakarta : Kencana.

Pilliang, Yasraf, Amir. 2003. *Hipersemiotika Tafsir Cultural Studie atas Matinya Makna*. Yogyakarta : Jalasutra.

Pilliang, Yasraf, Amir. 2004. *Postrealitas : Realitas Kebudayaan dalam Era Postmetafisika*. Yogyakarta : Jalasutra.

Rianse, Usman dan Abdi. 2012. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Bandung : Alfabeta.

Ritzer, George. 2003. *Teori Sosial Posmodern*. Yogyakarta : Kreasi Wacana.

Ritzer, George dan Goodman. 2004. *Teori Sosiologi Modern*.

Susanto, A.B. 1998. *Hobi, Profesi, dan Bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka.

Susanto, A.B. 2001. *Potret – potret Gaya Hidup Metropolis*, Jakarta : Penerbit Kompas.

Suyanto, Bagong. 2013. *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi Di Era Masyarakat Post – Modernisme*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Tim Penyusun. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*

Jurnal

Andreas M. Kaplan & Haenlein, M. 2010. Users of the world, unite! The challenges and oportunities of Social Media No Title. *Business Horizons*, 53(1).59-68

Carlson, D. S., Grzywacz, G. J., dan Kacknar, K. M. 2010. The Relationship of Schedule Flexibility and Outcomes Via the Work – Family Interface. *Journal of Managerial Psychology*, 25 (4).

Ebroyn, Jansen. 2018. Pengelolaan Kesan Selebgram Pengguna Fitur Instagram Stories Dikalangan Mahasiswa Kota Pekanbaru. Vol 5 : 1 – 10

Febriana, Merri. 2016, Hiperealitas Angka Dalam Instagram (Studi Fenomenologi Tentang Dampak Media Sosial Dikalangan Peserta Didik SMA Negeri 14 Surakarta).

Fitria, Herlinda. 2016. Hiperealitas dalam sosial media (study kasus makan cantik di senopati pada masyarakat perkotaan. 6 (1): 1-11.

Herlyana, Elly. 2012. Fenomena *Coffe Shop* Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. 13 (1) : 187 – 204.

Hua Hua Chua, Trudy & Leanne Chang. 2015. *Follow me and like my beautifull selfies: Singapore teenage girls engagement in self – presentation and peer comparison on social media*. *Computers in Human Behavior* : 190 – 197.

Putri, Nabila Saridilla. 2018. Pembentukan Citra Diri Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas dr. Soetomo Surabaya dalam Instagram. 2 (2) : 121 – 129.

Sudjoko, 1977, Kebudayaan Mass. *Jurnal Prisma no 6 Juni 1977* : 6 -7.

Wibowo, Aprian Yudha. 2017. Pencitraan Diri Siswa SMK Loa Janan Melalui Instagram 5 (3) : 668 – 680.

Skripsi / Tesis / Disertasi :

Murdaningsih, S. 2008. Gaya Hidup Konsumtif dan Pencitraan Diri Pelajar Pengguna *Handphone* di SMA Negeri 1 Sambu Boyolali. *Skripsi*. Surakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret.

Suharso, Pudjo. 2018. Perubahan Gaya Hidup Klas Menengah Priyayi Yogyakarta. *Disertasi*. Semarang : Program Studi Ilmu Pendidikan Sosial S3 Universitas Negeri Semarang.

Sutatik. 2017. Gaya Hidup Pengguna Instagram (Analisis Deskriptif Kualitatif Mengenai Gaya Hidup Kelas Menengah dalam Penggunaan *Instagram Stories* Di Ruang *Cyber*). *Skripsi*. Surakarta : Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.



LAMPIRAN 1. Matrik Penelitian

JUDUL	RUMUSAN MASALAH	TUJUAN PENELITIAN	KONSEP	SUMBER DATA	TEMPAT PENELITIAN	METODE PENELITIAN
Gaya Hidup Pencitraan Mahasiswa Pengguna Instagram (Studi Kasus Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)	1. Bagaimana gaya hidup pencitraan mahasiswa pengguna Instagram di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember	Menganalisis dan mendeskripsikan fenomena gaya hidup pencitraan di Instagram studi terhadap mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.	1. Gaya Hidup Pencitraan 2. Pengguna Instagram	1. Informan inti, yaitu mahasiswi FKIP Universitas Jember yang aktif di media sosial Instagram, memiliki jumlah <i>followers</i> diatas 1.000 (seribu) orang dan <i>like</i> diatas 100 (seratus) orang, bergaya hidup konsumtif. 2. Informan tambahan, yaitu teman, sahabat, pacar, atau anggota keluarga dari mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan	Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember yang beralamat di Jalan Kalimantan No. 37, Kampus Tegalboto, Sumbersari, Jember, Jawa Timur 68121	1. Metode Penelitian: Penelitian Deskriptif Kualitatif 2. Tempat Penelitian: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember 3. Informan: Informan Inti dan Informan Tambahan 4. Jenis Data: Data Primer dan Data Sekunder 5. Metode Pengumpulan Data: a. Wawancara Mendalam b. Observasi Partisipasi c. Dokumentasi 6. Analisis Data: Pengumpulan data, Reduksi Data, Penyajian Data dan Penarikan Kesimpulan

LAMPIRAN 2. Tuntunan Penelitian**a. Tuntunan Wawancara**

No	Data yang ingin diperoleh	Sumber Data
1	Identitas informan penelitian	Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember
2	Bentuk – bentuk gaya hidup pencitraan yang dilakukan oleh mahasiswa	

b. Tuntunan Observasi

No	Data yang ingin diperoleh	Sumber Data
1	Keadaan umum lokasi penelitian	Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember
2	Mengamati <i>fashion</i> , pola konsumsi, dan berbagai aktivitas yang dibagikan melalui instagram utamanya yang berkaitan dengan tingkat konsumtifitas mahasiswa	

c. Tuntunan Dokumen

No	Data yang ingin diperoleh	Sumber Data
1	Foto Kegiatan Penelitian	Peneliti dan informan yaitu beberapa mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember
2	Audio Rekaman Wawancara	
3	Beberapa tangkapan layar (<i>sreenshout</i>) pada unggahan foto, video, maupun <i>instastory</i> pada citra diri yang ditonjolkan oleh mahasiswa melalui instagram.	

LAMPIRAN 3. Pedoman Wawancara (Informan Utama)**A. Identitas Informan Utama**

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
4. Angkatan :
5. Program Studi :

B. Pedoman Wawancara untuk Informan Utama

1. Sejak kapan anda mengenal aplikasi Instagram?
2. Apakah anda tertarik dengan fitur – fitur yang ada di Instagram? Jika iya apa yang membuat anda tertarik?
3. Apakah motivasi anda menggunakan aplikasi Instagram?
4. Apa yang sering anda unggah melalui akun media sosial Instagram?
5. Selama anda aktif dalam dunia instagram, bagaimana tanggapan yang anda terima dari para pengguna instagram yang lain atau para *followers*?
6. Apa kesan yang anda harapkan dari orang lain yang melihat unggahan foto, video, maupun berbagai aktivitas yang anda bagikan di *insta story*?
7. Anda termasuk dalam usia remaja akhir yang sedang sibuk mencari eksistensi diri. Apakah dari *postingan* anda di instagram ada suatu harapan yang mengarah pada terbentuknya citra diri?
8. Foto atau aktivitas seperti apakah yang biasa anda bagikan di instgram untuk menunjang terbentuknya citra diri?
9. Jika ada, kira – kira apa saja yang ingin anda citrakan mengenai diri anda kepada para *followers* Instagram ?
10. Apakah pekerjaan orang tua anda?
11. Berapakah jatah bulanan yang diberikan orang tua?
12. Berapa pengeluaran anda sehari-hari untuk membeli makanan atau minuman yang biasa anda konsumsi?
13. Berapakah anggaran uang *make up* yang anda keluarkan per bulannya?

14. Bagaimana cara anda mengalokasikan uang saku yang anda dapatkan?
15. Berapa kali dalam satu bulan anda pergi ke mall, *cafe*, atau restoran?
16. Apakah tujuan anda mengunggah *instagram stories* atau berfoto *selfie* ketika sedang berada di mall/restoran/*cafe*/tempat hiburan lainnya?
17. Di restoran atau *cafe* manakah biasanya kalian berkumpul bersama teman?
18. Berapakah biaya yang anda keluarkan sekali makan dan *kongkow* di restoran atau *cafe* yang sedang menjadi *trend* bagi remaja masa kini ?
19. Bagaimanakah citra diri yang anda harapkan dari mengonsumsi barang – barang yang bersifat *modis* dan *trendy*?
20. Bagaimanakah definisi *fashion* menurut anda?
21. Menurut anda, apakah berpenampilan menarik itu sangat penting?
22. Apa yang anda lakukan dan memotivasi anda agar tetap berpenampilan menarik?
23. Apakah anda senang dengan barang-barang ber-merk?
24. Merk baju/celana/tas/sepatu apa yang paling menjadi favorit anda?
25. Menurut anda sendiri apakah gaya hidup yang anda jalani termasuk dalam kategori konsumtif?
26. Siapakah figur yang anda jadikan *role of model* dalam urusan berpenampilan?
27. Apa saja hobi yang sering anda lakukan yang mencerminkan budaya modern remaja saat ini?
28. Berapakah jumlah *like* dan *followers* instagram anda saat ini?
29. Apa saja usaha yang anda lakukan untuk meningkatkan jumlah *like* dan *followers* ?

A. Identitas Informan Tambahan

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
4. Angkatan :
5. Program Studi :
6. Alamat :

B. Pedoman Wawancara untuk Informan Tambahan

1. Bagaimana pendapat anda tentang mahasiswi yang memiliki banyak *like* dan *followers* di Instagram?
2. Menurut anda apa saja upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan citra diri mahasiswa melalui media sosial instagram?
3. Apa kesan yang anda tangkap ketika melihat teman / sahabat mahasiswamu yang mendapat predikat *hits* di lingkungan kampus?
4. Menurut anda apakah pencitraan diri selalu berkaitan erat dengan gaya hidup konsumtif? Dan bagaimana tanggapan anda melihat gaya hidup konsumtif yang dilakukan oleh para mahasiswa saat ini?
5. Menurut anda apa yang saja yang dilakukan seseorang untuk mencitrakan diri sebaik mungkin di instagram?
6. Apa saja yang dilakukan mahasiswa sebelum tampil atau *show of* di instagram?

