

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masa perkuliahan terkenal dengan masa yang penuh tantangan. Mahasiswa yang memilih untuk melanjutkan ke dunia perkuliahan biasanya dihadapkan pada terjadinya perubahan-perubahan dalam pribadinya. Erikson menyebutkan bahwa pada tahap dewasa awal, individu berada dalam fase pencarian jati diri yang ditandai dengan eksplorasi nilai, keyakinan, dan peran sosial.¹ Sejalan dengan itu, mahasiswa cenderung mengeksplorasi diri dalam menemukan identitas diri, baik melalui pengalaman akademik, organisasi, maupun interaksi sosial di lingkungan kampus.² Pembentukan identitas diri sangat penting bagi mahasiswa dalam mempersiapkan pribadi yang lebih dewasa dan bertanggung jawab.

¹ Erik H Erikson, "Identity, Youth, & Crisis," *Identity, Youth, & Crisis*, 1968, 338, https://books.google.com/books/about/Identity_Youth_and_Crisis. h. 155

² Astrid Y Ansyar, "Pengaruh Social Support Terhadap Academic Resilience Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Makassar," *Universitas Hasanuddin Fakultas Kedokteran Program Studi Psikologi Makassar*, vol. 33, 2022. h. 2.

Pembentukan identitas diri merupakan suatu konsepsi mengenal pribadi diri sendiri, menentukan tujuan, serta nilai-nilai dan keyakinan yang dipegang teguh.³ Namun, dalam proses ini, mahasiswa sekarang seringkali terpengaruh dengan adanya fenomena *Bandwagon Effect*, yaitu kecenderungan untuk mengikuti pandangan, sikap, atau perilaku mayoritas demi diterima secara sosial atau merasa menjadi bagian dari kelompok.⁴ Menurut Djuna dan Fadillah, istilah *Bandwagon Effect* merupakan suatu fenomena psikologis individu dalam meniru *trend* yang populer di masyarakat, baik itu positif atau negatif yang melibatkan gaya, sikap bahkan perilaku orang lain.⁵ Fenomena ini muncul sebagai dampak dari pesatnya perkembangan media sosial dalam masyarakat. Efek ini

³ Siti Febriandari, Dona; Nauli, Fathra A; Rahmalia, "Hubungan Kecanduan Game Online Terhadap Identitas Diri Remaja," *Jurnal Keperawatan Jiwa* 4, no. 1 (2016): h, 51

⁴ Saraswathi and Soni Kewalramani, "A Study on the Relationship between the Bandwagon Effect, Social Desirability, and Financial Well-Being of Instagram Content and Non-Content Creators," *International Journal For Multidisciplinary Research* 5, no. 3 (2023): 1–10, <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2023.v05i03.2943>, h, 2

⁵ Silvia Amanda and Farid, "Pengaruh Viral Marketing Dan *Bandwagon Effect* Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Perilaku Konsumtif Pada Mixue Di Banda Aceh," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* 9, no. 4 (2024): h, 835.

mendorong mereka untuk mengikuti *trend* yang sedang viral, baik dalam aspek positif maupun negatif.

Pada sisi positifnya dapat dimanfaatkan mahasiswa dalam mendukung pertumbuhan ekonomi secara mandiri, misalnya dengan menciptakan konten kreatif atau memanfaatkan *trend* untuk berwirausaha.⁶ Karenanya, mereka tidak hanya berfokus pada mencari pekerjaan, tetapi juga mampu menciptakan peluang dan lapangan kerja baru melalui media sosial. Namun, jika tidak disikapi dengan bijak, *trend* ini juga dapat berdampak buruk, seperti penyebaran konten yang kurang bermanfaat atau merugikan.

Pada era globalisasi sekarang, sudah banyak teknologi yang dapat digunakan dan biasanya selalu berkaitan dengan proses mahasiswa menemukan identitas diri. Proses-proses tersebut erat kaitannya dengan media massa. Media massa menghadirkan figur-figur yang dapat diidentifikasi dan dijadikan panutan yang sering kali diserap sebagai bagian dari keinginan

⁶ Kartika Djuna and Astuti Nur Fadillah, "Pemanfaatan Fenomena The *Bandwagon Effect* Pada Generasi Muda Indonesia," *Jurnal ASPIKOM* 1, no. 6 (2017): h, 20.

atau kebutuhan mereka.⁷ Akan tetapi, mahasiswa sering kali kesulitan menyaring informasi yang mereka terima, yang dapat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan mereka, salah satunya pembentukan identitas diri. Dengan hal ini pembentukan identitas diri mahasiswa ditinjau dari kepribadian mahasiswa tersebut dalam hal mencapai keinginan dan kebutuhannya. Perkembangan yang sangat berpengaruh pada era globalisasi melibatkan teknologi serta media sosial yang ada.

