

**Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Konstruksi Realitas Sosial  
pada Komunitas Mahasiswa Untirta**

**Dennis Dita Praditia**

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

dennisofficial24@gmail.com

**ABSTRACT**

*In today's digital era, social media has become an inseparable part of daily life, especially for the younger generation. Among the various social media platforms, Instagram has become one of the most popular, especially among Untirta students. This media is not only used as a place to share photos and videos, but also as a space for social interaction, self-expression, and the search for information. However, behind its diverse functions, there are deep questions about the extent of Instagram's influence in shaping the social reality of the Untirta student community. This research uses a phenomenological approach, which is a way of building understanding of the reality experienced by someone, and that understanding is built from the subjects who live their activities in their lives. The focus of the phenomenological approach is how the subject interprets their personal experiences related to certain phenomena, experiences that are not just ordinary experiences, but experiences related to the structure of individual consciousness both directly and indirectly. Based on the research results and discussions conducted by the researcher, categorized into fan identity on social media, the construction of female fan identity of F.C. Barcelona, and fanaticism of F.C. Barcelona fans show that as a female fan of F.C. Barcelona, the interviewee wants to be seen as someone who truly supports F.C. Barcelona.*

**Keywords:** *Barcalona, student community, construction identity*

**ABSTRAK**

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, khususnya bagi generasi muda. Di antara berbagai platform media sosial yang ada, Instagram menjadi salah satu yang paling populer, khususnya di kalangan mahasiswa Untirta. Media ini tidak hanya digunakan sebagai wadah berbagi foto dan video, tetapi juga sebagai ruang untuk interaksi sosial, ekspresi diri, serta pencarian dan penerimaan informasi. Namun, di balik fungsinya yang beragam, terdapat pertanyaan mendalam mengenai sejauh mana pengaruh Instagram dalam membentuk realitas sosial komunitas mahasiswa Untirta. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi, yaitu cara membangun pemahaman terhadap realitas yang dialami oleh seseorang, pemahaman tersebut dibangun dari subjek yang menjalani aktivitas di kehidupannya. Fokus pada pendekatan fenomenologi adalah bagaimana subjek memaknai pengalaman pribadinya yang berkaitan dengan fenomena tertentu, pengalaman yang dimaksudkan bukanlah pengalaman biasa, namun pengalaman yang berkaitan dengan struktur kesadaran individu baik secara langsung maupun tidak langsung. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti dengan membagi berdasarkan kategorisasi yaitu identitas *fans* di media sosial, konstruksi identitas perempuan *fans* F. C. Barcelona, dan fanatisme *fans* F. C. Barcelona menunjukkan bahwa sebagai *fans* perempuan F.C. Barcelona, narasumber ingin dilihat sebagai individu yang benar-benar mendukung F. C. Barcelona.

**Kata Kunci:** Barcalona, komunitas mahasiswa, konstruksi identitas

## **PENDAHULUAN**

Pada era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, khususnya bagi generasi muda. Di antara beragam platform media sosial yang ada, Instagram menjadi salah satu yang paling populer, khususnya di kalangan mahasiswa. Media ini tidak hanya digunakan sebagai wadah berbagi foto dan video, tetapi juga sebagai ruang untuk interaksi sosial, ekspresi diri, serta pencarian dan penerimaan informasi. Namun, dibalik fungsinya yang beragam, terdapat pertanyaan mendalam mengenai sejauh mana pengaruh Instagram dalam membentuk realitas sosial komunitas mahasiswa.

Seiring dengan perkembangan teknologi, pola komunikasi antarmanusia juga mengalami perubahan. Tradisionalnya, interaksi sosial dilakukan secara langsung, namun dengan keberadaan media sosial seperti Instagram, batasan antara realitas dan dunia maya menjadi semakin kabur. Ini terutama dirasakan oleh komunitas mahasiswa yang hidup di era digital, di mana hampir setiap aspek kehidupan mereka terintegrasi dengan teknologi. Di satu sisi, Instagram memberikan peluang bagi mahasiswa untuk mengekspresikan diri dan berinteraksi dengan jaringan yang lebih luas. Namun di sisi lain, platform ini juga memiliki potensi untuk mengubah persepsi mereka terhadap realitas yang sesungguhnya.

Mahasiswa merupakan bagian dari masyarakat yang sedang berada pada tahap pencarian jati diri. Pada fase ini, mereka mencari identitas, mengukuhkan aspirasi, serta membentuk perspektif terhadap dunia. Oleh karena itu, mereka sangat rentan terhadap pengaruh eksternal, termasuk pengaruh dari media sosial. Instagram, dengan jutaan pengguna dan konten yang diunggah setiap harinya, memegang peranan penting dalam mengonstruksi realitas bagi banyak orang, termasuk mahasiswa.

