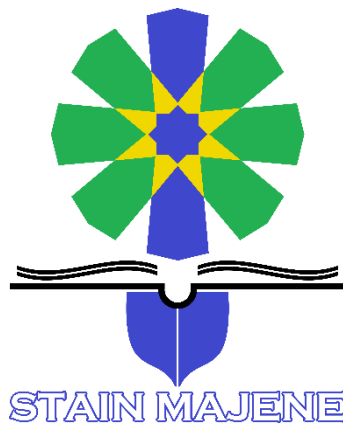


**OPTIMALISASI PENCITRAAN DIRI DI INSTAGRAM UNTUK
MENINGKATKAN EFIKASI MAHASISWA STAIN MAJENE
DALAM MENGHADAPI DUNIA KERJA**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)
pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Jurusan Ushuluddin,
Adab, dan Dakwah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene

Oleh

MAYASARI
NIM: 30356121029

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI MAJENE
2025**

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Optimalisasi Pencitraan Diri di Instagram untuk Meningkatkan Efikasi Mahasiswa STAIN Majene dalam Menghadapi Dunia Kerja” yang disusun oleh **Mayasari NIM: 30356121029**, mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah STAIN Majene, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada Kamis, 21 Agustus 2025 M. bertepatan dengan 27 Safar 1447 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan beberapa perbaikan.

Majene, 05 Oktober 2025 M

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Dr. Muhammad Rais, M.Si.	(.....)
Sekretaris	: Rahmat Nurdin. M.Ag.	(.....)
Munaqisy I	: Nurul Islam, S.Kom., M.Si.	(.....)
Munaqisy II	: Muh. Aswad, S.Kom.I., M.Sos.	(.....)
Pembimbing I	: Ir.Mila Jumarlis, S.Pt., S.Kom., M.Kom.	(.....)
Pembimbing II	: Dr. Nirwan Wahyudi AR, S.Sos., M.Sos	(.....)

Diketahui Oleh:

Ketua Jurusan Ushluddin Adab dan Dakwah



Dr. Muhammad Rais, M.Si.
NIP: 197111192006041022

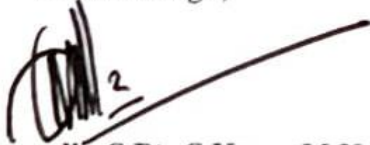
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi saudari Mayasari NIM: 30356121029, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Jurusan Ushuluddin, Adab, dan Dakwah STAIN Majene, setelah meneliti dan mengoreksi secara seksama skripsi berjudul “Optimalisasi Pencitraan Diri di Instagram untuk Meningkatkan Efikasi Mahasiswa STAIN Majene dalam Menghadapi Dunia Kerja” memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diseminarkan.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

Majene, 05 Agustus 2025

Pembimbing I,



Ir. Mila Jumarlis, S.Pt., S.Kom., M.Kom.

NIP: 19860905 201903 2 011

Pembimbing II,



Dr. Nirwan Wahyudi AR, S.Sos., M.Sos

NIP: 19930912 201903 1 006

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mayasari
Nim : 30356121029
Tempat, Tanggal Lahir : Salutahongan, 11 Februari 2002
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Jurusan : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Alamat : Salutahongan, Kecamatan Malunda, Kabupaten
Majene
Judul : Optimalisasi Pencitraan Diri di Instagram untuk
Meningkatkan Efikasi Mahasiswa STAIN Majene
dalam Menghadapi Dunia Kerja

Menyatakan dengan sesungguhnya dengan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya, batal demi hukum.

Majene, 05 Oktober 2025

Penyusun



Mayasari
Mayasari

30356121029

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Swt. yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah, dan ilmu pengetahuan sehingga penulis telah dapat menyelesaikan karya atau skripsi ini yang berjudul “Optimalisasi Pencitraan Diri di Instagram untuk Meningkatkan Efikasi Mahasiswa STAIN Majene dalam Menghadapi Dunia Kerja”. Sholawat serta salam kita kirimkan kepada junjungan kita, baginda Nabi Muhammad saw., yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Akan tetapi, karena adanya dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta atas doa dan dukungan, sehingga penulis bisa sampai ke titik ini.
2. Prof. Dr. Wasilah Sahabuddin, S.T, M.T. selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene, Dr. Muhammad Nasir, M.A. selaku Wakil Ketua I STAIN Majene, Dr. Basman, M.Ag selaku Wakil Ketua II, Abdul Rahman, M.Pd., Ph.D. selaku Wakil Ketua III STAIN Majene.
3. Dr. Muhammad Rais, M. Si. selaku Ketua jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah.
4. Dr. Nirwan Wahyudi AR, M.Sos. selaku Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

5. Ir. Mila Jumarlis, S.Pt., S.Kom., M.Kom. selaku pembimbing I dan Dr. Nirwan Wahyudi AR, M.Sos. selaku pembimbing II yang telah sabar memberikan bimbingan, arahan, dan masukan berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Nurul Islam, M.Si. selaku penguji I dan Muh. Aswad, S.Kom.I., M.Sos. selaku penguji II yang telah memberikan masukan dan saran demi penyempurnaan skripsi ini.
7. Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan bekal ilmu dan wawasan selama masa perkuliahan.
8. Seluruh informan penelitian yang telah meluangkan waktunya dan memberikan informasi yang sangat bermanfaat bagi penyusunan penelitian ini.
9. Keluarga, sahabat dan seluruh teman seperjuangan KPI angkatan 2021, yang telah banyak membantu penulis, memberikan dukungan dan motivasi mulai dari awal perkuliahan sampai selesai.

Atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan semoga menjadi nilai ibadah di sisi Allah Swt. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca. Aamiin.

Majene, 5 Agustus 2025

Peneliti

Mayasari
NIM:30356121029

DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus dan Deskripsi Fokus	6
C. Rumusan Masalah	8
D. Kajian Pustaka.....	8
E. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	12
BAB II TINJAUAN TEORETIS	14
A. Pencitraan Diri (<i>Personal Branding</i>)	14
B. Media Sosial.....	18
C. Efikasi Diri (<i>Self-Efficacy</i>).....	25
D. Tantangan Dunia Kerja	33
E. Kerangka Konseptual	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Jenis dan Lokasi Penelitian	37
B. Pendekatan Penelitian	37
C. Sumber Data.....	38
D. Metode Pengumpulan Data	39
E. Instrumen Penelitian	42
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	43
G. Pengujian Keabsahan Data.....	45

BAB IV PENCITRAAN DIRI DI INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN EFIKASI MAHASISWA STAIN MAJENE DALAM MENGHADAPI DUNIA KERJA	46
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	46
B. Pemaknaan Pencitraan Diri di Instagram oleh Mahasiswa STAIN Majene dalam Menghadapi Dunia Kerja	54
C. Proses Pembentukan dan Optimalisasi Pencitraan Diri Mahasiswa STAIN Majene di Instagram untuk Meningkatkan Efikasi Diri dalam Menghadapi Dunia Kerja	61
BAB V PENUTUP	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN.....	105
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	137

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Penelitian yang Akan Dilakukan.....	8
Table 1.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	9
Table 1.2 Pencitraan Diri dan Efikasi Diri.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Instagram @yassersfrrr_	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	35
Gambar 4. 2 Akun Instagram @candra6aputra.....	50
Gambar 4. 3 Akun Instagram @mulqitalent_	51
Gambar 4. 4 Akun Instagram @fikaanss_	52
Gambar 4. 5 Akun Instagram @emmi_mutaamidan	53
Gambar 4. 6 Akun Instagram @sariana16_	53
Gambar 4. 7 <i>Highlight</i>	81
Gambar 4. 8 <i>Caption</i> Anafika Sariatul Umi dan Emmi Mutaammidan.....	82
Gambar 4. 9 <i>Feed</i> Muhammad Yassir Safri dan Candra	83

ABSTRAK

Nama : Mayasari
NIM : 30356121029
Program Studi : Komunikasi dan penyiaran Islam
Judul : Optimalisasi Pencitraan Diri di Instagram untuk Meningkatkan Efikasi Mahasiswa STAIN Majene dalam Menghadapi Dunia Kerja

Penelitian ini mengkaji bagaimana mahasiswa STAIN Majene memaknai pencitraan diri di Instagram dalam menghadapi dunia kerja serta bagaimana proses pembentukan dan optimalisasi pencitraan diri tersebut untuk meningkatkan efikasi diri.

Jenis penelitian adalah kualitatif yang menghasilkan data deskriptif, seperti ungkapan tertulis atau lisan dari individu serta perilaku yang dapat diamati. Pengumpulan data diperoleh melalui proses observasi, wawancara dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memaknai pencitraan diri di Instagram sebagai sarana strategis untuk menyiapkan diri menghadapi dunia kerja. Pemaknaan tersebut mencakup upaya menunjukkan identitas profesional, menyajikan portofolio digital, serta menjaga kesadaran terhadap jejak digital dan reputasi. Proses pembentukan dan optimalisasi pencitraan diri mengacu pada konsep Peter Montoya, khususnya aspek spesialisasi, kepribadian, dan reputasi, dengan memanfaatkan fitur Instagram seperti *feed*, *highlight*, *bio*, *caption*, dan foto profil. Strategi ini dapat meningkatkan efikasi diri sebagaimana dijelaskan oleh Albert Bandura, terutama dalam membentuk rasa percaya diri, keyakinan terhadap kemampuan, dan kesiapan menghadapi tantangan dunia kerja. Hal yang juga penting dalam mengoptimalkan pencitraan diri sebagai mahasiswa perguruan tinggi keagamaan Islam negeri adalah kemampuan mengintegrasikan nilai-nilai keislaman serta mengutamakan konten positif dan bermanfaat.

Penelitian ini berimplikasi pada perlunya mahasiswa mengoptimalkan media sosial, seperti Instagram, untuk membangun citra positif dan profesional sesuai minat masa depan melalui konten yang konsisten, autentik, dan beretika, karena pemanfaatan yang terarah dapat meningkatkan kepercayaan diri dan kesiapan kerja.

Kata kunci: pencitraan diri, media sosial, efikasi diri, dunia kerja.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu wujud dari kemajuan ini adalah kemunculan media sosial yang tidak hanya menjadi sarana berinteraksi, tetapi juga memungkinkan individu untuk menampilkan citra diri sesuai dengan keinginan dan kebutuhan sosialnya.¹ Dalam konteks ini, media sosial berperan sebagai ruang sosial virtual tempat berlangsungnya proses komunikasi dua arah, sekaligus menjadi wadah bagi setiap individu untuk membangun identitas digital.

Instagram, sebagai salah satu media sosial berbasis visual menjadi sangat populer di kalangan generasi muda, termasuk mahasiswa. Data terbaru menunjukkan bahwa pengguna Instagram di Indonesia telah menembus angka 103 juta orang pada awal tahun 2025, meningkat sekitar 2,5 juta dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan popularitas dan daya jangkauan platform ini.² Visualisasi yang menarik, ditambah dengan berbagai fitur interaktif seperti *story*, *reels*, dan *live streaming*, menjadikan Instagram sebagai media yang tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga untuk menyampaikan pesan, membentuk persepsi publik, dan menciptakan citra diri yang positif.

Melalui fitur-fitur yang disediakan, pengguna Instagram dapat membagikan foto, video pendek, cerita singkat, dan konten kreatif lainnya. Hal ini membuka peluang besar bagi siapa pun, termasuk mahasiswa, untuk menampilkan potensi, kreativitas, dan kepribadian mereka. Sehingga di era digital sekarang,

¹ Irwansyah, Haikal Ibnu Hakim, Viana Polin, ‘*Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Dalam Masyarakat 5.0*’, Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 10.23 (2024), h. 287–288.

² Simon Kemp, “Digital 2025: Indonesia “, <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia> diakses pada Sabtu 27 April 2025.

keterampilan memanfaatkan media sosial seperti Instagram bukan lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan, terutama dalam membangun reputasi dan citra diri yang positif.³

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi yang tumbuh di era digital memiliki keunggulan dalam beradaptasi dengan teknologi dan media sosial. Mereka tumbuh dalam lingkungan yang terkoneksi dengan internet, sehingga sudah terbiasa menggunakan berbagai platform digital dalam aktivitas sehari-hari. Dengan pemanfaatan yang tepat, mahasiswa dapat menggunakan Instagram untuk membangun citra diri, memperkenalkan diri kepada publik, serta menunjukkan nilai, kompetensi, dan kredibilitas yang mereka miliki.⁴

Pencitraan diri merupakan proses sadar dan terencana yang dilakukan seseorang untuk membentuk persepsi masyarakat terhadap siapa dirinya, apa yang ia perjuangkan, dan bagaimana nilai-nilai dirinya ditampilkan kepada publik. Ini mencakup berbagai aspek, mulai dari kepribadian, kemampuan, gaya komunikasi, hingga etika dan integritas.⁵ Dalam dunia kerja yang penuh persaingan, pencitraan diri menjadi aset penting yang mampu memengaruhi cara orang lain memberikan kepercayaan dan peluang kepada individu tersebut.

Namun, tidak semua mahasiswa menyadari potensi Instagram dalam membentuk pencitraan diri secara profesional. Berdasarkan penelitian awal, sebagian mahasiswa masih menggunakan media sosial sebagai sarana hiburan atau ekspresi spontan tanpa arah yang jelas. Padahal, jika dimanfaatkan secara optimal,

³ Edward Sando and Anny Valentina, 'Analisis Gaya Konten Video Pada Reels Instagram Terhadap Keterlibatan Dan Pengalaman Audiens', *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1.3 (2023), h. 241–242.

