

Pengaruh Media Sosial terhadap Konstruksi Identitas Mahasiswa Universitas Jember

**Yunita Dwi Wulansari¹, Julia Shandra Afcarina², Shalsa Aina Widi Zahrafani³,
Wafiatul Afifah⁴**

Universitas Jember, Indonesia
yunitadwiwulansari@gmail.com

Submitted: 09th February 2024 | **Edited:** 14th April 2024 | **Issued:** 01st May 2024

Cited on: Wulansari, Y. D., Afcarina, J. S., Zahrafani, S. A. W., & Afifah, W. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Konstruksi Identitas Mahasiswa Universitas Jember. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 336-346.

ABSTRACT

Social media is a platform used to communicate virtually for users. Individuals can build their self-image through social media so that it can be seen by other individuals in terms that can be consumed publicly. Social media is considered a second reality as a channel for the main reality. This research aims to find out how much influence social media has in growing a person's identity construction, personal branding, and expanding relationships. This research uses qualitative research methods and uses phenomenological research. Social media can have both negative and positive impacts, according to how it is used. Therefore, you must be wiser in managing social media so that there is no negative impact on yourself or the surrounding environment.

Keywords: Social Media, Student, Hyperreality

PENDAHULUAN

Media sosial merupakan platform atau saluran komunikasi online yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terhubung dengan orang lain secara virtual. Media sosial memungkinkan pengguna untuk membuat profil pribadi, mengirim pesan, membagikan foto dan video, serta berpartisipasi dalam berbagai aktivitas online lainnya. Beberapa contoh media sosial populer termasuk Whatsapp, Instagram, TikTok, Twitter, dan LinkedIn. Tidak hanya itu, Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2025). Penggunaan media sosial di kalangan masyarakat, khususnya mahasiswa, memiliki berbagai dampak yang signifikan. Beberapa cara di mana penggunaan media sosial mempengaruhi mahasiswa, seperti komunikasi, pembelajaran, kesempatan berkarir, aktivisme dan kampanye sosial, serta kesejahteraan mental.

Media sosial memungkinkan mahasiswa untuk terhubung dengan teman-teman, keluarga, dan rekan sejawat secara mudah dan cepat. Mereka dapat berbagi informasi, foto dan video, serta berkomunikasi melalui pesan instan atau video call. Mahasiswa dapat menggunakan media sosial sebagai sumber informasi tambahan untuk belajar. Mereka dapat mengikuti akun-akun pendidikan, grup diskusi akademis, atau kanal belajar online untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang materi kuliah. Media sosial juga menjadi tempat penting untuk membangun jaringan profesional dan mencari peluang karier. Mahasiswa dapat memperluas lingkaran kenalan mereka, mengikuti perusahaan atau organisasi yang diminati, serta mencari informasi tentang lowongan pekerjaan atau magang. Mahasiswa sering menggunakan media sosial sebagai platform untuk menyuarakan pendapat, menggalang dukungan untuk kampanye sosial, atau menyebarkan informasi tentang isu-isu penting. Mereka dapat terlibat dalam aksi *online* atau *offline* melalui media sosial. Penggunaan media sosial juga sangat berdampak pada kesejahteraan mental mahasiswa. Terlalu banyak paparan terhadap konten negatif, *cyberbullying*, atau perbandingan sosial yang tidak sehat dapat menyebabkan stress, kecemasan, dan depresi.

Peran media sosial sangat penting dalam membentuk dan memperkuat *personal branding* seseorang. Terdapat beberapa cara di mana media sosial dapat berkontribusi terhadap terbentuknya *personal branding*, seperti meningkatkan visibilitas, membangun jaringan, menyampaikan pesan dan cerita, membangun otoritas dan keahlian, serta dapat mengelola reputasi. Dengan memanfaatkan media sosial secara efektif, seseorang dapat membangun *personal branding* yang kuat terhadap karier atau bisnis mereka. Penting bagi seseorang untuk konsisten dalam menyampaikan pesan, nilai-nilai, dan keahlian mereka di media sosial agar dapat mencapai tujuan *personal branding* yang diinginkan. Dengan munculnya *personal branding* pada diri mahasiswa, pastinya bisa membuat diri mereka lebih percaya diri dengan apa yang mereka miliki dalam dirinya.

