

MAKNA SOCIAL CLIMBER PADA
PENGGUNA INSTASTORIES
INSTAGRAM (Studi
Fenomenologi pada Mahasiswa
UKM Graha Sinema Universitas
17 Agustus Surabaya)

by Febprilda Fitrianingrum 1151600010

Submission date: 22-Jul-2021 02:44PM (UTC+0700)

Submission ID: 1622651530

File name: Jurnal_Febprilda_Fitrianingrum.doc (841.5K)

Word count: 8280

Character count: 54971

MAKNA SOCIAL CLIMBER PADA PENGGUNA INSTASTORIES INSTAGRAM
(Studi Fenomenologi pada Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus Surabaya)

Febprilda Fitrianingrum
Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si
Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom

ABSTRACT

This study aimed to determine the meaning of using instagram stories, the meaning of the views of people who do social climbers, and the meaning of social climber behavior on instagram stories users. A social climber is essentially a method of gaining attention from others with the goal of achieving higher social recognition. A social climber, on the other hand, can convey communication messages through instastories by displaying luxury items such as branded clothes and bags. Instagram, particularly Instagram instastories users, offers many diverse opportunities for self-exploration, particularly for students at UKM Graha Sinema, Universitas 17 Agustus 1945. Students frequently use Instagram to show off shopping items, romantic moments with their partners, hanging out with friends, and posting through the Instagram social media platform. This is one of the characteristics of a social climber. The goal of this study was to comprehend and describe students' use of Instagram stories in interpreting social climbers. This study employed a descriptive qualitative approach in conjunction with a phenomenological approach. Three people were chosen as research informants using the triangulation technique. Researcher collected data from informants by conducting interviews and documenting each of the three informants' Instagram accounts.

Keywords: *phenomenology, social climber behavior, users of Instagram stories*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna penggunaan instastories instagram, makna pandangan orang yang melakukan *social climber*, serta makna perilaku *social climber* pada pengguna instagram stories. Pada dasarnya *social climber* merupakan cara untuk mendapatkan perhatian dari orang lain yang bertujuan untuk mendapatkan pengakuan sosial yang lebih tinggi. Namun, seorang *social climber* dapat menyampaikan pesan komunikasi melalui instastories dengan menunjukkan barang – barang mewah yang mereka miliki seperti baju dan tas *branded*. Instagram khususnya pengguna instastories instagram memberikan banyak peluang yang sangat luas khususnya terhadap mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 dalam mengeksplorasi diri mereka. Melalui instagram, mahasiswa sering memposting dengan cara pameran barang belanja, momen romantis bersama pasangan, nongkrong bersama teman dan diposting melalui media sosial instagram. Hal tersebut merupakan salah satu kriteria perilaku *social climber*. Tujuan penelitian ini untuk memahami dan mendeskripsikan gambaran penggunaan instastories instagram mahasiswa dalam memaknai *social climber*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi. Informan penelitian berjumlah 3 orang yang dipilih menggunakan teknik triangulasi. Peneliti mendapatkan data dari informan dengan menggunakan teknik wawancara, serta melakukan dokumentasi masing-masing akun instagram dari ketiga informan tersebut.

Kata Kunci : *fenomenologi, social climber, pengguna instastories instagram*

PENDAHULUAN

Fenomena *social climbing* merupakan sebuah fenomena yang dilakukan oleh seseorang dengan berbagai cara untuk mendapatkan sesuatu, yang bertujuan untuk mendapatkan pengakuan sosial yang lebih tinggi. *Social climber* berasal dari kata *social climbing* atau yang sering disebut dengan mobilitas sosial vertical naik yang memiliki arti terhadap perpindahan status sosial seseorang atau anggota kelompok masyarakat dari tingkat rendah menuju ke tingkat yang lebih tinggi. Namun seiring perkembangan zaman saat ini istilah *social climbing* berubah menjadi *social climber* sehingga memiliki arti kata yang menyimpang dari kata yang sebenarnya. Dalam arti yang sebenarnya *social climber* memiliki tujuan yang sama yaitu meningkatkan status sosial, namun cara yang dilakukan cenderung kepada hal yang tidak baik sehingga pelaku *social climber* akan melakukan berbagai cara untuk meningkatkan status sosial mereka agar mendapatkan pengakuan dari masyarakat.

Hal seperti itu dapat memberikan kesenangan⁴ batin terhadap diri sendiri. Pemanfaat sosial media juga dapat membantu pelaku *social climber* untuk terus mengembangkan dirinya, menurut pelaku semakin banyak yang melihat aktifitas dirinya dalam instastories maka dirinya akan semakin diterima oleh khalayak ramai. *Social climber* adalah seseorang yang berusaha untuk menaikkan status sosialnya dengan suatu usaha. Namun, usaha yang dilakukannya bukan melalui hal positif melainkan dengan menggunakan simbol berupa aksesoris maupun barang-barang yang digunakan (Nurudin & ⁴Muyassarrah, 2017). *Social Climber* sendiri bisa terjadi terhadap siapa saja dan dimana saja, terlebih ter⁴lap remaja yang sedang berada di fase labil, golongan menengah ke bawah yang memiliki gengsi besar, dimana tipe remaja seperti ini berusaha menggunakan barang-barang mewah

untuk meningkatkan status sosial mereka, meski apa yang terjadi itu berlawanan dengan kondisi mereka saat ini. Menurut (Kotler dan Armstrong, 2002) gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh beberapa hal, diantaranya yaitu : Faktor internal yaitu meliputi sikap, konsep diri, kepribadian, persepsi, pengalaman dan pengamatan, ²arta motif perilaku. Pelaku *social climber* akan melakukan segala cara untuk mendapatkan pengakuan akan status sosialnya yang tinggi dalam media sosial atau lingkungan masyarakat dengan memperlihatkan penampilan dan gaya hidup yang berbeda dari status sosial yang sebenarnya⁴.

Pola pikir pada remaja, biasanya mudah terpengaruh oleh hal-hal baru yang bisa membuat dirinya merasa senang terutama menyangkut teman sepermainan dan lingkungan (Ujam Jenuddin, 201²). Kondisi lingkungan seperti ini merupakan sesuatu yang lazim untuk didapatkan dalam kehidupan sehari-hari dan mulai merebak dalam praktik budaya berbagai lapisan sosial, terutama lingkungan sosial menengah bawah. Perilaku panjat sosial (*social climber*) tidak dilihat oleh jenis kelamin ataupun gender, perilaku panjat sosial (*social climber*) sering dilakukan oleh perempuan dengan ciri khas gaya hidup hedonis dan pamer. Namun, tidak menutup kemungkinan lelaki juga tak mau kalah melakukan hal serupa (Iqbal, 2017). Tidak sedikit orang-orang yang kita temui menggunakan segala cara untuk mendapatkan sebuah pujian dan pengakuan dari lingkungan sekitar atas statusnya dengan menutupi ketidakmampuan dan kekurangan yang ada ²dalam hidupnya melalui gaya hidup mewah. Contohnya, kebutuhan akan *smartphone* sudah menjadi kebutuhan wajib di masyarakat, hanya untuk beberapa orang membeli *smartphone* bukan untuk kebutuhan tetapi karena hasrat pamer yang besar.

Kemajuan dalam perkembangan teknologi, harta dan perlakuan khusus adalah salah satu kewajiban bagi panjat sosial (*social climber*), diterima dalam lingkungan sosial elit. Permasalahan yang dilakukan oleh perilaku panjat sosial (*social climber*) dalam membentuk status sosial dapat menimbulkan kekhawatiran. Pelaku panjat sosial (*social climber*) dalam memanfaatkan media sosial instagram khususnya instastories untuk menyampaikan pesan komunikasi, seperti pamer dan menunjukkan segala aktivitasnya kepada lingkungan sekitar. Seorang panjat sosial (*social climber*) dapat menyampaikan pesan komunikasi melalui instastories dengan menunjukkan barang-barang mewah yang mereka miliki seperti baju bermerek, tas bermerek tidak peduli barang tersebut asli ataupun tiruan yang terpenting bagi mereka tetap bisa eksis. *Brand* menjadi salah satu acuan konsumsi dan media alat kompetisi sosial bagi pelaku panjat sosial (*social climber*).

