

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

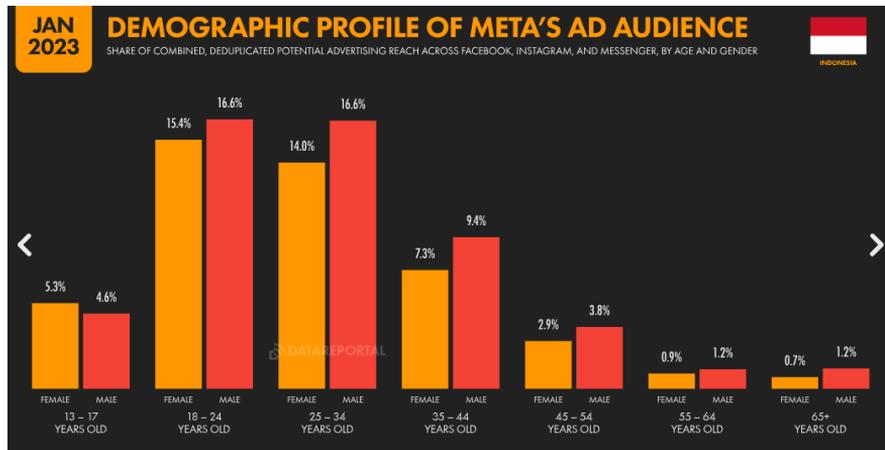
Perkembangan teknologi internet saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Internet menghubungkan orang-orang dari berbagai belahan dunia ke dalam satu ruang sistem yang seolah-olah tak terbatas. Internet mengubah cara manusia terhubung dan berinteraksi satu sama lain serta telah menjadi ruang budaya baru yang keberadaannya tak terelakkan. Kehadiran internet telah mendorong para pengembang untuk menciptakan berbagai inovasi baru. Beragam aplikasi dibuat untuk memenuhi kebutuhan sosialisasi manusia. Aplikasi jejaring sosial daring dirancang mengikuti pola jejaring di kehidupan nyata, namun dalam cakupan yang lebih luas. Aplikasi seperti Facebook, Twitter, Path, Instagram, MySpace, 4Shared, YouTube, dan lain sebagainya membuat manusia saling terhubung.

Media sosial kini sangat dekat dengan kehidupan masyarakat di era keterbukaan informasi saat ini, terlihat dari semakin banyaknya masyarakat yang mengakses layanan media sosial di mana saja dan kapan saja. Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial, menjadi andalan dalam penyebaran informasi, dan berfungsi sebagai media pembelajaran bagi masyarakat (Musahrain et al., 2017). Beragam fitur di media sosial, seperti berkomunikasi, kegiatan dagang dan bisnis, berbagi berita terkini, hingga membagikan momen penting, dapat dilakukan dengan mudah. Menurut Lisa Buyer (dalam Kustiawan et.al., 2022), media sosial adalah bentuk hubungan masyarakat (Public Relations) yang paling transparan, menarik, dan interaktif saat ini.

Ada beberapa alasan mengapa internet digandrungi oleh masyarakat. Menurut Riffe (dalam Tapscott, 2009), setidaknya ada empat karakteristik yang dihadirkan internet dan membuat masyarakat tertarik menggunakannya, yaitu: (1) kecepatan dalam penyampaian informasi; (2) interaktivitas; (3) konvergensi media atau multimedia; dan (4) kedalaman dan keberlimpahan informasi yang dapat diakses dengan biaya relatif murah. Internet juga menawarkan kebebasan dan kustomisasi, memungkinkan pengguna media sosial merasa lebih privat dengan setiap akun yang mereka miliki. Mereka dapat mengubah, mengunggah, mengunduh, menulis, dan membagikan apa saja sesuai keinginan mereka. Singkatnya, akun media sosial dianggap sebagai milik pribadi yang dapat digunakan secara bebas. Van Dijk (dalam Nasrullah, 2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform yang berfokus pada eksistensi pengguna, memfasilitasi mereka untuk beraktivitas dan berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium daring yang memperkuat hubungan antar pengguna sekaligus menjadi ikatan sosial.

Internet telah memberikan nilai baru bagi masyarakat dalam berinteraksi, salah satunya melalui media sosial. Kebebasan yang ditawarkan media sosial

membuat masyarakat, terutama di Indonesia, menjadi pengguna yang aktif. Dikutip dari Kemp (2023), pada Januari 2023, pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 212,9 juta orang, meningkat sepuluh juta atau 5,2% dari tahun sebelumnya. Dari jumlah tersebut, 167 juta penduduk Indonesia adalah pengguna aktif media sosial, dengan usia rata-rata pengguna aktif media sosial di Indonesia berada di rentang 18 hingga 34 tahun. Hal ini terlihat pada gambar berikut.



Sumber : wearesocial.com

Rata-rata pengguna internet menghabiskan sekitar 7 jam 42 menit per hari dengan menggunakan berbagai perangkat seperti gawai dan komputer, dan sekitar 3 jam dari waktu tersebut digunakan untuk mengakses media sosial. Data ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang sosial baru, membentuk interaksi sosial dalam bentuk jejaring sosial (Social Network). Jejaring sosial adalah struktur sosial yang dibangun oleh individu atau kelompok yang terhubung oleh satu atau lebih faktor ketergantungan, seperti persahabatan, persaudaraan, kepentingan bersama, perdagangan, ketidaksukaan, percintaan, kesamaan keyakinan, pengetahuan, dan prestise. Oleh karena itu, masyarakat Indonesia perlu menyadari pentingnya ruang baru ini.