LAMPIRAN 5. Transkrip Wawancara Informan Inti

I. Informan Inti 1

A. Identitas Informan Utama

1. Nama : Brigi Amarta
2. Umur : 19 Thn
3. Jenis Kelamin : P
4. Angkatan : 2018
5. Program Studi : Pendidikan Luar Sekolah

B. Pedoman Wawancara untuk Informan Utama

1. Sejak kapan anda mengenal aplikasi Instagram? Sejak SMA.
2. Apakah anda tertarik dengan fitur – fitur yang ada di Instagram? Jika iya apa yang membuat anda tertarik? Tentu saja saya sangat tertarik, karena di Instagram memuat banyak fitur – fitur yang unik, berbeda dari media sosial lain misalkan *facebook* yang kesannya monoton dan jadal. Menurut saya fitur – fitur instagram itu lebih modern dan kekinian bagi orang – orang yang emang suka mengikuti perkembangan zaman. Banyak sih yang bikin tertarik seperti *live* instagram, *insta story*, *boomerang*, dan berbagai *filter – filter* yang membuat saya terlihat lebih cantik.
3. Apakah motivasi anda menggunakan aplikasi Instagram? Biar orang – orang utamanya orang disekitar saya itu tau kalau saya itu cantik, *style* saya mengikuti perkembangan zaman, sukur – sukur kalau dari situ saya bisa terkenal baik di dunia maya maupun di dunia nyata, karena ya namanya manusia normal pasti kita itu ingin menunjukkan eksistensi diri kita di hadapan orang lain.
4. Apa yang sering anda unggah melalui akun media sosial Instagram? Foto – foto saya. Kalau saya sih lebih sukanya *upload* foto tentang *out fit* atau busana yang saya pakai, terus foto – foto yang saya *upload* itu teknik pengambilan gambarnya juga harus bener kadang saya juga pakai jasa fotografer untuk memperindah hasil – hasil jepretan yg akan saya unggah di

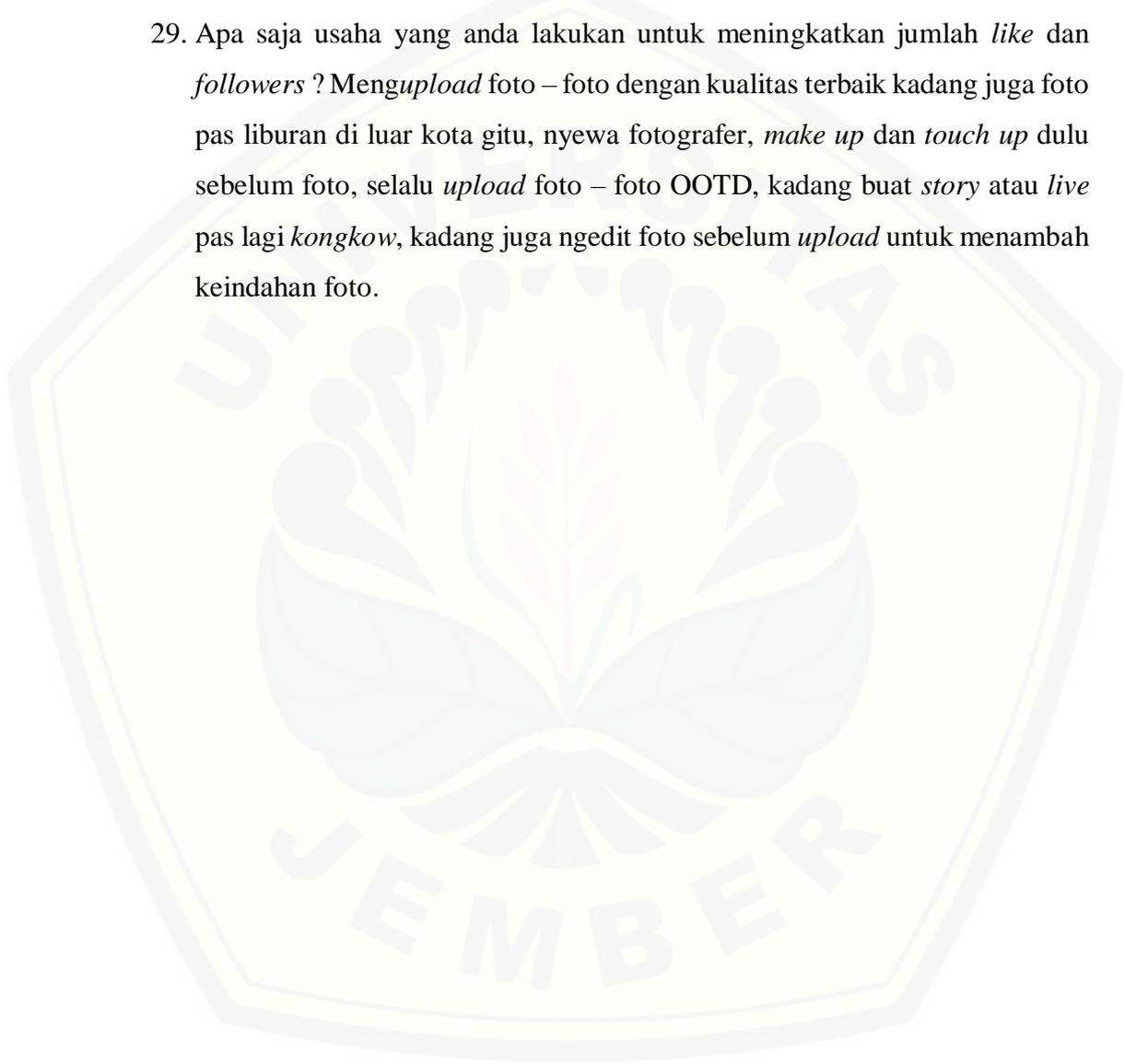
Instagram, kadang juga saya sering *live* ataupun unggah *insta story* pas lagi *hangeout* bareng temen. Kadang – kadang di *feed* instagram juga aku *upload* foto – fotoku pas *kongkow* di *cafe*.

5. Selama anda aktif dalam dunia instagram, bagaimana tanggapan yang anda terima dari para pengguna instagram yang lain atau para *followers*? Yang pasti *like* ya, pujian juga dari para *followers* terus aku sampai masuk di Instagramnya @unejcantik yaitu kumpulan anak – anak *hits* di UNEJ jadi ya aku merasa *beautifull and famous* gitu.
6. Apa kesan yang anda harapkan dari orang lain yang melihat unggahan foto anda? Mereka tau kalau saya adalah mahasiswa muda, cantik, dan fotogenik.
7. Anda termasuk dalam usia remaja akhir yang sedang sibuk mencari eksistensi diri. Apakah dari *postingan* anda di instagram ada suatu harapan yang mengarah pada terbentuknya citra diri? Pasti iya karena kalau remaja akhir gini kan pengen lebih dikenal utamanya oleh orang – orang disekitar. Apalagi kalau kita dikenalnya karena prestasi dan menurut saya bidang fotografi juga termasuk suatu prestasi tersendiri bagi saya apalagi di dukung anugrah fotogenik dalam diri saya. Tentunya semakin mendukung saya menjadi seorang model.
8. Foto atau aktivitas seperti apa yang biasa dibagikan seseorang di instagram untuk menunjang terbentuknya citra diri? Kalau aku sih *bassicly* yang menunjang citra diri itu foto – foto cantik saya seperti ketika *selfie* atau ketika *kongkow* di *cafe* karena kan kalau mahasiswa *kongkow* itu kesannya mahasiswa banyak duit gitu kak.
9. Jika ada, kira – kira apa saja yang ingin anda citrakan mengenai diri anda kepada para *followers* Instagram ? Brigi Amarta (Tata) yang cantik, imut, muda, berbakat, *fashionable*, dan *hits* tentunya.
10. Apakah pekerjaan orang tua anda? Ayah sih pengusaha. Kalau mama PNS jadi guru kak.
11. Berapakah jatah bulanan yang diberikan orang tua? Rp 2.500.000.

12. Berapa pengeluaran anda sehari-hari untuk membeli makanan atau minuman yang biasa anda konsumsi? Rp 50.000 – Rp 60.000 karena aku orangnya suka jajan.
13. Berapakah anggaran uang *make up* yang anda keluarkan per bulannya? Banyak sih. Buat *Skin care* aja kurang lebih 400rb per bulan itu yang rutin, kalau *lipstick*, *mascara* dan lain – lain aku *budget* 200 ribu tapi gak mesti tiap bulan beli.
14. Bagaimana cara anda mengalokasikan uang saku yang anda dapatkan? Gimana ya kak kalau saya sih karena konsumtif banget orangnya kadang buat beli ini itu. Habis deh gak bisa nabung. Kadang juga kalau dirasa dah gak cukup buat sebulan minta jatah tambahan ke ortu.
15. Berapa kali dalam satu bulan anda pergi ke mall, *cafe*, atau restoran? Seminggu sekali sih minimal kak apalagi kalau lagi gk banyak tugas kuliah gitu.
16. Apakah tujuan anda mengunggah *instagram stories* atau berfoto *selfie* ketika sedang berada di mall/restoran / *cafe* / tempat hiburan lainnya? Ya biar orang – orang tau aktifitas saya, kadang juga karena lagi *gabut* aja makanya nge *post*.
17. Di restoran atau *cafe* manakah biasanya kalian berkumpul bersama teman? *Cafe – cafe hits* atau yang baru di jember gitu deh aku sering nongki disitu sama temen – temen aku kayak misalnya *grand cafe*.
18. Berapakah biaya yang anda keluarkan sekali makan dan *kongkow* di restoran atau *cafe* yang sedang menjadi *trend* bagi remaja masa kini ? Tergantung ya kalau cuma di *cafe coffe* gitu Rp 50.000 paling untuk satu orang. Nah kalau di resto kayak *KFC*, *Mc. Donald*, *Pizza Hut*, atau di *cafe* yang sediakan makanan gitu minimal *budget* 100rb.
19. Bagaimanakah citra diri yang anda harapkan dari mengonsumsi barang – barang yang sifatnya modis dan *trendy*? Biar orang tau kalau aku itu anak *hits*, *gaul*, dan *update* dalam hal *fashion*.

20. Bagaimanakah definisi *fashion* menurut anda? Definisi *fashion* bagi aku yaitu dimana kita bisa tampil menarik dan berhasil mencuri perhatian dari orang – orang disekitar kita.
21. Menurut anda, apakah berpenampilan menarik itu sangat penting? Sangat penting karena orang itu pertama ketemu kita pasti yang diperhatikan adalah penampilan kita, dan kalau aku pribadi punya keinginan gimana caranya agar *style* aku bisa jadi inspirasi buat para remaja – remaja masa kini.
22. Apa yang anda lakukan dan memotivasi anda agar tetap berpenampilan menarik? Yang pasti merawat tubuh dan wajah yang utama misal pakai *skin care* rutin buat wajah ataupun badan biar kinclong, terus baju juga milihnya gak asal yang sekiranya bisa bikin gayaku makin *fashionable* ya aku pakai, terus sepatu, tas, aksesoris kayak jam tangan gitu selalu aku perhatikan untuk menunjang penampilan yang baik. Motivasinya ya agar aku tetap terlihat cantik kak.
23. Apakah anda senang dengan barang-barang ber-merk? Senang dong kak karena kalau barang bermerek itu kalau kita pakai pasti sebagian orang udah kagum gitu sama tampilan kita, dan juga dipakainya lebih nyaman.
24. Merk baju/celana/tas/sepatu apa yang paling menjadi favorit anda? Kalau baju – baju gitu aku suka merek *colorbox*, *sixty one*, *hardware*, *ladies*, pokok baju – baju yang feminin gitu deh kak. Kalau tas aku suka beli di *online shop* tas impor dari batam gitu, kalau sepatu aku suka yang di matahari kayak nevada atau *elizabeth* karna feminim modelnya.
25. Menurut anda sendiri apakah gaya hidup yang anda jalani termasuk dalam kategori konsumtif? Iya sih. Hehehe tapi gakpapa konsumtif selama kita punya kemampuan untuk membeli.
26. Biasanya siapakah yang anda jadikan *role of model* dalam urusan berpenampilan? Kalau itu sih saya lebih suka dengan *style* diri sendiri karena lebih nyaman menurut saya. Tapi dalam berpenampilan saya tetap memiliki kiblat tersendiri yaitu selebgram cantik Rilli Herdalda.