Apalagi didukung dengan perkembangan *new media* yang begitu pesat pada saat ini membuat media tersebut banyak besinggungan dengan berbagai tingkatan kehidupan manusia (Romadhan, 2018). Salah satunya media sosial yang saat ini menjadi *trend* di kalangan masyarakat adalah instagram (Woodruff, Santorossa & Lecasse, 2018). Fasilitas *update* status adalah fasilitas yang memungkinkan penggunanya *posting* ide-ide, cerita, aktivitas yang dilakukan dan hal-hal yang berhubungan dengan pengguna media sosial. Fasilitas *update* status ini menjadi sangat populer di kalangan banyak orang karena fasilitas ini banyak digunakan sebagai cara mengekspresikan diri bagi pengguna media sosial ke pengguna yang lainnya. Seiring berjalannya waktu, instagram selalu mengembangkan fitur-fitur yang dimilikinya. Ketika awal diluncurkan instagram hanya dapat digunakan untuk mengunggah foto saja. Namun, pada tahun 2013 terjadi perkembangan di mana para penggunanya dapat mengunggah video. Hal

ini membuat instagram menjadi digemari oleh masyarakat. Menampilkan gaya hidup yang mahasiswa lakukan dalam menggunakan instagram akan tercermin dalam melakukan kegiatan seperti *update* status, menjalin interaksi dengan orang lain, mengungkapkan perasaan maupun menampilkan citra diri melalui unggahan foto dan video dalam instagram (Kusumsari & Hidayati, 2014).

Instagram cenderung dapat memberikan kebebasan dalam menampilkan sebuah konten melalui media foto dan video dengan kreatif untuk dapat dibagi dengan pengguna instagram lainnya, hal itu dikarenakan banyak fitur instagram yang dapat menghasilkan sebuah foto lebih *artsy* dan lebih *aesthetic*. Selain foto dan video terkadang pengguna instagram dapat membagikan sebuah informasi melalui instastories. Begitu banyak terjadi terhadap para pengguna instagram yang bertujuan untuk mengekspresikan diri sendiri melalui akun instagram mereka. Hal tersebut dilakukan untuk dapat memenuhi kepuasan dan kesenangan dirinya sendiri dengan cara membagikan foto dan video ke instagram.

Terlebih karena saat ini banyak fitur dari instagram yang begitu banyak digemari dan viral yaitu instagram *story* dan *story template*, yaitu sebuah fitur yang mirip dengan Snapchat dan sebuah pertanyaan-pertanyaan dengan berbagai macam tema yang berbeda untuk dapat mendiskripsikan seperti apa dirinya, dimana pengguna instagram dapat membagikan sebuah foto dan video yang hanya bersifat sementara dan akan menghilang setelah 24 jam. Foto dan video yang telah dibagikan tidak akan hilang dari akun pengguna apabila telah tersimpan postingan tersebut di *stories archive* meskipun sudah tidak muncul di dalam profil pengguna dan dapat di posting kembali.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana perilaku panjat sosial (*social climber*) ini dapat terjadi dalam penggunaan instastories yang dilakukan oleh

Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Peneliti merasa sosial media khususnya instagram sangat pantas untuk diteliti, karena media sosial instagram merupakan salah satu *trend* di kalangan mahasiswa sebagai sebuah media kebebasan bagi penggunaanya dalam membagikan sebuah foto dan video. Instagram khususnya instastories sebagai bentuk representasi perilaku sosial sekaligus praktik sosial kehidupan nyata yang ditampakkan oleh pelaku panjat sosial (*social climber*) dalam kehidupan sosial dan dunia maya.

Peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian terhadap Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya karena berbagai alasan selain tempat yang strategis dalam melakukan penelitian secara mendalam. Jarak tempuh dan lokasi cukup strategis dalam melakukan sebuah penelitian. Selain itu penelitian ini dilakukan pada UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya adalah karena ingin tahu seberapa jauh permasalahan yang terjadi bagi pengguna instastories dalam memaknai *social climber*.

METODE PENELITIAN

Tipe Penelitian

¹² Dalam penelitian ini menggunakan data kualitatif, yaitu suatu pendekatan yang digunakan untuk memahami prinsip-prinsip secara umum yang mendasari gejala-gejala yang menjadi pusat perhatian peneliti. Metode penelitian kualitatif adalah suatu metode yang digunakan untuk menemukan pengetahuan terhadap subyek penelitian pada suatu saat tertentu (Mukhtar, 2013:10).

David Williams (1995) menulis bahwa penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah. Secara terminologi penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan dalam setting yang alami (*natural setting*) di

lapangan kepada masyarakat bukan di laboratorium dengan menggunakan metode alami bisa melalui sebuah observasi, interview, pikiran, tulisan maupun bacaan dengan cara yang alami dan sasaran penelitian kualitatif dianggap sebagai objek yang ditempatkan sebagai sumber informasi (Puewandari, 2005).

Dalam penelitian ini, penelitian ini menghasilkan data deskriptif yang berbentuk tulisan tentang orang atau kata-kata orang dan karakter yang jelas. Menurut Nana Syaodih Sukmadinata (2011:73) penelitian deskriptif kualitatif ditunjukan untuk menjelaskan serta mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan.

Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi. Fenomenologi merupakan sebuah metode yang menyajikan langkah-langkah yang perlu diambil agar sampai pada fenomena yang mumi. Fenomenologi mendiskripsikan ciri-ciri intrinstik dari gejala sebagaimana gejala itu menyiapkan dirinya pada kesadaran (Djamil, 2014:106). Penelitian ini melakukan dengan cara mendeskripsikan melalui sebuah kata-kata dan mengidentifikasi dari fakta yang ditemukan saat terjun dilapangan serta mengambil data-data yang sesuai dengan Teori Interaksi Sosial dari George Herber Mead untuk mengetahui makna *social climber* dari Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dengan pendekatan fenomenologi.

Peran Peneliti

Menurut Ahmad Tanzeh (2011:167) kehadiran peneliti di lapangan untuk penelitian kualitatif multak diperlakukan. Peran peniliti dalam penelitian ini peneliti sebagai pengamat partisipan atau pengamat penuh. Kehadiran peneliti juga diketahui oleh informan atau

lembaga yang diteliti. Dalam penelitian kualitatif, peneliti dengan bantuan informan merupakan sebuah alat kumpul data utama. Maka dari itu, peneliti menjadi salah satu kunci dalam melakukan penelitian. Peneliti tidak sekadar berperan sebagai pengambil data, pengelola data, serta penemu data hasil penelitian. Namun, peneliti juga akan menjadi teman untuk subjek. Kemudian hasil akan lebih akurat maupun valid sebab subjek percaya dengan peneliti tersebut, maka akan memudahkan mereka untuk bercerita jujur dan meminimalisir *faking*.

Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek penelitian ini merupakan sumber data yang dipilih melalui sebuah proses untuk beberapa pihak yang dijadikan sebuah penelitian. Subyek penelitian ini terdiri dari UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus Surabaya. Peneliti hanya mengambil 3 informan yang terdiri dari Mahasiswa UKM Graha Sinema.

Obyek data yang diambil dalam penelitian ini adalah *social climber* melalui sebuah fitur instagram yaitu instagram stories. Fenomena yang peneliti angkat adalah sebuah perilaku panjat sosial (*social climber*) yang terjadi dalam instagram khususnya di instagram stories Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Social climber* melalui platform instagram ini merupakan hal yang biasa bagi sebagian mahasiswa.