Dalam konteks konstruksi realitas sosial, Instagram dapat dianggap sebagai cerminan dari apa yang dianggap penting, menarik, atau berharga oleh masyarakat. Konten yang sering muncul di beranda pengguna, mulai dari foto-foto pemandangan indah, potret gaya hidup mewah, hingga unggahan tentang aktivitas sosial dan kegiatan akademik, menjadi semacam "standar" yang mungkin tanpa disadari telah memengaruhi standar dan ekspektasi mahasiswa terhadap realitas.

Perkembangan tren tertentu di Instagram, seperti tren gaya hidup sehat, wisata ke tempat-tempat eksotis, atau mode dan fashion, sering kali menjadi tolak ukur keberhasilan atau popularitas di kalangan mahasiswa. Hal ini dapat menimbulkan tekanan sosial, di mana ada keinginan untuk selalu tampil sempurna dan sesuai dengan standar yang berlaku di media sosial. Di sisi lain, Instagram juga menjadi wadah untuk kampanye sosial, advokasi, dan gerakan mahasiswa, sehingga memiliki potensi positif dalam memengaruhi kesadaran dan aktivisme sosial di kalangan mahasiswa.

Namun, ada juga kekhawatiran bahwa realitas yang dipresentasikan di Instagram mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan realitas sebenarnya. Faktor algoritma yang membuat konten tertentu lebih sering muncul, serta kecenderungan pengguna untuk hanya membagikan momen-momen terbaik mereka, dapat menciptakan distorsi terhadap persepsi realitas. Ini bisa berdampak pada

kesejahteraan mental mahasiswa, terutama jika mereka merasa tidak mampu memenuhi standar atau ekspektasi yang telah dibentuk oleh media sosial.

Selain itu, Instagram juga memengaruhi cara mahasiswa berinteraksi dengan satu sama lain. Sebagai contoh, komunikasi yang semula dilakukan secara langsung kini mungkin lebih sering dilakukan melalui komentar atau pesan pribadi di Instagram. Hal ini bisa mengurangi kedalaman dan kualitas interaksi sosial yang terjadi di antara anggota komunitas mahasiswa.

Berdasarkan uraian di atas, jelas bahwa Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap konstruksi realitas sosial pada komunitas mahasiswa. Memahami dinamika ini penting agar dapat membantu mahasiswa dalam menavigasi dunia digital dengan bijak, serta memastikan bahwa mereka dapat membedakan antara realitas maya dan realitas sebenarnya.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Media Sosial**

Media sosial merupakan media *online* yang para penggunanya dapat dengan mudah menggunakannya dengan cara berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isinya meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan virtual. Media sosial seperti blog, wiki, dan jejaring sosial merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Pengertian media sosial menurut Chriss Garrett adalah sebuah alat atau jasa komunikasi yang memfasilitasi hubungan antara satu sama lain dengan tujuan memiliki kepentingan yang sama. Sejak komputer dapat dihubungkan dengan internet, banyak cara untuk mendukung jejaring sosial melalui komunikasi antar komputer. Situs jejaring sosial ini pertama kali muncul pada tahun 1995.

### **2. Instagram**

Instagram berasal dari kata “instan” atau “insta”, semacam 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”, di mana 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”. Instagram juga biasa dikenal dengan sebutan IG.

Instagram dikenal sebagai aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang memiliki fungsi hampir sama dengan Twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunaannya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreativitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik, dan menjadi lebih bagus.

Instagram adalah aplikasi untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya dapat mengambil foto, maupun video, menerapkan filter digital dan

membagikannya ke berbagai layanan jaringan sosial, termasuk milik Instagram itu sendiri. Ciri khas dari aplikasi Instagram adalah hasil fotonya yang berupa persegi, mirip dengan produk Kodak Instamatic dan gambar-gambar yang dihasilkan oleh foto Polaroid.

### 3. Kontruksi Realitas Sosial

Istilah konstruksi realitas sosial pertama kali dikenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya "The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge" yang memiliki akar dari fenomenologi dan interaksi simbolik.

Menurut Laura Christina Luzar dari Universitas Binus dalam proses Konstruksi Sosial atas Realitas (*Social Construction of Reality*) didefinisikan sebagai tahapan sosial melalui tindakan dan interaksi di mana individu atau sekelompok individu, menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Teori ini berakar pada paradigma konstruktivis yang melihat realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu, yang merupakan manusia bebas. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya, yang dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya. Dalam proses sosial, manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya.