Media sosial memungkinkan seseorang untuk menciptakan dan membagikan konten yang mencerminkan nilai-nilai, keahlian, dan kepribadian mereka. Dengan konsisten memposting konten yang relevan dan menarik, seseorang dapat meningkatkan visibilitas mereka di platform media sosial dan membuat diri mereka dikenali oleh orang lain. Media sosial menjadikan seseorang untuk terhubung dengan orang-orang dalam bidang tertentu. Dengan berinteraksi secara aktif dengan orang lain di media sosial,

seseorang dapat memperluas jaringan mereka dan memperoleh kesempatan baru. Media sosial memberikan platform bagi seseorang untuk menyampaikan pesan, cerita, dan pengalaman mereka kepada audiens yang lebih luas. Dengan begitu, seseorang dapat membangun narasi yang konsisten dengan *personal branding* mereka. Melalui konten yang berkualitas dan informatif, seseorang dapat membangun reputasi sebagai ahli di bidang tertentu. Dengan berbagi pengetahuan dan pengalaman mereka, seseorang dapat memperkuat citra diri mereka dalam bidang yang mereka geluti. Media sosial juga memungkinkan seseorang untuk secara proaktif mengelola reputasi *online* mereka. Dengan memantau aktivitas dan tanggapan di media sosial, seseorang dapat merespons dengan cepat terhadap masalah, serta memperbaiki citra diri jika diperlukan.

Konsep hiperrealitas oleh Jean P. Baudrillard menggambarkan fenomena dimana realitas yang asli dan pengalaman langsung terusik oleh representasi-representasi yang semakin dominan, sehingga menciptakan dunia yang tampak lebih nyata daripada realitas itu sendiri. Dalam era media sosial, hiperrealitas semakin menguat karena individu cenderung mengkonstruksi identitas mereka melalui filter digital yang dihasilkan oleh platform-platform seperti Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok, dan sebagainya. Melalui konten dan manipulasi gambar pengguna media sosial menciptakan naratif yang seringkali jauh dari kenyataan, kemudian menciptakan keterhubungan yang semu di antara pengguna dan mengaburkan batas antara apa yang nyata dan apa yang direpresentasikan secara digital. Sehingga, media sosial tidak hanya menjadi wadah untuk berinteraksi, namun juga sarana menciptakan dan memperkuat hiperrealitas, dimana pengalaman yang terjadi secara online terasa lebih signifikan daripada pengalaman offline yang sebenarnya. Hal ini mengarah pada pergeseran cara berpikir setiap individu, dimana seringkali lebih terikat pada citra diri yang mereka buat secara digital daripada identitas yang sebenarnya. Sehingga, jika seseorang secara terus menerus terpapar oleh konten yang dihasilkan oleh orang lain dalam format yang serba sempurna pengguna media sosial seringkali merasa tertekan untuk menyesuaikan diri contohnya seperti: standar-standar kecantikan, tingkat kesuksesan, dan kebahagiaan yang realistis. Akibatnya hubungan interpersonal pun terkadang menjadi sempit, dimana individu terfokus pada penampilan dan pencapaian yang terdokumentasi secara digital sementara interaksi yang sesungguhnya seringkali terabaikan. Dengan demikian media sosial tidak

hanya menciptakan sebuah hiperrealitas namun juga mempengaruhi cara kita memahami dan berinteraksi dalam dunia nyata secara keseluruhan.