Sumber Data

Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui beberapa sumber data sebagai berikut :

1. Data Primer

Menurut Hasan (2002:82) mengatakan bahwa data primer adalah sebuah data yang diperoleh maupun

dikumpulkan langsung dari sumber data pertama atau yang bersangkutan yang berada dilapangan. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif merupakan kata-kata dan tindakan, selebihnya merupakan data tambahan seperti dokumen dan lain-lain (Moleong, 2005:157). Sumber data ini didapatkan dari hasil wawancara dengan informan dari Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dihasilkan maupun dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian berdasarkan sumber-sumber yang telah ada (Hasan, 2002:58). Data pendamping pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui bantuan media kepustakaan berupa buku-buku, artikel, majalah, jurnal maupun refrensi lain yang terkait dengan masalah yang diangkat peneliti.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk menghasilkan sebuah data yang akurat perlu adanya sumber daya yang tepat. Menurut Arikunto (1995), instrument pengumpulan data atau disebut saja sebagai instrumen riset adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh periset dalam kegiatan mengumpulkan data agar kegiatan ini menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.

Alat bantu yang digunakan peneliti ini difungsikan agar penelitian ini dapat berjalan dengan akurat dan sesuai dengan keinginan peneliti. Bukan hanya berfokus terhadap teori dari buku-buku, melainkan juga dibutuhkan sumber informasi lainnya sebagai bahan penelitian untuk dapat dianalisis pada akhirnya. Menurut Hamid Patilima (2011:17) bahwa semakin banyak metode pengumpulan data dan semakin konsisten dalam menerapkannya, akan semakin mudah untuk kita melakukan analisis.

Adapun teknik-teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

a. Observasi

Nasution dalam Sugiyono (2011:226) mengatakan bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi partisipatif. Artinya, peneliti mengamati secara langsung proses *social climber* mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya melalui instastories instagram. Namun, disini peneliti tergolong partisipatif pasif. Disebabkan peneliti hanya dapat melihat serta mengamati proses *social climber* yang dilakukan tanpa ikut terlibat di dalamnya.

b. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2011:231) mendefinisikan bahwa wawancara merupakan pertemuan yang dilakukan oleh dua orang dalam bertukar informasi maupun ide melalui sebuah tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara semi terstruktur terhadap beberapa responden yang telah ditentukan. Teknik wawancara ini ditentukan oleh peneliti, karena ingin mengetahui proses *social climber* lebih mendalam sehingga pertanyaan yang diberikan oleh peneliti cukup fleksibel.

c. Dokumentasi

Dalam Samiaji Sarosa (2012:61) mengatakan bahwa dokumen dapat berupa buku, catatan harian, manifesto, artikel media masa, notulen, log, foto, halaman web dan lainnya. Dokumentasi merupakan pengumpulan data yang berupa bukti fisik yang diambil dari

berbagai sumber informasi tertulis yang relevan dengan topik penelitian, dapat berupa sebuah tulisan dan foto. Menurut Sugiyono (2012:82) merupakan sebuah catatan peristiwa yang telah berlalu.

Teknik Analisa Data

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian deskriptif, dengan lebih banyak bersifat uraian dari sebuah hasil wawancara dan dokumentasi.

Menurut Patton (Moleong, 2001:103), analisis data adalah “proses mengatur urutan data, mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori dan uraian data”. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan sebuah langkah-langkah seperti yang dijelaskan oleh Burhan Bungin (2013:70), yaitu sebagai berikut :

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan bagian integral dari kegiatan analisis data. Kegiatan pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan wawancara dan studi dokumentasi.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah sebuah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi dilakukan sejak pengumpulan data hingga laporan akhir selesai dimulai dengan membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, menulis memo dan sebagainya dengan maksud menyisihkan data/informasi yang tidak relevan.

3. Display Data

Display data adalah pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif.

4. Verifikasi dan Penegasan Kesimpulan

Merupakan kegiatan akhir dari analisis data. Penarikan kesimpulan berupa kegiatan interpretasi, yaitu menemukan makna data yang telah disajikan. Antara display data dan penarikan kesimpulan terdapat aktivitas analisis data yang ada. Dalam penelitian ini analisis data kualitatif upaya berlanjut, berulang-ulang dan terus menerus.

Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, keabsahan data sangat diperlukan untuk memperoleh tingkat kepercayaan yang berkaitan dengan seberapa jauh kebenaran dari hasil penelitian diperoleh. Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak dapat dipisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif (Moleong, 2007:320).

Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi data merupakan teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. Teknik triangulasi yang digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara pengecekan data terhadap beberapa sumber yang sudah didapatkan.

Data yang telah didapatkan oleh peneliti akan diteliti kembali dengan wawancara, kemudian dilakukan pengecekan melalui observasi dan dokumentasi. Setelah dilakukan pengujian terhadap kredibilitas data, peneliti akan menghasilkan data yang sesuai dengan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945

Seiring berjalan waktu semakin pesat perkembangan di bidang teknologi informasi dan komunikasi saat ini, dengan adanya teknologi memberikan banyak kemudahan bagi seseorang dalam mendapatkan serta berbagi informasi. Maka, banyak orang dengan mudahnya mengakses apa saja yang dibutuhkannya. Menurut McLeod dalam Yakub (2012:9) mengatakan bahwa, informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna serta lebih berarti bagi yang menerimanya. Informasi mudah didapatkan dari berbagai sumber, pada aspek tertentu informasi memiliki peran utama di dalamnya.

Kehadiran media sosial di lingkup anak muda saat ini, menjadikan ruang privasi seseorang individu menjadi ruang publik. Secara tidak langsung maupun langsung telah terjadi pergeseran budaya di lingkup anak muda, dengan adanya moderenisasi mengakibatkan perubahan dalam melakukan interaksi terhadap orang lain. Berada di era modern menjadikan faktor utama bagi anak muda dalam perubahan gaya hidup mereka dengan membagikan segala hal tentang dirinya menjadi konsumsi publik. Bagi para pengguna media sosial khususnya instagram tidak segan-segan untuk memposting segala kegiatan pribadinya untuk disampaikan kepada followers melalui akun pribadi miliknya dalam membentuk identitas dirinya mereka secara tidak langsung.

Saat ini salah satu media sosial yang banyak digemari dan digunakan adalah instagram. Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi dalam bentuk foto yang memungkinkan pengguna dalam mengambil foto dengan menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai media sosial khususnya dalam akun instagram pribadi miliknya dengan menggunakan fitur instagram stories. Pengguna media instagram menjadi wadah anak muda dalam mengekspresikan diri dengan berbagai fitur-fitur baru didalamnya melalui instagram stories melalui postingan-postingan berupa

status, foto dan video bagi para pengguna instagram, di sisi lain bisa dikatakan semakin banyak cara untuk para pengguna dalam melakukan *social climbing* serta sebagai sarana berekspresi dengan memperluas jaringan komunikasi terhadap pengguna lain di dalam media sosial instagram. Instagram juga dapat menjadi salah satu *platform* media sosial dalam melakukan sebuah promosi (*endorse*) melalui beberapa *influencer*.

Kebiasaan menggunakan fitur instagram stories saat ini telah menjadi kebiasaan dari kebanyakan anak muda, termasuk pada kalangan Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sebagian besar dari mereka memanfaatkan instastories instagram sebagai sarana hiburan, berbagi sesuatu tentang ilmu untuk mendapatkan manfaatnya ketika membaca dan sebagai sarana melepaskan rasa bosan dari kegiatan yang dilakukan sehari-hari. Dengan adanya fitur *close friend* di instagram, mereka dapat membagikan postingan yang dikirim dalam instagram stories mereka yang ada dalam daftar *close friend*. Dengan adanya fitur *close friend* sebagian dari mereka memanfaatkan fitur *close friend* sebagai sarana berbagi foto atau video tentang apa yang mereka rasakan hanya untuk dibagikan terhadap orang-orang terdekat yang sudah mereka pilih. Teman yang masuk dalam daftar *close friend* akan dapat melihat lingkaran hijau dengan bintang putih berada di tengah. Logo yang sama akan terlihat dari pembuat instastories. Selain memiliki manfaat untuk membagikan foto dan video secara pribadi, pengguna juga dapat memanfaatkan fitur ini sebagai *branding* produk yang kamu punya. Sebagai contoh, ketika memiliki *onlineshop* untuk dapat memilih target *audiens* sesuai dengan yang kalian inginkan.