27. Apakah hobi yang sering anda lakukan yang mencerminkan budaya modern remaja saat ini? *Ngemall*, nonton, *kongkow*, *hangeout* bareng temen, dan *adventure*.
28. Berapakah jumlah *like* dan *followers* instagram anda saat ini? *Like* sampai 897 kalau *follower* sampai saat ini sudah mencapai 4.426 pengikut
29. Apa saja usaha yang anda lakukan untuk meningkatkan jumlah *like* dan *followers* ? Mengupload foto – foto dengan kualitas terbaik kadang juga foto pas liburan di luar kota gitu, nyewa fotografer, *make up* dan *touch up* dulu sebelum foto, selalu *upload* foto – foto OOTD, kadang buat *story* atau *live* pas lagi *kongkow*, kadang juga ngedit foto sebelum *upload* untuk menambah keindahan foto.



II. Informan Inti 2

A. Identitas Informan Utama

1. Nama : Diah Novita Sari
2. Umur : 22 Tahun
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Angkatan : 2015
5. Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

B. Pedoman Wawancara untuk Informan Utama

1. Sejak kapan anda mengenal aplikasi Instagram? Sejak awal kuliah.
2. Apakah anda tertarik dengan fitur – fitur yang ada di Instagram? Jika iya apa yang membuat anda tertarik? Iya saya sangat tertarik karena instagram sendiri pada dasarnya adalah satu – satunya alat berbagi foto yang paling populer 5 tahun belakangan ini. Siapa sih yang gak kenal aplikasi ini, dan saya rasa semua orang tau apa itu Instagram, disini saya bisa mengedit dan memperindah foto sebelum menguploadnya pada akun IG, terus saya bisa membagikan *story* setiap saat karena memang saya orangnya suka terbuka gitu sama publik mengenai aktivitas saya sehari – hari, lalu yang terbaru aplikasi *sorotan story* nya juga *is the best*, karena aku kan orangnya suka ngrangkai kata – kata mutiara jadi misal aku punya kata – kata baru biasanya sering aku *post* di sorotan sambil di kasih *background* foto yang sesuai sama kata – katanya.
3. Apakah motivasi anda menggunakan aplikasi Instagram? Agar saya bisa mencitrakan kepada *followers* kalau saya adalah seorang mahasiswa yang *fashionable*, hobi fotografi, dan senang traveling.
4. Apa yang sering anda unggah melalui akun media sosial Instagram? Foto – foto *hunting* saya bersama para rekan fotografer.
5. Selama anda aktif dalam dunia instagram, bagaimana tanggapan yang anda terima dari para pengguna instagram yang lain atau para *followers*? Tanggapan yang saya terima positif yaitu semakin meningkatnya jumlah angka *followers* dan *like* dari waktu ke waktu.

6. Apa kesan yang anda harapkan dari orang lain yang melihat unggahan foto anda? Mereka menyukai foto saya karena foto saya yang unik dan bagus baik itu lokasinya, *angel* yang tepat, maupun objeknya.
7. Anda termasuk dalam usia remaja akhir yang sedang sibuk mencari eksistensi diri. Apakah dari postingan anda di instagram ada suatu harapan yang mengarah pada terbentuknya citra diri? Iya tentu saja saya ingin mencitrakan diri sebagai mahasiswa yang selalu mengikuti perkembangan zaman dan di kagumi banyak orang baik itu dari hasil foto saya, gaya berpakaian saya, gaya berdandan saya, dan lain sebagainya.
8. Foto atau aktivitas seperti apakah yang biasa dibagikan seseorang di instagram? Foto – foto saya di tempat wisata karena saya adalah seseorang yang suka mengeksplorasi tempat wisata, atau foto waktu di *cafe*, dan juga foto – foto bareng pacar.
9. Jika ada, kira – kira apa saja yang ingin anda citrakan mengenai diri anda kepada para followers Instagram ? seorang mahasiswa yang senang traveling baik di dalam maupun luar kota, bergaya hidup *casual* dan *simple*, serta menyukai segala bentuk keindahan alam mulai dari bukit, gunung, pantai, air terjun, hutan pinus, dan lain – lain, dan juga suka *kongkow* di cafe atau restoran, sehingga terlihat seperti orang yang memiliki banyak uang. Hehe
10. Apakah pekerjaan orang tua anda? Wiraswasta di bidang tebu dan pertokoan.
11. Berapakah jatah bulanan yang diberikan orang tua? 2 – 3 juta per bulan.
12. Berapa pengeluaran anda sehari-hari untuk membeli makanan atau minuman yang biasa anda konsumsi? Ya tergantung sih bisa sekitar Rp 50.000an kalau makan di warung biasa, tapi kalau pas *ngafe* atau makan di resto gitu ya kisaran 100 – 300 ribu sekali makan.
13. Berapakah anggaran uang *make up* yang anda keluarkan per bulannya? Kalau aku pribadi sih kurang begitu tertarik ke koleksi *make up*, kalau *make up* ya seperlunya aja, tapi aku lebih fokus beli – beli *skincare* dan juga masker – masker wajah yang import dari korea gitu, mungkin kalau dihitung – hitung sekitar 500 ribu pengeluaran buat *skin care* yang rutin dan masker – maskernya.

14. Bagaimana cara anda mengalokasikan uang saku yang anda dapatkan?
Membeli barang – barang yang memang benar – benar penting dalam artian bisa ambil nilai kegunaannya secara maksimal misal tas, sepatu, dan busana, apalagi ketika di kampus kita memang benar – benar membutuhkan barang tersebut, dalam pembelian barang – barang itu pun aku selalu mengutamakan yang bermerek. Kalau ada sisa ya ditabung, kalau gak sisa ya minta lagi. Hehe
15. Berapa kali dalam satu bulan anda pergi ke mall, *cafe*, atau restoran? 5 – 7 kali.
16. Apakah tujuan anda mengunggah instagram *stories* atau berfoto *selfie* ketika sedang berada di mall/restoran/*cafe*/tempat hiburan lainnya? Agar *followers* mengetahui aktivitas yang saya lakukan sehari – hari. Misal makan di *KFC*.
17. Di restoran atau *cafe* manakah biasanya kalian berkumpul bersama teman?
Conatto, Solaria, pizza hut, kfc, grand cafe, Rumah Makan Lestari, dan three – B cafe.
18. Berapakah biaya yang anda keluarkan sekali makan dan *kongkow* di restoran atau *cafe* yang sedang menjadi trend bagi remaja masa kini ? 100 – 300 ribu sekali makan.
19. Bagaimanakah citra diri yang anda harapkan dari mengonsumsi barang – barang yang bersifat modis dan *trendy*? Biar orang tau kalau saya itu suka *fashion* dan berusaha banget untuk tampil *fashionable*.
20. Bagaimanakah definisi *fashion* menurut anda? *Fashion* adalah cara kita berpenampilan, penampilan yang sifatnya menarik di pandang orang atau kata lainnya *good looking*.
21. Menurut anda, apakah berpenampilan menarik itu sangat penting? Sangat penting menurut saya, karena dengan berpenampilan menarik kita dapat mencuri perhatian banyak orang dan tentunya membuat kita semakin percaya diri.
22. Apa yang anda lakukan dan memotivasi anda agar tetap berpenampilan menarik? Kebersihan yang utama, dandan yang kalem gak usah tebal – tebal, pakaian yang sesuai acara, dan yang pasti rapi. Kalau di tanya apa motivasi aku yang pertama biar aku tu punya ciri khas yang lain daripada yang lain,

jadi orang tu bisa menilai kalau *style* kayak gini itu Diah banget gitu, terus yang kedua ya namanya manusia pastilah ingin terlihat menarik di mata manusia lain apalagi di mata lawan jenis.

23. Apakah anda senang dengan barang-barang ber-merk? Iya karena lebih awet, nyaman, dan menunjang kepercayaan diri.
24. Merk baju/tas/sepatu apa yang paling menjadi favorit anda? Kalau tas *buccheri, elizabeth sofie paris*. Kalau sepatu aku sukanya *laviola, adidas, consina, rey, eiger*. Kalau baju aku suka *vanisimo*.
25. Menurut anda sendiri apakah gaya hidup yang anda jalani termasuk dalam kategori konsumtif? Iya tapi gakpapa asalkan kita masih punya modal untuk berkonsumtif.
26. Siapakah figur yang anda jadikan *role of model* dalam urusan berpenampilan? Kalau *selebgram* aku kiblat *fashionnya* itu Nanda Arsynta soalnya dia lucu, postur tubuhnya kecil 11 : 12 sama aku. Hehehe dan juga tampilannya selalu *cute* gitu, kalau artis aku suka nirunya ke Chika Jessica dengan alasan yang sama sih dia kecil imut dan *cute*.
27. Apa saja hobi yang sering anda lakukan yang mencerminkan budaya modern remaja saat ini? Saya sukanya *hunting* untuk dapat foto – foto bagus atau kalau nggak makan – makan di *foodcourthnya* lippo plaza gitu.
28. Berapakah jumlah *like* dan *followers* instagram anda saat ini? *Followers* 2.171 kalau *like* sampai 659 .
29. Apa saja usaha yang anda lakukan untuk meningkatkan jumlah *like* dan *followers* ? Cari tempat buat foto ke tempat yang belum terlalu *hits*, *caption* yang lucu dan dibumbui dengan kata – kata mutiara, penataan di *feed* Instagram yang rapi, dan utama itu adalah *filter*.

III. Informan Inti 3

A. Identitas Informan Utama

1. Nama : Karimatul Jumaiyah
2. Umur : 22 thn

3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Angkatan : 2015
5. Program Studi : Pendidikan Ekonomi

B. Pedoman Wawancara untuk Informan Utama

1. Sejak kapan anda mengenal aplikasi Instagram? Dari SMA.
2. Apakah anda tertarik dengan fitur – fitur yang ada di Instagram? Jika iya apa yang membuat anda tertarik? Sangat tertarik, karena banyak fitur yang menarik seperti halnya *filter* yang membuat cantik.
3. Apakah motivasi anda menggunakan aplikasi Instagram? Awalnya iseng, tapi lama – lama menjadi senang menggunakan aplikasi Instagram karena Instagram menarik dan kekinian.
4. Apa yang sering anda unggah melalui akun media sosial Instagram? Foto dan video.
5. Selama anda aktif dalam dunia instagram, bagaimana tanggapan yang anda terima dari para pengguna instagram yang lain atau para *followers*? Beraneka ragam banyak yang jadi *lovers* dan ada yang jadi *haters*.
6. Apa kesan yang anda harapkan dari orang lain yang melihat unggahan foto anda? Biar orang tau kalau saya cantik, dan juga bakat - bakat yang saya miliki seperti nyanyi dan *dance*.
7. Anda termasuk dalam usia remaja akhir yang sedang sibuk mencari eksistensi diri. Apakah dari postingan anda di instagram ada suatu harapan yang mengarah pada terbentuknya citra diri? Ohh pasti karena saya ingin jadi artis, tapi saya masih sibuk menyelesaikan *study* saya, jadi belum berupaya untuk mewujudkan mimpi saya jadi artis.
8. Foto atau aktivitas seperti apakah yang biasa anda bagikan di instagram untuk menunjang terbentuknya citra diri? Foto – foto cantik saya, foto – foto saya pas *make up* atau pas lagi OOTD (*Out Fit Of The Day*).
9. Jika ada, kira – kira apa saja yang ingin anda citrakan mengenai diri anda kepada para *followers* Instagram ? Karima yang cantik badai se prodi pendidikan ekonomi. Hehe... *Stylish, fashionable*, baju – bajunya selalu *up*

to date dan lucu – lucu, *fans* beratnya artis korea, gaya pakaian maupun *make up* nya selalu ngikutin bintang – bintang korea. Juga untuk memperlihatkan bakat – bakat saya di hadapan *followers* kalau saya tuh berbakat jadi penyanyi, foto model, *dancer*, dan *make up artist*.