⁴ Cecilia Liusca Winata, S. Kunto Adi Wibowo, Ikhsan Fuady, 'Personal Branding pada Konten Feeds Fashion Blogger @tamaradai dan @elikaboen di Instagram', *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7,1 (2024), h. 26-27

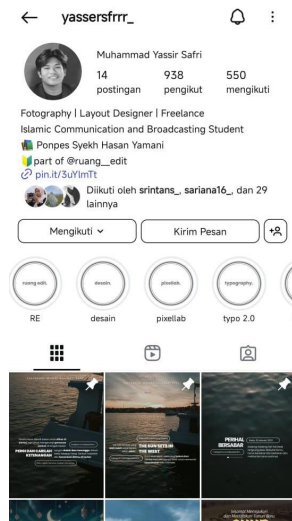
⁵ Riyadi, dkk, "Personal Branding Ridwan Kamil Melalui Media Sosial Instagram Pasca Menjabat Sebagai Gubernur Jawa Barat". *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, 4.1 (2024). h. 237.

Instagram dapat menjadi aset strategis untuk menampilkan potensi diri, memperkuat efikasi diri, dan meningkatkan kesiapan menghadapi dunia kerja.

Meskipun tingkat pengangguran terbuka (TPT) di Indonesia mengalami penurunan dari 6,26 persen pada tahun 2021 menjadi 4,76 persen pada tahun 2025, data dari Badan Statistik (BPS) menunjukkan bahwa mayoritas pengangguran masih didominasi oleh kelompok usia 15-24 tahun. Kelompok ini termasuk para lulusan baru perguruan tinggi yang belum terserap secara optimal di dunia kerja⁶. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan pendidikan formal belum sepenuhnya menjamin kesiapan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja. Oleh karena itu, mahasiswa dituntut tidak hanya memiliki pengetahuan akademik, tetapi juga mampu membangun pencitraan diri yang positif sebagai upaya untuk meningkatkan efikasi diri dalam menghadapi dunia kerja.

Lingkungan STAIN Majene, telah terlihat sebagian mahasiswa yang mulai memanfaatkan Instagram untuk menunjukkan karya, pencapaian akademik maupun non-akademik, dan berbagai aktivitas positif lainnya. Misalnya, ada yang secara rutin membagikan kegiatan organisasi, proyek sosial, prestasi lomba, hingga konten-konten kreatif dan edukatif berbasis nilai-nilai keislaman. Praktik tersebut menunjukkan bahwa sudah ada kesadaran di kalangan mahasiswa tentang pentingnya membangun citra diri secara profesional sebagai persiapan menghadapi dunia kerja. Berikut merupakan gambar akun Instagram mahasiswa STAIN Majene, yang memanfaatkan platform Instagram untuk membangun pencitraan diri.

⁶Badan Pusat Statistik “tingkat pengangguran terbuka” <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTQZlZl=/unemployment-rate-by-province.html> diakses pada Jumat 30 Mei 2025.



Gambar 1. 1 Akun Instagram @yassersfrrr_

Gambar di atas, merupakan akun Instagram milik pengguna @yassersfrrr_ yang aktif membuat konten kreatif berdasarkan keterampilannya. Konten-konten yang diposting yang didasarkan pada keterampilan yang dimilikinya, terutama dalam bidang desain grafis dan fotografi. Pada unggahan-unggahannya tersebut, pengguna tidak hanya menampilkan karya visual, tetapi juga untuk membangun citra profesional yang mencerminkan kreativitas, identitas, serta potensi yang dimiliki. Aktivitas ini menjadi bagian untuk proses membangun pencitraan diri, dimana pengguna memanfaatkan platform Instagram untuk menunjukkan kompetensi kepada publik, untuk dapat membantu meningkatkan efikasi mahasiswa termasuk dalam konteks menghadapi dunia kerja.

Efikasi diri menjadi aspek penting dalam membangun kesiapan menghadapi dunia profesional. Menurut Apriansyah, efikasi diri adalah kepercayaan yang dimiliki seseorang untuk menguasai situasi demi mencapai target yang diinginkan.⁷ Sejalan dengan Saifuddin, efikasi diri menjadi penentu dalam

⁷ Hesty Prima Rini Dwiki Osa Malikian, ‘*Pengaruh Self Efficacy Dan Pengalaman Magang Msib Terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Prodi Manajemen Upn “Veteran” Jawa Timur*’, Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi, 8.3 (2024), h. 1397–411.

keteguhan bertindak dan kemampuan mengontrol berbagai kondisi kehidupan, termasuk dalam dunia kerja.⁸ Seseorang dengan efikasi diri yang kuat tidak hanya percaya pada kemampuannya sendiri, tetapi juga memiliki arah hidup yang jelas dan berani mengambil peluang. Dalam Islam, konsep ini juga dikuatkan oleh dimensi spiritual yang mendalam, salah satunya tercermin dalam doa Nabi Musa a.s. yang terdapat dalam QS. Thaha/20:25–28:

قَالَ رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي^{٢٥} وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي^{٢٦} وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِّنْ لِّسَانِي^{٢٧} يَفْقَهُوا قَوْلِي^{٢٨}

Terjemahnya:

“Dia (Musa) berkata “wahai Tuhanku, lapangkanlah dadaku mudahkan untukku urusanku dan lepaskan kekakuan dari lidahku agar mereka mengerti perkataanku.”⁹

Terjemahan Bahasa Mandar:

“(Musa) ma’uang:”E Puangngu, pamaloangana’ dada’u, anna pamalomoanga’ urusannu, anna lappasangi mato’dorna lilau, mamoare’i ise’iya mappahangi pau’u.”¹⁰

Doa ini adalah bentuk penguatan mental dan keyakinan atas potensi diri, relevan dengan makna efikasi diri dalam konteks modern. Sebagaimana dalam Tafsir Al-Misbah, mengingatkan bahwa setiap individu memiliki kemampuan untuk berkembang, berusaha mengatasi kelemahan dengan memohon kepada Allah, meningkatkan kemampuan komunikasi, karena setiap orang dapat membangun kepercayaan diri yang kuat. Hal ini, penting bukan hanya keberhasilan individu akan tetapi untuk kontribusi positif bagi masyarakat.¹¹ Secara keseluruhan,

⁸ Saifuddin sebagaimana dikutip dalam Nursalam, S., & Hidayat, D. R. “Kecemasan Menghadapi Dunia Kerja Ditinjau Dari Career Self-Efficacy Dan Adversity Quotient Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Unj: A Literature Review”. Jurnal Prosiding Seminar Nasional Keguruan Dan Pendidikan (SNKP).2,1 (2024). h.367

⁹ Kementerian Agama RI, “Al-Qur’an dan Terjemahannya”.

¹⁰ Muh. Idham Khalid Bodi, dkk, *Koroang Mala’bi’: Al-Qur’an Terjemahan Bahasa Mandar Dan Indonesia* (Balitbang Agama Makassar, 2019).h.543

¹¹ Yoga Basyiril Sabirin, Hamidullah Mahmud, “Motivasi Perspektif Al-Quran Dalam Membangun Kepercayaan Diri (Kajian Surah At-Thaha 25-28 : Tafsir Al-Misbah)”, Jurnal Riset Ilmu Pendidikan Islam, 1.4 (2024).h.153

Surah At-Thaha ayat 25-28 menegaskan pentingnya membangun kepercayaan diri melalui pengakuan atas kelemahan individu, memohon pertolongan kepada Allah, serta memperkuat keyakinan diri. Proses tersebut melibatkan refleksi diri dan penguatan iman yang dapat meningkatkan kemampuan seseorang dalam menghadapi tantangan hidup, khususnya dalam konteks dunia kerja.

Oleh karena itu, pencitraan diri melalui Instagram menjadi salah satu strategi yang efektif dalam memperkuat efikasi diri mahasiswa, terutama dalam menyiapkan diri menghadapi dunia kerja. Citra diri yang positif dan profesional tidak hanya meningkatkan keyakinan diri, tetapi juga dapat membuka peluang kerja sama, memperluas jejaring profesional, serta meningkatkan daya saing individu di dunia kerja.

Penelitian ini menjadi penting dilakukan karena sebagian mahasiswa belum memahami media sosial, khususnya Instagram, sebagai aset strategis untuk membentuk pencitraan diri. Mahasiswa lebih banyak menggunakan Instagram untuk hiburan semata. Padahal, jika digunakan secara optimal, media sosial dapat menjadi sarana strategis untuk menampilkan potensi diri secara profesional, memperkuat efikasi diri, dan meningkatkan kesiapan menghadapi dunia kerja. Kemudian, sebagai institusi keagamaan, mahasiswa STAIN Majene memerlukan pendekatan yang sesuai dalam membangun identitas digital. Perlu dipahami bagaimana nilai-nilai keislaman dan spiritualitas dapat diintegrasikan secara proporsional dalam praktik pencitraan diri di media sosial, khususnya Instagram.

B. Fokus dan Deskripsi Fokus

1. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada pencitraan diri mahasiswa STAIN Majene melalui Instagram sebagai upaya meningkatkan efikasi mahasiswa. Bagaimana mahasiswa memaknai pencitraan diri di Instagram dan mengoptimalkan pencitraan

diri di Instagram untuk meningkatkan efikasi mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja.

2. Deskripsi Fokus

a. Pencitraan Diri di Instagram

Pencitraan diri di Instagram merupakan proses mengolah dan membentuk representasi diri secara sadar melalui berbagai konten seperti foto maupun video, *bio*, *caption*, *highlight* atas keahlian, prestasi, keterlibatan dalam organisasi, serta aktivitas positif lainnya di Instagram. Proses ini tidak hanya bertujuan untuk menunjukkan pencapaian semata, tetapi menjadi sarana untuk membangun citra diri yang positif, unik, dan menarik. Bagi mahasiswa, pencitraan diri melalui Instagram menjadi bagian dari upaya mengenalkan potensi diri kepada publik, memperluas jejaring sosial, serta mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja.

b. Efikasi Diri

Efikasi diri adalah keyakinan individu atas kemampuan dan potensi yang dimiliki untuk mengelola, mengarahkan, serta menampilkan citra diri secara positif di media sosial, untuk mencapai target yang diinginkan. Keyakinan ini menjadi landasan penting bagi mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja.

c. Tantangan Dunia Kerja

Perubahan teknologi yang semakin cepat dan meningkatnya persaingan kerja yang semakin ketat, individu saat ini tidak hanya dituntut untuk memiliki pengetahuan akademik, tetapi juga keterampilan tambahan yang kuat, serta pengalaman yang relevan dengan kebutuhan industri. Adanya pencitraan diri yang mencerminkan potensi, kreativitas, serta keterlibatan dalam suatu organisasi menjadi indikator penting dalam kesiapan kerja. Mahasiswa perlu mulai mempersiapkan diri dengan membangun kompetensi yang relevan dan berorientasi masa depan. Dunia kerja kontemporer menuntut ketahanan psikologis individu dan

kemampuan beradaptasi serta efikasi diri yang kuat. Oleh Karena itu, membangun pencitraan diri menjadi salah satu kunci untuk bersaing di dunia profesional.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana mahasiswa STAIN Majene memaknai pencitraan diri di Instagram dalam menghadapi dunia kerja?
2. Bagaimana proses pembentukan dan optimalisasi pencitraan diri mahasiswa STAIN Majene di Instagram untuk meningkatkan efikasi diri dalam menghadapi dunia kerja?

D. Kajian Pustaka

Penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan kajian lebih lanjut mengenai topik penelitian yang diangkat. Sebelum penulis beranjak pada pembahasan yang lebih spesifik, peneliti terlebih dahulu mengkaji beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan tema yang akan diteliti. Kajian literatur ini bertujuan untuk menyajikan sumber-sumber data yang relevan serta mengidentifikasi temuan-temuan penting yang dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan landasan dalam penelitian ini. Beberapa karya ilmiah yang relevan dengan judul penelitian ini, di antaranya adalah:

Table 1.1 Penelitian yang Dilakukan

Nama Peneliti, Tahun, Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil yang diinginkan
Mayasari (2025), "Optimalisasi Pencitraan Diri di Instagram untuk Meningkatkan Efikasi Mahasiswa STAIN Majene"	Metode penelitian kualitatif, menggunakan pendekatan secara keilmuan	Mengetahui bagaimana mahasiswa STAIN Majene memaknai pencitraan diri di Instagram dalam

Dalam Menghadapi Dunia Kerja”	pendekatan psikologi sosial dan secara metodologis pendekatan fenomenologi.	menghadapi dunia kerja dan bagaimana pencitraan diri mahasiswa STAIN Majene di Instagram dibentuk dan dioptimalkan untuk meningkatkan efikasi mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja.
-------------------------------	---	---

Table 1. 2 Hasil Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti, Tahun, Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Sri Maulinda (2024), “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media untuk Membangun <i>Personal Branding</i> di Kalangan Mahasiswa Universitas Malikussaleh” ¹²	Mahasiswa Universitas Malikussaleh menyatakan bahwa yang menjadi kreator digital berhasil memanfaatkan media sosial Instagram dalam membangun <i>personal branding</i> melalui dramaturgi yakni terdapat perbedaan yang ada di panggung depan dan belakang <i>personal branding</i> yang di tampilkan di media sosial Instagram dengan kehidupan realitas yang sebenarnya.	Menggunakan metode penelitian kualitatif. Sama-sama membahas <i>personal branding</i> di Instagram.	Fokus penelitian ini adalah mahasiswa Malikussaleh yang telah berhasil membangun <i>personal branding</i> di media sosial Instagram. Penelitian ini mengadopsi teori dramaturgi oleh Erving Goffman yang terdiri dari panggung belakang (<i>back stage</i>) dan panggung depan (<i>front stage</i>).