Selain fitur *close friend*, instagram juga memiliki *platform* untuk berinteraksi secara langsung dengan *followers* yaitu fitur *live instagram* yang dapat menyajikan konten-konten yang menarik sehingga dapat membuat promosi

bagi penggunanya, dari *live instagram* tersebut pengguna dapat menyimpan dan dapat di *posting* kembali di instagram feed maupun instagram stories pribadi milik mereka. Tanpa disadari, dengan *story* yang mereka bagikan dapat melakukan *social climbing* atau perilaku panjat sosial.

Beberapa dari para Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang membagikan postingan tentang aktivitas mereka serta keluh kesahnya dalam instagram stories. Mereka membagikan mengenai informasi-informasi seputar berita terkini, foto selfie diri sendiri, rekomendasi playlist lagu, rekomendasi film, kebersamaan dengan teman, kekasih maupun keluarga, kata-kata bijak serta kata-kata nasihat ke dalam instagram stories. Mereka tidak malu mengungkapkan segala isi hatinya kedalam instagram stories yang akan menjadi konsumsi publik. Tetapi hal tersebut dapat memberikan pengaruh bagi mereka dengan munculnya rasa lega, *diversion* yang memberikan *stimulation* mengenai sesuatu yang dirasakan terhadap dirinya.

Penyajian Data dan Pembahasan

Sebuah penyajian data yang menjadi bagian penting dalam sebuah penelitian dalam memenuhi keabsahan penelitian dalam memenuhi penyajian data, penulis melakukan wawancara terhadap beberapa informan untuk mendapatkan keabsahan data. Penulis akan menguraikan penelitian mengenai studi interaksi sosial terhadap Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 1945 Surabaya dalam media instagram khususnya instagram stories melalui hasil wawancara, observasi dan dokumentasi.

Dalam penyajian data ini akan mendeskripsikan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah dilakukan sebelumnya. Maka dari hasil wawancara akan fokus pada penelitiannya, yaitu makna *social*

climber mahasiswa. Peneliti melakukan penelitian dengan adanya pengamatan melalui ³un pribadi informan melalui sebuah postingan-postingan yang dipublikasi. Maka karena itu, ¹ peneliti dapat mengetahui bagaimana mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam memaknai penggunaan instagram stories, memaknai pandangan orang bahwa ia melakukan *social climber* di instastories, dan ¹ untuk mengetahui bagaimana kelompok mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam memaknai *social climber*.

Makna Penggunaan Instastories Instagram

Setiap individu memiliki cara sendiri dalam memaknai penggunaan instastories instagram mulai dari menjadikan instagram sebagai media untuk mengekspresikan diri dan moment melalui sebuah instagram stories dengan membuat status dalam bentuk foto maupun video. Semakin berkembangnya teknologi yang memaksa kita harus paham dengan teknologi yang serba digital, banyak sekali aplikasi yang dapat digunakan sebagai media komunikasi dengan berbagai orang dibelahan dunia. Instagram juga dapat digunakan oleh berbagai kalangan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai kepentingan dirinya maupun mengikuti trend yang berkembang saat ini. Peneliti mendapatkan 3 informan pengguna instagram yang mampu memberikan data untuk mendapatkan makna penggunaan instastories instagram. Seperti halnya Putra dalam memaknai penggunaan instagram melalui instagram stories.

“menurut saya instagram merupakan tempat berbagi sebuah moment seperti sharing foto maupun video terhadap publik, teman maupun keluarga.

Pertama kali saya menggunakan instagram ketika SD, awal-awal punya smartphone. Saya bukan orang yang suka memposting foto secara berlebihan dan jarang melakukan instastories di instagram, terkadang saya hanya up netflix recommendation maupun spotify. Dan saya bukan orang yang memiliki ketergantungan dalam menggunakan instagram”. ¹

(Putra, Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, interview, 23-05-2021).

Selaku pengguna instastories instagram, Putra sebagai informan pertama menjelaskan bahwa dia bukan pengguna aktif instagram. Namun, masih sering membagikan konten di instastories berupa foto maupun video dalam moment tertentu seperti berkumpul bersama teman atau keluarga. Banyak hal baru yang dapat dibagikan oleh pengguna instagram ke dalam instastories mereka, seperti Putra yang memanfaatkan instastories instagram sebagai tempat berbagi rekomendasi film maupun lagu terbaru melalui platform digital, salah satunya *netflix* dan *spotify*. Putra juga menjelaskan bahwa dia dalam memaknai penggunaan instastories instagram ini juga dipahami oleh seluruh pengguna instastories instagram bahwa instagram sebuah tempat untuk berbagi foto maupun video selama 24 jam yang dibagikan kepada publik maupun *followers*. Namun, mampu berkembang dengan berbagai fitur yang dihasilkan oleh instagram untuk menarik minat pengguna instagram itu sendiri. Penjelasan di atas diperkuat dengan Dini :

“Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang sepenuhnya visual, instagram juga dapat digunakan untuk meningkatkan interaksi kepada para pengguna lainnya dengan berbagai fitur layanan terbaru. Misal, instagram question pada instastories instagram. Keseluruhan eksekutif profil sangat berpengaruh untuk menarik followers. Terakhir saya menggunakan instagram saat sedang berada di waktu senggang maupun ketika jenuh saat sedang kuliah untuk mendapatkan hiburan dari pengguna instagram lainnya. Namun, untuk 3 tahun terakhir saya jarang sekali memposting foto pada feed instagram. Saya lebih sering menggunakan instastories instagram karena banyak hal-hal menarik yang ingin saya bagikan kepada followers saya. Meskipun begitu saya tidak memiliki ketergantungan dalam menggunakan instagram”.

(Dini, Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, interview, 23-06-2021).

Yang artinya instagram merupakan salah satu aplikasi *mobile* yang berbasis iOS, Android maupun Microsoft Windows dimana para pengguna dapat melakukan interaksi kepada para pengguna lainnya. Instagram khususnya instastories instagram memiliki berbagai fitur yang digemari oleh para penggunanya. Sebagai salah satu contoh dengan adanya *tool editor* yang dapat digunakan oleh para pengguna sebagai mengatur kembali pencahayaan,

kontras maupun saturasi hanya dengan menggeserkan layar ponsel menggunakan jemari tangan. Dengan adanya fitur instagram *question* dapat membuat kita berinteraksi terhadap pengguna lain dengan menerima komentar dan masukan yang mereka berikan sebagai saran maupun kritik terhadap apa yang sudah kita posting. Beberapa *social climber* yang menggunakan instagram juga sering memperhatikan *feed instagram* mereka untuk terlihat menarik dan dapat di dinikmati oleh pengguna lainnya yang satu frekuensi dengan kita. *Feed instagram* yang rapi dapat mempengaruhi penilaian orang lain, khususnya followers kita dengan mendapatkan respon yang positif. Di saat yang berbeda, peneliti melakukan wawancara terhadap Ray yang mengatakan bahwa :

“menurut saya instagram adalah sebuah sarana pergaulan sosial yang digunakan secara online untuk saling berinteraksi, sharing, dan tentunya berkomunikasi ala anak jaman sekarang yang sudah mulai membangun dasar ideologi dan teknologi web 2.0. Saya termasuk pengguna yang suka sekali memposting sesuatu di instagram, saya suka memposting hasil karya tulisan saya di instastories yang memiliki jangka waktu 24 jam saja setiap postingan instastories dan terkadang saya suka membagikan video seseorang yang menurut saya bermanfaat bagi teman followers saya yang mungkin saja belum update mengenai informasi terkini. Instastories instagram sendiri tidak hanya

menyediakan filter yang ada. Namun, kita sebagai pengguna dapat juga menuangkan ide kreatif kita dengan menghasilkan filter buatan kita sendiri yang dapat kita bagikan di instagram serta dapat dinikmati oleh pengguna lainnya. Terkadang saya memiliki rasa ketergantungan dalam menggunakan instagram”.

(Ray, Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 23-05-2021).