Beragam jenis media sosial umumnya digunakan di Indonesia, mulai dari

Gambar 1.1 Demografi Profil Pengguna Sosial Media Berdasarkan Usia jejaring sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, LinkedIn, dan Line; situs berbagi konten seperti YouTube; Wikipedia; hingga blog dan microblogging seperti Twitter. Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling populer di Indonesia. Berdasarkan data Kemp (2023), pada tahun 2023, pengguna Instagram di seluruh dunia mencapai 1,3 miliar orang, dengan 89,5 juta pengguna di Indonesia. Jumlah tersebut menempatkan Indonesia sebagai negara keempat dengan jumlah pengguna aktif Instagram terbanyak.

Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan

jejaring sosial, termasuk di dalam Instagram itu sendiri. Keunikan Instagram adalah foto yang dipotong berbentuk persegi, mengingatkan pada kamera Kodak Instamatic dan Polaroid. Instagram adalah aplikasi media sosial yang memiliki fungsi serupa dengan Twitter, tetapi perbedaannya terletak pada fokusnya pada foto dan visual. Selain itu, Instagram dapat memberikan inspirasi dan meningkatkan kreativitas pengguna melalui fitur-fitur yang membuat foto lebih artistik (Mutiah et al., 2019).

Instagram diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, dua lulusan Stanford University di Amerika Serikat. Mereka meluncurkan Instagram pada Oktober 2010. Aplikasi ini dengan cepat mendapatkan popularitas, mencapai lebih dari 100 juta pengguna terdaftar (dengan sekitar 90 juta pengguna aktif bulanan) pada Januari 2013, hanya dalam kurun waktu tiga tahun sejak peluncurannya (Rini, 2018).

Kebebasan di media sosial, khususnya Instagram, dapat memberikan manfaat dan risiko bagi penggunanya. Publikasi konten seperti foto, video, status, dan tautan memungkinkan pengguna untuk terhubung dan berbagi informasi dengan cepat. Selain menghubungkan orang yang terpisah jarak, Instagram juga memberikan potensi bagi penggunanya untuk menjadi terkenal di dunia maya, tergantung pada seberapa banyak konten mereka disukai, dibagikan, dan dibicarakan. Interaksi di media sosial ini memiliki karakteristik serupa dengan interaksi tatap muka, di mana aturan dan norma tetap diakui. Menurut Besley dan Chadwick (Hapsari Wijayanti et al., 2022), kebebasan di media sosial bukanlah kebebasan tanpa batas; tetap diperlukan perhatian pada nilai, norma, dan aturan kemanusiaan seperti dalam interaksi dunia nyata.

Namun, penyebaran konten dan interaksi di Instagram juga bisa berdampak negatif jika pengguna tidak menjaga privasi atau tidak memperhatikan nilai-nilai dalam ruang publik Instagram. Sifat dasar Instagram yang bebas membuat sebagian pengguna sering membagikan kegiatan pribadi, yang bisa memicu kecanduan atau penggunaan berlebihan media sosial hingga mengabaikan kewajiban utama. Kecanduan media sosial adalah kondisi di mana pengguna menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial hingga mengabaikan kegiatan dan tanggung jawab sehari-hari, karena menganggap dunia maya lebih menarik daripada kehidupan nyata (Wahyudiyanto et al., 2020).

Menurut Goodstat (2003), usia rata-rata pengguna Instagram di Indonesia adalah 18–24 tahun, yang merupakan kelompok pelajar dan mahasiswa. Berdasarkan pengamatan awal, hampir seluruh mahasiswa memiliki akun dan aktif menggunakan Instagram, dengan sebagian bahkan menunjukkan perilaku oversharing. Istilah oversharing adalah sebutan yang diberikan terkait TMI (too much information) atau dalam bahasa Indonesia berarti mengungkapkan sesuatu informasi terlalu banyak atau secara berlebihan. Hoffman (2009) mengatakan bahwa *oversharing* merupakan bentuk pengungkapan informasi secara berlebihan dan tidak sesuai dengan konteks tertentu. Amy Morin yang merupakan seorang Psikolog yang meneliti tentang fenomena *oversharing* menjelaskan orang yang sering membagikan aktivitas secara berlebihan di media sosial sebagai

Oversharing, lebih spesifik menjadikan sosial media sebagai buku diary. Afrilia (2017) menambahkan bahwa kategori oversharing adalah mengunggah foto lebih dari empat kali setiap hari. Penelitian tentang perilaku oversharing mahasiswa di media sosial menunjukkan bahwa beberapa mahasiswa FISIP UNHAS aktif menggunakan Instagram untuk tujuan sosial, ekonomi, agama, dan edukasi publik (Febriana, 2023).