10. Apakah pekerjaan orang tua anda? Ayah guru ibu IRT.
11. Berapakah jatah bulanan yang diberikan orang tua? 2.300.000.
12. Berapa pengeluaran anda sehari-hari untuk membeli makanan atau minuman yang biasa anda konsumsi? Rp 45.000 – Rp 60.000.
13. Berapakah anggaran uang *make up* yang anda keluarkan per bulannya? Kalau dulu sih sampai Rp 500.000, tapi karena sekarang *make up* saya udah banyak jadi sedikit berkurang hanya buat bedak atau bb *cushion*.
14. Bagaimana cara anda mengalokasikan uang saku yang anda dapatkan? Dipetakan makan, *make up*, jalan – jalan dan nabung.
15. Berapa kali dalam satu bulan anda pergi ke mall, *cafe*, atau restoran? 3 sampai 4 kali.
16. Apakah tujuan ada mengunggah *instagram stories* atau berfoto *selfie* ketika sedang berada di mall/restoran/*cafe*/tempat hiburan lainnya? Agar orang tau kalau saya itu juga suka *kongkow* di *cafe* – *cafe* layaknya anak muda *zaman now*.
17. Di restoran atau *cafe* manakah biasanya kalian berkumpul bersama teman? *Tea break* atau *ctrl + A*.
18. Berapakah biaya yang anda keluarkan sekali makan dan *kongkow* di restoran atau *cafe* yang sedang menjadi *trend* bagi remaja masa kini ? kira – kira 50 ribu sampai 70 ribu.
19. Bagaimanakah citra diri yang anda harapkan dari mengonsumsi barang – barang yang bersifat modis dan trendy? Citra diri sebagai seorang yang berani tampil *fashionable*, *good looking*, serta lain daripada yang lain di lingkungan pergaulan saya.
20. Bagaimanakah definisi *fashion* menurut anda? *Fashion* menurut saya adalah cara kita mendefinisikan diri kita sendiri bagaimana caranya agar terlihat cantik dan menarik di mata orang lain.

21. Menurut anda, apakah berpenampilan menarik itu sangat penting? Sangat penting agar saya mendapat citra baik di mata orang, agar orang mengagumi kecantikan saya.
22. Apa yang anda lakukan dan memotivasi anda agar tetap berpenampilan menarik? Meniru gaya *k – pop*.
23. Apakah anda senang dengan barang-barang ber-merk? Sangat senang dong karena jika kita mengenakan barang – barang *branded* akan mendapatkan pujian dari orang.
24. Merk baju/celana/tas/sepatu apa yang paling menjadi favorit anda? *Colorbox, ada, sixty one, ladies*.
25. Menurut anda sendiri apakah gaya hidup yang anda jalani termasuk dalam kategori konsumtif? Ya lumayan konsumtif sih tapi sebisa mungkin saya usahakan untuk menabung.
26. Biasanya siapakah yang anda jadikan *role of model* dalam urusan berpenampilan? Lisa black pink, jeni, dll
27. Apa saja hobi yang sering anda lakukan yang mencerminkan budaya modern remaja saat ini? Nonton film korea, nonton film BTS, dan bercita – cita nonton konser BTS dengan tiket masuk 4 juta, tapi belum loh ya belum terjadi kan baru cita – cita.
28. Berapakah jumlah *like* dan *followers* instagram anda saat ini? 1.197 *followers* dan 177 *likes*.
29. Apa saja usaha yang anda lakukan untuk meningkatkan jumlah *like* dan *followers*? Banyak. Tidak Cuma foto tapi juga video ketika nyanyi, karena kebetulan saya berbakat nyanyi dan memiliki suara emas, nge *dance*, siapa tau saya bisa jadi artis.

VI. Informan Inti 4

A. Identitas Informan Utama

1. Nama : Nabella Fahreza Zafarina
2. Umur : 22 Tahun
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Angkatan : 2015
5. Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris

B. Pedoman Wawancara untuk Informan Utama

1. Sejak kapan anda mengenal aplikasi Instagram? Sejak awal kuliah karena waktu SMA aku dikasih tau temen ada aplikasi baru tapi mau *instal* hpku gak *support* jadi aku baru gunainnya itu pas maba.
2. Apakah anda tertarik dengan fitur – fitur yang ada di Instagram? Jika iya apa yang membuat anda tertarik? Iya saya tertarik. Bahkan sangat tertarik karena terdapat *filter – filter* yang keren di instagram yang membuat saya terkesan *cute* dan lucu seperti ala – ala *girl band* korea gitu.
3. Apakah motivasi anda menggunakan aplikasi Instagram? Untuk mengekspresikan diri melalui foto – foto maupun video yang saya unggah. Dan biar saya juga lebih *eksis* aja gitu.
4. Apa yang sering anda unggah melalui akun media sosial Instagram? Yang paling sering sih kalau saya itu mayoritasnya foto diri sendiri dan sebagian juga ada foto teman – teman aku di kampus yang kebetulan satu *geng* gitu di ESA (Pendidikan Bahasa Inggris), terus pernah sekali saya unggah video yaitu video tutorial pemakaian *sheet mask* yogurt atau masker – masker korea gitu yang saat ini lagi *booming*.
5. Selama anda aktif dalam dunia instagram, bagaimana tanggapan yang anda terima dari para pengguna instagram yang lain atau para *followers*? Alhamdulillah banyak tanggapan positif dari para *followers*. Ya kayak semacam pujian – pujian gitu, dan banyak yang bilang kalau saya ini lucu, dan imut. Tapi ya wajar sih karna saya akuin kalau gaya saya dalam berfoto itu selalu berteman 5 tahun lebih muda. Hehehe

6. Apa kesan yang anda harapkan dari orang lain yang melihat unggahan foto anda? Mereka dapat melihat ke eksisan diri saya dalam berfoto, mereka tau bahwa nabel itu fotogenik, *cute*, cantik, dan tampilannya sebisa mungkin harus modis.
7. Anda termasuk dalam usia remaja akhir yang sedang sibuk mencari eksistensi diri. Apakah dari postingan anda di instagram ada suatu harapan yang mengarah pada terbentuknya citra diri? Tentu saja mbak. Saya ingin postingan saya banyak disukai oleh *followers* – *followers* saya. Saya ingin menunjukkan pula pada *followers* kalau saya adalah mahasiswa yang selalu mengikuti *trend* baik dari segi berdandan maupun berpenampilan dan saya juga ingin gaya *fashion* saya bisa dijadikan *role of model* bagi remaja – remaja lain. Makanya itu saya selalu berusaha untuk memperbaiki penampilan saya dan kualitas foto yang saya *upload* di instagram.
8. Foto atau aktivitas seperti apakah yang biasa anda bagikan di instgram untuk menunjang terbentuknya citra diri? Foto – foto saya ketika *kongkow* dan *OOTD* mbak.
9. Jika ada, kira – kira apa saja yang ingin anda citrakan mengenai diri anda kepada para *followers* Instagram? Nabel yang *fashionable*, yang bisa dandan dengan gaya *make up kekinian* baik di dunia maya maupun nyata, yang selalu memperhatikan penampilan secara keseluruhan dengan cara mengunggah foto – foto ketika *OOTD*, yang suka traveling baik di jember maupun di luar jember seperi malang, dan sering *kongkow* di *cafe* – *cafe* kekinian bersama teman.
10. Apakah pekerjaan orang tua anda? Ayah saya PNS, ibu saya ibu rumah tangga.
11. Berapakah jatah bulanan yang diberikan orang tua? Sekitar Rp 1.500.000.
12. Berapa pengeluaran anda sehari-hari untuk membeli makanan atau minuman yang biasa anda konsumsi? Tergantung sih kalau lagi gak nge mall atau nguliner ke *cafe* atau resto gitu ya *standart* mungkin 30 ribu sehari tapi kalau saya udah diajak ngemall ataupun nongki di *cafe* – *cafe hits* gitu ya pengeluaran saya lebih besar bisa 40 - 50 ribu sekali jalan.

13. Berapakah anggaran uang make up yang anda keluarkan per bulannya? Sekitar Rp 250.000.
14. Bagaimana cara anda mengalokasikan uang saku yang anda dapatkan? Di pakai buat jajan pas kuliah / *weekend*, nongkrong, beli baju, kerudung minimal 1 *pcs* per bulannya, *fotocopy*, sisanya ditabung itupun kalau ada sisa.
15. Berapa kali dalam satu bulan anda pergi ke mall, *cafe*, atau restoran? Ya kadang seminggu sekali kalau tidak 2 kali. Jadi kalau sebulannya kurang lebih 4 sampai 6 kali itupun kadang aku dibayarin temen.
16. Apakah tujuan ada mengunggah instagram *stories* atau berfoto *selfie* ketika sedang berada di mall/restoran/*cafe*/tempat hiburan lainnya? Salah satunya sebagai aktivitas *foodstragaming* yang saat ini biasa dilakukan *selebgram* atau anak – anak muda pada umumnya yaitu biar orang tau apa saja aktivitas saya, saya nongkrongnya di mana, makannya di resto atau rumah makan mana, biar *followers* itu tau, dan biasanya mereka akan menanggapi dalam bentuk komentar.
17. Di restoran atau *cafe* manakah biasanya anda berkumpul bersama teman? Di *glovic bakery*, di *food courthnya lippo plaza*, *lenquas bistro*, Taman Indah Mangli, *Cafe Gunitir*, dan *conatto*.
18. Berapakah biaya yang anda keluarkan sekali makan dan kongkow di restoran atau *cafe* yang sedang menjadi *trend* bagi remaja masa kini ? Rp 150.000 – Rp 200.000.
19. Bagaimanakah citra diri yang anda harapkan dari mengonsumsi barang – barang yang bersifat modis dan *trendy*? Citra diri sebagai seorang yang *fashionable*.
20. Bagaimanakah definisi *fashion* menurut anda? *Fashion* adalah seni untuk tampil menarik di hadapan orang.
21. Menurut anda, apakah berpenampilan menarik itu sangat penting? Tentu saja itu sangat penting buat saya, karena orang itu yang dilihat pertama dari penampilannya, sebetulnya saya itu bukan orang yang masuk kategori cantik banget, tapi saya tau gimana caranya bergaya entah itu dengan gaya