Memiliki makna bahwa penggunaan instastories instagram dilengkapi dengan penunjang foto, video, teks dan filter-filter menarik dari instagram. Penggunaan instastories instagram juga mampu sebagai sarana komunikasi dalam membangun pergaulan sosial secara *online* kepada pengguna instagram lain dalam berkomunikasi. Meskipun tidak saling *follow*, pengguna aktif instagram lainnya dapat melihat postingan-postingan dari kita selama akun kita tidak di privasi. Instagram juga mampu membagikan manfaat terhadap *followers* dengan sebagai sarana berbagi informasi terkini terhadap pengguna instagram lainnya. Penggunaan instastories instagram memiliki banyak manfaat bagi penggunaannya terutama bagi para *social climber*. Meski pada kenyataannya hanya sekedar membangun citra diri walaupun tidak sesuai dengan kehidupan nyata yang sebenarnya. Para *socia climbing* yang aktif menggunakan instagram dapat memanfaatkan instastories sebagai sarana *branding*. Salah satunya dengan cara memposting hasil karya sendiri terhadap publik seperti filter instagram, fotografi, videografi, karikatur, produksi makanan

maupun minuman dan sebagainya. Dengan adanya bantuan dari *platform* media sosial lainnya yang memberikan kesempatan terhadap pengguna instastories instagram dalam menghasilkan karya sendiri berupa filter instastories instagram dengan mudah. Maka, dengan adanya filter di instastories instagram dapat terlihat menarik sehingga dapat mengundang banyak interaksi terhadap pengguna instagram lainnya. Hal tersebut dilakukan oleh mahasiswa sebagai tempat bagi dirinya untuk dapat dipahami dan direspon oleh pengguna instastories instagram lainnya.

Tidak hanya dari wawancara terhadap 3 narasumber, peneliti melakukan observasi terhadap penggunaan instastories instagram dan menemukan beberapa instastories yang berada di akun pribadi mereka dalam memaknai penggunaan instagram. Berikut ini merupakan bukti *screenshot* yang telah di temukan peneliti dari hasil observasi.

Gambar 1 Screenshot Stories Informan 1 (Putra)

Berikut ini merupakan salah satu postingan yang sering Putra lakukan berkaitan film melalui aplikasi *netflix series* yang di posting dalam instastories instagram. Putra memberikan rekomendasi berkaitan dengan film yang bagus. Menurut Putra dengan adanya rekomendasi dari film tersebut untuk dapat ditonton maupun didengar oleh *followers* nya. Pengguna



instagram bisa memberikan fitur-fitur yang ada di instagram seperti menambahkan teks, GIF, *polling* maupun *question* dengan tujuan mendapatkan respon dari para



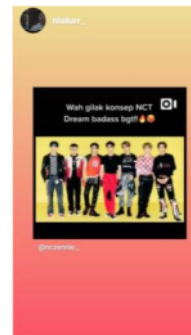
pengguna lainnya.

Gambar 2 Screenshoot Stories Informan 1 (Putra)

Putra menambahkan tidak hanya rekomendasi film saja namun juga lagu yang Putra sukai melalui aplikasi *spotify* yang di posting dalam instastories instagram. Putra memberikan rekomendasi berkaitan dengan lagu yang bagus atau yang sering Putra dengarkan untuk dapat didengar oleh *followers* nya. Postingan yang dibagikan oleh putra bertujuan ketika *sharing* film atau lagu yang dia sukai hanya ingin memberi tahu terhadap *followers* bahwa “ini loh kesukaan ku”. Dengan begitu tidak hanya Putra saja yang akan menikmati lagu atau film yang dia suka, namun *followers* nya juga dapat menonton dan mendengarkan rekomendasi dari film atau lagu yang sudah Putra bagikan.

Gambar 3 Screenshoot Stories Informan 2 (Dini)

Dalam instastories pribadi Dini berikut ini merupakan salah satu hal



menarik yang berguna untuk menghibur orang lain yang dibagikan melalui instastories untuk di lihat oleh *followers*. Salah satu nya tentang idol kpop “nct” yang menarik, ada refrensi lagu dari *spotify* yang enak di dengar dan di rekomendasikan terhadap *followers*. Hal tersebut cenderung memiliki gaya hidup yang tertuju pada kesenangan sesaat agar tidak terlihat ketinggalan zaman (*kidz zaman old*) serta dapat *refresh* otak ketika jenuh mengerjakan tugas kuliah maupun pekerjaan yg lainnya. Karena instastories instagram bersifat temporer, maka fitur instastories instagram sangat cocok untuk seseorang membagikan moment penting yang sengaja agar dapat disimpan dan bertahan selama 24 jam berada di stories instagram.

Gambar 4 Screenshoot Stories Informan 2 (Dini)



Dari hasil wawancara dan pengamatan, Dini juga membagikan aktivitas di saat moment tertentu di dalam instastories instagram. Terlihat dari hasil *screenshot* bahwa Dini membagikan moment bersama teman, sahabat maupun keluarga. Dalam memposting foto tidak lupa Dini menyertakan teks maupun tag dengan memperhatikan foto yang akan di posting untuk terlihat menarik oleh pengguna lainnya. Dengan melakukan tag memiliki tujuan untuk dapat di posting kembali di akun instagram yang Dini tandai. Maka, hal tersebut bertujuan jika foto mereka di posting di akun instagram yang memiliki banyak *followers*nya secara tidak langsung akan menambah jumlah *like* maupun *followers* di instagram.

Gambar 5 Screenshot Stories Informan 3 (Ray)

Dalam instastories Ray berikut ini merupakan postingan hasil karya tulisan



yang Ray bagikan dalam instastories instagram, seperti penggalan puisi atau cerita pendek ciptaan Ray yang memiliki tujuan untuk membranding diri sendiri agar bisa lebih percaya diri untuk menunjukkan hasil karya diri sendiri terhadap publik serta ingin mengungkapkan perasaan melalui sebuah tulisan melalui hasil karyanya sendiri. Dengan demikian, diharapkan bahwa semua orang tahu bahwa Ray suka sekali dengan menulis. Sering

kali, Ray juga meminta komentar kepada *followers* lainnya untuk memberikan tanggapan mengenai hasil karya tulis diri sendiri. Hal itu di lakukannya agar Ray dapat menilai tulisan Ray yang seperti apa yang lebih di minati oleh publik, serta sebagai masukan dalam pembuatan tulisan selanjutnya.

Gambar 6 Screenshot Stories Informan 3 (Ray)

Ray menambahkan dalam wawancaranya dengan mengatakan :

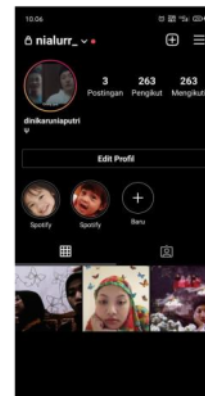
“saya suka sekali dengan menulis. Sesekali saya juga



meminta komentar kepada teman followers lainnya untuk memberikan tanggapan mengenai hasil karya tulis saya itu”

(Ray, Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 23-05-2021).

Memiliki makna bahwa instagram juga memiliki fitur *question sticker* didalam instastories instagram dengan meminta



komentar kepada *followers* lainnya untuk memberikan tanggapan mengenai hasil karya tulisnya. Banyak kelebihan yang dapat dihasilkan melalui fitur *question sticker* dengan mengumpulkan pertanyaan dari pengguna lain kemudian kita akan mendapatkan jawaban maupun respon oleh pengguna lain sehingga bisa posting ulang melalui instastories baru. Hal tersebut tentunya digunakan untuk dapat memberikan informasi tertentu yang tidak kita ketahui sebelumnya. Fitur tersebut memiliki keuntungan yang bersifat privasi sehingga pengguna lain tidak dapat melihat hasil jawaban tersebut kecuali jika membagikan ulang.

Menurut Putra sebagai Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 dalam memaknai penggunaan instastories instagram mengatakan bahwa :

“instastories instagram merupakan sebuah tempat untuk membagikan foto maupun video selama 24 jam yang dibagikan kepada publik dan followers”.

(Putra, Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, interview, 23-05-2021).