¹² Sri Muliandi, Skripsi, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Untuk Membangun *Personal Branding* Di Kalangan Mahasiswa Universitas Malikussaleh” (Lhokseumawe, Universitas Malikussaleh, 2024).

Rindyani Irfani Safitri, dkk, (2024). “Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai <i>Personal Branding</i> pada Mahasiswa Fikomm di Universitas Mercu Buana Yogyakarta” ¹³	Dalam penelitian ini, hasil yang diperoleh bahwa terdapat efektivitas mahasiswa yang menggunakan platform Instagram pada fakultas multimedia ilmu komunikasi dan multimedia dalam membangun <i>personal branding</i> . Berdasarkan hasil yang diperoleh terdapat sebesar 56,5% efektivitas media sosial Instagram dalam membangun pencitraan diri. Sedangkan 43,5% efektivitas kegunaan media sosial instagram diperoleh dari variabel lain yang tidak diteliti saat ini.	Sama-sama membahas <i>personal branding</i> di Instagram	Penelitian ini berfokus pada efektivitas dalam membangun <i>personal branding</i> melalui media baru oleh mahasiswa Fikom di Universitas Mercu Buana Yogyakarta, dalam penelitian menggunakan metode kuantitatif.
Devan Christia Saputra, Devi Wening Astari, (2024). “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai <i>Personal Branding</i> dalam	Pada hasil penelitian ini, membuktikan bahwa media sosial Instagram telah menjadi sarana utama	Menggunakan metode penelitian kualitatif. Sama-sama membahas <i>personal</i>	Fokus penelitian ini menganalisis bagaimana Generasi Z membangun <i>personal</i>

¹³ Hesti Agustin and others, ‘Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai *Personal Branding* Pada Mahasiswa Fikomm Di Universitas Mercu Buana Yogyakarta’, JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial, 4.1 (2024), pp. 26, doi:10.47233/jkomdis.v4i1.1425.

Membangun Citra Positif Generasi Z” ¹⁴	dalam membangun citra diri bagi generasi z. berdasarkan akun yang diteliti berhasil menciptakan identitas digital yang menarik dan unik dengan mengunggah konten secara konsisten sesuai dengan ciri khasnya baik dalam bentuk video, foto, reels yang kreatif.	<i>branding</i> di Instagram.	<i>branding</i> di Instagram sebagai upaya menciptakan citra diri yang positif.
Alfian Harbiyanto, Elisabeth Regina Bungalia (2023) “Strategi <i>Personal Branding</i> Mahasiswa (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nusa Nipa). ¹⁵	Hasil penelitian ini menemukan bahwa proses membentuk <i>personal branding</i> di media Instagram, terdapat tiga tahapan, yakni memiliki peran, men setting performance, dan impression management. Untuk menunjukkan “siapa aku?” terhadap beberapa tahapan yang bisa ditampilkan, dapat dilihat melalui	Sama-sama membahas <i>personal branding</i> di Instagram.	Fokus penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai platform untuk membangun <i>personal branding</i> mahasiswa Universitas Nusa Nipa. Penelitian ini menggunakan teori dramaturgi

¹⁴ Devan Christian Saputra and others, ‘Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai *Personal Branding* Dalam Membangun Citra Positif Generasi Z’, Jurnal Ilmu Komunikasi, 07.02 (2024), h. 149.

¹⁵ Alfian Harbiyanto, Elisabeth Regina Bungalia, “Strategi *Personal Branding* Mahasiswa (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nusa Nipa)”, Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran, 6,3 (2023).h.944

	profil akun Instagram, seperti konsep foto, <i>caption</i> foto dan tagline/hashtag. Setelah sebuah kesan berhasil tertanam pada diri. Langkah selanjutnya diperlukan pengelolaan kesan agar tetap mempertahankan kesan yang telah di bentuk.		sebagai alat berfikir utama. Subjek penelitian Universitas Nusa Nipa dan objek penelitian ini adalah salah satu mahasiswa yakni @sindidiaz06.
--	---	--	---

Berdasarkan perbandingan tinjauan pustaka di atas, ditemukan kebaruan dari sebelumnya. Pada umumnya, penelitian sebelumnya hanya membahas strategi dan pemanfaatan *personal branding* di Instagram, sedangkan penelitian yang telah dilakukan ialah tidak hanya mengkaji bagaimana mahasiswa membangun pencitraan diri melalui media sosial Instagram, tetapi juga menelaah secara mendalam bagaimana proses pembentukan dan optimalisasi pencitraan diri yakni kesadaran diri, pengelolaan konten yang tepat, yang bertujuan untuk membentuk citra profesional di media sosial untuk meningkatkan efikasi mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja.

E. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk;

- a. Untuk mengetahui mahasiswa STAIN Majene memaknai pencitraan diri di Instagram dalam menghadapi dunia kerja?

- b. Untuk mengetahui proses pembentukan dan optimalisasi pencitraan diri mahasiswa STAIN Majene di Instagram untuk meningkatkan efikasi diri dalam menghadapi dunia kerja?

2. Kegunaan Penelitian

- a. Kegunaan teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian keilmuan dalam bidang marketing komunikasi, khususnya pada ranah komunikasi digital, pencitraan diri dan efikasi diri. Marketing komunikasi adalah proses penyampaian pesan secara strategis untuk membentuk persepsi dan mempengaruhi audiens. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan konsep mengenai bagaimana media sosial, dalam hal ini Instagram, berperan dalam membentuk pencitraan diri untuk meningkatkan efikasi mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja.
- b. Kegunaan praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan panduan bagi mahasiswa, khususnya di STAIN Majene, dan mahasiswa memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram untuk membangun pencitraan diri yang positif dan profesional. Sehingga dengan membangun pencitraan diri di Instagram diharapkan mampu meningkatkan rasa percaya diri mereka dalam menghadapi dunia kerja. Selain itu, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi masyarakat, khususnya generasi muda dan pengguna aktif media sosial, dalam membangun kesadaran akan pentingnya identitas digital yang mencerminkan nilai, kapasitas, dan integritas pribadi.

BAB II TINJAUAN TEORETIS

A. *Pencitraan Diri (Personal Branding)*

1. Definisi Pencitraan Diri

Konsep pencitraan diri pertama kali diperkenalkan oleh Peter Montoya tahun 1997 yang membahas pentingnya merek diri di dunia kerja yang semakin kompetitif.¹⁶ Konsep dasar pencitraan diri sebenarnya cukup sederhana, setiap individu memiliki potensi untuk membentuk merek sendiri, karena merek tidak terbatas pada produk atau jasa saja dan tidak hanya perusahaan resmi yang harus memiliki merek, setiap orang juga bisa membentuk merek pribadi mereka sendiri. Merek dapat diartikan sebagai membangun simbol pribadi dan menciptakan identitas yang mudah dikenali yang disebut dengan *personal branding*.¹⁷

Merek juga mencakup nilai-nilai, kepribadian, dan janji yang dikomunikasikan kepada khalayak target. Merek yang kuat menciptakan hubungan emosional dengan audiens, membangun kepercayaan, serta membantu individu dalam membedakan dirinya di pasar yang kompetitif. Dari perspektif komunikasi pemasaran, pencitraan diri dapat dianalogikan sebagai proses membangun identitas merek yang konsistensi dalam menampilkan citra diri melalui media sosial membantu pengikut untuk mengenali dan mengingat identitas personal seseorang, sehingga memperkuat kesan yang dibangun di ruang digital.¹⁸ Oleh karena itu, pencitraan diri yang dibangun secara konsisten dan autentik dapat menjadi alat strategis untuk menumbuhkan nilai personal di tengah persaingan dunia kerja.

Pencitraan diri menurut Hareo merupakan proses mengkomunikasikan ke publik atas kelebihan, kemampuan, dan kepribadian yang dimiliki. Sedangkan

¹⁶ Diana Novita, dkk “*Personal Branding Strategi Untuk Memenangkan Pasar*”, Journal of Innovation Research and Knowledge, 4,2 (2024).h.954

¹⁷ Suci Shinta, Mutia Farina, “*Personal Branding Of Freelance Make-Up Artists In Pekanbaru City On Instagram Social Media*”, Jurnal Netnografi Komunikasi, 3,2 (2025). h. 162

¹⁸ Didik Hariyanto, “Komunikasi Pemasaran” (Sidoarjo:UMISIDA Press, Juli 2023).h.109.

Soyara, mengungkapkan bahwa pencitraan diri merupakan upaya aktualisasi diri untuk membentuk citra tertentu sesuai yang diinginkan di benak orang lain. Dengan kata lain, pencitraan diri melibatkan upaya yang dilakukan individu untuk membentuk kesan pada orang lain terhadap kemampuan, karakteristik dan kelebihan yang dimiliki.¹⁹

Pencitraan diri sebagaimana yang dikemukakan Peter Montoya merupakan upaya untuk membuat identitas eksternal, terkait apa yang dijalankan dan bukan sebagai bentuk promosi atau penghias citra yang diciptakan, juga bukan upaya manipulatif dan bukan hal yang baru. Sehingga konsep ini menyiratkan bahwa ada kesesuaian antara apa yang ditampilkan di depan publik melalui pencitraan diri, yaitu menampilkan diri secara autentik dan tidak bersifat manipulatif.

Meskipun istilah pencitraan di publik sering ditafsirkan karena konotasinya negatif, terutama di dunia politik, di mana politisi kerap dinilai menampilkan kesan yang tidak sesuai kenyataan untuk menarik simpati, dukungan, atau kekuasaan, makna pencitraan dalam penelitian ini berbeda secara mendasar. Dalam ranah politik, pencitraan umumnya dipahami sebagai strategi komunikasi untuk membangun citra positif seorang kandidat atau partai dengan tujuan memperoleh dukungan publik. Fenomena ini banyak terjadi dalam kampanye pemilihan kepala daerah maupun presiden, di mana para kandidat menampilkan diri sebagai sosok ideal seperti jujur, santun, tegas, dan dekat dengan rakyat. Namun, strategi pencitraan politik sering kali bersifat simbolik dan manipulatif, sehingga tidak sepenuhnya menggambarkan kemampuan serta integritas yang nyata dari tokoh yang bersangkutan.²⁰

¹⁹ menurut Haroen dan Soraya sebagaimana dikutip dalam Andi Dian Fitriana, dkk “*Personal Branding: Strategi Membangun Reputasi Dosen di Media Digital*”, Jurnal Komunikasi, 16,2 (2022).h.123

²⁰ Setiawan, dkk “*Analisis peran komunikasi politik dalam pencitraan calon pemimpin pada kontestan pemilu*”. ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 3(3),(2024).h. 109

Berbeda dengan konteks politik, penelitian ini menempatkan pencitraan diri di media sosial sebagai proses yang lebih autentik. Pencitraan diri mahasiswa STAIN Majene di Instagram bukanlah upaya memanipulasi persepsi publik, melainkan bentuk kesadaran digital dalam menampilkan potensi, kepribadian, dan kompetensi diri secara positif. Melalui unggahan tentang aktivitas akademik, keterlibatan organisasi, maupun karya pribadi, mahasiswa berusaha menampilkan identitas profesional yang konsisten dengan bidang yang mereka tekuni.

2. Tujuan Pencitraan Diri

Pencitraan diri bertujuan untuk menampilkan jati diri secara autentik, proses ini berangkat dari kesadaran bahwa citra yang melekat pada seseorang sebaiknya dibentuk oleh dirinya sendiri, bukan ditentukan oleh persepsi orang lain. Dengan adanya citra diri, akan membantu memudahkan seseorang untuk dikenal oleh publik. Citra diri banyak diperjuangkan seseorang maupun lembaga sebagai salah satu jalan menuju kesuksesan karena dengan membangun citra yang positif dan profesional, seseorang tidak hanya menunjukkan kompetensinya, tetapi juga menumbuhkan keyakinan diri dalam menghadapi tantangan dunia kerja yang semakin kompleks.²¹

3. Konsep Dasar Pencitraan Diri

Terdapat delapan konsep pembentukan pencitraan diri menurut Peter Montoya sebagai berikut;²²

a. Spesialisasi (*The Law of Specialization*)

Pencitraan diri yang baik menurut Montoya adalah ditandai dengan spesialisasi yang tepat, dan hanya berfokus pada kekuatan, pencapaian dan keahlian tertentu. Untuk membangun pencitraan diri seseorang, fokus pada keahlian atau

²¹ Andiwi Meifilina, "Pelatihan Personal Branding Dalam Membangun Citra Diri". Science Contribution to Society Journal, 2,1 (2022). h.24

²² Nuriyati Samatan, dkk. "Personal Branding on Social Media Through Peter Montoya Analysis", Internasional journal of advanced multidiciplinary, 3,2, (2024).h. 56

spesialisasi tertentu yang menjadi pembeda dari individu lain. Hal ini mencakup pengenalan terhadap bidang di mana seseorang memiliki kemampuan, keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman yang unik, serta membangun citra diri yang kuat dalam bidang tersebut.

b. Kepemimpinan (*The Law of Leadership*)

Menurut Montoya, pencitraan diri juga melibatkan peran pemimpin yang mampu mengambil keputusan di tengah situasi yang penuh ketidakpastian serta memberikan arahan yang tegas dan jelas. Kepemimpinan dalam pencitraan diri berkaitan dengan upaya individu membentuk citra dan reputasi sebagai pemimpin dibidang keahliannya. Hal ini tidak bergantung pada jabatan formal, melainkan pada kemampuan untuk mempengaruhi, mengarahkan, dan menginspirasi orang lain secara positif.