- pakaian, *make up*, ataupun foto. Dan itu sangat mendukung saya untuk berpenampilan menarik utamanya di media sosial seperti Instagram.
22. Apa yang anda lakukan dan memotivasi anda agar tetap berpenampilan menarik? Mengoleksi baju – baju lucu, perawatan *skin care*, *make up* harus selalu *on*, kalau foto harus totalitas, semua *make up* harus dieksekusi dari *pouch*. Kesimpulannya harus selalu totalitas dalam bergaya. Apalagi dalam hal foto, kita harus menghadirkan foto – foto yang menarik dan unik, baik dari lokasi tempatnya, posenya, pakaiannya, bahkan *captionnya*. Kalau motivasi untuk tetap berpenampilan menarik ya kembali lagi pada betapa inginnya saya terlihat *good looking* di mata orang – orang yang melihat saya baik di dunia maya maupun nyata, sehingga saya ingin menunjukkan eksistensi diri saya melalui foto – foto yang saya unggah di instagram dan ketika saya berada di dunia nyata misal di kampus atau ketika *hangeout* saya akan sangat memperhatikan penampilan saya mulai ujung rambut sampai kaki.
23. Apakah anda senang dengan barang-barang bermerk? Lumayan suka selagi ada uang lebih. Hehe
24. Merk baju/celana/tas/sepatu apa yang paling menjadi favorit anda? Kalau tas aku suka elizabeth, kalau sepatu aku suka deadora, kalau baju suka *ada collection*.
25. Menurut anda sendiri apakah gaya hidup yang anda jalani termasuk dalam kategori konsumtif? Ya saya merasa konsumtif karena saya suka jajan di *cafe* atau restoran – restoran *kekinian*, terus saya juga suka traveling ke luar kota.
26. Biasanya siapakah yang anda tiru dalam urusan berpenampilan? *Girl band* korea.
27. Apa saja hobi yang sering anda lakukan yang mencerminkan budaya modern remaja saat ini? Traveling, wisata kuliner di restoran, dan *hunting* foto di *cafe*.
28. Berapakah jumlah *like* dan *followers* instagram anda saat ini? *Like* terbanyak sampai saat ini baru 325, kalau *followers* sekitar 1.625.

29. Apa saja usaha yang anda lakukan untuk meningkatkan jumlah *like* dan *followers* ? meng *upload* foto – foto cantik ketika *OOTD*, nongkrong, maupun makan di resto *elite*, dan mengunggah video tutorial *skincare* ala – ala korea misalkan masker *rorec*, dan masih akan banyak lagi yang segera di *lounchingkan* video tutorialnya.



V. Informan Inti 5

A. Identitas Informan Utama

1. Nama : Nanda Puspita Sari
2. Umur : 21 tahun
3. Jenis Kelamin : P
4. Angkatan : 2015
5. Program Studi : Pendidikan Ekonomi

B. Pedoman Wawancara untuk Informan Utama

1. Sejak kapan anda mengenal aplikasi Instagram? Sejak SMA.
2. Apakah anda tertarik dengan fitur – fitur yang ada di Instagram? Jika iya apa yang membuat anda tertarik? Tertarik banget karena *fitur – fitur* di instagram itu mendukung hobiku banget, karena aku itu suka banget sama fotografi dan *modeling*. Nah di instagram ini aku bisa banget menyalurkan hobi dan bakatku.
3. Apakah motivasi anda menggunakan aplikasi Instagram? Supaya saya dapat menyalurkan hobi dan bakat saya. Karena saya itu suka hal – hal yang berbau artistik dan fotografi gitu, sesuai banget sama bakatku karena emang bakatku dari dulu itu jadi model atau artis. Hehe
4. Apa yang sering anda unggah melalui akun media sosial Instagram? Foto – foto *hunting* saya karena emang saya suka *hunting* demi mendapatkan foto – foto bagus yang nantinya akan saya unggah pada akun instagram saya, foto – foto pas lagi *job* juga sih karena alhamdulillah belakangan ini saya banyak tawaran sebagai *photo model*. Dan hal itu yang membuat saya makin sering melakukan *photoshoot* baik di studio maupun di alam bebas seperti di bukit, gunung, pantai, dll, kadang juga foto saya waktu *kongkow* atau makan di *cafe* maupun resto gitu.
5. Selama anda aktif dalam dunia instagram, bagaimana tanggapan yang anda terima dari para pengguna instagram yang lain atau para *followers*? Tanggapannya sih alhamdulillah sejauh ini baik. Banyak tawaran *endors* juga berkat foto – foto yang aku unggah.

6. Apa kesan yang anda harapkan dari orang lain yang melihat unggahan foto anda? Melihat nanda yang berbakat di bidang *modeling*, nanda yang *fashionable*, mudah bergaul dan punya banyak teman, dan pastinya cantik. Hehe....
7. Anda termasuk dalam usia remaja akhir yang sedang sibuk mencari eksistensi diri. Apakah dari *postingan* anda di instagram ada suatu harapan yang mengarah pada terbentuknya citra diri? Tentu saja iya dong, Saya ingin mencitrakan pada *followers* saya di instagram kalau saya itu termasuk salah satu mahasiswa yang populer di dalam lingkungan pergaulan, dengan cara saya nampilin gaya berpakaian saya yang lain daripada yang lain biar kesannya orang melihat saya tu selalu *update* dalam hal *fashion*, dan karena pribadi saya juga aslinya udah *fashionable*. Hehe....
8. Foto atau aktivitas seperti apakah yang biasa anda bagikan untuk menunjang terbentuknya citra diri? Foto – foto saya ketika travelling di berbagai tempat wisata atau di *cafe – cafe hits*, atau kadang juga foto pas *selfie*.
9. Jika ada, kira – kira apa saja yang ingin anda citrakan mengenai diri anda kepada para followers Instagram ? Bakat saya dalam hal berfoto seperti pemilihan *angel*, tempat yang bagus buat foto, misalnya di *cafe* yang desainnya bagus seperti *glovic*, *grand cafe*, dll. Terus di tempat wisata yang orang – orang tu belum banyak yang tau, biar ntar kalau aku lagi *upload* foto gitu *followers* ku banyak yang penasaran ”dimana sih ini kok bagus” misal gitu.
10. Apakah pekerjaan orang tua anda? Kalau ayah dan ibu saya itu wirausaha di bidang dagang.
11. Berapakah jatah bulanan yang diberikan orang tua? Rp 3 juta per bulan.
12. Berapa pengeluaran anda sehari-hari untuk membeli makanan atau minuman yang biasa anda konsumsi? Rp 50.000 – Rp 60.000 per harinya, kadang kalau pas lagi ke mall atau *cafe* yaa kadang habisin 150 – 200 ribu sekali jalan.
13. Berapakah anggaran uang make up yang anda keluarkan per bulannya? Kalau uang *make up* sih saya cuma biasanya beli *lipstick* aja mbak, kalau bedak saya tu gak pernah macem – macem, pakai *skincare* pun saya juga gak pernah,

untung saja kulit saya itu normal dan aslinya emang udah putih gini jadi gak perlu *skincare* macem – macem, Cuma emang saya fokuskan ke *lipstick*, kalau lipstick emang saya suka ngoleksi, dan koleksi saya juga lumayan banyak, mulai dari merek lokal sampai impor misal *wardah*, *make over*, *it pro*, *maybeline*, dan masih banyak lagi merek – merek *lipstick drugstore* yang jadi favorit saya, kalau anggaran beli lipstick sekitar Rp 200.000 kayaknya itu udah cukup.

14. Bagaimana cara anda mengalokasikan uang saku yang anda dapatkan? Beli baju, sepatu, tas, tapi yang paling sering aku koleksi itu adalah sepatu, karena aku hobi banget sama sepatu mulai dari model *flatshoes*, *kates*, apalagi sepatu *boots* sangat suka. Baju juga saya sering ngoleksi tiap awal bulan saya pasti beli dan itu gak cuma 1 *pcs* karena emang saya suka baju – baju yang kekinian buat foto.
15. Berapa kali dalam satu bulan anda pergi ke mall, *cafe*, atau restoran? Kalau mall sih saya jarang, saya lebih seringnya itu di *cafe* dan *cafenya* itu aku sukanya yang desain interiornya mewah biar bagus buat *background* foto.
16. Apakah tujuan anda mengunggah instagram *stories* atau berfoto *selfie* ketika sedang berada di mall/restoran/*cafe*/tempat hiburan lainnya? Biar semua orang tau tempat yang saya buat nongki gitu, sekalian lah sambil promosi in *cafenya*. Hehe
17. Di restoran atau cafe manakah biasanya kalian berkumpul bersama teman? *Cafe* yang mahal dan bagus, misal *excelso*, *coffe toffe*, *conatto* dan lain – lain.
18. Berapakah biaya yang anda keluarkan sekali makan dan *kongkow* di restoran atau *cafe* yang sedang menjadi *trend* bagi remaja masa kini ? Kadang sih yaa 200ribu gitu kalau aku *kongkow* sama temen – temen misal di *excelso* gitu.
19. Bagaimanakah citra diri yang anda harapkan dari mengonsumsi barang – barang yang bersifat modis dan trendy? Citra diri sebagai sosok yang metropolitan, cantik, *fashionable* sehingga mendukung kualitas foto – foto saya di instagram.

20. Bagaimanakah definisi *fashion* menurut anda? *Fashion* adalah jiwa saya dan *passion* saya dari kecil, dimanapun saya berada saya ingin menunjukkan *fashion* sebagai remaja modern.
21. Menurut anda, apakah berpenampilan menarik itu sangat penting? Sangat penting karna penampilan itu salah satu indikator yang akan menunjang bagus tidaknya foto yang saya *upload* di Instagram.
22. Apa yang anda lakukan dan memotivasi anda agar tetap berpenampilan menarik? Agar orang yang melihat saya itu tertarik dengan penampilan saya dan agar citra diri saya di hadapan teman – teman saya itu adalah remaja yang mengikuti *trend kekinian*.
23. Apakah anda senang dengan barang-barang bermerk? Tidak saya lebih suka *kongkow* di *cafe*, karaokean bersama teman maupun keluarga, dan makan – makan di restoran.
24. Merk baju/celana/tas/sepatu apa yang paling menjadi favorit anda? Kalau merk baju sih saya biasa aja gakpapa, asal modelnya *trendy* misal beli di *online shop* asal *up to date* modelnya, kalau tas ya saya suka yang sedang *trend* misal di miniso gitu, sedangkan kalau sepatu saya suka *brand* ZARA.
25. Menurut anda sendiri apakah gaya hidup yang anda jalani termasuk dalam kategori konsumtif? Iya tentu saja dengan jatah 3 juta perbulan itu dapat dibilang lebih dari cukup untuk bergaya hidup konsumtif.
26. Biasanya siapakah yang anda jadikan *role of model* dalam urusan berpenampilan? Artis – artis *hollywood* seperti Selena Gomez. Pokok saya kiblarnya tuh *american style* saya kurang suka kalau *asian style*.
27. Apa saja hobi yang sering anda lakukan yang mencerminkan budaya modern remaja saat ini? Travelling dan *hunting* foto untuk di *posting* di Instagram.
28. Berapakah jumlah *like* dan *followers* instagram anda saat ini? 12,9 Ribu kalau *like* sih pernah mencapai 700 *likes*.
29. Apa saja usaha yang anda lakukan untuk meningkatkan jumlah *like* dan *followers*? Kalau ini sih ya *trik* dari aku biar foto di *feed* Instagram kita banyak yang *like* itu kita perhatikan waktu *uploadnya*, kebanyakan sih *followers* sering – seringnya nge *like* itu pas kita *upload* pada pagi hari, sama

sore hari misalnya jam 5an gitu, karena kalau pagi hari itu orang – orang masih belum banyak aktivitas, dan kalau sore hari orang – orang biasanya istirahat dari aktivitas mereka. Jadi jangan *upload* foto ketika jam jam kerja karena dipastikan tidak banyak orang yang *online* media sosial pada jam – jam kerja tersebut. Cara nambah *followers* menurut saya dengan terus memperbaiki kualitas foto – foto yang kita unggah baik itu dari *angel*, penampilan, pakaian, *spot*, dan lain sebagainya.