Memiliki makna bahwa instastories instagram sebagai sarana interaksi terhadap masyarakat dengan membagikan moment tertentu bersama pasangan, teman, keluarga melalui foto maupun video, walaupun instastories yang mereka *posting* akan hilang dalam waktu 24 jam.

Gambar 7 Screenshoot Stories Informan 2 (Dini)

Penjelasan di atas ditambahkan oleh Dini dengan mengatakan bahwa :

“Pemakaian instastories instagram digunakan untuk

menyampaikan informasi dalam bentuk informasi formal hingga bersifat tidak formal atau pribadi lebih efisien dan menarik karena dapat langsung highlight sebuah informasi secara singkat dan padat”.

Para pengguna instagram bebas mengekspresikan diri mereka ke dalam instastories tanpa harus menggunakan sesuatu yang formal seperti informasi dan tata bahasa. Instastories instagram para pengguna juga dapat dikelompokkan ke dalam highlight pada akun instagram sesuai keinginan masing-masing pengguna, highlight tersebut akan mempermudah pengguna akun lain dalam melihat instastories kita sesuai kategori yang telah kita buat. Apabila kita tidak menggolongkan instastories ke dalam highlight, maka pengguna lain hanya dapat melihat instastories kita dalam 24 jam saja.

Selain itu Ray juga berpendapat dalam memaknai penggunaan instastories instagram dengan membranding diri sendiri.

“instastories instagram merupakan salah satu fitur instagram yang bermanfaat sekali untuk membagikan sebuah cerita kegiatan keseharian dari UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya seperti video singkat dan foto keseharian. Bahkan pengurus UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya memanfaatkan adanya instastories instagram yang dijadikan salah satu program kerja untuk membranding nama UKM”.

Menurut pengamatan peneliti terhadap Ray, Ray merupakan salah satu pengguna aktif dalam media sosial instagram. Dengan memanfaatkan fitur instagram melalui instastories memiliki manfaat bagi UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam memperkenalkan UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya kepada para pengguna lainnya yang tidak mengetahui UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dengan membagikan video singkat maupun foto keseharian kegiatan yang berlangsung didalam UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Hasil observasi ini bisa digunakan sebagai bahan pendukung dari makna penggunaan instastories instagram. Hasil dari makna penggunaan instastories instagram menurut 3 narasumber beserta hasil observasi peneliti menyimpulkan bahwa instagram merupakan sebuah sarana komunikasi saat ini, tidak hanya untuk sarana komunikasi namun instagram juga sebagai sarana hiburan berbagi momen saat bersama teman, keluarga dan pacar, serta instagram juga dapat menjadi tempat berbagi informasi terkini terhadap pengguna instagram lainnya. Dengan berbagai banyak fitur yang dihasilkan oleh instagram khususnya pengguna instastories instagram yang dapat digunakan oleh pengguna lainnya dalam menghasilkan instastories yang menarik. Selain itu, instastories dapat digunakan sebagai sarana promosi serta *branding* diri sendiri dengan menunjukkan hasil karya kita sendiri, maupun melakukan *endorse* dengan cara yang menarik untuk mendapatkan respon yang baik terhadap *followers*. Banyak sekali manfaat yang dapat dihasilkan oleh penggunaan instastories instagram jika

mampu digunakan dengan baik serta digunakan dengan konten yang positif.

Setelah menanyakan makna penggunaan instastories, peneliti menanyakan kepada informan perihal memaknai pandangan orang bahwa informan melakukan *social climber* di instastories instagram. Menurut informan Putra, tidak ada gunanya untuk menjadi *social climber* karena itu hanya angka *following* saya yang bertambah. Dengan bertambahnya *followers* pada instagram, tidak menjamin orang tersebut akan menjadi lebih baik. Ada pula yang menjadi lebih sombong, lebih mementingkan konten yang menurutnya bagus dari pada peduli dengan perasaan orang lain yang sedang di buat konten olehnya dan lain sebagainya.

“menurut saya sih ketika saya melakukan social climber di instastories instagram membuat diri saya sendiri tidak memiliki privasi dalam kehidupan bersosial media, berubahnya sifat ketika telah mendapatkan sedikit jalur ketenaran (contoh: yang dulunya baik hati dan down to earth sekarang menjadi pelit dan sombong akan following). Akan sering melakukan hal-hal tidak wajar demi mendapatkan perhatian dan following, sering menjadi pribadi yang caper atau ingin mendapatkan perhatian”.

(Putra, Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 23-05-2021).

Namun, menurut Dini mengatakan bahwa *social climber* merupakan hal yang wajar dilakukan oleh pengguna instagram. Karena *social climber* dapat memanfaatkannya untuk media promosi

suatu *online shop* maupun *offline shop*, menambah relasi, dan mendapatkan uang seperti yang di lakukan oleh para *influencer*.

“*Social climber* memang wajar dilakukan oleh seseorang pengguna *instagram*, apalagi seorang pengguna *instagram* tersebut merupakan seorang konten creator, pebisnis, seorang musisi dan lain sebagainya yang memang membutuhkan sebuah promosi untuk memperkenalkan produk atau karya tersebut. Jika pengguna bukan salah satu dari hal-hal tersebut mungkin hanya ingin menambah relasi”.

(Dini, Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 23-05-2021).

Menurut informan 3 yaitu Ray mengatakan bahwa tentunya, salah satu tujuan saya memposting *instagram stories* untuk melakukan *social climber*. *Social climber* sangat dibutuhkan oleh Ray karena untuk memperkenalkan hasil karya tulisnya secara meluas, dengan begitu Ray merasa hasil karya tulisnya lebih di hargai serta menjadi lebih semangat dan giat dalam membuat karya baru.

“Timbul sifat *attention seeker* atau *caper* dalam membuat *instastories instagram* demi menarik *audience*. Terdapat sudut pandang lain (contoh: kadang ada yang memaklumi soalnya buat naik terkadang kita harus memakai metode *social climber* dikarenakan sudah tidak adanya cara yang bisa dikatakan “sehat” untuk menaikkan taraf hidup pada diri

sendiri bahkan menunjukkan prestasi/achievement pribadi). Mereka hanya bisa menumpang ketenaran melalui kolaborasi dengan pengguna lain yang memiliki pamor dan followers banyak bahkan sampai jutaan followers dengan membuat sebuah drama tentang sesuatu yang bisa mempengaruhi pengguna lain untuk mencari perhatian”.

(Ray, Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 23-05-2021).

Dari penjelasan Putra, Dini dan Ray diatas peneliti mendapatkan makna pandangan orang bahwa saat melakukan *social climber* tidak akan memiliki privasi dalam melakukan apapun dalam media sosial. Munculnya perubahan sikap ketika sudah berhasil melakukan *social climber* dan sering melakukan hal-hal yang tidak wajar untuk menarik perhatian *following* dengan cenderung memamerkan hal apapun didalam kehidupan nyata maupun di dunia maya untuk mendapatkan perhatian dari *following*. Pengguna *instagram* yang sudah sering melakukan *social climber* didalam hidupnya akan memiliki keinginan untuk mendapatkan pujian dan pengakuan dari orang lain untuk mendapatkan kepuasan bagi dirinya. Namun, pengguna *instagram* aktif dapat melakukan *social climber* dengan memiliki tujuan sebagai konten creator, pebisnis maupun musisi dengan melakukan sebuah *branding* dalam memperkenalkan hasil produk dan karyanya untuk dapat membangun relasi dengan pengguna *instagram* lainnya. Sebagai salah satu bentuk mereka untuk tidak ketinggalan zaman yaitu dengan memposting aktivitas mereka ketika berkumpul bersama teman-

temannya. Namun, kenyataannya banyak dari mereka yang masih menggunakan uang saku dari orang tua dalam memenuhi gaya hidup mereka.