c. Kepribadian (*The Law of Personality*)

Tercapainya pencitraan diri yang kuat, individu perlu menjadi dirinya sendiri, tanpa harus dengan kesempurnaan namun harus memiliki kepribadian yang baik. Pencitraan diri tidak bertujuan membentuk citra yang sempurna, melainkan menampilkan jati diri yang autentik sesuai dengan karakter asli seseorang.

d. Kekhasan (*The Law of Distinctiveness*)

Pencitraan diri yang efektif adalah keharusan untuk menciptakan menjadi berbeda di antara banyak hal yang sama. Artinya harus menampilkan citra diri yang unik berbeda dengan yang lainnya, karena dengan perbedaan, seseorang akan lebih mudah dikenal oleh khalayak.

e. Visibilitas (*The Law of Visibility*)

Dalam konsep ini pencitraan diri harus dilakukan secara konsisten, hingga dikenali oleh khalayak. Dengan konsisten seseorang mempromosikan dirinya akan membantu orang mengingat apa yang ingin ditunjukkan.

f. Kesatuan (*The Law of Unity*)

Bentuk pencitraan diri yang disampaikan harus sejalan dengan apa yang anda lakukan sehari-hari. Sebagaimana Peter Montoya menyatakan bahwa citra yang ditampilkan dalam menciptakan citra diri, haruslah sejalan dengan keseharian seseorang yang ingin membentuk citra diri.

g. Keteguhan (*The Law of Persistence*)

Pembentukan citra diri harus terus memperhatikan setiap tahapan dan tren seiring dengan perkembangan zaman. Keteguhan menjadi elemen penting dalam membangun pencitraan diri, di mana individu perlu menjaga konsistensi citra diri sambil mengikuti setiap tahapan dan tren yang terus berkembang.

h. Reputasi (*The law of Goodwill*)

Seseorang yang memiliki citra atau reputasi yang positif akan memberikan hasil yang baik dan akan bertahan lebih lama. Seseorang yang memiliki reputasi baik cenderung lebih dipercaya, membuka lebih banyak peluang, dan menghasilkan dampak yang bertahan lama.

Berdasarkan konsep di atas, Pencitraan diri berfokus pada keunikan dan kelebihan yang dimiliki oleh setiap individu. Hal ini, berkaitan dengan cara individu memperkenalkan dirinya kepada orang lain, menonjolkan keunikan dan kelebihannya, serta bagaimana orang lain memandangnya. Semakin efektif seseorang dalam menampilkan nilai dirinya, semakin mudah pula bagi orang lain untuk mengenalnya.

B. Media Sosial

1. Definisi Media Sosial

Kehadiran media sosial dengan segala kelebihannya telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat modern. Munculnya media sosial sangat banyak diminati oleh kalangan muda, karena cara penggunaannya sangat mudah dan

sederhana. Media sosial merupakan media berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi, berbagi, berinteraksi, berkolaborasi dan membuat hubungan secara virtual dengan pengguna lain nya. Media sosial juga merupakan suatu lingkungan digital dimana realitas sosial dibangun dan berinteraksi dengan pengguna tanpa terikat oleh batas ruang dan waktu.²³ Hal ini, menggambarkan bahwa media sosial berperan penting sebagai ruang digital yang memungkinkan manusia berinteraksi, berbagi dan membangun koneksi. Dalam konteks ini, media sosial memiliki kekuatan untuk membentuk identitas dan pencitraan diri sekaligus cerminan efikasi diri.

Selain definisi di atas, Adapun definisi media sosial menurut para ahli sebagai berikut:²⁴

- c. Kaplan & Haen Lein, media sosial merupakan platform berbasis internet yang dikembangkan dari teknologi Web 2.0, yang memberikan kesempatan bagi pengguna untuk menciptakan serta bertukar konten secara aktif.
- d. McCay-Peet & Quan_Haase, media sosial adalah layanan daring yang memungkinkan individu, kelompok, dan organisasi untuk bekerja sama, berinteraksi, serta membangun komunitas dengan tujuan menciptakan, memodifikasi, berbagi, dan terlibat dalam konten yang dibuat oleh pengguna.
- e. Carr & Hayes, media sosial merujuk pada platform digital berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara terpilih, menampilkan kehadiran diri baik secara langsung maupun tidak serempak, kepada audiens yang luas maupun terbatas, serta memungkinkan terjadinya komunikasi antar pengguna.

²³ Imam Azhari Harahap, Nazmia Yusdi Arwana, and Suci Wahyu Tami Br Rambe, 'Teori Dalam Penelitian Media', *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3.2 (2020), pp. 137.

²⁴ Aang Kisnu Darmawan and others, *Social Media Analytics: Konsep Dan Penerapannya Dengan Rapid Miner/Orange*, Media, 2022, LVIII.

Media sosial bukan hanya sekedar alat komunikasi, tetapi ruang yang memungkinkan pertukaran informasi, pembentukan identitas dan membangun hubungan sosial. Melalui kegiatan seperti berbagi, memberi komentar, dan berinteraksi, pengguna ikut menciptakan makna dalam komunikasi. Aktivitas tersebut tidak hanya memperkuat hubungan sosial, tetapi juga membentuk cara seseorang mengekspresikan diri.

2. Sejarah

Kemunculan media sosial dimulai dari empat tahap yakni masa sebelum kemunculan internet. Peradaban manusia mulai berkembang pesat hingga ribuan tahun yang lalu, dimana manusia mulai mengenal tulisan. Pada tahap ini, interaksi sosial dilakukan secara tatap muka maupun tidak langsung atau jarak jauh dengan menggunakan tulisan atau media tulis. Sebelum kertas ditemukan, alat tulisan menggunakan bahan seperti lontar, tulang, kain dan papyrus. Setelah beberapa abad kemudian, media komunikasi berkembang pesat ke media massa dan media cetak dalam bentuk buku dan surat kabar yang merupakan media komunikasi yang paling efektif saat itu untuk menyebar informasi dan pengetahuan. Memasuki abad ke 17 terjadi penemuan listrik yang perlahan mengubah dunia, media cetak dan media massa pun berkembang dimana buku maupun surat kabar dapat di cetak menggunakan tenaga listrik.

Kemudian tahap selanjutnya masa awal kemunculan internet dimulai tahun 1968, ditemukannya *Dial Up* oleh perusahaan *CompuServe* merupakan komunikasi berbasis internet yang mampu mengirim dan terima surat secara elektronik di dalam jaringan internet (E-mail) di tahun 1971. Tahun 1978, muncul *Bulletin Board System* (BBS), yang merupakan media *online* pertama yang digunakan untuk berbagi informasi dan berdiskusi secara *online*. Kemudian Tahun 1985, dimana Amerika Serikat mengeluarkan layanan yang berbasis Web.

Pada tahun 1989, merupakan masa munculnya *World Wide Wide Web* (WWW) yang diciptakan oleh Tim Berners Lee yang menjadi dasar layanan yang berbasis web saat ini. Kemudian pada tahun 1993, muncul web browser berbasis GUI (*Graphical User Interface*) bernama mosaic yang membuka jalan bagi pengembangan aplikasi web. Seiring meningkatnya informasi di internet, muncul mesin pencari seperti Archie, Jughead, dan Yahoo pada 1995, serta Google pada 1998 yang menawarkan algoritma pencarian lebih canggih. Pada tahun yang sama, Yahoo menghadirkan Geocities sebagai layanan *web hosting* gratis yang memungkinkan pengguna membuat dan membagikan homepage statis berbasis HTML. Geocities dianggap sebagai cikal bakal media sosial karena memberikan ruang bagi pengguna untuk menghasilkan dan membagikan konten sendiri, meskipun belum memiliki fitur pertemanan atau jejaring sosial.²⁵

3. Karakteristik Media Sosial

Beberapa karakteristik media sosial menurut Mayfield:²⁶

- a. Partisipasi, media sosial memberikan kontribusi dan umpan balik agar setiap orang tertarik.
- b. Terbuka, media sosial terbuka untuk memberikan partisipasi, memberikan komentar, serta memilih dan menyebarkan informasi sesuai keinginannya.
- c. Komunikasi dua arah: media sosial memberikan peluang terjadinya interaksi timbal balik antar pengguna dan pengelola sehingga membentuk komunikasi dua arah.
- d. Pembentukan komunitas: pengguna media sosial dapat membentuk komunitas atau grup sesuai minat dan kebutuhan.

²⁵ Darmawan and others, *Social Media Analytics: Konsep Dan Penerapannya Dengan Rapid Miner/Orange*, LVIII.

²⁶ Yusmanizar and others, 'Analisis Karakteristik Penggunaan Media Sosial Pada', *Jurnalisa*, 06.November (2020), h. 201.

- e. Konektivitas: media sosial dapat menciptakan hubungan dan keterhubungan dengan platform media sosial lainnya serta berbagai situs eksternal.

4. Instagram

Instagram adalah platform media sosial berbasis visual yang diluncurkan pada 6 oktober 2010. Aplikasi ini memungkinkan penggunaanya untuk berbagi foto dan video, mengambil foto dan menerapkan berbagai filter, serta menjalin interaksi sosial secara luas.²⁷ Instagram menawarkan berbagai fitur, dimana fitur-fitur ini memberikan peluang bagi individu, termasuk mahasiswa, untuk membangun citra diri yang kreatif dan profesional seperti:

a. *Feed dan Reels*

Fitur *feed* dan *reels* berfungsi untuk menyajikan konten visual yang telah dipilih dan diedit dengan cermat sebelum dibagikan kepada khalayak. *Feed* menampilkan unggahan permanen dalam bentuk foto atau video, sedangkan *Reels* menyediakan video pendek. Melalui kedua fitur ini, mahasiswa dapat menampilkan portofolio, karya, prestasi, atau aktivitas positif yang mendukung citra profesional mereka.

b. *Instagram Stories*

Instagram stories merupakan fitur yang memungkinkan pengguna membagikan konten yang bersifat sementara selama 24 jam. Fitur ini memungkinkan mahasiswa berbagi aktivitas harian, seperti kegiatan organisasi, seminar, atau proses belajar, yang turut memperkuat identitas produktif dan kredibel di mata pengikut.

²⁷ Rully Armanto, Muji Gunarto, “Analisis Dampak Media Sosial Terhadap Penjualan Perumahan: Studi Empiris Penggunaan Iklan Facebook dan Instagram”, Jurnal Bisnis, Manajemen dan Ekonomi, 2,1 (2022).h.48.

c. *Highlight Stories*

Highlight adalah fitur yang digunakan untuk menyimpan cerita penting agar tetap terlihat meskipun telah melewati 24 jam. Mahasiswa dapat mengatur dan mengenang momen-momen penting kedalam kategori yang rapi untuk menunjukkan identitas.

d. *Caption*

Caption berfungsi sebagai kontes tambahan yang memberikan penjelasan, narasi atau informasi terkait dengan unggahan. Ini bisa berupa ajakan, opini, pendapat publik, maupun rincian khusus dari suatu pengalaman. *Caption* yang disusun dengan menarik dapat memperkuat makna visual sekaligus menunjukkan kepribadian, nilai, dan pola pikir mahasiswa.

e. *Bio* Instagram

Bio Instagram berperan sebagai deskripsi ringkas identitas pengguna. Mahasiswa dapat mencantumkan nama, jurusan, *skill*, atau link portofolio untuk memperjelas identitas diri di mata publik. *Bio* yang dirancang dengan baik akan memperjelas pesan atau citra yang ingin dikomunikasikan kepada audiens.

f. *Like, Komen* dan *Share*

Fitur interaksi seperti *like*, *komen*, dan *share* memberikan kesempatan bagi pengguna untuk mendapatkan umpan balik dari audiens. Umpan balik ini sangat penting dalam membangun motivasi serta meningkatkan semangat mahasiswa untuk terus berkreasi dan membagikan konten yang berkualitas.²⁸

Secara keseluruhan, Instagram tidak hanya menjadi sarana berbagi konten visual, tetapi juga berperan penting dalam membangun personal pencitraan diri yang kuat, konsisten, dan strategis. Penggunaan fitur-fitur ini secara sadar dan

²⁸ Naufal Sallahudin Adani, “Studi Fenomenologi Personal Branding pendaki Gen-Z Di Media Sosial”, *The Commecium*, 8,3 (2024).h.104-105

terarah membantu mahasiswa memperkuat identitas, efikasi diri dan kesiapan menghadapi tantangan dunia kerja.

5. Pencitraan Diri melalui Media Sosial

Media sosial merupakan media komunikasi untuk interaksi antar sesama pengguna, dengan berbagi informasi, berkolaborasi, dan bentuk representasi diri. Platform ini membantu seseorang dalam pembentukan citra diri, yaitu bagaimana individu ingin dipersepsikan oleh orang lain berdasarkan apa yang ditampilkan di ruang digital. Citra sengaja dibentuk untuk menciptakan gambaran atau kesan di mata publik. Melalui media sosial, pengguna cenderung memilih gambar atau foto terbaiknya untuk membentuk citra diri.²⁹

Pemanfaatan Instagram sebagai media untuk membentuk citra diri mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Para pengguna menjadi semakin aktif dalam mengelola akun mereka, dengan menciptakan dan membagikan konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga mencerminkan potensi serta keahlian yang dimiliki. Konten yang diunggah tidak sekadar berfungsi sebagai sarana ekspresi, melainkan juga sebagai strategi dalam membangun citra diri di hadapan publik. Pencitraan diri yang terbentuk melalui aktivitas ini berperan dalam membentuk persepsi orang lain terhadap individu tersebut.³⁰ Oleh karena itu, agar seseorang memiliki citra yang baik maka seseorang harus menampilkan kesan yang baik di Instagram.