VI. Informan Inti 6

A. Identitas Informan Utama

1. Nama : Rista Fatmawati
2. Umur : 22 Tahun
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Angkatan : 2015
5. Program Studi : PBSI

B. Pedoman Wawancara untuk Informan Utama

1. Sejak kapan anda mengenal aplikasi Instagram? Sejak kelas 3 SMA
2. Apakah anda tertarik dengan fitur – fitur yang ada di Instagram? Jika iya apa yang membuat anda tertarik? Iya saya tertarik sama *filter* kamera di Instagram, karena dapat mencerahkan maupun meredupkan foto sesuai selera dan menghasilkan kualitas gambar yang bagus. Selain itu saya suka banget sama fitur *boomerang*, karena menurut saya asik dan seru saja dalam mengekspresikan rasa.
3. Apakah motivasi anda menggunakan aplikasi Instagram? Instagram adalah media sosial yang marak di era sekarang, motivasi saya supaya mengikuti perkembangan zaman dan faham tentang dunia luar melalui gambar dan video yang ditampilkan.
4. Apa yang sering anda unggah melalui akun media sosial Instagram? Saya sering mengunggah foto *selfie* saya, dan juga foto wisata saya utamanya wisata kuliner. Hehe
5. Selama anda aktif dalam dunia instagram, bagaimana tanggapan yang anda terima dari para pengguna instagram yang lain atau para *followers*? Alhamdulillah tanggapan dari *followers* selama ini positif banyak yang nge *like* foto saya dan banyak *followers* baru yang mampir ke akun saya, dan alhamdulillah banyak komentar yang berupa pujian daripada hujatan *netizen*. Hehe. Terus yang lebih menyenangkan lagi foto saya sering di repost sama akun – akun kekinian seperti @unejcantik, @banyuwangibeautiful, @hitsgramkekinian, dan lain – lain.

6. Apa kesan yang anda harapkan dari orang lain yang melihat unggahan foto anda? Kalau kesan orang sebenarnya itu bukan prioritas saya sih mbak, pokok menurut saya itu bagus maka saya *upload*, karena bagi saya instagram itu salah satu media sosial yang mendukung banget untuk membagikan momen berharga maupun aktivitas sehari – hari saya. Tapi kalau misal ada orang yang terkesan sama *upload* an saya di Instagram entah itu karena saya cantik atau bagaimana ya tentu saja itu menjadi suatu kebanggaan tersendiri untuk saya mbak.
7. Anda termasuk dalam usia remaja akhir yang sedang sibuk mencari eksistensi diri. Apakah dari postingan anda di instagram ada suatu harapan yang mengarah pada terbentuknya citra diri? Ya tentu saja, karena saya sebagai seorang remaja akhir tentunya juga butuh pengakuan dari orang – orang di sekitar saya. Eksistensi diri lah istilahnya, kita pastinya juga butuh diakui keberadaan kita di lingkungan pergaulan baik di dunia nyata maupun maya. Apalagi kalau di dunia maya itu menurut saya semakin mudah kita menunjukkan eksistensi diri karena semua hal dapat dibuat lebih menarik dari aslinya melalui kecanggihan kamera.
8. Foto atau aktivitas seperti apakah yang biasa anda bagikan di instgram untuk menunjang terbentuknya citra diri? Foto – foto pas lagi *make up* ada, mantai ada, makan cantik juga ada.
9. Jika ada, kira – kira apa saja yang ingin anda citrakan mengenai diri anda kepada para *followers* Instagram ? Yang ingin saya citrakan itu, salah satunya agar *followers* tau kalau saya ini cantik, menarik, dan bergaya hidup yang selalu mengikuti perkembangan zaman seperti misal sering *kongkow* di cafe *hits* bersama teman, makan di restoran mewah dan lain sebagainya.
10. Apakah pekerjaan orang tua anda? TNI AL.
11. Berapakah jatah bulanan yang diberikan orang tua? Sekitar 2 juta rupiah per bulan.
12. Berapa pengeluaran anda sehari-hari untuk membeli makanan atau minuman yang biasa anda konsumsi? Kalau untuk konsumsi sehari – hari

biasanya 30 ribu – 50 ribu tapi itu kalau lagi makan biasa ya mbak, kalau makan di restoran atau pas ke *cafe* gitu pasti lebih dari itu mbak.

13. Berapakah anggaran uang *make up* yang anda keluarkan per bulannya? Kalau saya sih jarang banget *make up* ya mbak, kurang hobi aja kalau urusan *make up* saya lebih sukanya tampil natural, *make up* yang saya punya itu cukup *lip balm*, pelembab, dan bedak. Jadi saya bisa dibilang hampir tidak pernah mengeluarkan uang tiap bulan untuk membeli *make up*.
14. Bagaimana cara anda mengalokasikan uang saku yang anda dapatkan? Saya selalu menyisakan uang saya di ATM dengan nominal yang lebih besar daripada di dompet. Saya akan mengambil uang yang telah di *transfer* orang tua ke rekening dengan jumlah yang kira – kira sesuai dengan yang saya butuhkan selama 1 bulan, dan setelah itu saya berusaha untuk menyisihkan uang saya yang lainnya di ATM.
15. Berapa kali dalam satu bulan anda pergi ke mall, *cafe*, atau restoran? Kira – kira 10 kali lah dalam sebulan tapi saya jarang kalau belanja – belanja gitu, saya lebih seringnya makan – makan di *foodcourth* mall atau kalau gak gitu nonton di bioskop aja kayak di *lippo plaza* gitu.
16. Apakah tujuan ada mengunggah *instagram stories* atau berfoto *selfie* ketika sedang berada di mall/restoran/*cafe*/tempat hiburan lainnya? Ya hanya sekedar untuk membagikan aktivitas dan momen saya sama temen – temen gitu mbak, sama sekalian biar orang yang lihat tau “waah ini kok makannya di resto – resto mahal terus yaa... banyak uang dong ini orang” yaa meskipun sering juga sih sebenarnya makan di warung – warung biasa yang harga 10 – 15 ribu udah dapet ayam, tapi yang di *posting* kan pas yang lagi di tempat makan mewah aja.
17. Di restoran atau *cafe* manakah biasanya kalian berkumpul bersama teman? *Solaria, foodgasm, atau bvgilgelato*.
18. Berapakah biaya yang anda keluarkan sekali makan dan *kongkow* di restoran atau *cafe* yang sedang menjadi *trend* bagi remaja masa kini ? Rp 50.000 – Rp 75.000 an gitu deh mbak.

19. Bagaimanakah citra diri yang anda harapkan dari mengonsumsi barang – barang yang bersifat modis dan *trendy*? Citra diri wanita yang feminin, kalem, dan sopan dalam berpenampilan.
20. Bagaimanakah definisi *fashion* untuk anda? *Fashion* adalah bagaimana kita tampil rapi, anggun dan sopan untuk menarik simpati atau perhatian dari orang lain.
21. Menurut anda, apakah berpenampilan menarik itu sangat penting? Kalau saya lebih suka berpenampilan sopan mbak, karena menarik tanpa memakai pakaian sopan juga kurang bagus menurut saya. Saya suka tu *fashion* ala *hijabers* instagram gitu lo mbak menarik tapi tetap anggun.
22. Apa yang anda lakukan dan memotivasi anda agar tetap berpenampilan menarik? Kalau masalah penampilan sih saya lebih suka yang apa adanya dan *simple* aja sih mbak. Jika saya merasa nyaman dengan barang apapun yang saya pakai maka akan saya pakai. Jadi saya kurang ada motivasi khusus untuk harus berpenampilan menarik mbak, tapi alhamdulillahnya banyak orang mengatakan penampilan saya ini meski *simple* dan sederhana tetap menarik dan enak di pandang tanpa saya harus ada usaha khusus untuk berambisi bagaimana caranya berpenampilan menarik.
23. Apakah anda senang dengan barang-barang ber-merk? Kalau saya sih tidak terlalu fanatik pada merek ya mbak, saya lebih tertarik pada model yang kekinian, anggun, dan sesuai sama selera *fashion* saya dan juga pemilihan warna yang kalem dan *elegant* itu juga yang menjadi pertimbangan utama saya ketika membeli baju. Jadi saya bukan termasuk seseorang yang gila *brand* tapi selalu mengutamakan model – model yang bagus dan sesuai dengan saya.
24. Merk baju/celana/tas/sepatu apa yang paling menjadi favorit anda? Kalau baju aku sukanya merek nevada, exit, dan rodeo. Kalau sepatu aku biasanya pakai fladeo, nevada, atau nggak laviola. Kalau tas tentu saja elizabeth yang paling *hits* di kalangan mahasiswa kita.
25. Menurut anda sendiri apakah gaya hidup yang anda jalani termasuk dalam kategori konsumtif? Tidak terlalu ya, karena disini saya juga punya saudara

kembar yang satu prodi juga, jadi kalau saya konsumtif – konsumtif banget ya gak bisa karena harus dibagi dua sama kembaran. Maka dari itu saya kurang suka belanja barang – barang *branded* dan *make up* mahal, tapi saya senang *kongkow* di *cafe*, makan di resto mewah, ataupun nonton di bioskop karena saya mendapatkan tunjangan dari pacar saya kalau untuk urusan konsumsi dan rekreasi. Hehe

26. Biasanya siapakah yang anda tiru dalam urusan berpenampilan? Saya suka dengan *style* diri saya sendiri karena memang tidak ada yang saya tiru dalam berpenampilan. Pokok model pakaian yang *simple* tapi sopan jadi kesannya modis namun tetep *casual* jadi gak ribet. Itu udah saya banget mbak tanpa harus niru – niru orang lain.
27. Apa saja hobi yang sering anda lakukan yang mencerminkan budaya modern remaja saat ini? Travelling, jalan – jalan ke mall, nonton, makan – makan dan berwisata kuliner.
28. Berapakah jumlah *like* dan *followers* instagram anda saat ini? Kalau *followers* sampai saat ini ada 8.827 mbak, kalau *like* sampai 500 lebih mbak.
29. Apa saja usaha yang anda lakukan untuk meningkatkan jumlah *like* dan *followers*? kalau saya sih sering – sering *upload* foto yang dirasa bagus dan jangan sampai *memprivasi* akun Instagram, karena dengan begitu akan muncul dibagian Instagram *explore* dan hal itu yang bikin orang – orang di luar sana tertarik sama foto yang kita *upload* dan kemudian mengunjungi akun Instagram kita setelah itu *memfollow*.