Pesatnya perkembangan media sosial membuat batas antara ruang privasi dan ruang publik semakin kabur. Melalui platform seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *X*, orang mudah membagikan kehidupan pribadi ke ranah publik. Di sisi positif, media sosial mempermudah komunikasi dan ekspresi diri, serta membuka peluang bisnis. Namun, dampak negatifnya mencakup risiko penyalahgunaan data, tekanan sosial, dan hilangnya privasi.⁸ Akibatnya, pengguna harus lebih bijak dalam menjaga

⁷ Nenny M Agustin, "Pembentukan Identitas Diri Generasi Z (Igeneration) Melalui Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja Desa Sukapura Kecamatan Sukapura Kabupaten Probolinggo," *Komunikasi Penyiaran Islam*, 2023. h, 2.

⁸ Soraj Hongladarom, "Shoshana Zuboff, The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power," *Ai &*

keseimbangan antara hal yang layak dibagikan dan yang seharusnya tetap pribadi. Seperti pada tahun 2024, sebanyak 49,9% dari masyarakat Indonesia sudah memiliki akun media sosial. Dengan demikian, berdasarkan data dari *We Are Social*, terdapat 139 juta identitas pengguna di wilayah Indonesia.⁹

Kemudian, menurut laporan *We Are Social* pada tahun 2025, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 220 juta orang, atau sekitar 80% dari total populasi. Peningkatan ini dipicu oleh semakin luasnya akses internet di daerah pedesaan serta harga paket data yang semakin terjangkau. Indonesia pun dikenal sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna media sosial terbanyak di dunia, dengan lebih dari 190 juta orang aktif di berbagai platform. Platform media sosial yang paling populer antara lain *Instagram* dengan 150 juta pengguna, *TikTok* 140 juta pengguna (mengalami peningkatan pesat dibanding tahun sebelumnya), *Facebook* 120 juta pengguna, *Twitter (X)* 40 juta pengguna, dan *LinkedIn* 25 juta pengguna

Society 38, no. 6 (2023): 2359–61, <https://doi.org/10.1007/s00146-020-01100-0>.

⁹ Pierre Reiner (2024, Juli 1). <https://goodstats.id/>. Retrieved from Good Stats: <https://goodstats.id/article/inilah-media-sosial-paling-sering-dipakai-di-indonesia-Pdyt0>

yang banyak dimanfaatkan untuk keperluan profesional dan jaringan kerja.¹⁰ Rata-rata waktu yang dihabiskan pengguna Indonesia di media sosial mencapai 3 jam 45 menit per hari, menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan tingkat keterlibatan media sosial tertinggi di dunia. Data ini menunjukkan besarnya peran media sosial dalam kehidupan masyarakat Indonesia dan relevan untuk dijadikan dasar dalam memahami fenomena sosial yang berkembang.¹¹

Hal ini menyebabkan informasi pribadi yang sebelumnya bersifat tertutup kini lebih mudah diakses oleh banyak orang. Aktivitas sehari-hari, pemikiran, hingga perasaan yang dulunya hanya diketahui oleh orang terdekat, kini sering kali dibagikan secara luas di platform digital. Media sosial secara tidak langsung mendorong mahasiswa untuk lebih banyak mengekspos kegiatan kehidupan pribadi mereka ke ranah publik dengan tujuan agar

¹⁰ Krisno Wisnuadi, "Statistik Menarik Industri Digital Di Indonesia Tahun 2025," Blog Dipstrategy, 2025, <https://dipstrategy.co.id/blog/statistik-menarik-industri-digital-di-indonesia-tahun-2025/>.