Pada dasarnya media sosial menjadi realitas kedua, dimana realitas utama tidak bisa dirasakan oleh seseorang. Akibatnya, pengguna media sosial ini menjadikan media sosial sebagai ladang untuk pembentukan citra diri individu dengan memperlihatkan berbagai prestasi yang pernah diraih maupun kegiatan yang pernah mereka ikuti. Pengguna media sosial cenderung lebih aware dalam melakukan aktivitas di media sosial, mereka harus menjaga reputasi online dengan sangat baik agar tidak merusak citra diri yang sudah dibangun. Mengingat fungsi media sosial tidak hanya sebagai ladang untuk membentuk citra diri, media sosial juga berperan sebagai alat komunikasi secara online. Interaksi secara online yang pernah dilakukan kepada orang yang belum dikenal dampaknya akan terlihat ketika kita bertemu secara langsung disitulah kita dapat melihat realitas asli seseorang. Sehingga hal tersebut yang menjadikan individu untuk bisa menyesuaikan diri terhadap realitas asli maupun realitas utama.

LANDASAN TEORI

Ditinjau menggunakan teori hiperrealitas Jean P. Baudrillard menyatakan “All that is real become simulation” bahwa dalam dunia kontemporer batasan antara realitas dan simulasi semakin kabur. Simulasi yang dulunya dianggap sebagai representasi atau imitasi dari realitas, kini menjadi realitas itu sendiri. Sehingga segala hal yang kita anggap sebagai “nyata” sekarang lebih mirip dengan simulasi dari bentuk aslinya. Hal ini terjadi di semua aspek kehidupan termasuk politik, sosial, sejarah dan ekonomi (Baudrillard, 1983). Teori hiperrealitas ini memaparkan bahwa dalam era kontemporer, representasi dari realitas telah menggantikan realitas itu sendiri sehingga menciptakan dunia dimana perbedaan antara gambaran yang direkam dan pengalaman yang sesungguhnya semakin kabur. Dalam penelitian yang berfokus pada pengaruh media sosial terhadap konstruksi identitas mahasiswa ini, hiperrealitas sangat terlihat jelas bahwa sebuah dunia dimana realitas yang direpresentasikan melalui media sosial menjadi lebih dominan daripada realitas yang kita alami secara langsung. sehingga pengguna media sosial cenderung hidup dalam dunia yang dihasilkan oleh gambar-gambar yang mereka konsumsi dan hasilkan daripada terlibat langsung dengan realitas sekitar mereka. Identitas online yang seringkali merupakan konstruksi yang disengaja menjadi lebih penting daripada identitas

yang sesungguhnya dimana sesuai dengan konsep hiperrealitas yang dimana representasi menggantikan realitas. Media sosial memberikan platform bagi mahasiswa untuk membangun dan mempresentasikan citra diri mereka tentang dirinya, mahasiswa cenderung memilih untuk memperlihatkan sisi terbaik mereka. Sehingga Dapat menciptakan perbedaan antara identitas yang mereka tampilkan di media sosial dengan identitas yang sebenarnya.

METODE PENELITIAN

Dalam Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan memilih pendekatan fenomenologi. Dimana pendekatan fenomenologi ini melibatkan peneliti dengan informan yang mempunyai pengalaman terkait fenomena yang dialami.

“Studi fenomenologi mendeskripsikan pemaknaan secara umum dari sejumlah individu terhadap berbagai pengalaman hidup mereka terkait dengan konsep atau fenomena.” (Creswell, 2015, h. 105)

Metode ini bertujuan supaya peneliti dapat mendalami pengalaman dan pemahaman mengenai fenomena yang sedang diteliti. Pendekatan fenomenologi merupakan pendekatan kualitatif yang kuat sehingga peneliti dapat melihat aspek-aspek yang kompleks dari pengalaman yang diberikan informan melalui wawancara mendalam dan pengambilan dokumentasi. Setting lokasi yang kami pilih berada di Universitas Jember karena relevan dengan subjek penelitian kami yaitu mahasiswa.

Dalam penelitian ini penentuan informan dilakukan dengan memanfaatkan teknik purposive sampling, dimana pengambilan sampel didasarkan pada pertimbangan yang sesuai terhadap kriteria yang diinginkan, sehingga memungkinkan peneliti untuk menetapkan jumlah sampel yang akan diteliti. Informan dalam penelitian ini merupakan individu yang berasal dari kalangan mahasiswa Universitas Jember yang berjumlah 3 orang. Kombinasi Jawaban dari 3 informan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih dalam mengenai pengalaman serta berbagai sudut pandang, sehingga dapat memudahkan peneliti dalam proses penelitian.