LAMPIRAN 6. Transkrip Wawancara Informan Pendukung

I. Informan Pendukung 1

A. Identitas Informan Tambahan

1. Nama : Ajeng Dwi Gayuh Susanti
2. Umur : 19 Tahun
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Angkatan : 2018
5. Program Studi : Pendidikan Luar Sekolah
6. Alamat : Pasuruan

B. Pedoman Wawancara untuk Informan Tambahan

1. Bagaimana pendapat anda tentang mahasiswi yang memiliki banyak *like* dan *followers* di Instagram? Pendapat saya tentu saja dia adalah mahasiswa yang populer atau dengan kata lain *hits*, dia berhasil berpenampilan menarik hingga mampu mencuri perhatian banyak orang disekitarnya, dan juga dia berhasil mencitrakan diri di hadapan publik bahwa dia layak di kagumi banyak orang baik di dunia maya ataupun di dunia nyata melalui apa yang dia tampilkan misal dari gaya berfotonya yang kekinian, pemilihan *angel* yang bagus, tempat foto yang masih jarang diketahui orang sehingga membuat orang penasaran, editan yang memesona *followers*, gaya hidupnya sehari – hari yang layak diikuti khalayak misal *hangout*nya dia kemana, makannya di resto mana, *kongkow* nya di *cafe* mana, nontonnya di bioskop mana, dan lain sebagainya.
2. Menurut anda apa saja upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan citra diri mahasiswa melalui media sosial instagram? Ya kalau menurut saya dengan cara memperbaiki penampilan secara terus menerus sih, kayak *selebgram* gitu, karena kan anggapannya mereka adalah *selebgram*nya kampus utamanya kampus FKIP UNEJ. Setiap ada *style* baru selalu ngikuti jangan sampai kudet sedikitpun yaa, penampilan ketika mau foto juga harus diperhatikan kalau perlu selalu *touch up make up* ketika akan *selfi* atau berfoto. Apalagi kalau fotonya diniatkan untuk diunggah ke instagram, dan

juga yang paling sering digunakan di kalangan mahasiswa yaitu editan karena mereka umumnya ingin cantik secara instan tanpa perlu biaya mahal untuk beli *make up* dan *skin care* cukup dengan "the power of filter" saja sudah menjadikan mereka cantik luar biasa. Hehehe. Dan juga aktivitas mereka ketika ngopi, ngumpul, atau makan bareng teman – teman di tempat *hits* juga gak lupa di *story* biar kelihatan mahasiswa *the have* gitu.

3. Apa kesan yang anda tangkap ketika melihat teman / sahabat mahasiswamu yang mendapat predikat *hits* di lingkungan kampus? Pasti saya kagum yang pertama. Kemudian ingin meniru tips agar ketularan *hits* dan populer gitu di mata temen – temen kampus, karena tentu saja tiap orang itu selalu punya keinginan untuk diakui atas pencapaian dalam kehidupannya masing – masing,
4. Menurut anda apakah pencitraan diri selalu berkaitan erat dengan gaya hidup konsumtif? Dan bagaimana tanggapan anda melihat gaya hidup konsumtif yang dilakukan oleh para mahasiswa saat ini? Menurut saya iya pasti berkaitan, karena dalam dunia pencitraan selalu membutuhkan *cost* atau biaya, dan biaya yang diperlukan pastinya tidak sedikit, misal ketika ingin mencitrakan diri sebagai seorang penggemar barang *branded* tentu dia harus membelinya kan, nah barang *branded* sendiri harganya pasti juga lumayan, yang tadinya bisa ditabung oleh seorang mahasiswa yang belum berpenghasilan, terpaksa harus dihambur – hamburkan demi sebuah gengsi dan pencitraan, misal agar dikatakan ngikuti *trend* dan gak dianggap ketinggalan zaman tiap ada film baru mahasiswa banyak kan yang nonton, sekali nonton sekitar 35 ribu habisnya belum cemilannya paling tidak 50 ribu itu juga termasuk konsumtif kan, apalagi dengan maraknya budaya *kongkow* di *cafe* atau restoran *hits* yang semakin membuat biaya hidup lebih tinggi, dibandingkn dengan kebutuhan yang memang benar – benar dibutuhkannya. Tanggapan saya sangat disayangkan sebenarnya karena mahasiswa yang sejatinya adalah insan akademis yang harusnya menghabiskan waktu untuk belajar karena perubahan gaya hidup paradigma tersebut kini bergeser, mahasiswa melakukan pencitraan diri agar terlihat

paling *the have* diantara teman – temannya, namun selama dia mampu sih gak masalah ya buat saya, bahayanya kalau dia nya pas – pas an tapi maksa buat *the have* wahh kayak gini ini yang akan menimbulkan kesenjangan sosial.

5. Apakah faktor utama yang melatarbelakangi mahasiswa pada saat ini untuk mencitrakan dirinya sebaik mungkin di hadapan publik? Agar mendapat pengakuan dari orang – orang disekitarnya bahwa dia adalah orang yang mampu, dan bergaya hidup modern. Bergaya hidup modern disini artinya pakaian dia selalu *kekinian*, penampilannya *fashionable*, kulitnya mulus dan *glowing* karena memakai *skincare* mahal, makanan yang dikonsumsi adalah makanan – makanan di restoran berkelas, dan *kongkow* nya di *cafe – cafe* yang banyak di datengi remaja saat ini yaitu *cafe* yang nyaman, dihiasi interior yang mendukung dan cita rasa makanan dan minumannya tinggi misal *excelso*, *grand cafe*, *lengkuas bistro*, dan lain – lain. Ada juga yang pencitraan karna ingin *ngehits* sehingga dapat tawaran *endors* produk, atau mungkin *paid promote* tapi untuk mahasiswa kita kayaknya masih jarang banget yang emang udah benar – benar jadi *selebgram* dan *ngendors* produk. Kebanyakan sih ya masih gaya – gaya an aja sambil pamer – pamer, dan yang dipamerin barang – barang yang dibelinya pakai uangnya orang tua sih kebanyakan bukan pakai uang sendiri.
6. Apa saja yang dilakukan mahasiswa sebelum tampil atau *show of* di instagram? *Touch up make up*, menata rambut atau hijabnya dan juga banyak dari mereka yang memberikan *filter* cantik pada foto – foto yang diunggahnya.

II. Informan Pendukung 2

A. Identitas Informan Tambahan

1. Nama : Intan Lestari
2. Umur : 22 Tahun
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Angkatan : 2015
5. Program Studi : Pendidikan Ekonomi
6. Alamat : Kalisat - Jember

B. Pedoman Wawancara untuk Informan Tambahan

1. Bagaimana pendapat anda tentang mahasiswi yang memiliki banyak *like* dan *followers* di Instagram? Pasti yang terlintas di pikiranku, ada beberapa hal sih pertama anak *hits* nih, kedua cantik atau ganteng nih, yang ketiga waah bakat fotografi nih orang.
2. Menurut anda apa saja upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan citra diri mahasiswa melalui media sosial instagram? Ya instagram kan hanya sekedar media sosial artinya hanya di dunia maya. Kalau untuk meningkatkan citra diri ya sebenarnya bisa dengan *life style* yang terkesan hedon yang di *post* setiap saat, intinya untuk menunjukkan dirinya yang seolah – olah berasal dari kalangan menengah keatas atau disebut *high class*, namun cara ini gak berguna untuk penilaian teman yang udah tau dia sesungguhnya, karena sesungguhnya yang ada di media sosial itu hanyalah pencitraan semata untuk menunjang citra diri mereka di mata teman dunia maya atau dapat disebut *followers*.
3. Apa kesan yang anda tangkap ketika melihat teman / sahabat mahasiswamu yang mendapat predikat *hits* di lingkungan kampus? Kesannya ”anak ini rupanya anak yang menjaga penampilan sehingga bisa jadi pusat perhatiann” mungkin kurang lebih seperti itu.
4. Menurut anda apakah pencitraan diri selalu berkaitan erat dengan gaya hidup konsumtif? Dan bagaimana tanggapan anda melihat gaya hidup konsumtif yang dilakukan oleh para mahasiswa saat ini? Pencitraan diri di

kalangan mahasiswa menurut saya memang berkaitan erat dengan gaya hidup konsumtif, karena bagi sebagian mahasiswa melihat mereka yang selalu *upload story* lagi *hangeout*, *shopping*, atau mungkin *posting story barang – barang branded* otomatis dia akan dinilai mahasiswa yang berasal dari kalangan menengah bahkan keatas, dan lain – lain. Ya menurut saya hal itu sah – sah saja dilakukan bagi mahasiswa yang emang jatah bulanan mereka lebih dari cukup untuk memenuhi berbagai keinginan, tapi bagi mereka yang jatah bulannya hanya pas pas an misal kurang dari 1 juta rupiah per bulannya ya jangan coba – coba daripada malah akan menyiksa diri sendiri dan orang tua nantinya.

5. Apakah faktor utama yang melatarbelakangi mahasiswa pada saat ini untuk mencitrakan dirinya sebaik mungkin di hadapan publik? Faktor utamanya sih menurut aku adalah penilaian orang dan keinginan dirinya sendiri yang ingin dianggap mampu, *hits*, dan disenangi banyak orang, karena status dan citra diri mereka.
6. Apa saja yang dilakukan mahasiswa sebelum tampil atau *show of* di instagram? Mengatur pencahayaan, pemilihan *angel* yang menarik, pemilihan *spot – spot* foto yang sekiranya terlihat bagus hasil fotonya, dan juga tidak lupa mengedit tipis – tipis agar terlihat lebih cantik dan artistik.

III. Informan Pendukung 3

A. Identitas Informan Tambahan

1. Nama : Dini Aisyah Nindia
2. Umur : 22 Tahun
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Angkatan : 2015
5. Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
6. Alamat : Mangli Jember

B. Pedoman Wawancara untuk Informan Tambahan

1. Bagaimana pendapat anda tentang mahasiswi yang memiliki banyak *like* dan *followers* di Instagram? Menurut saya yang punya banyak *followers* dan *like* sudah pasti pemilik akun cantik, atau bahkan sudah menjadi *selebgram*. Karena orang gak mungkin *ngefollow* atau *ngelike* yang gak bagus atau gak cantik fotonya.
2. Menurut anda apa saja upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan citra diri mahasiswa melalui media sosial instagram? Dengan cara *posting* foto di instagram dan *postingannya* pun bukan yang sembarangan. Mereka harus memperhatikan lokasi pengambilan foto, baju yang dikenakan, dan hal – hal lain yang mendukung seperti halnya aksesoris serta *make up*.
3. Apa kesan yang anda tangkap ketika melihat teman / sahabat mahasiswamu yang mendapat predikat hits di lingkungan kampus? Kesannya sih lumayan wow untuk teman mahasiswa saya yang mendapat predikat *hits*, karena selain dia cantik, pakaian dan barang – barang yang dikenakan juga cukup mahal untuk menunjang eksistensi dirinya.
4. Menurut anda apakah pencitraan diri selalu berkaitan erat dengan gaya hidup konsumtif? Dan bagaimana tanggapan anda melihat gaya hidup konsumtif yang dilakukan oleh para mahasiswa saat ini? Menurut saya pencitraan diri memang berkaitan erat dengan gaya hidup konsumtif, karena untuk menaikkan citra diri kebanyakan mahasiswa rela membeli barang –

barang yang menunjang penampilannya agar terlihat lebih di mata orang lain. Hal tersebut terbukti dari hobi belanja yang dimiliki para mahasiswa saat ini, dimana mereka senang membeli baju, tas, sepatu, apalagi *make up* dan *skincare*. Jika seorang mahasiswa telah menyandang predikat *hits* secara otomatis tingkat konsumtifnya akan semakin tinggi karena kebutuhannya pun semakin banyak.