¹¹ Krisno Wisnuadi, "Statistik Menarik Industri Digital Di Indonesia Tahun 2025," Blog Dipstrategy, 2025, <https://dipstrategy.co.id/blog/statistik-menarik-industri-digital-di-indonesia-tahun-2025/>.

semua orang tau.¹² Oleh sebab itu, kehadiran media sosial berpengaruh pada pembentukan identitas diri mahasiswa yang selalu melibatkan urusan pribadinya dilingkungan media sosial. Mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial sering membagikan aktivitas sehari-hari mereka karena menganggap keaktifan di platform tersebut sebagai tanda eksistensi dalam ikut-ikutan *trend*.

Mahasiswa UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu saat ini banyak menggunakan media sosial, terutama *TikTok*, untuk mengekspresikan diri dan mengikuti *trend*. Aplikasi *TikTok* menjadi yang paling banyak digunakan di lingkungan kampus, terutama untuk membuat konten hiburan. Berdasarkan wawancara dengan beberapa mahasiswa, mereka menyebutkan bahwa *TikTok* lebih sering digunakan daripada aplikasi lainnya, seperti *Instagram* atau *Facebook*. Petria, mahasiswi program studi Pendidikan Agama Islam, mengatakan bahwa ia lebih sering

¹² Migel Alfanah Harahap, "Pengaruh Ketergantungan Media Sosial Instagram Terhadap Kesehatan Mental Mahasiswa," *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 2, no. 1 (2022): <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i1.373>. h, 157

menggunakan *TikTok* sebagai hiburan karena lebih mudah untuk digunakan membuat konten.¹³

Rio, mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, menyebutkan bahwa *TikTok* sangat populer di kalangan teman-temannya, meskipun seringkali isinya hanya untuk lucu-lucuan.¹⁴ Putri, mahasiswi program studi Bahasa Indonesia, juga menyebutkan bahwa banyak mahasiswa menggunakan *TikTok*, bahkan lebih banyak dibandingkan aplikasi lain.¹⁵ Fenomena ini menunjukkan bahwa *TikTok* telah menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan di kalangan mahasiswa UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, sehingga penting untuk menjaga agar penggunaan media sosial ini tetap sejalan dengan nilai-nilai Islam dan citra mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang tersebut, fenomena *Bandwagon Effect* menarik untuk dikaji dalam konteks pembentukan identitas diri mahasiswa UIN Fatmawati Sukarno

¹³ Wawancara Petria Isnaini, Program Studi Pendidikan Agama Islam pada tanggal 21 Mei 2025

¹⁴ Wawancara Rio Ardinata, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam pada tanggal 22 Mei 2025

¹⁵ Wawancara Putri Yuseva, Program Studi Bahasa Indonesia pada tanggal 22 Mei 2025

Bengkulu. Penelitian ini berfokus pada bagaimana mahasiswa memaknai *trend* yang muncul di lingkungan mereka dan bagaimana hal tersebut terkait dengan proses pembentukan identitas diri. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk memahami fenomena ini melalui pengalaman dan pandangan mahasiswa.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana media sosial menjadi ruang pembentukan identitas diri mahasiswa konten kreator UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

Untuk memahami bagaimana media sosial menjadi ruang pembentukan identitas diri mahasiswa konten kreator UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

D. Batasan Masalah

Agar permasalahan yang diteliti tetap sesuai dengan ruang lingkup yang telah ditentukan, penelitian ini dibatasi pada mahasiswa UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu yang aktif membuat konten di media sosial, khususnya platform *TikTok*. Berdasarkan hasil wawancara, *TikTok* merupakan aplikasi yang

paling banyak digunakan oleh mahasiswa di UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, sehingga penelitian ini difokuskan pada fenomena tersebut.

E. Manfaat Penelitian

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Memperkaya kajian tentang pembentukan identitas diri, Penelitian ini akan memperluas pemahaman tentang bagaimana mahasiswa membentuk identitas dirinya, khususnya dalam situasi ketika banyak orang lain memiliki pendapat atau pilihan yang sama. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai proses pembentukan identitas diri mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Penelitian ini akan menjelaskan bagaimana mahasiswa membentuk jati diri mereka. Dalam hal ini, penelitian akan menunjukkan bagaimana mahasiswa menyesuaikan diri dengan kelompok, melihat diri sendiri (*self-concept*),

membangun rasa percaya diri (harga diri), dan mengendalikan dirinya dalam menentukan siapa mereka.