Makna Perilaku *Social Climber*

Seseorang dapat dikatakan sebagai *social climber* dengan kriteria berteman dengan seseorang hanya karena status sosialnya, suka bergosip, sangat memperhatikan penampilan, pemburu teman yang selektif, memiliki sifat memanfaatkan, kurang empati, tidak dapat dipercaya, memaksa diri untuk memiliki suatu barang *branded*, ingin terlihat kaya di media sosial, gemar memamerkan aksi heroik ke orang lain dan lain sebagainya. Untuk mendapatkan makna perilaku *social climber* dari Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, peneliti melakukan wawancara terhadap 3 orang yaitu Putra, Dini dan Ray yang merupakan mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Hal ini diperlukan peneliti untuk mengetahui bagaimana kelompok Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam memaknai perilaku *social climber*. Peneliti melakukan wawancara terhadap 3 narasumber terkait dengan makna perilaku *social climber* dan juga pendapat pribadi dari peneliti.

Pada saat peneliti menanyakan hal yang berkaitan dengan kelompok UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam memaknai perilaku *social climber*. Putra mengatakan

“bahwasannya orang yang melakukan social climber ingin mendapatkan validasi dari orang sekitar tentang dirinya, entah ingin diakui bahwa dia kaya atau sekedar ingin diperhatikan atau mungkin haus

akan ketenaran di sosial media”

(Putra, Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 23-05-2021).

Jawaban diatas mengindikasikan bahwa saat membuat postingan di instastories instagram secara berlebihan bertujuan untuk membangun citra diri serta mengungkapkan apa yang dirasakan dengan cara dibagikan melalui media sosial berupa foto maupun video. Hal tersebut dilakukan hanya sekedar ingin menjalin interaksi terhadap orang lain dengan tujuan untuk mendapatkan perhatian maupun haus akan ketenaran di media sosial.

Menurut informan 2 yaitu Dini mengatakan bahwa perilaku *social climber* dapat memiliki respon negatif maupun positif.

“relatif dari bagaimana seseorang tersebut menggunakan social climber, jika menggunakan secara positif maka akan mendapatkan respon yang sangat baik dan tentunya positif, jika digunakan secara negatif maka akan mendapatkan respon negatif”

(Dini, Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 23-05-2021).

Peneliti menemukan bahwa pengguna memiliki cara berbeda ketika melakukan perilaku *social climber*, ketika *social climber* membagikan sesuatu yg baik di akun instagramnya maka akan mendapatkan respon baik juga dari orang lain (contoh : hebohnya berita restoran bodong melalui aplikasi GrabFood maupun GoFood yang membuat kerugian terhadap ojek online maupun konsumennya karena pesanan tidak

sesuai dengan yang berada di aplikasi, dengan memanfaatkan media sosial yang digunakan oleh konsumennya yang berbagi informasi terhadap pengguna lain untuk lebih berhati-hati), namun ketika seorang *social climber* membagikan sesuatu hal yang tidak baik maka akan mendapatkan respon yang tidak baik pula (contoh : Mengambil keuntungan dengan membuka restoran bodong melalui sebuah aplikasi GrabFood maupun GoFood yang kini membuat kerugihan terhadap dirinya sendiri dan mendapatkan hukuman pidana akibat perbuatannya yang banyak merugikan konsumen maupun para driver ojek online).

Menurut informan 3 yaitu Ray mengatakan bahwa pengguna fitur instastories akan melakukan apapun demi sebuah eksistensi.

“bagi setiap pengguna fitur instastories instagram yang melakukan social climber sedang menunjukkan apa yang ia punya demi mendapatkan eksistensi dan mau melakukan apapun. Bahkan terkadang sampai ada yang dengan santainya menunjukkan atau memamerkan aib yang seharusnya tidak perlu diumbar. Hal ini adalah kurang sadarnya pengguna social climber”

(Ray, Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 23-05-2021).

Jawaban diatas mengindikasikan bahwa pengguna fitur instastories instagram secara tidak langsung muncul perilaku *social climber*, namun hal itu bertujuan untuk mendapatkan eksistensi dan rela melakukan apapun untuk menunjukkan kepada publik meskipun mereka harus

memamerkan aib yang seharusnya tidak perlu untuk menjadi konsumsi publik. Terkadang mereka rela melakukan apapun tanpa memikirkan perasaan orang lain untuk mendapatkan kepuasan tersendiri terhadap dirinya. Sebagai contoh melakukan *bullying* melalui media sosial instagram. Berikut ini merupakan hasil bukti wawancara dengan menunjukkan hasil foto Putra, Dini dan Ray dalam memposting instastories instagram untuk melakukan *social climber* terhadap para pengguna instagram lainnya.

Gambar 8 Penampilan Putra saat memposting instastories instagram

Putra saat mengunggah foto maupun video di instastories instagram terkadang menggunakan fitur *close friend* dengan tujuan untuk mengeluh tentang sesuatu yang tidak ingin diketahui oleh pengguna lainnya.



Maka, fitur *close friend* hanya dapat dilihat oleh *followers* yang terpilih. Ketika membagikan di instastories instagram akan memiliki manfaat terhadap orang lain, mereka pasti akan mendapatkan manfaat serta ilmu ketika sudah membaca informasi yang telah kita bagikan. Menurut pengamatan peneliti sering sekali Putra

melakukan postingan yang berupa hal receh maupun lagu-lagu yang disukai yang memiliki tujuan secara tidak langsung Putra memaknai *social climber* dalam penggunaan instagram dengan ingin memberi tahu kepada para *followers*nya dengan apa yang dia sukai dan sesuatu yang menghibur bagi dirinya.

Gambar 9 Penampilan Dini saat memposting instastories instagram

Selain itu menurut pengamatan peneliti dengan postingan instastories instagram yang Dini lakukan cenderung sering memposting merekomendasikan lagu kesukaan dari salah satu aplikasi yaitu *spotify* serta membagikan moment penting saat bersama teman dan keluarga untuk dibagikan oleh *followers*. Sering kali



memposting hal-hal receh dengan tujuan untuk dapat menghibur *followers*. Menurut pengamatan peneliti sama dengan halnya Putra, yang dilakukan oleh Dini yaitu dengan menunjukkan terhadap pengguna instagram lainnya secara tidak langsung terkait dengan apa yang dia sukai melalui rekomendasi yang mereka tunjukkan melalui instastories instagram.

Gambar 10 Penampilan Ray saat memposting instastories instagram

Sedangkan Ray termasuk pengguna aktif dalam instagram khususnya dalam menggunakan fitur instastories instagram

dengan menunjukkan hasil karya tulisan pribadi. Seperti penggalan puisi maupun cerita pendek ciptaan Ray, secara tidak langsung yang dilakukan oleh Ray adalah membranding dirinya untuk dapat tampil percaya diri melalui media sosial yang ditunjukkan kepada pengguna instagram lainnya. Tidak sungkan juga Ray meminta komentar terhadap pengguna lainnya untuk dapat memberikan saran maupun kritik dari hasil karya tulisannya. Melalui hasil karyanya secara tidak langsung Ray melakukan panjat sosial (*social climber*).

Hasil wawancara dengan ¹ Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya diatas, peneliti dapat menilai setiap individu memiliki keinginan untuk mendapatkan eksistensi dan pengakuan oleh orang lain. Kemajuan teknologi informasi yang mudah membuat seseorang mampu mencapai apa yang diinginkan. Karena itu, muncul makna *social climber* dalam penggunaan instastories instagram. Penggunaan instastories instagram yang ditampilkan oleh Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya beragam dan memiliki latar belakang yang membuat seseorang memiliki perilaku *social climber*. Panjat sosial dalam instastories instagram memiliki bentuk serta cara yang berbeda, bergantung dalam penggunaan setiap individu.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian diatas tentang “Makna *Social Climber* pada Pengguna Instastories Instagram (Studi Fenomenologi pada Mahasiswa UKM Graha Sinema ¹ universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)”. Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam memaknai *social climber* dalam penggunaan instastories instagram melalui simbol atau tanda tertentu. Instagram merupakan aplikasi media sosial yang

1 banyak digemari oleh Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya khususnya dalam penggunaan instastories instagram. Dalam memposting konten di instastories instagram yang memiliki waktu 24 jam. Namun, instastories instagram dapat disimpan dengan memanfaatkan fitur *highlight* oleh para penggunanya.