Selain itu terdapat fenomena yang terjadi di kalangan pengguna sosial media Instagram yaitu *Second Account* atau dalam bahasa Indonesia akun kedua. Akun kedua ini merupakan adalah akun tambahan yang dimiliki seseorang di platform Instagram, selain akun utama mereka. Biasanya, pemilik akun tidak menggunakan identitas asli mereka pada akun kedua ini, tujuannya menjaga privasi kehidupan pribadi, berekspresi bebas, dan interaksi dengan lingkaran pertemanan tertentu.

Perubahan perilaku dan interaksi mahasiswa di Instagram menunjukkan adanya ruang publik baru untuk berinteraksi, yakni dari fenomena – fenomena yang terjadi di Instagram peneliti tertarik mengkaji bagaimana kebiasaan cara mahasiswa FISIP Universitas Hasanuddin berinteraksi di media sosial Instagram.

Secara sosiologis, konsep habitus dapat membantu kita memahami bagaimana norma, nilai, dan budaya terbentuk dan dinegosiasikan dalam ruang digital. Hal ini penting untuk memahami tantangan di media sosial, seperti misinformasi, polarisasi, dan cyberbullying. Penelitian tentang "Habitus Interaksi Sosial di Media Sosial Instagram Mahasiswa Universitas Hasanuddin (Kasus Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik)" dilakukan menggunakan analisis habitus dan arena yang dikemukakan oleh Pierre Bourdieu untuk mendalami fenomena ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan maka perumusan masalah yaitu:

Bagaimana habitus interaksi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di sosial media instagram?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka penelitian ini bertujuan:

Untuk menggambarkan habitus interaksi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin di sosial media Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat secara akademis maupun praktis :

1.4.1. Manfaat akademis

- a. Untuk pengembangan ilmu pengetahuan terkait interaksi sosial ranah digital khususnya Sosiologi Masyarakat Digital
- b. Menambah wawasan kepada pembaca mengenai habitus berinteraksi di sosial media
- c. Sebagai sumber referensi tentang habitus interaksi ruang publik sosial media

1.4.2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bagi para pengambil kebijakan khususnya terkait masalah – masalah sosial yang muncul karena penggunaan media sosial, dan menjadi acuan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan etika berinteraksi di ruang publik

1.5 Teori

Teori dalam penelitian ini sangat menentukan arah penemuan kebenaran penelitian, karena teori berfungsi sebagai sumber hipotesis dan panduan dalam pengumpulan data (Susanti, 2007). Sebagai sumber hipotesis, teori mengarahkan pengujian yang dilakukan dalam penelitian. Teori juga berfungsi mengarahkan pengumpulan data. Data yang akan dikumpulkan digunakan untuk menguji hipotesis yang didasarkan pada teori.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Habitus dan arena yang merupakan bagian dari konsep teori praktik yang dikemukakan oleh Pierre Bourdieu yang menjelaskan pembentukan struktur individu membentuk kehidupan masyarakat. Menurut Bourdieu, subjek atau agen bertindak dalam kehidupannya sehari-hari dipengaruhi oleh struktur atau aturan yang ada dalam masyarakat (Mangihut, 2016).

Pierre Bourdieu sendiri lahir di Denguin, Prancis pada 1 Agustus 1930, yang merupakan lulusan salah satu sekolah bergengsi di Prancis Ecole Normale Superieure pada tahun 1951, dan tutup usia di umur 71 tahun, pada tanggal 23 Januari 2002. Sebagai sosiolog post modern, pemikiran Bourdieu banyak dipengaruhi oleh para pemikir: Aristoteles, Thomas Aquinas, Hegel, Marx, Durkheim, Max Weber, Picasso, Frantz Fanon, Jean Paul Sartre, Huserl, Saussure, Levi Strauss, Wittgenstein, Martin Heidegger, Michel Foucault, dan lain-lain

Teori yang dikemukakan oleh Bourdieu dikenal dengan istilah teori tentang praktik. Teori ini merupakan perpaduan teori yang berpusat pada agen atau aktor dengan struktur sosial, dalam membentuk kehidupan sosial (Wawan Kuswandro, 2016) Menurut Bourdieu, praktik sosial terdiri dari eksternalisasi sebagai struktur objek ketika seseorang menyerap sesuatu dari lingkungannya, dan struktur subjektif ketika mengungkapkan hasil pemahaman yang diserap seseorang melalui tindakan

Bourdieu memahami realitas sosial sebagai relasi dialektika antara individu (agen struktur subjektif) dengan struktur objektif yakni diluar kesadaran agen

seperti struktur sosial dan aturan. Relasi dialektika ini melibatkan unsur-unsur subjektif seperti mental individual, pengalaman individual, struktur kognitif, dsb yang berdialektika dengan struktur objektif. Dialektika ini menghasilkan “praktik”. Dalam relasi dialektika ini, Bourdieu memunculkan konsep-konsep untuk menjelaskan “struktur subjektif” dan “objektif” tersebut yakni yang disebutnya sebagai “*habitus*” dan arena (*field*). (Wawan Kuswandoro, 2016)

Ritzer & Goodman (2004) mendefinisikan *habitus* sebagai kebiasaan yang aktor gunakan dalam mengarungi kehidupan sosial. *Habitus* merupakan hasil internalisasi tatanan dunia sosial atau struktur sosial yang dicitakan (Fashri, 2016). *Habitus* adalah struktur mental atau kognitif yang dengan nya orang berhubungan dengan dunia sosial. Orang dibekali dengan serangkaian skema terinternalisasi yang mereka gunakan untuk memahami, mengapresiasi, dan mengevaluasi dunia sosial. *Habitus* merupakan hasil pembelajaran lewat pengasuhan, aktivitas bermain, dan juga pendidikan masyarakat dalam arti luas. Dalam interaksi dengan orang lain atau pihak luar ini, terbentuklah ranah (arena), yang merupakan jaringan relasi posisi-posisi objektif.

