

ABSTRAK

CITRA DIRI REMAJA *HEAVY USER* DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN DIRI PADA KOMUNIKASI DI INSTAGRAM (Studi pada Mahasiswa Pengguna Instagram)

Oleh

DAVINA SYAFA KAMILA

Remaja kelahiran 1997-2012 (Gen-Z) menjadi pengguna terbesar Internet di Indonesia yakni sebanyak 34,40% dari total pengguna. Instagram menjadi media sosial dengan pengguna aktif terbanyak kedua di Indonesia, yakni 85,3% dari 139 juta orang pada Januari 2024. Instagram memfasilitasi penggunaannya dengan berbagai fitur untuk mendapatkan keuntungan, misalnya membangun *personal branding*. Sayangnya, penggunaan Instagram belum maksimal di kalangan remaja yang salah satunya bisa disebabkan oleh citra diri (cara pandang terhadap dirinya sendiri) yang kurang baik. Meskipun begitu, terdapat beberapa remaja yang tergolong ke dalam *heavy user* (pengguna berat) yang menggunakan Instagram di atas 80 menit per hari, membuat unggahan Instagram setiap hari, dan membuka Instagram 15-20 kali sehari. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana citra diri 5 remaja *heavy user* dan bagaimana itu muncul dalam proses berkomunikasi di Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus intrinsik disertai dengan model komunikasi *hyperpersonal* untuk memahami kasus ini. Pengumpulan data menggunakan wawancara semi struktur, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra diri yang positif melahirkan kepercayaan diri untuk berkomunikasi secara intens dengan pesan berupa foto dan video yang sebagian besar diunggah melalui fitur *story* di Instagram. Pesan berisi tentang dirinya, kemampuannya, kegiatannya, serta pencapaiannya menggunakan *caption*, *style*, lagu, lokasi, dan pengeditan yang mendukung. Dalam menyampaikan pesan, terdapat *heavy user* yang benar-benar percaya diri yang ditunjukkan dengan sikap tidak memikirkan tanggapan orang lain terhadap dirinya. Ada juga *heavy user* yang tidak sepenuhnya percaya diri. Perilaku komunikasi yang ditunjukkan berupa menggunakan filter Instagram, mengunggah lebih sering di akun kedua (*second account*), dan menonaktifkan akun (*deactive*) akun Instagram.

Kata Kunci : *Heavy user*, Citra Diri, Kepercayaan Diri

ABSTRACT

THE SELF IMAGE OF HEAVY USER ADOLESCENTS IN BUILDING SELF CONFIDENCE IN COMMUNICATION ON INSTAGRAM (Study on Instagram User Students)

By

DAVINA SYAFA KAMILA

Adolescents born in 1997-2012 (Gen Z) are the largest users of the Internet in Indonesia, which is as much as 34.40% of the total users. Instagram is the second most active social media in Indonesia, which is 85.3% of 139 million people in January 2024. Instagram facilitates its users with various features to get benefits, for example building personal branding. Unfortunately, the use of Instagram has not been maximized among adolescents, one of which can be caused by a poor self-image (way of looking at oneself). Even so, there are some adolescents who are classified as heavy users who use Instagram for more than 80 minutes per day, make Instagram uploads every day, and open Instagram 15-20 times a day. This study aims to understand the self-image of five adolescent heavy users and how it manifests in their communication on Instagram. This research adopts a qualitative approach using an intrinsic case study method, supported by the hyperpersonal communication model to analyze the case. Data were collected through semi-structured interviews, observation, and documentation. The findings reveal that a positive self-image fosters confidence in communicating intensively through visual messages such as photos and videos, most of which are uploaded via Instagram Stories. These messages typically convey aspects of the self, abilities, daily activities, and achievements, enhanced by captions, aesthetics, music, location tags, and editing features. In conveying these messages, some heavy users showed genuine confidence, indicated by their disregard for others' opinions about them. However, other users demonstrated a lack of full confidence, as reflected in their communication behavior such as using Instagram filters, posting more frequently on secondary (private) accounts, and occasionally deactivating their Instagram accounts.

Keywords: *Heavy user, Self Image, Self Confidence*