²⁹ Maslichatus Sholichah and Poppy Febriana, '*Konstruksi Citra Diri Dalam Media Baru Melalui Aplikasi (Analisis Semiotik Postingan Instagram)*', *JSK: Jurnal Spektrum Komunikasi*, 10.1 (2022), h. 2.

³⁰ Joshua Fernando, '*Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Membentuk Personal Branding Generasi Milenial*', *Komunika*, 9.1 (2022), . 1–14, doi:10.22236/komunika.v9i1.7892.

C. Efikasi Diri (*Self-Efficacy*)

1. Definisi Efikasi Diri

Efikasi diri (*self-efficacy*), teori yang dipopulerkan oleh tokoh psikologi yakni Albert Bandura. Efikasi diri mengacu pada keyakinan individu tentang apa yang dilakukan dan kemampuan yang dimiliki.³¹ Bandura menjelaskan efikasi diri sebagai persepsi individu terhadap keyakinan kemampuannya dalam melakukan tindakan yang diinginkan. Efikasi diri berperan penting dalam mengatur motivasi seseorang. Efikasi diri juga memiliki pengaruh utama terhadap perilaku seseorang, khususnya dalam hal motivasi. Individu dengan efikasi diri tinggi memberikan usaha yang lebih besar dalam menjalankan tindakan.³²

Efikasi diri, sebagaimana didefinisikan oleh Albert Bandura, merupakan keyakinan individu terhadap kemampuan melaksanakan tugas untuk mencapai tujuan tertentu.³³ Menurut Baron & Byrne Efikasi diri adalah sebuah penilaian seseorang terhadap kompetensi dan kemampuannya dalam melakukan suatu tugas, mencapai tujuan dan menghasilkan sesuatu.³⁴ Sedangkan menurut James E. Maddux menjelaskan bahwa Efikasi diri merupakan keyakinan seseorang terhadap kemampuan dirinya yang diunggulkan dan menghasilkan suatu hal.³⁵ Efikasi diri bukan hanya tentang seberapa besar kemampuan yang dimiliki seseorang, namun, lebih kepada keyakinan terhadap kemampuan tersebut dalam menghadapi situasi

³¹ Amal Danuarta Wijaya, "*dampak rendahnya self-efficacy pada Mahasiswa Tingkat akhir: sebuah studi literatur*", Jubikops: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Psikologi, 4,2 (2024).h.120.

³² Nur Laily and Dewi urip Wahyuni, *Efikasi Diri Dan Perilaku Inovasi* (Indomedia Pustaka, 2018).h.27

³³ Albert Bandura sebagaimana dikutip Nasution Andy Fauzi, Nora Agusta Linda, Maharani Fithra, "*Pengaruh Self Efficacy Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Pada UPT. Samsat Kota Padangsidempuan*", jurnal ekonomi dan inovasi bisnis, 1,1 (2025).h.2-3.

³⁴ Ike Ratnasari, Peni Indarwati, Hamzah Pujiono, "*Pengaruh Self Efficacy dan Reward terhadap Kinerja Karyawan Nusantara Optik*", Journal Of Innovation Research And Knowledge, 4,3 (2024).H.1415.

³⁵ Puput Nurma Martono, Minarni Minarni, Arie Gunawan Hazairin Zubair. "*Pengaruh Self Efficacy Terhadap Prokrastinasi Akademik pada Mahasiswa di Kota Makassar*", Jurnal Psikologi Karakter, 3,2 (2023).h.661

tertentu. Secara keseluruhan, pemahaman tentang efikasi diri mampu membantu seseorang dalam meningkatkan motivasi, terutama dalam konteks pekerjaan, pendidikan, maupun kehidupan sehari.

Efikasi diri berhubungan dengan kecakapan atau keterampilan yang dimiliki. Menurut Leny & Hackett, efikasi diri dalam konteks pencarian pekerjaan dapat dimaknai sebagai kecenderungan individu dalam mengambil langkah awal menuju jalur karir tertentu. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa efikasi diri merupakan kemampuan serta keyakinan seseorang terhadap dirinya dalam menyelesaikan tugas guna untuk mencapai tujuan.³⁶ Dengan demikian pengaruh efikasi diri erat kaitanya dengan berbagai aspek kehidupan, termasuk keberhasilan seseorang dalam meraih tujuan yang diinginkan.

2. Aspek-aspek Efikasi diri

Menurut Bandura, perbedaan efikasi diri yang ada pada setiap orang terletak pada tiga komponen atau aspek yakni:

- a. Tingkat kesulitan tugas (*level*), yakni masalah yang berkaitan dengan tingkat kesulitan tugas. Pada komponen ini seseorang lebih cenderung pada pemilihan perilaku, seseorang akan memilih tugas sesuai dengan yang diyakini dan sesuai dengan kemampuannya. Menghindari perilaku atau situasi yang dianggap di luar kemampuannya.
- b. kekuatan keyakinan (*Strength*), yakni komponen yang berkaitan dengan seberapa kuat keyakinan seseorang terhadap kemampuannya. Jika keyakinan itu kuat dan mantap, seseorang akan tetap berusaha mencapai tujuan meskipun memiliki banyak pengalaman yang menunjang. Sebaliknya, jika keyakinannya

³⁶ Sabar Analisis Zega, Ati Kusmawati “*Hubungan Antara Self-Efficacy dengan Self-Esteem Bagi Graduate di Universitas dalam Mencari Pekerjaan*”, Quantum Wellness : Jurnal Ilmu Kesehatan, 1,4 (2024).h.94.

lemah dan ragu-ragu terhadap kemampuannya, maka akan mudah menyerah ketika dihadapkan pada tantangan.

- c. Generalitas (*Generality*), yakni aspek yang menggambarkan seberapa luas keyakinan seseorang yang mampu dilaksanakan dalam berbagai situasi atau jenis aktivitas. Keyakinan ini bergantung pada pemahaman kemampuan dirinya, baik yang terbatas pada kondisi tertentu, maupun mencakup ragam aktivitas, dan situasi yang lebih luas.³⁷

3. Sumber-sumber Efikasi Diri

Efikasi diri menurut Bandura, menyatakan bahwa efikasi diri dikembangkan melalui empat sumber utama yakni:³⁸

- a. Pengalaman Penguasaan Tindakan (*Enactive Mastery Experiences*)

Pengalaman dalam menguasai suatu tindakan, merujuk pada situasi di mana individu mengerahkan seluruh potensi dan kemampuannya guna mencapai suatu keberhasilan. Keberhasilan yang dicapai akan memperkuat keyakinan terhadap kemampuan diri. Sementara kegagalan yang dialami memberikan pelajaran berharga bahwa pencapaian tujuan memerlukan upaya yang sungguh-sungguh serta ketekunan dalam menghadapi berbagai tantangan.

Pengalaman penguasaan merupakan sumber utama dalam membentuk efikasi diri, karena satu-satunya sumber yang langsung memberikan informasi, berbeda dari yang lainnya yang hanya memberikan informasi yang tidak langsung. Keberhasilan yang dicapai terus berulang melalui segala usaha dan kemampuan mengatasi berbagai hambatan akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan efikasi diri. Hal ini, memperkuat keyakinan individu bahwa ia mampu

³⁷ Nur Laily, Dewi Urip Wahyuni, "*Efikasi Diri dan Perilaku Inovasi*", (Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2018).h.30.

³⁸ Lina Erlina, "*Efikasi Diri Dalam Meningkatkan Kemampuan Mobilisasi Pasien*" (Bandung: Politeknik Kesehatan Kemenkes Bandung, 2020).h.64-68.

menghadapi dan menyelesaikan berbagai tantangan dalam menjalankan tugas tertentu.

b. Pengalaman Orang Lain (*Vicarious Experiences*)

Pengalaman yang diperoleh melalui pengamatan terhadap orang lain, atau yang dikenal sebagai pemodelan, merupakan salah satu mekanisme untuk meningkatkan efikasi diri. Hal ini terjadi ketika individu menyaksikan keberhasilan orang lain dalam menyelesaikan suatu tugas, sehingga menumbuhkan keyakinan bahwa mereka pun mampu mencapai hal serupa. Hal ini, dipengaruhi oleh sejauh mana seseorang memiliki kesamaan dengan orang yang diamati. Melalui pengamatan terhadap cara berpikir orang lain dan berperilaku, dapat menjadi sumber pembelajaran yang berharga dalam mengembangkan pengetahuan, keterampilan, serta strategi yang efektif guna mencapai keberhasilan.

c. Persuasi Verbal (*Verbal Persuasion*)

Persuasi verbal merupakan salah satu sumber efikasi diri yang paling sering digunakan dan diterapkan. Sumber ini meningkatkan efikasi diri dengan menyampaikan secara verbal atau lisan, baik dari orang lain maupun diri sendiri, untuk menyakinkan bahwa dia memiliki kemampuan yang dibutuhkan untuk meraih keberhasilan. Bandura menjelaskan bahwa persuasi verbal meskipun mampu membantu menjadi sumber untuk meningkatkan efikasi diri, tetapi pengaruhnya dibandingkan dengan pengalaman penguasaan atau pengalaman melalui orang lain lebih rendah. Seseorang yang mendapat persuasi verbal terhadap kemampuannya, cenderung lebih memiliki kemauan dan berusaha lebih keras dibandingkan yang tidak mendapatkan.

d. Kondisi Fisik dan Emosi (*Physiological and Affective States*)

Kondisi fisik dan emosi sering dinilai oleh sebagian orang seberapa mampu mereka menjalankan suatu tugas. Tanda-tanda seperti stres, kelelahan, rasa sakit

atau stamina menurun seringkali dianggap sebagai tanda bahwa kemampuan diri sedang menurun. Sebaliknya, seseorang cenderung merasa lebih mampu dan yakin bisa berhasil jika kondisi fisik dan emosionalnya dalam kondisi stabil. Intensitas perubahan kondisi fisik dan emosi individu adalah hal yang penting mempengaruhi efikasi diri.

4. Proses-proses yang Mempengaruhi Efikasi Diri

Menurut Bandura, terdapat empat proses psikologis utama yang berperan dalam pembentukan efikasi diri, proses kognitif, motivasi, afeksi dan proses seleksi/pemilihan:³⁹

- a. Proses kognitif merupakan aktivitas berfikir yang melibatkan pemerolehan, pengolahan dan penggunaan informasi. Sebagian besar tindakan manusia berasal dari sesuatu yang dipikirkan terlebih dahulu. Seseorang yang memiliki efikasi diri yang tinggi cenderung lebih senang membayangkan tentang keberhasilan yang ingin dicapai, sementara jika seseorang yang memiliki efikasi diri yang rendah, lebih banyak membayangkan hambatan dan potensi kegagalan yang bisa menghambat tercapainya kesuksesan. Penilaian seseorang terhadap kemampuannya juga akan membentuk tujuan *personal* yang ingin dicapai. Semakin besar keyakinan seseorang bahwa dirinya mampu, maka semakin besar usaha-usaha yang dilakukan dalam mencapai tujuan tersebut dan komitmennya terhadap tujuan pun akan semakin kuat.
- b. Proses motivasi, sebagian besar orang memotivasi dalam dirinya dibangkitkan melalui proses berfikir. Seseorang memotivasi dirinya sendiri dan mengarahkan tindakan berdasarkan tahap pemikiran-pemikiran sebelumnya. Sebagaimana Bandura menyatakan kepercayaan akan kemampuan diri berperan penting dalam membentuk motivasi dalam beberapa hal, yakni akan mempengaruhi tujuan

³⁹ Lina Erlina, “Efikasi Diri Dalam Meningkatkan KemamPuan Mobilisasi Pasien” (Bandung: Politeknik Kesehatan Kemenkes Bandung, 2020).h.71-73.

yang ingin dicapai, seberapa besar yang dilakukan, seberapa tahan dalam menghadapi kesulitan, serta cara individu menghadapi kegagalan.

- c. Proses Afektif merupakan proses pengaturan dan pengelolaan kondisi emosional. Bandura menyatakan bahwa keyakinan seseorang dalam menghadapi situasi menantang atau stres berperan dalam menentukan tingkat kecemasan dan depresi yang mungkin dialami. Seorang individu yang percaya terhadap kemampuannya untuk mengendalikan situasi, cenderung tidak memikirkan hal yang negatif. Sebaliknya, seseorang yang merasa tidak mampu mengendalikan situasi akan lebih mudah mengalami stres dan kecemasan yang tinggi, sering memikirkan kekurangan mereka, memandang lingkungan sekitar penuh ancaman, membesar-besarkan masalah kecil, serta terlalu khawatir terhadap hal-hal kecil yang sebenarnya jarang terjadi.
- d. Proses seleksi, proses ini merujuk pada kemampuan individu untuk menentukan pilihan aktivitas dan situasi tertentu yang mereka ingin hadapi. Efikasi diri sangat dipengaruhi dalam memilih dan menghindari suatu tindakan. Jika individu merasa yakin mereka mampu menangani situasi, maka mereka tidak akan menghindarinya. Dengan adanya Keputusan yang dibuat, individu bisa meningkatkan kemampuan, minat, serta membangun hubungan sosial mereka.