Bourdieu dalam esai sosiologi yang berjudul, "*The Forms of Capital*" juga menyatakan bahwa *habitus* secara erat berhubungan dengan modal (kapital), karena sebagian *habitus* juga berperan sebagai pengganda berbagai jenis modal yakni modal ekonomi, modal budaya, modal sosial dan modal simbolik (Fashri, 2016). Modal dipandang Bourdieu sebagai basis dominasi dan legitimasi. Fauzi Fashri juga mencatat, mereka yang menguasai keempat modal tersebut dalam jumlah yang besar akan memperoleh kekuasaan yang besar pula.

Modal Ekonomi yang di antaranya adalah alat- alat produksi (mesin, tanah, tenaga kerja), materi (pendapatan, benda- benda), dan uang (Krisdinanto, 2014), maka pada penelitian ini yang termasuk dalam modal ekonomi adalah smartphone atau komputer, dan kuota internet. Modal Budaya menurut Scott Harper (dalam Pebrianto et al., 2020) terdiri dari aset sosial seseorang (pendidikan, kecerdasan, gaya bicara dan pakaian, dll.) yang mempromosikan mobilitas sosial dalam stratifikasi Masyarakat. Modal sosial merujuk pada jaringan sosial yang dimiliki pelaku dalam hubungannya dengan pihak lain yang memiliki kuasa. Sedangkan Modal Simbolik menurut Bourdieu (dalam Fashri, 2016) merupakan modal yang dapat ditukar dan membawa posisi yang dapat memunculkan kekuasaan yakni kekuasaan untuk merepresentasikan dunia sosial yang legitimit atau kekuasaan simbolik.

Modal memiliki peran penting dalam sebuah ranah (arena) tujuannya menjadikan ranah memiliki daya-daya yang memberikan arti. Karakteristik modal dihubungkan dengan skema *habitus* sebagai pedoman tindakan dan klasifikasi dan ranah (arena) selaku tempat beroperasinya modal (Krisdinanto, 2016)

Instagram sebagai arena interaksi sosial digital memiliki norma dan nilai khas yang dipegang oleh komunitas penggunanya. Norma dan nilai ini, meskipun dinamis dan terus berubah, sering kali mencerminkan budaya sosial yang lebih luas

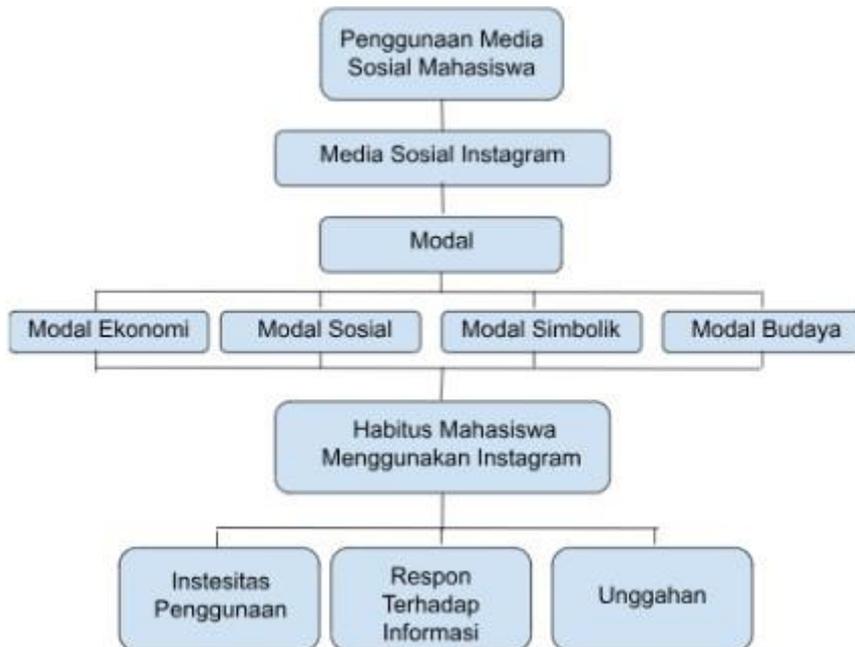
dan tren yang berlaku. Di Instagram, terdapat norma tidak tertulis yang mendorong pengguna untuk menampilkan versi terbaik dari diri mereka—membangun personal branding yang menarik perhatian. Hal ini meliputi nilai-nilai yang berkaitan dengan estetika, kesuksesan, dan eksklusivitas, di mana konten yang disajikan cenderung menonjolkan pencapaian pribadi, gaya hidup, dan pengalaman unik..