Pengumpulan data dalam penelitian merupakan salah satu tahap yang paling penting, kami menggunakan teknik wawancara mendalam untuk mendapatkan data dengan tujuan tidak hanya untuk mencatat informasi, namun juga mengungkap makna yang terdapat dalam penelitian. Sebelum wawancara dimulai peneliti memberikan

beberapa tahapan penting yaitu mengenalkan diri, menjelaskan tujuan wawancara, dan mengajukan pertanyaan yang relevan. Selama proses wawancara, peneliti secara cermat menanyakan berbagai pertanyaan kepada informan untuk memperoleh data yang detail dan menyeluruh, sehingga peneliti dapat memahami fenomena yang tengah diteliti secara lebih mendalam. Selain wawancara peneliti juga mengumpulkan informasi melalui dokumentasi yang mencakup foto, video dan rekaman audio sebagai pendukung penelitian ini.

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data yaitu triangulasi data yang bertujuan untuk memastikan keakuratan data dengan mengumpulkan informasi dari beberapa sumber atau metode yang berbeda. Teknik triangulasi biasa disebut sebagai pengecekan kembali data yang diperoleh dari satu informan atau informan lainnya, sehingga dapat membantu dalam mengidentifikasi perbedaan dari berbagai sudut pandang yang diberikan informan. Sebelum menganalisis data terdapat beberapa tahapan terlebih dahulu diantaranya, yaitu pengumpulan data, reduksi data dan penyajian data. Pada tahap pengumpulan data peneliti mengumpulkan informasi dari beberapa informan, kemudian data yang telah terkumpul ditinjau ulang untuk memastikan bahwa penelitian yang kami lakukan didasarkan pada data yang akurat dan terpercaya. Selanjutnya tahap reduksi data peneliti melakukan proses pemilihan data dengan tujuan untuk mendapatkan hasil data yang jelas dan terperinci, langkah ini dilakukan untuk menyusun data yang lebih mendukung fokus penelitian. Tahap terakhir yaitu penyajian dan penarikan kesimpulan berupa proses memaparkan informasi yang terdapat dalam data dengan cara yang jelas, mudah dipahami dan relevan yang bertujuan untuk memahami makna yang terdapat selama proses penelitian dan menyajikan kesimpulan atas permasalahan fenomena yang tengah diteliti.

HASIL PENELITIAN

Pengaruh Media Sosial Dalam Membangun *Personal Branding*

Media memiliki peran yang sangat penting di masa ini. Salah satu peran utamanya adalah sebagai sumber informasi bagi masyarakat. Melalui berbagai platform seperti televisi, radio, surat kabar, dan media online, informasi mengenai berita terkini, perkembangan politik, ekonomi, sosial, dan budaya disampaikan kepada masyarakat dengan cepat dan akurat. Selain itu, media juga memiliki kekuatan untuk membentuk

opini publik. Melalui pemberitaan, analisis, dan komentar yang disampaikan, media dapat mempengaruhi persepsi dan pandangan masyarakat terhadap suatu isu atau peristiwa. Hal ini dapat memengaruhi arah kebijakan publik dan tindakan kolektif.

Media juga mendorong partisipasi publik dalam berbagai bidang, seperti politik, sosial, dan budaya. Melalui kampanye sosial, liputan acara-acara penting, dan penyiaran informasi yang relevan, media dapat memotivasi masyarakat untuk terlibat aktif dalam kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat. Selain itu, media mempengaruhi perilaku konsumen dan preferensi pembelian. Melalui iklan, ulasan produk, dan konten promosi lainnya, media dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk atau layanan tertentu. Media juga memfasilitasi komunikasi dan interaksi antarindividu. Media sosial telah mengubah cara orang berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain. Dengan peran yang begitu penting dalam menyampaikan informasi, membentuk opini publik, mendorong partisipasi publik, mempengaruhi perilaku konsumen, dan memfasilitasi komunikasi dan interaksi, media memiliki dampak yang besar dalam membentuk budaya dan masyarakat di zaman sekarang.