5. Karakteristik Individu yang Memiliki Efikasi Diri Tinggi dan Rendah

Individu dengan efikasi diri tinggi menurut Bandura ditandai oleh keyakinan bahwa mereka mampu menangani berbagai peristiwa dan situasi secara efektif. Mereka menunjukkan ketekunan dalam menyelesaikan tugas, percaya pada potensi diri, serta memandang tantangan sebagai peluang, bukan sebagai ancaman. Mereka juga suka mencari situasi baru, menetapkan target yang menantang, serta meningkatkan komitmen yang tinggi terhadap tujuan yang ingin dicapai. Saat menghadapi kegagalan, cenderung meningkatkan usaha, fokus kepada tugas dan

strategi untuk mengatasi hambatan. Mereka juga segera mampu bangkit dari kegagalan dan menghadapi tekanan dengan keyakinan bahwa mereka bisa mengendalikannya.

Sebaliknya, individu dengan efikasi diri rendah menurut Bandura adalah individu yang merasa tidak berdaya, mudah merasa sedih, dan cemas, serta cenderung menghindari tugas-tugas yang sulit. Cepat menyerah Ketika menghadapi rintangan, memiliki harapan yang rendah, serta komitmen lemah terhadap tujuan. Dalam situasi sulit, mereka lebih fokus pada kelemahan diri dan potensi kegagalan, serta lambat dalam memulihkan rasa percaya diri setelah mengalami kegagalan.⁴⁰

6. Perbedaan Percaya Diri dengan Efikasi Diri

Kepercayaan diri merupakan sikap positif individu terhadap kemampuan dirinya secara menyeluruh. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri umumnya tidak mudah merasa cemas, memiliki kebebasan dalam bertindak, mampu bertanggung jawab atas tindakannya, serta sopan dalam berinteraksi dengan orang lain. Kepercayaan diri juga tercermin dari adanya motivasi untuk berprestasi dan kemampuan dalam mengenali kelebihan serta kekurangan diri. Dengan kepercayaan diri yang kuat, seseorang akan lebih mudah mengekspresikan diri dan mengaktualisasikan potensi yang dimiliki dalam kehidupan sosial maupun akademik. Oleh karena itu, kepercayaan diri menjadi salah satu aspek penting dalam mendukung perkembangan pribadi dan kesuksesan hidup. Terdapat empat indikator utama dari kepercayaan diri menurut Jumalia yaitu:

- a. Percaya pada kemampuan diri sendiri, yaitu keyakinan terhadap potensi yang dimiliki dalam mencapai tujuan hidup dan mengevaluasi pengalaman masa lalu.

⁴⁰ Laily and Wahyuni, *“Efikasi Diri dan Perilaku Inovasi”*, (Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2018).h.32-33

- b. Bertindak mandiri dalam mengambil keputusan, yaitu kebebasan individu untuk menentukan tindakan tanpa terlalu dipengaruhi oleh tekanan atau pendapat orang lain.
- c. Memiliki konsep diri yang positif, yakni sikap menerima diri sendiri secara realistis serta mampu menilai berbagai hal dari sudut pandang yang lebih objektif.
- d. Berani mengungkapkan pendapat, yaitu kesanggupan untuk menyampaikan ide, pandangan, atau gagasan secara terbuka tanpa tekanan dari pihak lain.⁴¹

Berbeda dengan kepercayaan diri yang bersifat umum dan menyeluruh, efikasi diri dipersepsikan merujuk keyakinan spesifik seseorang terhadap kemampuannya dalam mengatur dan melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mengatasi situasi-situasi yang mungkin dihadapi di masa depan.⁴²

Secara garis besar, kepercayaan diri dan efikasi diri memiliki hubungan yang saling berkaitan namun tidak identik. Kepercayaan diri bersifat lebih umum dan global, sedangkan efikasi diri bersifat spesifik dan terbatas pada tugas tertentu. Misalnya, seseorang dapat merasa percaya diri dalam kehidupan sosial, namun tidak memiliki efikasi diri yang tinggi saat menghadapi wawancara kerja atau tugas akademik tertentu. Sebaliknya, ada pula individu yang memiliki efikasi diri tinggi dalam bidang tertentu. Kepercayaan diri bersifat lebih umum dan global, sedangkan tetapi secara umum merasa kurang percaya diri dalam kehidupan sehari-hari. efikasi diri bersifat spesifik dan terbatas pada tugas tertentu. Misalnya, seseorang dapat merasa percaya diri dalam kehidupan sosial, namun tidak memiliki efikasi diri yang

⁴¹ Safrul Rajab, *Pengaruh Kepercayaan Diri Mahasiswa Terhadap Dorongan Berwirausaha*, Jurnal Bisnis Kompetitif, 1.2 (2022).hal.214-215.

⁴² Siti Fatimah,dkk, *Tingkat Efikasi Diri Performa Akademik Mahasiswa Ditinjau Dari Perspektif Dimensi Bandura*, Prophetic: Professional, Empathy and Islamic Counseling Journal, 4.1 (2021).hal.27.

tinggi saat menghadapi wawancara kerja atau tugas akademik tertentu. Sebaliknya, ada pula individu yang memiliki efikasi diri tinggi dalam bidang tertentu.

D. Tantangan Dunia Kerja

1. Kondisi dan Dinamika Dunia Kerja Kontemporer

Pekerjaan merupakan salah satu peran penting dalam kehidupan manusia, karena gaya hidup dan kehidupan sosial seseorang dipengaruhi oleh jenis pekerjaan yang dimiliki.⁴³ Dalam dunia kerja kontemporer merupakan cerminan dari perubahan besar yang terjadi dalam kondisi dan dinamika ketenagakerjaan akibat kemajuan teknologi. Hal ini telah mengubah cara kerja, interaksi dan persaingan di pasar kerja. Dalam konteks dunia kerja kontemporer yang serba cepat dan penuh persaingan, membutuhkan keterampilan digital, adaptasi terhadap perubahan yang cepat, kolaborasi, kreativitas dan beberapa keterampilan penting yang perlu dimiliki oleh setiap profesional di era sekarang. Hal ini, dalam menghadapi tantangan dunia kerja di era digital, harus memiliki keterampilan yang tepat yang mesti dimiliki untuk menunjang kesuksesan di era digital seperti penggunaan perangkat lunak, literasi digital dan penguasaan dan pemanfaatan media sosial secara tepat.⁴⁴

2. Pencitraan diri dan Efikasi Diri sebagai Modal Menghadapi Dunia Kerja

Dalam menghadapi tantangan dunia kerja, media sosial dan efikasi diri menjadi dua aspek yang sangat penting. Media sosial berperan dalam membangun citra diri seseorang untuk memperkenalkan dirinya, membentuk persepsi publik atas siapa dirinya, apa yang diyakininya, dan nilai apa yang bisa ditawarkan.⁴⁵ Pemanfaatan media sosial secara optimal memungkinkan individu untuk

⁴³ Afiyanisa Mauli and Mukaram Mukaram, 'Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan', *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 2.2 (2016), h. 15, doi:10.35697/jrbi.v2i2.71.

⁴⁴ Isep Amas Priatna and others, '*Tantangan Dan Peluang Karir Di Era Digital*', *SEPAKAT : Sesi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4.1 (2024), h. 8.

⁴⁵ Moch Bayu Ibrahim S, dkk '*tantangan dan problematika masyarakat modern*' (cahya Ghani Recovery:semarang, 2025).h. 7

membentuk citra diri yang kuat sesuai potensi dan keahlian yang dimiliki. Penting bagi seseorang untuk konsisten dalam menyampaikan pesan, nilai-nilai, dan keahlian mereka di media sosial, agar dapat mencapai tujuan pencitraan diri yang diharapkan. Bagi mahasiswa, proses pembentukan citra diri ini berperan penting dalam meningkatkan keyakinan diri, karena membantu mereka mengenali dan mengapresiasi kapasitas yang dimiliki dalam diri mereka sendiri.⁴⁶ Mahasiswa yang membangun citra diri yang positif sejak dini akan menjadi bekal untuk memasuki dunia kerja dengan percaya diri dan terarah.

Sementara, efikasi diri atau keyakinan diri atas kemampuan menghadapi tantangan, menjadi modal utama dalam dunia kerja. Seseorang dengan efikasi diri yang tinggi, akan semakin rendah tingkat kecemasan yang dialaminya. Sebagaimana Bandura menyatakan bahwa efikasi diri yang tinggi merupakan faktor kognitif penting yang menunjang individu mengatasi berbagai tantangan, termasuk menghadapi tantangan dunia kerja. Individu dengan tingkat efikasi diri yang tinggi lebih mampu menghadapi tekanan psikologis, karena mereka percaya pada kemampuan mereka untuk mengontrol situasi.⁴⁷ Dalam konteks dunia kerja kontemporer yang serba cepat dan penuh saingan, efikasi diri berperan dalam menentukan cara seseorang melihat peluang, memotivasi dirinya, serta membentuk sikap optimis terhadap masa depan karier.

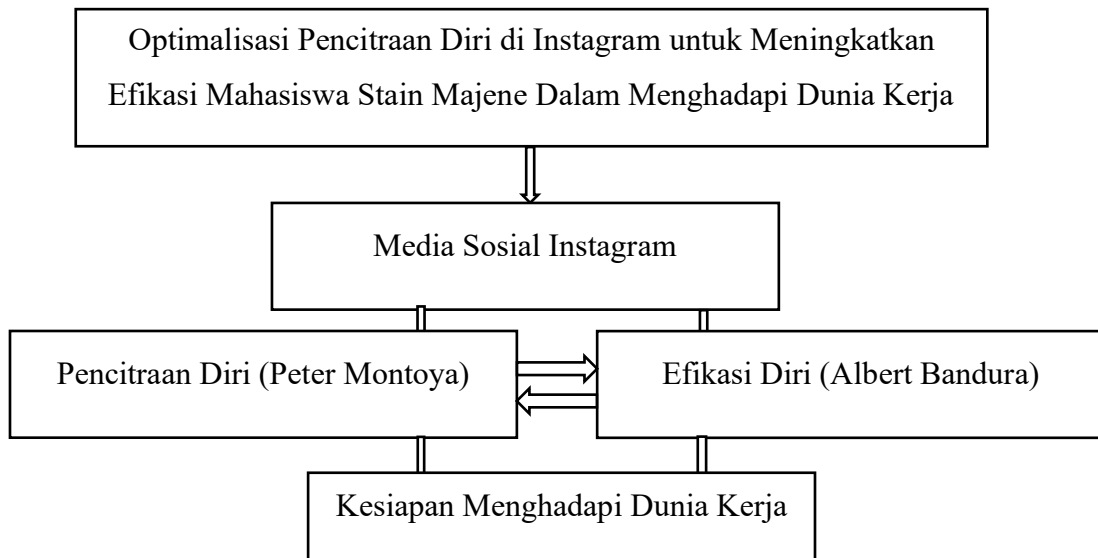
Hubungan antara pencitraan diri dan efikasi diri dapat membentuk pribadi yang tidak hanya mampu bersaing, tetapi juga memberi nilai lebih di dunia kerja. Mahasiswa yang mampu mengenali potensi dirinya, mengelolanya dengan baik,

⁴⁶ Yunita Dwi Wulansari and others, 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Konstruksi Identitas Mahasiswa Universitas Jember', *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4.2 (2024), h. 337, doi:10.37481/jmh.v4i2.768.

⁴⁷ Fadhilah Rikasiwi, Wahyu Aulizalsini, Rika Fitriyana, 'Mengkaji Efikasi Diri Dan Kecemasan Menghadapi Dunia Kerja Pada Mahasiswa Tingkat Akhir', *INSPIRATIF : Journal of Educational Psychology*, 3.2 (2024), h. 48–57.

serta mempresentasikan keunggulannya secara etis dan profesional akan lebih mudah menarik perhatian dunia industri.

E. *Kerangka Konseptual*



Gambar. 2.1. Kerangka Konseptual

Instagram sebagai media sosial berbasis visual dan populer, terutama di kalangan mahasiswa, memberikan ruang bagi mahasiswa untuk membentuk serta menampilkan citra diri secara kreatif dan profesional. Melalui fitur-fitur seperti *feed*, *story*, *reels*, dan *highlight*, mahasiswa dapat menunjukkan keahlian, prestasi, maupun nilai-nilai personal yang ingin ditonjolkan kepada khalayak yang lebih luas. Media ini tidak hanya menjadi sarana berbagi aktivitas, tetapi juga wadah strategis untuk membangun personal branding yang relevan dengan identitas dan tujuan karier individu.

Namun, pencitraan diri melalui Instagram tidak dapat berjalan maksimal tanpa adanya upaya optimalisasi. Optimalisasi di sini berarti mahasiswa tidak hanya menggunakan Instagram secara apa adanya, tetapi mengelolanya dengan strategi yang terarah. Misalnya, dengan konsisten dalam mengunggah konten yang relevan dengan bidang keahliannya, pemilihan visual yang menarik,

penggunaan *caption* yang komunikatif, serta menjalin interaksi dengan audiens secara aktif. Upaya-upaya tersebut akan memperkuat citra diri yang dibangun dan menciptakan kesan positif di mata publik.

Pencitraan diri yang teroptimalkan dengan baik di media sosial tidak hanya membentuk citra positif, tetapi juga memberikan dampak internal berupa peningkatan efikasi diri. Menurut Albert Bandura, efikasi diri adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk mengatur dan melaksanakan tindakan yang diperlukan guna mencapai hasil yang diinginkan. Efikasi diri dapat dipengaruhi oleh dua sumber utama, yaitu dorongan internal dan dorongan eksternal. Dorongan internal meliputi motivasi pribadi, rasa percaya diri, serta pengalaman keberhasilan yang menumbuhkan keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri. Sedangkan dorongan eksternal muncul dari apresiasi, dukungan sosial, dan pengakuan dari orang lain yang dapat memperkuat keyakinan individu terhadap kemampuannya.