Instagram adalah platform yang mendorong kreativitas, baik dalam fotografi, videografi, maupun desain grafis. Pengguna didorong untuk menghasilkan konten yang menarik secara visual. Instagram juga memfasilitasi koneksi sosial yang luas. Namun, koneksi ini seringkali bersifat dangkal dan lebih fokus pada jumlah pengikut daripada kualitas hubungan.

1.6 Kerangka Pikir

Penggunaan media sosial yang kini jumlahnya terus meningkat, terlebih dikalangan mahasiswa, memunculkan cara – cara baru dalam berinteraksi yang memiliki perbedaan didunia nyata, yaitu sebuah arena bernama media sosial. Konsep Habitus menjelaskan kebiasaan yang terbentuk dalam berinteraksi, salah satunya di Instagram sebagai arena. Teori ini merupakan bagian dari konsep teori praksis sosial yang dikemukakan oleh Pierre Bourdieu. Praksis sosial dalam penelitian ini merujuk pada bagaimana cara individu berinteraksi di dunia maya (media sosial).

Berhubungan dalam dunia media sosial dalam hal ini menjadi arena atau medium bagi seseorang *user* (pengguna Instagram) memperoleh pengaruh atau pengakuan akan eksistensi dirinya sebagai mahasiswa dan segala aktivitasnya. Para user ini harus bertahan dalam membentuk *personal brandingnya* di Instagram. Karenannya habitus mereka saja akan tetapi untuk dapat bertahan didalamnya juga membutuhkan beberapa modal yakni modal budaya, modal sosial, modal simbolik, modal ekonomi. Pada penelitian ini, akan mengkaji modal yang digunakan mahasiswa dalam arena dapat menciptakan sebuah habitus atau kebiasaan dalam berinteraksi di Instagram.



1.7 Definisi Operasional

1.7.1. Praxis sosial

Praxis sosial adalah tindakan sosial yang dilakukan oleh individu dalam konteks sosial tertentu, yang tujuannya untuk memahami perilaku manusia dan menganalisis kesenjangan sosial, yang dimana habitus, modal, dan arena menjadi komponen utamanya

1.7.2. Habitus

Habitus adalah seperangkat kebiasaan, sikap, dan cara berpikir yang terbentuk secara tidak sadar dalam diri seseorang akibat pengaruh lingkungan sosialnya. Habitus ini seperti "program internal" yang membimbing kita dalam bertindak dan berinteraksi dengan dunia.

1.7.3. Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke laman akun instagram pribadinya. Akun Instagram memiliki dua jenis yakni akun yang bersifat bisnis dan pribadi, dalam penelitian ini difokuskan pada akun pribadi, sebab penelitian ini mencoba mengetahui persepsi penggunaanya terhadap etika dalam berinteraksi di Instagram

1.7.4. Mahasiswa

Mahasiswa merupakan seorang individu yang melanjutkan studinya ke jenjang strata 1 di Lembaga pendidikan yang dikenal sebagai universitas. mahasiswa yang dimaksud dalam penelitian ini sedang berstudi di jenjang strata satu Universitas Hasanuddin dan berasal dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik angkatan 2020 hingga 2023. Selain itu, memiliki akun dan aktif menggunakan media sosial Instagram

1.7.5. Modal

Modal atau *capital* adalah keempat modal yang digunakan untuk dapat bertahan dan berinteraksi dalam arena (Instagram) yakni modal ekonomi , modal sosial , modal budaya, dan modal simbolik

1.7.6. Modal Ekonomi

Modal Ekonomi adalah segala bentuk sumber daya material untuk mengakses Instagram yakni alat yang digunakan dan jenis preferensi jaringan yang digunakan.

1.7.7. Modal Budaya

Modal Budaya adalah sumber daya yang merujuk pad pengetahuan, keterampilan, dan disposisi kultural yang diperoleh seseorang, yang mencakup Pendidikan formal, bahasa yang dikuasai serta prestasi yang dimiliki.

1.7.8. Modal Sosial

Modal Sosial adalah sumber daya yang terkait jaringan sosial seseorang dalam hal ini jumlah pengikut (*followers*) dan jumlah akun yang diikuti (*following*), serta kualitas hubungan yang terjalin.

1.7.9. Modal Simbolik

Modal Simbolik adalah pengakuan dan legitimasi sosial yang diperoleh seseorang atas modal yang dimiliki yang mencakup prestise, otoritas, legitimasi. Dalam penelitian ini yaitu adalah jabatan organisasi yang dimiliki

1.8 Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini digambarkan perbandingan beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan cara berinteraksi masyarakat di media sosial.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Metodologi	Hasil
1	Hadrian	2023	Perilaku	Kualitatif	Hasil dari