## **METODE PENELITIAN**

### Konseptualisasi Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan fenomenologi, yaitu cara membangun pemahaman terhadap realitas yang dialami oleh seseorang, pemahaman tersebut dibangun dari subjek yang menjalani aktivitas di kehidupannya (Rejeki, 2011). Fokus pada pendekatan fenomenologi yaitu bagaimana subjek memaknai pengalaman pribadinya yang berkaitan dengan fenomena tertentu, pengalaman yang dimaksudkan bukanlah pengalaman biasa, namun pengalaman yang berkaitan dengan struktur kesadaran individu baik secara langsung maupun tidak langsung. (Aslamiyah, 2013)

Jenis penelitian menggunakan Fenomonologi Hermeneutik, bagi Martin Heidegger dalam (Littlejohn, 2009) pengalaman diciptakan oleh penggunaan bahasa dalam kehidupan sehari-hari, bahasa memengaruhi pengalaman seseorang, karena sebuah makna itu terdapat dalam bahasa. Fenomenologi menyatukan pengalaman dan interaksi bahasa dan sosial. Objek penelitian yaitu *fans* F. C. Barcelona yang memiliki pengalaman langsung dan setiap narasumber memiliki pengalaman yang berbeda-beda sehingga hasil penelitian beragam. Dalam memilih informan, peneliti menggunakan *purposive sampling*, yaitu dengan memilih responden yang memenuhi kriteria tertentu yang dibuat oleh peneliti sesuai dengan tujuan penelitian. Sementara orang-orang yang di luar populasi yang tidak sesuai dengan kriteria peneliti, maka tidak dijadikan sampel (Kriyantono, 2006).

### Subjek Penelitian

Teknik analisis data yang digunakan adalah model Miles & Huberman (1994) yang dilakukan dengan tiga fase, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Setelah melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi, peneliti melakukan reduksi data di mana data yang telah didapatkan dirangkum untuk selanjutnya dapat disajikan dalam bentuk narasi yang didukung oleh dokumentasi oleh peneliti. Dalam proses penyajian data peneliti mengkategorisasikan data berdasarkan jawaban narasumber sehingga mempermudah proses analisis data. Setelah penyajian data peneliti menulis hasil dari penelitian supaya dapat ditarik kesimpulan atau inti dari data penelitian yang didapatkan (Muri, 2014) Dalam penelitian ini, uji validitas data menggunakan analisis trigulasi sumber yaitu proses di mana data yang telah didapatkan oleh peneliti melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dicek ulang dan dibandingkan dengan informan lainnya guna mendapatkan keabsahan data. Dengan metode ini peneliti dapat menemukan pandangan atau pengalaman yang berbeda-beda dari narasumber terhadap fenomena yang diteliti (Kriyantono, 2006).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil dari penelitian dengan metode wawancara dan observasi terhadap ketiga narasumber, yaitu SUBJEK 1, merupakan laki-laki *fans* F. C. Barcelona berumur 25 tahun pernah mengikuti komunitas Barcelona di Kota Serang dan kampus, dan beberapa kali memposting berkaitan dengan F. C. Barcelona di akun Instagram miliknya, SUBJEK 2 merupakan laki-laki *fans* F. C. Barcelona berumur 28 tahun bergabung dalam komunitas Barca Hamer yang aktif dalam kegiatan komunitas dan sering mengunggah kegiatan tersebut di akun Instagramnya, narasumber ketiga yaitu SUBJEK 3, seorang laki-laki *fans* F. C. Barcelona berumur 24 tahun mengoleksi atribut F. C. Barcelona mulai dari poster, jersey, syal, dan lain-lain kemudian mengunggahnya di media sosial Instagram pribadi. Peneliti menjabarkan beberapa kategori untuk menjelaskan hasil penelitian dengan tujuan untuk mengetahui konstruksi identitas yang ingin ditunjukkan oleh *fans* laki-laki F. C. Barcelona di kampus.

### **Analisis dan Interpretasi Identitas diri**

*Fans* laki-laki F. C. Barcelona di kampus menunjukkan dirinya sebagai *fans* melalui media sosial Instagram. Instagram merupakan platform media sosial yang banyak digunakan oleh anak muda terutama kaum laki-laki. Dengan adanya platform Instagram, para *fans* Barcelona akan dengan mudah menunjukkan bahwa dirinya adalah seorang *fans* yang mendukung F. C. Barcelona.



*“tak pilih yang informative, yang menarik terkait club atau tentang pemain apalagi kalau ada pemain baru pasti di post akun Barcelonanya. Kalau di postingan Instagram itu biasanya lebih ke momentum, jadi kaya pas ulangtahun Barca atau kan idolaku Messi nah pas Messi lagi ulangtahun. Terus kalau bikin story memperlihatkan semangat kita meskipun kalah, nyari momen yang terbagus lah, misal disitu man of the matchnya walaupun kalah kita dapat man of the match atau walaupun kalah pemainnya udah berjuang, kalau nggak gitu nanti kena bully soalnya temenku banyak yang Madrid. Tetapi kalau menang skorsnya dipampang nyata, menang berapa misalnya 5-0 langsung dipampang di story Instagram.” (SUBJEK 1)*

Narasumber SUBJEK 3 memilih konten yang diupload untuk menunjukkan sebagai fans juga punya atribut F. C. Barcelona, selain itu untuk mengingat kembali momen lampau yang *special* untuk seorang fans, menunjukkan sebagai fans bangga dengan idolanya, dan menunjukkan kepada *followers* Instagram identitas sebagai fans F. C. Barcelona.