- c. Penelitian ini bisa menjadi dasar untuk mengembangkan teori tentang identitas diri yang lebih lengkap. Teori ini akan mempertimbangkan bagaimana mahasiswa membentuk jati dirinya, baik dari dalam diri maupun dari pengaruh luar, seperti teman, budaya kampus, dan media sosial.

2. Manfaat Praktis

a. Mahasiswa

Penelitian ini akan membantu mahasiswa dan anak muda memahami bagaimana media sosial menjadi ruang pembentukan identitas diri. Dengan pemahaman ini, mereka dapat belajar untuk tetap menjadi diri sendiri dan tidak mudah terbawa arus.

b. Lembaga

Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan penting bagi UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu dalam merancang dan mengembangkan program pengembangan

diri bagi mahasiswa. Program tersebut diharapkan dapat menekankan pentingnya kesadaran diri, yaitu kemampuan mengenali siapa diri mereka sebenarnya, kepercayaan diri untuk bertindak sesuai dengan nilai-nilai pribadi, serta pengendalian diri agar tidak mudah terbawa oleh tekanan dari lingkungan sekitar. Dengan begitu, mahasiswa dapat terhindar dari dampak negatif konformitas yang berlebihan dan mampu mempertahankan keunikan serta integritas kepribadian mereka.

c. Masyarakat

Penelitian ini dapat membantu masyarakat lebih memahami bagaimana media sosial dan kecenderungan mengikuti arus (*Bandwagon Effect*) dapat membuat anak muda kehilangan jati diri dan identitas unik mereka. Dengan pemahaman ini, masyarakat diharapkan bisa lebih mendukung anak muda untuk berkembang sesuai dengan kepribadian dan nilai-nilai mereka sendiri. Hal ini juga dapat mendorong terciptanya lingkungan sosial yang lebih terbuka, menghargai perbedaan, dan memberi ruang bagi

setiap individu untuk mengekspresikan diri tanpa takut dihakimi.

F. Penelitian Terdahulu

Peneliti melakukan kajian literatur terhadap hasil-hasil penelitian sebelumnya, agar penelitian ini lebih terarah pada masalah yang spesifik dan menghasilkan temuan yang baru, serta untuk mengidentifikasi posisi penelitian yang akan dilakukan dan hasil dari kajian.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh M. Hafid Alvandaru dan Bryan Mahendra Putra Jona berjudul *Digital Identity Analysis of Tretan Muslim: A Case Study of a Content Creator's Digital Identity Formation and Management* menunjukkan bahwa seorang konten kreator perlu mengelola identitas digital secara hati-hati di berbagai platform media sosial. Temuan penelitian ini menekankan adanya tantangan *context collapse*, yaitu ketika identitas yang ditampilkan di satu platform terekspos di platform lain. Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya keseimbangan antara autentisitas dan citra publik

dalam membangun identitas diri.¹⁶ Penelitian ini relevan dengan topik skripsi karena sama-sama membahas proses pembentukan identitas melalui media sosial, meskipun objeknya bukan mahasiswa.

Jika dibandingkan dengan penelitian saya yang berjudul Media Sosial sebagai Ruang Pembentukan Identitas Diri Mahasiswa Konten Kreator (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu), perbedaannya terletak pada subjek dan konteks penelitian. M Hafid Alvandaru dkk meneliti seorang konten kreator publik figur dengan jangkauan audiens luas, sedangkan penelitian saya berfokus pada mahasiswa yang masih berada dalam tahap pencarian dan pembentukan identitas diri. Dengan demikian, penelitian saya berusaha melihat bagaimana media sosial bukan hanya sebagai ruang ekspresi kreatif, tetapi juga sebagai sarana mahasiswa dalam proses eksplorasi identitas yang masih berkembang, berbeda dengan

¹⁶ M Hafid Alvandaru and Bryan Jona Putra Mahendra, "Digital Identity Analysis of Tretan Muslim: A Case Study of A Content Creator's Digital Identity Formation and Management," *Procedia of Social Sciences and Humanities Online Influence & Identity Forum*, 2025, h. 136

kasus Tretan Muslim yang lebih menekankan pada pengelolaan citra dan profesionalisme.