	Febriana,		Oversharing di Media Sosial	Deskriptif dan Teknik pengambilan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi dokumentasi, dengan menentukan informan menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> .	penelitian ini menemukan bahwa mahasiswa FISIP Universitas Hasanuddin memiliki tiga motif tindakan melakukan perilaku oversharing di media sosial yaitu; motif sosial, motif ekonomi, dan motif keagamaan. bentuk perilaku oversharing dalam interaksi sosial mahasiswa FISIP Univeristas Hasanuddin di media sosial yaitu; postingan aktivitas keseharian, postingan kehidupan asmara atau keluarga, penandaan lokasi terbaru (geotag), dan postingan informasi keagamaan dan edukasi. Interaksi sosial yang di maksud dalam penelitan ini adalah bentuk interaksi yang dilakukan dalam kehidupan sehari-
--	-----------	--	-----------------------------	---	--

					hari kemudian diabadikan melalui media sosial, dan tindakan tersebut bertujuan untuk menguatkan hubungan yang sudah ada, membangun relasi baru dengan pihak lain dan membentuk interaksi yang lebih intens
2	Sri Hapsari Wijayanti, Kasdin Sihotang, Vanessa Emmily Dirgantara, dan Maytriyanti.	2022	Bentuk- Bentuk Etika Bermedia Sosial Generasi Milenial	Kualitatif dan Kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data wawancara, penyebaran kuisioner, dan studi literatur. Teknik yang digunakan untuk menentukan informan adalah <i>Purposive Sampling</i>	Partisipan penelitian ini menjaga etika berkomunikasi dalam berbagai bentuk, yaitu tidak menyinggung perasaan orang lain, membaca ulang pesan sebelum dikirim jika itu merupakan informasi yang penting, memilih waktu yang tepat, memilih kata yang tepat, memperkenalkan diri, mengucapkan salam dan terima kasih, meminta izin, menggunakan sapaan hormat, meminta dengan bentuk santun boleh, menggunakan prapermintaan,

					<p>dan berusaha mengendalikan emosi.</p> <p>Etika bermedia sosial dengan dosen atau orang yang belum dikenal dijaga dengan menggunakan kata-kata yang sopan dan santai. Meskipun demikian, dari pengamatan diketahui mereka masih memperlihatkan pelanggaran tatakrama, yaitu menggunakan kata-kata kotor dan kasar.</p>
3	Hana Nur Azizah	2023	Pemahaman Etika Bermedia Sosial Instagram Sebagai Ruang Publik Virtual Pada Remaja	Kualitatif , dan Teknik pengambilan data adalah wawancara, dan studi kasus. Teknik yang digunakan untuk menentukan informan adalah <i>Purposive Sampling</i> .	Ada beberapa etika yang sudah diterapkan dalam menggunakan Instagram yaitu paham batasan publik dan privat, cara menyampaikan opini dan komentar di media sosial. Remaja merupakan kelompok yang mendominasi pengguna media sosial. Etika yang dipahami remaja

					<p>dalam bermain media sosial dengan menerapkan batasan-batasan antara ruang publik dan ruang privat bagi diri sendiri. Batasan yang paling sering dilakukan di ruang virtual dapat berupa mengunci akun Instagram ke akun privat atau memilah jenis postingan yang ingin dibagikan. Kemudian etika menyampaikan opini dan berkomentar ditandai dengan memperhatikan penggunaan bahasa yang baik dan sopan, memastikan sumber berita yang valid, tidak menyinggung orang lain, tidak menyebarkan hoaks, ujaran kebencian, dan merugikan pihak lain.</p>
--	--	--	--	--	---

Berdasarkan pada beberapa penelitian di atas terlihat bahwa bentuk kebiasaan cara bermedia sosial secara umum hampir sama dengan cara berinteraksi di dunia nyata. Pada kalangan mahasiswa sendiri berkembang suatu fenomena *Oversharing*, dimana membagikan berbagai hal ini dipengaruhi oleh tiga

motif yaitu motif sosial, ekonomi, dan agama. Ketiga penelitian memberikan kesimpulan dalam berkomunikasi perlu memilah dan memilih tentang apa yang akan dibagikan, baik pesan teks, foto, video, hingga lokasi terkini. Dalam (Azizah, 2023) secara spesifik yang menjadi objek penelitiannya adalah mahasiswa, dan bentuk pemahaman etika berinteraksi di media sosial adalah dengan cara menerapkan batasan-batasan antara ruang publik dan ruang privat bagi diri sendiri. Batasan yang paling sering dilakukan di ruang virtual dapat berupa mengunci akun Instagram ke akun privat atau memilah jenis postingan yang ingin dibagikan.

Adapun penelitian yang akan penulis lakukan lebih menekankan pada habitus interaksi di media sosial Instagram mahasiswa, yang terbentuk oleh modal yang dimiliki para agen (pengguna instagram) dalam sebuah arena yakni media sosial instagram

BAB II METODE PENELITIAN

2.1 Tempat dan Waktu

Penelitian akan dilaksanakan pada bulan April 2024 hingga Mei 2024. Penelitian diawali dari observasi awal, penyusunan proposal, pengambilan data primer dan sekunder, dan sampai pada analisis dan pengolahan data. Adapun lokasi penelitian yang dipilih adalah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Hasanuddin. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin berada di Jalan Perintis Kemerdekaan KM.10, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Universitas Hasanuddin dipilih menjadi lokasi penelitian ini karena pada umumnya mahasiswa FISIP aktif menggunakan sosial media Instagram dengan latar belakang kultur dan kepemilikan modal sosial yang berbeda, sehingga penulis dapat menemukan beragam habitus interaksi sosial di media sosial Instagram Mahasiswa. Terlebih penulis sebelumnya telah melakukan observasi terhadap mahasiswa FISIP Universitas Hasanuddin dan merasa FISIP Universitas Hasanuddin merupakan lokasi yang tepat dengan topik penelitian ini.