Adapun peran penting lainnya, yang mana hal tersebut menjadi topik utama dalam pembahasan ini, yaitu peran media sosial dalam membangun personal branding. Hal ini dikarenakan platform-platform tersebut memberikan kesempatan bagi setiap orang untuk mengelola dan memperkuat citra dirinya secara online. Media sosial memungkinkan seseorang untuk terhubung dengan audiens yang sangat luas di seluruh dunia. Dengan membangun kehadiran online yang kuat, seseorang dapat mencapai orang-orang dari berbagai latar belakang dan wilayah geografis. Media sosial memungkinkan seseorang untuk terhubung dengan orang-orang yang memiliki minat, visi, dan nilai yang sama. Dengan membangun jaringan dan koneksi yang kuat, seseorang dapat membuka peluang baru dalam karir, bisnis, dan hubungan pribadi.

Prestasi seseorang juga dapat ditampilkan pada beberapa platform media sosial, individu menggunakan media sosial dalam membangun identitas yang dimiliki oleh dirinya. Media sosial ini berpengaruh terhadap personal branding yang dimana hal tersebut sangat berpengaruh karena jaman sekarang hal yang kita cari pasti lihat dari media sosial seperti mencari CV. Selain itu, media sosial bisa dibuat memories dengan pengalaman yang telah terjadi dan membangun personal branding serta media sosial ini dapat membangun citra dan menjadi wadah dalam membangun personal diri kita.

Terutama untuk mahasiswa, personal branding sangat dibutuhkan agar bisa mendapatkan personal branding kita dengan lebih baik. Hal yang bisa kita ambil bahwa media sosial sangat berpengaruh terhadap diri dan bisa membangun personal branding diri kita agar bisa mendapatkan sesuatu yang lebih baik dan bisa diterapkan untuk hal yang berguna. Media sosial dikatakan sebagai tempat penyaluran realitas yang sebenarnya tidak bisa dirasakan secara langsung oleh para pengguna media sosial tersebut. Realitas yang sebenarnya mampu dilihat secara langsung bahkan dialami oleh manusia secara langsung tanpa adanya perantara dari media sosial.

“Manusia dikonstruksi untuk melihat bahwa yang menjadi realitas adalah yang benar-benar nyata di sekelilingnya, yang dapat diceraap oleh indra dan pemikirannya.” (Rosa, 2017, h. 24)

Seseorang akan mengetahui realitas yang sebenarnya terjadi ketika orang tersebut mengalami atau melihat fenomena secara langsung. Keadaan seseorang di media sosial tidak menjamin bahwa seseorang tersebut dalam kehidupan nyata akan sama dengan citra yang ditampilkan di media sosial. Sama halnya interaksi yang diciptakan dengan seseorang yang tidak dikenal, tidak akan sama ketika sudah bertemu maupun berinteraksi secara langsung. Tidak semua individu mendapatkan feedback yang sama ketika sudah berinteraksi di media sosial dengan sesudah bertemu secara langsung. Timbal balik dari interaksi yang dihasilkan dari media sosial akan berbanding terbalik dengan interaksi yang dibangun secara virtual, jika memang salah satu dari orang tersebut tidak sefrekuensi maupun sepemahaman. Untuk membangun interaksi yang baik antara kedua manusia dibutuhkan timbal balik yang sepadan. Ekspektasi pada interaksi yang terjadi di media sosial menjadikan seseorang dapat merasakan bagaimana terciptanya hiperrealitas.