Dalam konteks penggunaan Instagram, kedua dorongan ini saling berperan dalam membentuk dan memperkuat citra diri mahasiswa. Ketika mahasiswa memiliki dorongan internal yang kuat, mereka cenderung lebih konsisten dan percaya diri dalam menampilkan diri di media sosial. Sementara dorongan eksternal, seperti dukungan dan respon positif dari audiens, dapat menjadi penguat bagi mahasiswa untuk terus mengembangkan pencitraan dirinya. Hal ini menunjukkan bahwa efikasi diri tidak hanya memengaruhi cara individu membangun citra diri, tetapi juga dapat tumbuh dan menguat melalui proses pencitraan diri itu sendiri.

Pencitraan diri dan efikasi diri dalam penelitian ini pada dasarnya memiliki hubungan yang bersifat timbal balik. Citra diri yang positif dapat meningkatkan efikasi diri, karena individu melihat dirinya sebagai pribadi yang

kompeten dan bernilai. Sebaliknya, efikasi diri yang tinggi membuat seseorang lebih percaya diri untuk menampilkan potensi dan identitas dirinya secara konsisten di media sosial. Dalam konteks ini, mahasiswa yang memiliki efikasi diri tinggi akan lebih berani berekspresi, mencoba hal baru, serta membangun pencitraan diri yang kuat, sedangkan mahasiswa yang telah memiliki citra diri positif akan semakin yakin terhadap kemampuan dirinya. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa Instagram sebagai media visual berperan sebagai ruang bagi mahasiswa untuk menampilkan potensi diri sekaligus memperkuat efikasi diri. Melalui proses optimalisasi pencitraan diri yang terarah, mahasiswa tidak hanya membangun citra diri yang positif di ruang digital, tetapi juga mengembangkan keyakinan diri yang menjadi modal penting dalam menghadapi dunia kerja.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor mengungkapkan bahwa suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif, seperti ungkapan tertulis atau lisan dari individu serta perilaku yang dapat diamati.⁴⁸ Dalam hal ini, peneliti memilih menggunakan metode penelitian kualitatif, agar peneliti dapat terarah lebih tepat sesuai dengan tujuan penelitian yaitu mengetahui dan menjelaskan bagaimana memaknai dan optimalisasi pencitraan diri di Instagram untuk meningkatkan efikasi mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene, yang berlokasi di Jalan Blok Kelurahan Totoli, Kecamatan Banggae, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa STAIN Majene merupakan salah satu perguruan tinggi yang memiliki mahasiswa yang aktif dalam penggunaan media sosial, khususnya Instagram. Yang difokuskan pada mahasiswa yang memanfaatkan platform Instagram sebagai media untuk membentuk pencitraan diri.

B. Pendekatan Penelitian

Dalam perspektif keilmuan, penelitian ini menggunakan pendekatan psikologi sosial. Menurut Walgito, psikologi sosial merupakan ilmu yang mempelajari perilaku individu dalam situasi sosial. Fokus utama psikologi sosial adalah bagaimana perilaku individu dipengaruhi oleh interaksi dan lingkungan

⁴⁸ Menurut Bagdo dan Taylor sebagaimana dikutip Zuchri Abdussamad, “*Pengantar Metodologi Penelitian*”, (Makassar: CV. syakir Media Press, 2021).h.30

sosial di sekitarnya. Dengan demikian, kajian psikologi sosial selalu terkait erat dengan dinamika interaksi sosial yang mempengaruhi tindakan dan sikap individu.⁴⁹ Penelitian ini menggunakan pendekatan psikologi sosial karena fokus utama yang dikaji adalah efikasi diri mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja.

Selain itu, secara metodologis penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi, masuk pada pendekatan penelitian kualitatif yang berfokus kepada pemahaman mendalam mengenai pengalaman individu atau kelompok. Fenomenologi menurut Moleong merupakan studi ilmiah yang bertujuan untuk mengkaji dan menyelidiki suatu peristiwa atau pengalaman yang dialami oleh individu, kelompok atau sekelompok makhluk hidup.⁵⁰

Penelitian ini memilih pendekatan fenomenologi karena peneliti ingin menggali secara mendalam mengenai pengalaman mahasiswa STAIN Majene dalam menciptakan pencitraan diri di Instagram dan bagaimana hal tersebut dapat meningkatkan efikasi mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja. Melalui pendekatan ini, peneliti berharap mampu menggali secara mendalam mengenai bagaimana optimalisasi pencitraan diri di platform digital menjadi bagian yang penting dari proses penguatan efikasi mahasiswa dalam menghadapi dunia profesional.

C. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan subjek tempat data diambil dan diperoleh⁵¹. Dalam penelitian ini, data diperoleh dari dua jenis yakni;

⁴⁹ Intan Rahmawati, '*Pengantar psikologi sosiaL*' (Jakarta timur:PT Bumi Aksara, (2022).h.3

⁵⁰ Abdul Nasir, dkk, "*Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Kualitatif*", Journal Of Social Science Research, 3,5 (2023).h.4445.

⁵¹ Rifa'i Abubakar, "*Pengantar Metodologi Penelitian*". (Yogyakarta: SUKA-Press, 2021).h.57

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber informasi utama yang dikumpulkan dan diperoleh langsung oleh peneliti dalam proses penelitian. Data ini dikumpulkan langsung dari sumber asli, yakni informan yang terkait dengan aspek penelitian yang berupa hasil observasi, wawancara dan dokumentasi.⁵² Dalam hal ini pengumpulan data primer melakukan observasi serta wawancara mendalam menggunakan pertanyaan secara lisan kepada mahasiswa, untuk memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan secara tidak langsung dari objek penelitian. Peneliti memperoleh data yang sudah ada dari pihak lain dengan berbagai cara dan metode. Data sekunder bisa diperoleh dari berbagai sumber, antara lain, buku, jurnal, laporan, Biro Pusat Statistik (BPS) dan sumber data lainnya.⁵³ Sehingga, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan berbagai literatur yang relevan dan mendukung dengan penelitian yang dilakukan.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah langkah paling utama pada penelitian, karena penelitian tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan data. Tanpa mengetahui metode pengumpulan data, maka peneliti tidak akan memperoleh data sesuai yang diharapkan.⁵⁴

⁵² Undari Sulung, Mohamad Muspawi, “Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, Dan Tersier”. Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS), 5,3 (2024).h.112SS

⁵³ Annisa Rizky Fadilla, Putri Ayu Wulandari, “Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data”, Mitita Jurnal Penelitian, 1,3 (2023).h.36

⁵⁴ Sugiyono, “metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D”, (Bandung: Alfabeta, 2019).h.296

Penelitian ini, data diperoleh dan dikumpulkan melalui beberapa teknik yakni, observasi, wawancara, dan dokumentasi:⁵⁵

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan, serta pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Teknik observasi adalah pencatatan dan pengamatan yang sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diteliti. Secara umum, observasi tidak hanya terbatas pada kegiatan mengamati secara langsung atau tidak langsung, tetapi mencakup berbagai bentuk pengamatan dalam arti yang lebih luas.⁵⁶ Dalam penelitian ini observasi telah dilakukan secara langsung terhadap akun Instagram mahasiswa STAIN Majene yang menjadi subjek penelitian untuk melihat bagaimana mahasiswa membangun pencitraan diri di Instagram. Fokus observasi seperti *Bio*, *Highlight*, *caption* dan unggahan (*feed dan reels*).

2. Wawancara

Wawancara merupakan tanya jawab secara lisan antara dua orang atau lebih yang dilakukan secara langsung atau percakapan dengan tujuan tertentu. Wawancara dilakukan oleh pewawancara kemudian mengajukan pertanyaan kepada yang diwawancarai yang kemudian memberikan jawaban atas pertanyaan.

Penelitian ini, menggunakan teknik wawancara semi terstruktur. Menurut sugiyono bahwa jenis wawancara ini termasuk kategori wawancara mendalam (*in-dept interview*), dimana proses wawancaranya lebih terbuka, sehingga peneliti lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan utama dari jenis

⁵⁵ Hardani, dkk “*Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*”, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020).h.124-150

⁵⁶ Panarengan Hasibuan and others, “*Analisis Pengukuran Temperatur Udara Dengan Metode Observasi Analysis of Air Temperature Measurements Using the Observational Method*”, *ABDIMAS: Jurnal Garuda Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1.1 (2023), h. 8–15 <<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>>.

wawancara tersebut adalah untuk menemukan permasalahan dengan lebih terbuka, dimana pihak sebagai informan diminta ide-ide dan pendapatnya.⁵⁷

3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, artinya barang-barang yang tertulis. Menurut Sugiyono bahwa dokumen merupakan sebuah catatan peristiwa yang sudah berlalu yang bisa berbentuk seperti tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Penggunaan metode dokumentasi dalam penelitian kualitatif adalah pelengkap dari metode observasi dan wawancara.

Penelitian ini, dalam melakukan metode dokumentasi menggunakan ponsel sebagai alat untuk memotret ataupun merekam, serta alat tulis yang dibutuhkan.

E. Instrumen Penelitian

1. Pedoman Wawancara

Peneliti telah melakukan wawancara semi terstruktur dengan 6 (enam) informan. Teknik yang digunakan dalam memilih informan yakni *teknik purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan cara terstruktur, tidak random tetapi sesuai dengan kriteria tertentu.⁵⁸ Adapun kriteria informan pada penelitian ini adalah:

- a. Mahasiswa aktif STAIN Majene
- b. Aktif menggunakan Instagram sebagai media untuk membentuk atau menunjukkan citra diri, misalnya melalui konten foto atau video, *bio*, *highlight caption*.
- c. Menyadari atau meyakini bahwa aktivitas pencitraan diri yang mereka lakukan di Instagram berkaitan dengan peningkatan efikasi diri.

⁵⁷ Sugiyono, 'Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D', (Alfabeta, 2021).h.306

⁵⁸ Sugiyono, 'Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D', (Alfabeta, 2021).h.289

Proses wawancara dilakukan secara tatap muka dengan menggunakan berbagai alat sebagai pendukung seperti alat perekam, alat tulis dan buku catatan yang berisi daftar pertanyaan untuk diajukan kepada informan.

2. Catatan Observasi

Peneliti telah melakukan observasi untuk mengamati secara langsung akun Instagram mahasiswa STAIN Majene dengan menggunakan ponsel untuk mengakses, melihat dan mendokumentasikan aktivitas subjek penelitian. Melalui ponsel, peneliti dapat membuka profil Instagram mahasiswa, jumlah pengikut, mengamati konten yang diunggah, seperti foto, *caption*, *story*, dan *highlight* serta *bio* pengguna.

3. Alat Dokumentasi

Peneliti menggunakan teknik dokumentasi untuk mengumpulkan informasi dari arsip yang relevan seperti foto maupun video yang diperlukan. Selama sesi wawancara, peneliti telah melakukan dokumentasi berupa pengambilan foto maupun video. Dalam proses observasi, peneliti telah melakukan dokumentasi berupa tangkapan layar (*screenshot*) pada masing-masing akun pengguna Instagram yang melakukan pencitraan diri dan menjadi subjek penelitian.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Menurut sugiyono, analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data yang diperoleh secara sistematis, yang diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi, serta catatan lapangan, kemudian mengelompokkan data kedalam kategori, menguraikan kedalam bagian-bagian, merangkum data, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting, membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami diri sendiri maupun orang lain.⁵⁹ Dalam penelitian ini, menggunakan analisis data model Miles dan Huberman, yang mengemukakan bahwa dalam

⁵⁹ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta, 2021).h.320.

analisis data kualitatif dilakukan aktivitas secara interaktif yang berlangsung secara berkelanjutan, hingga selesai, sehingga datanya tidak jenuh. Aktivitas proses analisis data tersebut terdiri dari:⁶⁰

1. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Aktivitas utama dalam penelitian adalah mengumpulkan. Dalam penelitian kualitatif proses pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi (Triangulasi). Umumnya penelitian dilakukan selama sehari-hari, hingga berbulan-bulan, sehingga data yang diperoleh akan banyak. Pada bagian awal peneliti melakukan penjajakan secara keseluruhan situasi sosial atau objek yang ingin diteliti, dilihat dan didengar semua direkam. Tujuannya, agar peneliti memperoleh yang banyak sesuai yang dibutuhkan.

2. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang penting, mengambil data yang pokok dan penting, membuat kategori berdasarkan huruf besar, kecil dan angka. Hal ini, dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, agar mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data selanjutnya, serta mencarinya apabila diperlukan.

3. *Data Display* (Penyajian Data)

Tahap selanjutnya setelah reduksi data adalah penyajian data. penyajian data merupakan tahap untuk menyusun data yang telah direduksi secara terorganisir. Hal ini, untuk mempermudah peneliti untuk memahami situasi yang terjadi dan menentukan langkah yang lebih lanjut yang akan dilakukan. Dalam melakukan penyajian data dapat berbentuk grafik, jaringan, matriks, bagan, maupun teks naratif.

⁶⁰ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta, 2021).h.321-330

4. *Conclusion Drawing* (Kesimpulan)

Tahap akhir dalam analisis ini menurut Miles dan Huberman merupakan prose penarikan kesimpulan. Dalam hal ini peneliti melakukan verifikasi atau kesimpulan terhadap data yang telah diperoleh. Dengan menginterpretasikan makna dari data yang telah dikumpulkan, direduksi, dan disajikan.