2.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai pendekatan penelitian yang digunakan untuk menggambarkan gejala atau fenomena sosial secara kuantitatif dengan cara menghimpun data yang berbentuk kata-kata atau kalimat yang nantinya akan diolah secara kuantitatif dengan mengonversi data secara numerik menjadi frekuensi atau tingkat. Pendekatan kuantitatif akan memisahkan dunia sosial ke dalam unsur-unsur empiris yang disebut variabel dengan tujuan untuk mencari keteraturan pada kehidupan manusia (Martono, 2016).

Tipe penelitian yang digunakan adalah Deskriptif. Deskriptif adalah tipe penelitian yang diarahkan untuk memaparkan gejala, fakta, dan kejadian secara sistematis dan terarah (Maksum, 2012). Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan dengan maksud memberikan gambaran terhadap karakter sebuah gejala sosial, variabel, ataupun kelompok sosial (Martono, 2016). Alasan peneliti menggunakan tipe penelitian deskriptif adalah untuk mendeskripsikan secara kuantitatif terkait dengan habitus interaksi sosial di media sosial Instagram mahasiswa Universitas Hasanuddin..

2.3 Populasi dan Sampel

Menurut Saumure dan Given dalam (Martono, 2016), populasi merupakan konsep penelitian yang mengacu pada keseluruhan individu yang berada dalam satu ruang lingkup yang sama, memiliki kriteria sesuai dengan yang telah ditentukan, dan akan dilibatkan sebagai sumber data primer dalam proses penelitian.

2.3.1. Populasi

Karakteristik yang digunakan untuk menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP) Universitas Hasanuddin Kota Makassar. Terdaftar secara resmi sebagai mahasiswa aktif S1 di tujuh program studi semester akhir tahun ajaran 2022/2023 yang ada di FISIP Universitas Hasanuddin

Tabel 2.1 Distribusi Mahasiswa FISIP Tahun Ajaran 2022/2023

NO	Program Studi	Jumlah Mahasiswa
1	Ilmu Politik	310
2	Ilmu Pemerintahan	314
3	Ilmu Hubungan Internasional	542
4	Ilmu Administrasi Negara	404
5	Ilmu Komunikasi	451
6	Sosiologi	338
7	Antropologi	248
Jumlah		2607

Sumber: Kantor Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
(2023)

2.3.2. Sampel

Dalam survey, tidak semua individu dalam populasi akan diteliti, melainkan peneliti akan melakukan pengambilan sampel. Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki kriteria atau keadaan tertentu yang sesuai dengan penelitian dan dipilih dengan tata cara tertentu agar dapat mewakili populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian akan memungkinkan peneliti untuk tidak perlu meneliti semua individu dalam populasi sehingga membuat pelaksanaan penelitian menjadi lebih efisien dan efektif. kuantitatif, sampel adalah hal yang penting untuk diperhatikan karena memengaruhi keabsahan hasil penelitian. (Martono, 2016)

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik sampling acak sederhana (*simple random sampling*). *simple random sampling* adalah teknik penentuan sampel dilakukan pada sebuah populasi atau semesta dengan cara tertentu sehingga setiap anggota populasi atau semesta tadi memiliki peluang yang sama untuk terpilih atau terambil. (Kerlinger, 2002). Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa FISIP Universitas Hasanuddin yang memiliki akun Instagram dan aktif menggunakannya.

Adapun penentuan jumlah mahasiswa yang akan diambil sebagai responden dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin akan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% atau 0,1, rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangannya:
 n = Jumlah sampel
 N = Jumlah populasi
 e = Batas toleransi kesalahan
 Pada penelitian ini diketahui bahwa:

$N = 2607$ orang

$e = 0,1$ atau 10%

$$n = 1 + \frac{2607}{2607 \cdot 0,1^2}$$

$$n = 1 + \frac{2607}{2607 \cdot 0,01}$$

$$n = 1 + \frac{2607}{26,07}$$

$$n = 260727,07$$

$n = 96$ dibulatkan menjadi 100 sampel

Berdasarkan perhitungan sampel dengan menggunakan rumus Slovin maka didapatkan jumlah sampel sebanyak 96, dan dibulatkan menjadi 100 orang.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan kumpulan informasi yang diperoleh oleh peneliti untuk memberikan gambaran secara spesifik mengenai suatu obyek yang nantinya akan digunakan untuk menjawab dan memecahkan masalah penelitian. Data dalam sebuah penelitian dapat diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan berbagai teknik selama proses penelitian berjalan. Penelitian ini akan mengumpulkan data kuantitatif dengan menggunakan skala pengukuran data nominal (data kategori) dan ordinal (kategori yang berjenjang) (Sakaria, et.al, 2022).

Berdasarkan sumbernya, ada dua data yang akan digunakan dalam penelitian, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah berbagai informasi yang dikumpulkan di lokasi penelitian secara langsung oleh peneliti dengan melalui observasi atau melalui responden sebagai sumber pertama. Data sekunder adalah berbagai informasi yang tidak dikumpulkan secara langsung melalui sumber pertama (responden), melainkan peneliti hanya memanfaatkan data yang sudah diperoleh oleh pihak lain. (Martono, 2016).