*“jersey saya kaya ikut-ikutan teman saya, mereka tu upload trus saya bilang gini mereka aja punya kenapa nggak punya yaudah aku membuktikan aku juga punya jersey. Kalau jersey aku punya paling banyak karena jersey setiap musim ganti, saya pengen punya terus, jadi setiap musimnya itu aku harus punya minimal satu kaya oo aku udah punya jersey merah biru udah punya enam oo aku udah enam tahun bersama Barcelona. Terus kalau desain kamar itu karena namanya aja ngefans akhirnya beli poster dimanahan sama beli stiker juga gantungan kunci.” (SUBJEK 3)*

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti dengan membagi berdasarkan kategorisasi yaitu identitas fans di media sosial, konstruksi identitas perempuan fans F. C. Barcelona, dan fanatisme fans F. C. Barcelona menunjukkan bahwa sebagai fans perempuan F. C. Barcelona, narasumber ingin dilihat sebagai individu yang benar-benar mendukung F. C. Barcelona bukan karena faktor lain seperti teman, kerabat, pasangan dan lain sebagainya. Ketiga narasumber ingin menunjukkan diri sebagai fans yang benar-benar royal mendukung tim baik dalam kondisi kalah ataupun menang. Sementara untuk menguatkan konstruksi identitas yang dibentuk di media sosial Instagram, narasumber SUBJEK 1 dan SUBJEK 2 memilih bergabung dengan komunitas pendukung F. C. Barcelona yaitu Barca Angel Solo. Narasumber SUBJEK 2 bahkan sering mengikuti acara yang diadakan oleh komunitas Barca Angel Solo seperti nonton bareng, *family gathering*, dan buka bersama. Untuk narasumber SUBJEK 3 yang memilih tidak bergabung dengan komunitas menguatkan konstruksi identitas dirinya dengan memposting atribut-atribut yang dimiliki serta memposting kamar pribadi yang dihias dengan atribut F. C. Barcelona.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Aisyah, A. Balqis., Eva Rosalia, C., Danu Ayustina, F., & Iqbal Fawwaz, M. (2022, January 10). Konstruksi Identitas Mahasiswa dalam Bermedia Sosial. *Saskara: Indonesian Journal of Society Studies*, 1(2), 37-64. <https://doi.org/10.21009/saskara.012.03>
- Astiyun Putra, N. P., & Harianto, S. (2022, April 26). Konstruksi Sosial Mahasiswa Urban di Kota Surabaya. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 11(2). <https://doi.org/10.20961/jas.v11i2.57277>
- Faradillah, N. S. (n.d.). Konstruksi Sosial Media Massa atas Realitas Sosial pada Program Siaran Religi Pagi Programa 1 (91.2 Fm) Radio Republik Indonesia Jakarta. (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Hanum, A. N. A., & Urada, T. (2019). GoNdrong: Sebuah Konstruksi Identitas Pria di Era Milenial. *Widya Komunika*, 9(1), 68-85.
- Nurhalizah, S. N., Siti Jamilah., & Suhardi. (2022, November 29). Hiperrealitas Simulakra Pengguna Instagram Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare. *Journal of Media and Communication Studies*, 1(2), 67-90. <https://doi.org/10.35905/jourmics.v1i2.3529>
- Nurmansyah, Fadil. (2021, December 27). Hiperrealitas pada Media Sosial Pengguna Instagram di Kalangan Mahasiswa. *Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial dan Budaya*, 2(2), 1-15. <https://doi.org/10.55623/ad.v2i2.79>
- Nursalam, N., & Arifin, J. (2016). Konstruksi Sosial Media Komunikasi Instagram terhadap Pola Pikir Perilaku Mahasiswa Pendidikan Sosiologi. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 4(2).
- Rahmah, A. N. (2020, November 17). Konstruksi Konsep Diri dalam Realitas Sosial dan Virtual Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta Pengguna Instagram (Construction of Self-Concept in Social and Virtual Reality Instagram Users). *Rahmah / Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, <https://doi.org/10.21831/lektur.v3i2.16839>
- Rosyidah, F. N., & Nurwati, N. (2019, August 5). Gender dan Stereotipe: Konstruksi Realitas dalam Media Sosial Instagram. *Share: Social Work Journal*, 9(1), 10. <https://doi.org/10.24198/share.v9i1.19691>