Kedua, Penelitian oleh Okta Viana Sari dan Sholihul Abidin dalam Konstruksi Bentuk-Bentuk Komunikasi dan Identitas Diri Konten Kreator Dio Prayogi pada Media Sosial *TikTok* dalam Dunia Virtual mengungkapkan bahwa konten kreator membagi dirinya ke dalam *front stage* dan *back stage*. Di ruang depan, konten kreator tampil dengan gaya humor, interaktif, dan mengikuti karakter yang sesuai ekspektasi audiens. Sedangkan di ruang belakang, konten kreator lebih menunjukkan sisi autentik yang tidak selalu dipublikasikan. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa media sosial menjadi ruang negosiasi identitas diri, di mana konten kreator harus menyesuaikan diri dengan audiens sekaligus menjaga keaslian dirinya.¹⁷ Relevansinya dengan skripsi ini terletak pada dinamika identitas yang juga dialami mahasiswa konten kreator.

¹⁷ Okta Viana Sari and Sholihul Abidin, "Konstruksi Bentuk-Bentuk Komunikasi Dan Identitas Diri Konten Kreator Pada Media Sosial Tiktok Dalam Dunia Virtual," *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 6, no. 2 (2024): h, 2

Jika dibandingkan dengan penelitian saya yang berjudul Media Sosial sebagai Ruang Pembentukan Identitas Diri Mahasiswa Konten Kreator (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu), perbedaan utamanya terletak pada subjek dan fokus penelitian. Okta Viana Sari and Sholihul Abidin meneliti konten kreator yang sudah lebih mapan dengan persona publik tertentu, sedangkan penelitian saya fokus pada mahasiswa yang masih berada dalam proses pencarian dan pembentukan identitas diri. Dengan demikian, penelitian saya ingin menekankan bagaimana mahasiswa memaknai media sosial tidak hanya sebagai sarana hiburan atau eksistensi, tetapi juga sebagai ruang eksplorasi jati diri yang terus dinegosiasikan antara tuntutan sosial, *trend*, dan kebutuhan autentisitas pribadi.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Bella Yulida Lubis dkk berjudul Branding Diri di Era Digital: Pemanfaatan Konten Media Sosial *Instagram* Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SU dalam Menciptakan Identitas Profesional menekankan bahwa mahasiswa dapat membangun identitas profesional melalui konten *Instagram*. Identitas tersebut dikonstruksi melalui

estetika visual, konsistensi tema konten, dan gaya komunikasi yang menunjukkan profesionalisme. Penelitian ini memperlihatkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media strategis untuk membangun citra diri.¹⁸ Keterkaitannya dengan penelitian saya adalah sama-sama menyoroti mahasiswa yang menggunakan media sosial sebagai sarana pembentukan identitas, khususnya dalam konteks sebagai konten kreator.

Jika dibandingkan dengan penelitian saya yang berjudul Media Sosial sebagai Ruang Pembentukan Identitas Diri Mahasiswa Konten Kreator (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu), perbedaannya terletak pada orientasi identitas yang dibangun. Penelitian ini lebih menekankan pada pembentukan identitas profesional mahasiswa komunikasi melalui strategi *branding* di Instagram, sedangkan penelitian saya lebih fokus pada dinamika pembentukan identitas diri mahasiswa secara personal maupun sosial melalui aktivitas

¹⁸ Bella Yulisda Lubis et al., "Branding Diri Di Era Digital: Pemanfaatan Konten Media Sosial Instagram Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SU Dalam Menciptakan Identitas Profesional," *JPM MOCCI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi, Sosial Sains Dan Sosial Humaniora, Koperasi, Dan Kewirausahaan* 3, no. 1 (2025): h, 48

mereka sebagai konten kreator di berbagai platform. Dengan demikian, penelitian saya berusaha menangkap proses yang lebih luas, yaitu bagaimana mahasiswa memanfaatkan media sosial untuk mengeksplorasi, menegosiasikan, dan meneguhkan identitas diri mereka, bukan hanya sebatas membangun citra profesional.

G. Sistematika Penulisan

BAB I : Berupa latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

BAB II : Berisi tentang pengertian, aspek dan faktor identitas diri serta pengertian Media Sosial.

BAB III : Menjelaskan tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, waktu dan lokasi penelitian, informasi penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data penelitian, teknik analisis data, teknik keabsahan data.

BAB IV : Berisi tentang deskripsi lokasi penelitian, deskripsi informan penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : Penutup Bab ini mencakup kesimpulan dan saran dari hasil pembahasan yang telah di bahas di Bab IV.