Dalam mengumpulkan data, ada tiga teknik pengumpulan yang digunakan yaitu kuesioner, observasi, dan dokumentasi.

2.4.1. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden untuk memperoleh informasi mengenai pengetahuan dan pengalaman tentang objek yang akan diteliti. Pertanyaan-pertanyaan tertulis dalam kuisisioner dapat bersifat terbuka, tertutup, langsung, dan tidak langsung. Prosedur menyusun kuisisioner dimulai dari menetapkan tujuan, mengidentifikasi variabel, membuat sub-sub variabel, dan menentukan jenis data yang akan dikumpulkan (Siyoto & Sodik, 2015). Kuisisioner dijawab oleh responden secara online dengan cara mengakses halaman yang telah dibuat dan dibagikan peneliti melalui situs google form..

2.4.2. Observasi

Teknik pengumpulan data ini merupakan data yang diperoleh melalui pengamatan langsung terhadap fenomena yang relevan dengan fokus penelitian. Peranan yang paling penting dalam proses observasi adalah pengamat, pengamat harus jeli dan peka. Metode observasi adalah prosedur pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara melihat, mengamati, dan mencatat perilaku, dan pembicaraan subjek penelitian dengan pedoman observasi (Hardani et al., 2020).

2.4.3. Dokumentasi

Tidak kalah penting dari metode pengumpulan data adalah dengan dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, dan sebagainya. Dalam menggunakan metode dokumentasi ini peneliti memegang checklist untuk mencari variabel yang sudah ditentukan. Apabila muncul variabel yang dicari, maka peneliti tinggal membubuhkan tanda chek atau tally ditempat yang sesuai (Hardani et al., 2020)

2.5 Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Patton dalam (Sustiyo Wandu Tri Nurharsono, 2013) adalah suatu proses mengatur urutan data ke dalam suatu kategori dan kesatuan uraian dasar. Analisis data merupakan proses pengolahan, penyajian, interpretasi, dan analisis data yang diperoleh dari lapangan dengan tujuan agar data yang disajikan memiliki makna, sehingga pembaca mampu memahami hasil penelitian kita (Martono, 2016). Penelitian ini melibatkan analisis data kuantitatif, analisis ini melibatkan beberapa proses pengolahan instrumen penelitian, berupa angket atau instrumen lain. Data dari instrumen diolah dengan prosedur tertentu untuk kemudian disajikan secara sederhana agar mudah dipahami oleh peneliti dan pembaca Tahap analisis data sebagai berikut:

3.5.1. Data Coding

Data coding atau mengkode data merupakan suatu proses penyusunan data mentah secara sistematis (yang ada dalam bentuk kuisisioner survei, surat

kabar, majalah, buku, karya sastra-analisis isi) ke dalam bentuk yang mudah dibaca oleh mesin pengolah data (komputer).

3.5.2. Data Entering

Data entering merupakan proses pemindahan data yang telah diubah dalam kode angka ke dalam komputer. Proses ini dilakukan dengan memasukkan data hasil coding ke dalam komputer untuk selanjutnya diolah menggunakan program tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program SPSS Statistic 25.0

3.5.3. Data Analyzing

Data analyzing atau menganalisis data merupakan tahap akhir dalam penelitian. Tahap ini mengharuskan peneliti menguji dan menginterpretasikan data yang sudah diperoleh selama pengumpulan data di lapangan. Peneliti akan melakukan pengujian terhadap data menggunakan program SPSS Statistic Ver. 27

2.6 Teknik Penyajian Data

Data yang telah diperoleh kemudian disajikan dalam bentuk tabel frekuensi dan diagram yang disertai dengan narasi sesuai dengan tujuan penelitian dalam rangka memudahkan setiap orang yang ingin mengetahui hasil penelitian, dengan tujuan agar data yang telah diolah dapat mempermudah peneliti dalam mendeskripsikan data serta mempermudah pembaca dalam mengetahui maksud dalam penelitian.

2.6.1. Tabel Distribusi Frekuensi (DF)

Tabel distribusi frekuensi merupakan tabel yang digunakan untuk menampilkan persebaran data dalam suatu distribusi. Penyusunan tabel distribusi frekuensi bermanfaat untuk memudahkan kita dalam penyajian data sehingga mudah dipahami dan mudah dibaca sebagai bahan informasi, pada gilirannya dapat digunakan untuk perhitungan membuat gambar statistik dalam berbagai bentuk penyajian data (Martono, 2016)

2.6.2. Tabel Silang

Tabel silang atau tabel kontingensi adalah pengelompokan data dari dua variabel dengan cara pengklasifikasian silang antara kedua variabel yang ada. Hasilnya ditampilkan dalam bentuk tabel yang merefleksikan distribusi bersama dua atau lebih variabel dengan jumlah kategori yang terbatas.(Jannah, 2019).

2.6.3. Pie Chart

Merupakan sebuah diagram yang berbentuk lingkaran, lingkaran tersebut dibagi menjadi beberapa bagian atau wilayah guna menunjukkan persentase masing-masing kelas (Martono, 2016). Disini *pie chart* akan

menjelaskan presentasi dari beberapa pertanyaan terkait habitus sehingga memudahkan pembaca memahami hasil penelitian ini dengan baik.