Instagram khususnya pengguna instastories instagram memberi banyak peluang yang sangat luas kepada Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam mengeksplorasi diri mereka. Peneliti menyimpulkan bahwa dalam hal ini simbol yang disampaikan dengan cara pameran barang belanja, moment romantis bersama pasangan, nongkrong bersama teman dan diposting melalui media sosial instagram. Tidak sekedar sebagai pameran saja, namun instastories instagram juga dapat sebagai media *branding* dengan membangun citra diri, meningkatkan kepercayaan diri, memperluas jaringan pertemanan hanya untuk mendapatkan pengakuan melalui lingkungan sekitar terkait dengan citra dirinya yang telah mereka bangun didalam instastories instagram dengan menyampaikan melalui sebuah foto maupun video yang mereka posting dengan memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia di instagram, serta sebagai sarana eksistensi diri yang memiliki tujuan untuk mencari perhatian terhadap pengguna lainnya dengan memanfaatkan fitur *tag* di instagram untuk dapat dibagikan kembali di instastories pengguna lainnya. Di dalam aplikasi instastories instagram juga dapat sebagai sarana berbagi informasi. Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya bebas dalam memberikan informasi apapun didalam instastories yang mereka bagikan. Selain untuk membagikan informasi, Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya juga memanfaatkan instastories instagram sebagai bentuk cerita ketika ingin mengeluh akan sesuatu hal seperti menunjukkan perasaan

yang dirasakan melalui sebuah foto maupun video untuk mendapatkan perhatian atau tanggapan dari pengguna lainnya. Maka, menurut para Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya media sosial merupakan sebuah tempat yang cocok untuk melakukan hal tersebut. Namun, penggunaan instastories instagram perlu adanya pengawasan maupun bimbingan dari orang tua dalam memanfaatkan instastories untuk tidak melakukan *social climber* secara berlebihan yang menimbulkan dampak negatif terhadap dirinya sendiri maupun merugikan orang lain.

Hal tersebut sesuai dengan teori interaksi simbolik yang disampaikan oleh George Herber Mead, yang menggambarkan tentang *mind* (pikiran) yang muncul ketika Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam melakukan interaksi dengan orang lain melalui gesture, simbol, makna serta tindakan, *self* (diri) sebuah proses yang muncul akibat kesadaran diri melalui sebuah pengalaman serta aktivitas sosial yang terjadi, dan *society* (masyarakat) menjalin relasi dan melakukan rangkaian aktivitas sosial sebagai anggota kelompok mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam masyarakat.

SARAN

3 Dari hasil penelitian yang sudah dipaparkan, peneliti memberikan beberapa saran yang bisa menjadikan bahan pertimbangan, sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, disarankan dalam menggunakan instastories instagram secara bijak dan cerdas untuk tetap memaknai sisi positif dari *social climber* serta melakukan *social climber* dengan cara yang sportif dan tidak menyakiti pihak lainnya.

2. Bagi akademis khususnya pada pengguna instagram menjadi salah satu media di bidang ilmu komunikasi sebagai masukan untuk penelitian selanjutnya dengan menggunakan metode lain.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

BIBLIOGRAPHY **1033** Bimo, M. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi/Volume 16, No.01, Mei 2017: 151-160*, 1-10.

Bintang, F. R., Cok, G. S., & Hen, D. Y. (2017). Perancangan Film Pendek untuk Mengedukasi Remaja di Surabaya Tentang Fenomena Social Climber. <https://media.neliti.com/media/publications/82528-ID-none.pdf>, 1-5.

Elia, F. M., & Peppy, S. W. (2018). Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Pascasarjana di Media Sosial. *Vol. 3 No. 2, April 2018. hlm. 33 - 36*, 1-4.

Ervianady, S. D. (2020). Fenomena Social Climber pada Mahasiswa di Kota Pekanbaru. *JOM FISIP Vol 7: Edisi II Juli-Desember 2020*, 1-17.

Hilda, A. M. (2018). Fenomena Social Climber di Kalangan Mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta (Studi Fenomenologi pada Mahasiswa di Universitas Mercu Buana Jakarta). <https://repository.mercubuana.ac.id/44945/2/02.Abstrak.pdf>, 1-2.

Jayanti, N. A. (2015). Komunikasi Kelompok "Social Climber" pada Kelompok Pergaulan di Surabaya Townsquare (Sutos). *Jurnal E-Komunikasi*, 1-12.

Ketrin, & Naan. (2019). Social Climber dalam Perspektif Psikologi Barat dan Tasawuf pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Social dan Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung. <http://digilib.uinsgd.ac.id/22815/1/Social%20Climber.pdf>, 1-12.

Maria, D. A. (2014). Social Climber sebagai Fenomena Komunikasi (Studi Deskriptif di Kalangan Perantau Domestik yang Berdomestik di Bali). https://www.academia.edu/9566801/Social_Climber_sebagai_Fenomena_Komunikasi_Studi_Deskriptif_di_Kalangan_Perantau_Domestik_yang_Berdomestik_d_i_Bali, 2-3.

Muhammad, R., Endang, E., & Johantan, A. (2018). Motif Pengguna Instagram Story (Studi Kasus pada Siswa Siswi Jurusan Multimedia di SMK Negeri 1 Samarinda). *eJournal Ilmu Komunikasi, Volume6, Nomor3, 2018:263-275*, 1-13.

Nina, S. S. (2011). Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik. *PERSPEKTIF/ VOLUME 4/ NOMOR 2/ OKTOBER 2011*, 1-11.

Nurul, A. F. (2019). Perilaku Komunikasi Panjat Sosial di Kalangan Mahasiswa (Studi Fenomenologi pada Perilaku Komunikasi Panjat Sosial di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung). https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1583/12/Unikom_NURUL%20AKBARI%20FATONI_ARTIKEL.pdf, 1-8.

Rizka, M. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram @Awkarin Terhadap Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Followers Remaja. 1-12.

Romadhan, M. I. (2018). Personal Branding Jokowi Dalam Mempertahankan Brand Image Melalui Video Blog Youtube.

MetaCommunication; Journal of Communication Studies, 3(2), 76–93.

Suci, A. B., & Rahma, A. (2020). Vol. 1, No. 3 September 2020. *Fenomena Social Climber Mahasiswa dalam Pandangan Hukum Islam (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum)*, 1-16.

Teresia, N. D. (2017). Interaksionisme Simbolik dalam Kehidupan Bermasyarakat. *Vol 2 No. 1 Mei 2017*, 1-14.

Skripsi

Nursita, Dian. (2019). *Social Climber sebagai Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna Instagram Masa Kini*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Fadilah, Kosik Atul. (2020). *Fenomena Pelaku Social Climber pada Remaja IPPNU Kecamatan Udanawu*. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Noorfianna, Mutiya. (2020). *Fenomena Perilaku Panjat Sosial (Social Climber) pada Masyarakat Lapisan Bawah (Studi Fomenologi pada Masyarakat Digital di Kota Malang)*. Universitas Muhammadiyah Malang.

Pradhana, Tian Angga. (2019). *Self-Presenting pada Media Sosial Instagram dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman (Studi pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya)*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Hermansyah, Arif. (2019). *Pengelolaan Kesan Selebgram dalam Memanfaatkan Media Sosial Instagram (Studi Kasus Selebgram Lokal di Kota Cilegon)*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

MAKNA SOCIAL CLIMBER PADA PENGGUNA INSTASTORIES INSTAGRAM (Studi Fenomenologi pada Mahasiswa UKM Graha Sinema Universitas 17 Agustus Surabaya)

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	saim.sch.id Internet Source	5%
2	eprints.umm.ac.id Internet Source	3%
3	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	3%
4	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	1%
6	docplayer.info Internet Source	1%
7	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
8	jurnal.unmuhjember.ac.id Internet Source	1%

repository.fisip-untirta.ac.id

9

Internet Source

1 %

10

ejournal3.undip.ac.id

Internet Source

1 %

11

Submitted to Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Student Paper

1 %

12

repository.unhas.ac.id

Internet Source

1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off