5. Apakah faktor utama yang melatarbelakangi mahasiswa pada saat ini untuk mencitrakan dirinya sebaik mungkin di hadapan publik? Faktor utama yang melatarbelakangi mahasiswa untuk mencitrakan diri sebaik mungkin dihadapan publik karena mereka ingin mencari perhatian dan menjadi pusat perhatian baik di dunia maya maupun nyata.
6. Apa saja yang dilakukan mahasiswa sebelum tampil atau *show of* di instagram? Biasanya mereka menentukan waktu terlebih dahulu. Ada beberapa mahasiswa yang *upload* foto pada jam – jam tertentu soalnya di waktu tersebut banyak *followers* nya yang *online*, sehingga kemungkinan besar jika dia *upload* foto pada jam tersebut akan mendapatkan banyak *like* dan komentar.

IV. Informan Pendukung 4

A. Identitas Informan Tambahan

1. Nama : Nur Inayah Hidayati Sufiyan
2. Umur : 23 Tahun
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Angkatan : 2015
5. Program Studi : Pendidikan Ekonomi
6. Alamat : Sempu Banyuwangi

B. Pedoman Wawancara untuk Informan Tambahan

1. Bagaimana pendapat anda tentang mahasiswi yang memiliki banyak *like* dan *followers* di Instagram? Menurut saya jika seseorang mempunyai banyak *like* / *followers* bisa jadi dimungkinkan dari beberapa faktor. Misalnya orang tersebut memang betul banyak relasi dengan *memposting something* yg tak lupa juga memberi *hashtag* biar banyak yg melihat atau dengan bahasa *kekinian* istilahnya *diviralkan* maka wajar saja jika banyak orang yg mampir ke akun mereka hanya sekedar melihat dan akhirnya meninggalkan *like* serta *memfollow*. Kemungkinan kedua adalah dengan membeli *followers* dan *like* bodongan. Hal ini lumrah saja terjadi, karena lagi musim - musimnya orang itu dikatakan *hits* kalau *followers* dan *likeny*a banyak. *So*, jika ada mahasiswi yg *followers* dan *likeny*a banyak, aku gak terlalu kaget, tapi mereka patut di beri apresiasi sih karena sudah menjadi *selebgram* yg bener - bener jadi artis atau mungkin hanya sok keartisan.
2. Menurut anda apa saja upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan citra diri mahasiswa melalui media sosial instagram? Mengenai citra diri di instagram, banyak sekali hal yg bisa di lakukan. Contoh kecilnya dengan selalu *memposting story* kata - kata mutiara atau kata - kata bijak cinta, agama, dll. *Memposting story* sesering mungkin atau bahkan tiap hari kalau lagi makan di restoran, jalan - jalan di mall, beribadah dan lain sebagainya yg berujung dengan munculnya bahan pembicaraan bagi warga *netizen*, kalau sudah *netizen* berbicara maka sudah pasti pencitraannya berhasil. Yang

terakhir dengan *memposting* beberapa foto yg menunjukkan gaya hidup hedonisme seperti memakai pakaian *branded*, foto di depan atau di dalam rumah mewah, pameran isi ATM, pameran perhiasan yg di pakai. Dan yg paling sering dilakukan agar banyak pertanyaan dari *netizen* adalah berfoto di depan kaca rias memakai hp merek *iPhone* sembari menunjuknya beberapa koleksi *make up*, *parfume*, dan *skin care* mahal.

3. Apa kesan yang anda tangkap ketika melihat teman / sahabat mahasiswa yang mendapat predikat *hits* di lingkungan kampus? Jika memang betul temanku sendiri mendapat predikat *hits*, wah pasti aku sebagai teman akan merasa bangga. Karena apa? Menjadi *hits* bukan soal yg mudah, perlu perjuangan lika-liku menghadapi cibiran *netizen* hingga bagaimana dia berpikir untuk terus melakukan pencitraan agar predikat *hits*nya tetap bertahan.
4. Menurut anda apakah pencitraan diri selalu berkaitan erat dengan gaya hidup konsumtif? Dan bagaimana tanggapan anda melihat gaya hidup konsumtif yang dilakukan oleh para mahasiswa saat ini? Perilaku konsumtif memang suatu sumbangsih terbesar terhadap pencitraan diri selain faktor - faktor lainnya, namun jika ada seseorang yang berperilaku konsumtif belum tentu orang tersebut mempunyai tujuan untuk melakukan pencitraan diri. Oke kembali pada jaman di mana media sosial belum muncul, pastinya orang - orang tersebut tak mungkin di sebut pencitraan diri karena tak ada mata *netizen* yg dapat melihat. Dan di jaman *now* faktor tersebut bisa terelak setelah seseorang menerapkan prinsip "berbijaklah dalam menggunakan sosial media". Selanjutnya adalah mengenai pendapat saya tentang mahasiswa yg berperilaku konsumtif, jujur dari lubuk hati saya yg paling dalam kesannya adalah woow. mahasiswa wajar saja dan boleh - boleh saja berperilaku demikian asal mereka mampu.
5. Apakah faktor utama yang melatarbelakangi mahasiswa pada saat ini untuk mencitrakan dirinya sebaik mungkin di hadapan publik? Faktor utamanya adalah agar di lihat manusia yg paling sempurna di mata *netizen* yg budiman.

6. Apa saja yang dilakukan mahasiswa sebelum tampil atau *show of* di instagram? Pemilihan *spot foto* yang bagus, menentukan busana yang sesuai dengan tema foto, *touch up make up* agar hasil fotonya semakin terlihat segar, dan tidak lupa mengedit sebagus mungkin sebelum di *upload*.



LAMPIRAN 7. Dokumentasi Kegiatan

DOKUMENTASI INFORMAN INTI



Gambar 1. Kegiatan wawancara dengan informan inti BA



Gambar 2. Kegiatan wawancara dengan informan inti DN



Gambar 3. Kegiatan wawancara dengan informan inti KJ



Gambar 4. Kegiatan wawancara dengan informan inti NF



Gambar 5. Kegiatan wawancara dengan informan inti PS



Gambar 6. Kegiatan inti dengan informan inti RF



Gambar 7. Kegiatan pada *feed* instagram informan inti BA



Gambar 8. Kegiatan pada *feed* instagram informan inti DN



Gambar 9. Kegiatan pada *feed* instagram informan inti KJ



Gambar 10. Kegiatan pada *feed* instagram informan inti NF



Gambar 11. Kegiatan pada *feed* instagram informan inti PS



Gambar 12. Kegiatan pada sorotan *story* instagram informan inti RF



Gambar 13. Kegiatan wawancara dengan informan pendukung AD



Gambar 1.4 Kegiatan wawancara dengan informan pendukung IL



Gambar 15. Kegiatan wawancara dengan informan pendukung DA



Gambar 16. Kegiatan wawancara dengan informan pendukung IH

JEMBER

LAMPIRAN 8. Lembar Konsultasi



**KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER**
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Adillia Risky C
NIM/ Angkatan : 150210301075/ 2015
Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Gaya Hidup Pencitraan Mahasiswa Pengguna Instagram
Pembimbing I : Drs.Pudjo Suharso, M.Si.

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing I
1.	Senin, 3 Des 18	Bimbingan Bab 1-3	Dr. Pudjo Suharso
2.	Kamis, 13 Des 18	Bimbingan Bab 1-3	Dr. Pudjo Suharso
3.	Kamis, 7 Feb 19	Bimbingan Bab 1-3	Dr. Pudjo Suharso
4.	Jumat, 8 Feb 18	Bimbingan Bab 1-3	Dr. Pudjo Suharso
5.	Jumat, 5 Jul 19	Bimbingan Bab 4-5	Dr. Pudjo Suharso
6.	Kamis, 11 Jul 19	Bimbingan Bab 4-5	Dr. Pudjo Suharso
7.	Jumat, 19 Jul 19	Bimbingan Bab 4-5	Dr. Pudjo Suharso
8.	Jumat, 26 Jul 19	Bimbingan Bab 4-5	Dr. Pudjo Suharso
9.	Kamis, 1 Agt 19	Bimbingan Bab 4-5	Dr. Pudjo Suharso
10.			
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			

Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi



KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Adillia Risky C
NIM/ Angkatan : 150210301075/ 2015
Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Gaya Hidup Pencitraan Mahasiswa Pengguna Instagram
Pembimbing II : Dr. Sukidin, M.Pd.

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing II
1.	8/02/2019	Bab 1-3	
2.	18/02/2019	Bab 2	
3.	8/03/2019	Bab 2	
4.	12/03/2019	Bab 3	
5.	13/03/2019	Pedoman Wawancara	
6.			
7.			Acc 12/3
8.			
9.	2/08/2019	Bab 4-5	
10.	9/08/2019	Bab 4-5	
11.	22/08/2019	Bab 4-5	
12.	5/09/2019	Bab 4-5	
13.			
14.			Acc
15.			5/9

Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

LAMPIRAN 9. Surat Ijin Penelitian



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon: 0331- 334988, 330738 Faks: 0331-332475
Laman: www.fkip.unej.ac.id

Nomor : 5534UN25.1.5/LT/2019
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

10 JUL 2019

Yth. Wakil Dekan 3
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP)
Universitas Jember

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa FKIP Universitas Jember di bawah ini:

Nama	: Adillia Risky C
NIM	: 150210301075
Jurusan	: Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi	: Pendidikan Ekonomi

Berkeanaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan penelitian di kalangan mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember dengan judul “Gaya Hidup Pencitraan Mahasiswa Pengguna Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP Universitas Jember)”. Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian permohonan ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.

Wakil Dekan I

Prof. Dr. Suratno, M.Si
NIP 19670625 199203 1 003

LAMPIRAN 10. Daftar Riwayat Hidup**A. Identitas**

Nama : Adillia Risky Cahyaningtyas
Tempat/Tanggal Lahir : Banyuwangi, 03 Oktober 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Dsn. Umbulrejo, RT 05 RW V, Ds.
Bagorejo. Kec. Srono. Kab. Banyuwangi
Email : adliarisky@gmail.com
Orang Tua : Ayah : Katiman
Pekerjaan : Guru
Ibu : Herminingsih
Pekerjaan : Guru

B. Pendidikan

No.	Nama Sekolah	Tempat	Tahun Lulus
1	SDN 4 BAGOREJO	Banyuwangi	2009
2	SMPN 1 SRONO	Banyuwangi	2012
3	SMAN 2 GENTENG	Banyuwangi	2015