Media Sosial sebagai Hiperrealitas

Williamson dalam Widjanto (2013) mengemukakan bahwa media sosial merupakan platform yang diciptakan dengan tujuan menyebarkan informasi melalui interaksi antar individu dalam masyarakat, media sosial dirancang menggunakan teknik - teknik publikasi yang sangat mudah dijangkau oleh pengguna dan memiliki jangkauan yang luas. Media sosial memiliki kemampuan untuk mempengaruhi persepsi masyarakat dengan menciptakan realitas melalui model produksi yang Jean Baudrillard sebut sebagai simulasi. Dalam hal ini simulasi merujuk pada penciptaan model - model yang tampak nyata tanpa ketergantungan pada realitas awal atau asal - usulnya yang

disebut sebagai hiperrealitas (Piliang, 2003). Hiperrealitas yang terjadi dalam sosial media ada bermacam-macam salah satunya dimana seseorang dapat dengan mudah memilih dan memfilter bagian terbaik dari kehidupan mereka untuk di posting, menciptakan citra tidak selalu mencerminkan kenyataan seperti halnya ketika bertemu secara langsung perbedaan antara gambaran idealis di media sosial dan realitasnya dapat terlihat dengan jelas. Fenomena hiperrealitas dalam media sosial tercermin dalam konsep personal branding yang dibentuk secara cermat oleh pengguna. Ketika bertemu langsung perbedaan antara citra yang ditampilkan di media sosial dan kenyataannya tidak sempurna menjadi lebih jelas. Sehingga terjadi sebuah disonansi antara ekspektasi yang tercipta dari dunia maya dengan apa yang sebenarnya dialami dalam interaksi langsung. Seperti yang dialami salah satu informan kami menuturkan :

"Bahkan lumayan sering aku mengalami itu. Karena offline dan online itu beda. Contohnya lagi, saat itu masa pandemi Covid-19, zamannya kuliah via online. Deket banget sama teman-teman yang lain, chat dan lain sebagainya. Tapi saat perkuliahan masuk secara offline, itu terasa berbeda."

Informan kami menjelaskan bahwa hiperrealitas dalam media sosial memang terasa nyata, seperti yang dialaminya. Dia merasakan adanya perbedaan yang signifikan antara interaksi melalui media sosial yang terasa sangat akrab dan dekat, namun ketika bertemu secara langsung, pengalaman tersebut sangat berbeda dan jauh dari yang terjadi di media sosial, ini mencerminkan fenomena yang cukup umum dalam era digital saat ini. Melalui kemudahan atau perluasan pasar yang dilakukan penyedia sarana telekomunikasi, internet hampir dapat dinikmati dimana saja dan kapan saja (Prasetyo, 2013). Hiperrealitas dalam media sosial menciptakan persepsi tentang kedekatan dan intimasi yang kadang-kadang tidak selaras dengan kenyataan. Meskipun interaksi online bisa terasa sangat nyata akan tetapi saat bertemu secara langsung kita sering menemui perbedaan yang mencolok dalam dinamika pengalaman interaksi tersebut.

Dampak Media Sosial Terhadap Citra Diri Seseorang

Media sosial memberikan dampak positif serta negatif dalam aspek kehidupan individu yang berpengaruh pada perilaku individu (Cendrawan, J. & Clara R. P. A., 2020). Tentunya setiap hal terdapat dampak positif dan juga dampak negatif, salah satunya media sosial. Media sosial dapat memberikan dampak yang positif dan juga negatif terhadap citra diri seseorang. Dampak positif dari media sosial dalam membangun *personal branding* atau citra diri seseorang, yakni dengan mendapatkan apresiasi dan dukungan dari orang lain di media sosial, seseorang dapat merasa lebih dihargai dan hal

tersebut dapat meningkatkan rasa percaya diri. Media sosial berpengaruh besar dalam perluasan jaringan sosial yang dapat membuka peluang baru dalam karir dan bisnis. Selain itu, media sosial juga sangat bermanfaat sebagai alat yang sering digunakan atau dikonsumsi oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi terkait berita, citra diri seseorang dan informasi yang beragam.

Selain dampak positif, terdapat pula dampak negatif dari media sosial. Terkadang, tekanan untuk tampil sempurna dan ideal di media sosial dapat membuat seseorang merasa tertekan dan tidak puas dengan dirinya sendiri. Dengan melihat kehidupan “sempurna” dari orang lain di media sosial dapat membuat seseorang merasa tidak cukup atau kurang berhasil. Selain itu, penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan kecanduan dan gangguan mental, seperti kecemasan, depresi, dan gangguan makan. Pada generasi z saat ini media sosial dijadikan sebagai ajang kesuksesan melalui pembangunan citra diri penggunanya. Citra diri yang dibangun dapat menggunakan berbagai cara untuk mempopuleritaskan individu layaknya memamerkan harta agar mendapat perhatian massa, cara tersebut merupakan realitas kedua dari keadaan yang sebenarnya apabila pamer tidak ada di realitas yang sebenarnya. Dampak negatif dari sifat pamer sendiri dapat memicu kebohongan publik, dimana realitas yang sebenarnya berbeda dengan realitas yang ditampilkan di sosial media.

Menurut pendapat beberapa informan yang kami temukan tentang adanya dampak media sosial bahwa terdapat dampak positif dan negatifnya. Mereka berargumentasi bahwa dampak media sosial bisa membangun personal branding, menambah relasi, bisa berkomunikasi dengan teman yang jaraknya jauh dan juga bisa memperbanyak teman. Dampak negatif yang terjadi yaitu adanya netizen sehingga mendapatkan komentar yang buruk dari media sosial. Keduanya dampak tersebut bisa muncul dari media sosial sehingga, perlunya untuk membatasi penggunaan media yang berlebihan dan lebih bijak lagi dalam menggunakan media sosial apa pun.

KESIMPULAN

Media sosial memiliki peran yang signifikan dalam membangun *personal branding* atau citra diri seseorang. dampaknya dapat bervariasi, ada yang positif dan juga negatif. Mulai dari meningkatkan kepercayaan diri hingga menimbulkan tekanan sosial dan perbandingan yang tidak sehat. penting bagi setiap individu untuk menggunakan media

sosial secara bijak dan seimbang, guna memaksimalkan manfaatnya dalam membangun citra diri yang positif dan sehat di dunia digital saat ini.

Saran yang dapat diterapkan dalam penggunaan media sosial secara bijak, yakni jaga privasi dan batasi informasi pribadi yang dibagikan di media sosial, batasi waktu penggunaan media sosial agar tidak berdampak negatif pada kesehatan mental dan emosional, berinteraksi dengan orang lain secara positif dan juga mendukung, fokus pada kegiatan atau konten yang sesuai dengan nilai dan minat pribadi, serta berperilaku jujur dalam membagikan konten-konten di media sosial. Dengan menerapkan saran-saran tersebut, dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat yang efektif dalam membangun citra diri yang positif dan dapat mendukung kesuksesan setiap individu.

DAFTAR PUSTAKA

- Baudrillard, Jean. (1983). *Simulation*. New York : Semiotex
- Baudrillard, Jean. (2018). *Masyarakat Konsumsi*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Cendrawan, J., & Clara R. P. Ajisukmo. (2020). *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keinginan Mahasiswa dalam Menggunakan Media Sosial*. Jurnal Ilmu Komunikasi. VOLUME 17, NOMOR 2, Desember 2020: 203-216. Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset Memilih Di Antara Lima Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Murti, W. B. W. & Rosa. D.V. (2021). *On Air: Representing Owing Identity In Community Radio*. Journal of Contemporary Issues, 1-16.
- Nasrullah, R. (2015). *Teori Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Kultur, dan Sosio Teknologi)*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Piliang, Yasraf Amir. (2003). *Hipersemiotika : Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. Bandung : Jalasutra.
- Pohan, S., Munawwarah, P. & Sinuraya, J.S.B. (2023). *Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Meningkatkan Popularitas Diri sebagai Gaya Hidup*. JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial, 3(2), pp. 490–493.
- Prasetyo, H. (2013). *CYberRPAnOPTic: Eksperimentasi Dan (transparansi) kuasa Pengawasan*. LITERASI: Indonesian Journal Of Humanities, 118-132.
- Rosa, D. V. (2017). *"Mempertemukan Hiper-Realitas dan Refraction of Durre: Pembacaan Multi-Naratif Visual dalam Film Simone dan Film Inception*. Capture Jurnal Seni Media Rekam.
- Widjajanto, Kenmada. (2013). *Perencanaan Komunikasi : Konsep dan Aplikasi*. Bandung : CV Ultimus.