G. *Pengujian Keabsahan Data*

Setelah pengumpulan data telah selesai, selanjutnya adalah melakukan uji keabsahan data untuk menilai apakah data yang diperoleh valid atau tidak. Dalam penelitian ini, untuk memperoleh tingkat kepercayaan terhadap data yang diperoleh peneliti, penulis menggunakan triangulasi. Dalam pengujian kredibilitas triangulasi dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber yang telah diperoleh dengan menggunakan berbagai teknik.⁶¹

1. Triangulasi sumber dilakukan untuk memastikan keabsahan data dengan cara memverifikasi informasi yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda.
2. Triangulasi teknik digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan cara membandingkan data yang diperoleh dari sumber yang sama menggunakan metode pengumpulan data yang berbeda.

⁶¹ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta, 2021).h.368-370

BAB IV
PENCITRAAN DIRI DI INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN
EFIKASI MAHASISWA STAIN MAJENE DALAM
MENGHADAPI DUNIA KERJA

A. *Gambaran Umum Lokasi Penelitian*

1. Profil Mahasiswa STAIN Majene

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene merupakan salah satu perguruan tinggi agama Islam negeri yang hadir sebagai jawaban atas kebutuhan masyarakat Sulawesi Barat akan akses pendidikan tinggi Islam yang lebih dekat, terjangkau, dan berkualitas. Lembaga ini berdiri pada 12 November 2016 dan diresmikan langsung oleh Menteri Agama Republik Indonesia saat itu, Lukman Hakim Saifuddin, yang pada kesempatan yang sama melantik Dr. H. M. Napis Dj., M.A. sebagai ketua pertama. Kehadiran STAIN Majene menandai babak baru bagi dunia pendidikan di provinsi termuda di Indonesia ini, membawa harapan baru bagi generasi muda yang ingin melanjutkan studi ke jenjang perguruan tinggi tanpa harus merantau jauh.

Penamaan “Majene” pada institusi ini bukan sekadar menunjukkan letak geografis, melainkan sekaligus menegaskan peran kota tersebut sebagai pusat pengembangan pendidikan di Sulawesi Barat. Penetapan Majene sebagai lokasi STAIN sejalan dengan kesepakatan para tokoh dan inisiator pembentukan provinsi bahwa kota ini layak menjadi sentra pendidikan. Tak heran jika hampir semua perguruan tinggi negeri di provinsi ini terpusat di Majene, menjadikannya magnet bagi pelajar dari berbagai kabupaten seperti Polewali Mandar, Mamasa, Mamuju, Mamuju Tengah, hingga Pasangkayu.

Lahir di tengah status Sulawesi Barat sebagai daerah yang pernah dikategorikan tertinggal, STAIN Majene membawa misi lebih dari sekadar penyelenggaraan pendidikan. Ia hadir untuk membuka peluang baru,

menggerakkan mobilitas sosial, dan mencetak sumber daya manusia yang tidak hanya kompeten secara akademis, tetapi juga berkarakter Islami. Misi ini tercermin dari langkah awal yang diambil pimpinan kampus, yakni membangun fondasi kelembagaan yang kuat. Hanya dalam waktu sekitar satu tahun, STAIN Majene telah berhasil merekrut dosen-dosen bergelar doktor di berbagai bidang keilmuan, serta tenaga kependidikan profesional yang sebagian besar berasal dari mutasi instansi lain maupun formasi Aparatur Sipil Negara baru.

Kekuatan sumber daya ini menjadi modal penting bagi STAIN Majene untuk segera mengembangkan berbagai program studi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Proses pembelajaran di kampus ini dirancang agar tidak hanya mengajarkan teori, tetapi juga melatih keterampilan praktis serta membentuk kepribadian mahasiswa yang siap menghadapi tantangan zaman. Di luar kelas, berbagai kegiatan kemahasiswaan, riset, dan pengabdian masyarakat menjadi ruang pembelajaran tambahan yang menanamkan nilai kepedulian sosial dan semangat berkontribusi untuk daerah.

Kini, STAIN Majene tidak lagi hanya dipandang sebagai kampus baru, melainkan sebagai bagian penting dari denyut pendidikan di Sulawesi Barat. Ia menjadi wadah pertemuan gagasan, tempat lahirnya kolaborasi lintas disiplin, sekaligus rumah intelektual bagi generasi muda yang ingin tumbuh dan berkiprah dengan landasan nilai-nilai Islam. Dengan semangat kebersamaan, profesionalisme, dan cita-cita membangun peradaban, STAIN Majene terus bergerak maju, menapaki jalan panjang untuk menjadi kebanggaan masyarakat Majene dan seluruh Sulawesi Barat.

STAIN Majene pada awal pendirian, membuka tiga jurusan, yaitu Tarbiyah dan Keguruan, Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam, serta Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, yang mencakup program studi seperti Pendidikan Agama

Islam, Tadris Bahasa Inggris, Hukum Ekonomi Syariah, Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Bahasa dan Sastra Arab, serta Komunikasi dan Penyiaran Islam. Seiring perkembangan, STAIN Majene menambahkan beberapa program studi baru, termasuk tiga program studi S1 pada tahun 2022, yaitu Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Bimbingan dan Konseling Pendidikan Islam, dan Akuntansi Syariah, serta dua program studi S2 pada tahun 2023, yaitu Pendidikan Agama Islam dan Hukum Keluarga Islam.

Mahasiswa STAIN Majene sendiri merupakan kelompok akademik yang memiliki karakteristik khas yang terbentuk dari perpaduan antar nilai keislaman, budaya lokal Mandar, dan pengaruh perkembangan era teknologi. Sebagian besar mahasiswa STAIN Majene berasal dari daerah sekitar Kabupaten Majene dan wilayah Pesisir Sulawesi Barat. Latar sosial mereka yang beragam membuat dinamika kehidupan kampus menjadi inklusif dan terbuka terhadap perbedaan. Dalam kesehariannya, mahasiswa STAIN Majene dikenal religius, sopan, dan menghormati dosen maupun sesama mahasiswa. Hal ini sejalan dengan nilai-nilai keislaman yang ditanamkan oleh lembaga serta budaya lokal yang masih dijunjung tinggi. Dari segi karakter akademik, mahasiswa STAIN Majene menunjukkan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan media digital. Mereka aktif menggunakan internet dan berbagai platform media sosial sebagai sarana untuk berkomunikasi, belajar, dan mengembangkan kreativitas.

Kehidupan sosial mahasiswa STAIN Majene tidak dapat dipisahkan dari pengaruh budaya Mandar yang kuat. Nilai budaya yang paling menonjol adalah "*Malaqbiq*" yang berarti luhur, sopan, dan bermartabat. Nilai ini menjadi pedoman moral dan sosial yang membentuk perilaku mahasiswa dalam bersikap maupun berinteraksi. Etika *Malaqbi* mendorong mahasiswa untuk selalu menjaga kehormatan diri, berbicara dengan santun, serta menghindari tindakan yang dapat

mencederai martabat pribadi maupun keluarga. Nilai tersebut juga tercermin dalam perilaku mereka di dunia digital, di mana sebagian besar mahasiswa berusaha menampilkan citra diri yang baik dan sesuai dengan norma agama serta budaya.

Selain pengaruh budaya lokal, mahasiswa STAIN Majene juga dibentuk oleh nilai-nilai keislaman yang moderat sebagaimana visi dan misi kampus. Sikap moderasi beragama ini menjadikan mereka terbuka terhadap perbedaan dan mampu menyeimbangkan antara nilai tradisional dan tuntutan modernitas. Dalam praktiknya, mahasiswa memadukan semangat religius dengan gaya hidup digital yang produktif. Instagram, misalnya, tidak hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang representasi diri dan wadah untuk menunjukkan citra positif sebagai mahasiswa yang berkarakter, kreatif, dan beretika.

Dengan demikian, karakteristik mahasiswa STAIN Majene dapat dipahami sebagai perpaduan antara religiusitas, etika budaya, dan kemampuan adaptasi digital. Dalam konteks sosial-budaya yang menjunjung tinggi nilai *Malaqbiq* dan moderasi beragama, mahasiswa STAIN Majene berupaya untuk menampilkan diri secara terhormat baik di dunia nyata maupun di dunia digital. Upaya tersebut menjadi cerminan bagaimana mereka membangun citra diri yang positif dan bermartabat, sekaligus menunjukkan bentuk adaptasi terhadap tantangan kehidupan modern dan persaingan dunia kerja yang semakin kompetitif.

2. Deskripsi Informan Penelitian

Penelitian ini melibatkan enam orang informan. Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling*, yakni dengan mempertimbangkan kesesuaian antara karakteristik pemilihan informan dan fokus penelitian. Keenam informan yang terdiri dari mahasiswa STAIN Majene dengan latar belakang program studi berbeda dipilih karena dianggap representatif dalam menggambarkan fenomena pencitraan diri melalui media sosial khususnya

Instagram, yang dipilih karena merupakan salah satu platform paling populer di kalangan mahasiswa dan generasi muda Indonesia.

Berdasarkan laporan *We Are Social* dan *Meltwater* tahun 2025, Instagram menempati posisi tiga besar media sosial dengan pengguna aktif terbanyak di Indonesia, dengan proporsi pengguna berusia 18–24 tahun sebagai kelompok dominan.⁶² Media sosial Instagram termaksud dalam kategori *social networking*, yakni platform jejaring sosial yang berfungsi sebagai ruang interaksi digital, di mana pengguna dapat membangun, memperluas, dan mempertahankan hubungan sosial dalam lingkungan daring.⁶³ Karakteristik Instagram yang berbasis visual juga memungkinkan penggunanya menampilkan citra diri secara strategis melalui unggahan foto, video, *story*, dan *bio* profil, sehingga dinilai lebih efektif dibandingkan media sosial lain dalam menampilkan identitas dan aktivitas personal. Dalam konteks penelitian ini, Instagram dipandang relevan karena menjadi media yang paling sering digunakan mahasiswa STAIN Majene untuk menampilkan kepribadian, kegiatan akademik, maupun aktivitas sosial yang berkontribusi pada peningkatan efikasi diri dan kesiapan menghadapi dunia kerja. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara keenam informan ini mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana mahasiswa STAIN Majene membangun, mengoptimalkan, dan merasakan dampak pencitraan diri di Instagram terhadap efikasi diri serta kesiapan mereka menghadapi dunia kerja. Berikut deskripsi masing-masing akun Instagram informan penelitian:

a. Akun Instagram @candra6aputra

Candra merupakan mahasiswa semester 6 Program Studi Pendidikan Agama Islam STAIN Majene. Aktif menggunakan media sosial Instagram sejak

⁶²We Are Social & Meltwater. “Digital 2025: Indonesia”. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>. Diakses dari Sabtu 20 September 2025.

⁶³ Dinda Sekar Puspitarini, Reni Nuraeni, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)”, *Jurnal Common*, 3.2(2019).h.73

tahun 2019. Selain itu, Candra juga dikenal sebagai mahasiswa yang aktif mengikuti berbagai kegiatan selama menempuh pendidikan di bangku kuliah.



Gambar 4. 1 Akun Instagram @candra6aputra
Sumber: <https://www.instagram.com/candra6aputra>

Candra menggunakan Instagram sebagai media untuk membangun pencitraan diri dengan membagikan konten seputar pendidikan, motivasi, dan dokumentasi perlombaan yang pernah diikutinya. Citra diri yang ditampilkan bukan dimaksudkan sebagai ajang pamer, melainkan sebagai sarana untuk memberikan memotivasi orang lain, yang kemudian memperoleh umpan balik positif dari para pengikutnya. Pencitraan diri yang dibangun tersebut mencerminkan pencapaian dan kemampuan yang dapat dijadikan portofolio digital, sehingga mendorong peningkatan kepercayaan diri sekaligus kesiapan dalam menghadapi dunia kerja.

b. Akun Instagram @mulqitalent_

Khaerul Mulqi atau biasa dipanggil Mulqi, merupakan mahasiswa semester 4 Jurusan Tarbiyah dan Keguruan Program Studi Tadris Bahasa Inggris STAIN Majene, dikenal sebagai mahasiswa yang aktif dalam berbagai kegiatan organisasi, baik di lingkungan internal kampus maupun pada tingkat eksternal.



Gambar 4. 2 Akun Instagram @mulqitalent_
Sumber: https://www.instagram.com/mulqitalent_

Berdasarkan hasil wawancara peneliti, Mulqi aktif menggunakan Instagram sejak duduk di bangku Sekolah Menengah Pertama (SMP) sekitar tahun 2019. Instagram baginya bukan sekadar media sosial, melainkan ruang untuk memperkenalkan diri, menunjukkan kemampuan, serta menyimpan pencapaian pribadi. Mulqi mengunggah berbagai konten yang mencerminkan identitasnya, seperti akademik, keagamaan, komedi, dan kemampuan berbahasa Inggris.

c. Akun Instagram @yassersfrrr_

Muhammad Yassir Safri merupakan mahasiswa semester 8 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam STAIN Majene. Mulai aktif menggunakan Instagram sejak tahun 2019 dan secara sadar membangun pencitraan diri sejak 2021. Fokus konten yang diunggah yaitu di bidang kreatif, khususnya fotografi dan editing. Yassir menilai bahwa media sosial sangat penting dalam dunia profesional karena menjadi wadah untuk memperkenalkan kompetensi dan menjaga reputasi. Yassir mengandalkan konsistensi sebagai strategi utama dalam membangun pencitraan diri dan mengaku pernah mendapat umpan balik positif dari pengguna

lain yang kemudian memberinya peluang pekerjaan. Hal ini turut meningkatkan kepercayaan diri dan efikasi dirinya dalam menghadapi dunia kerja.

d. Akun Instagram @fikaanss_



Gambar 4.3 Akun Instagram @fikaanss_
 Sumber: https://www.instagram.com/fikaanss_

Anafika Sariatul Umi yang biasa dipanggil fika merupakan mahasiswa semester akhir jurusan Tarbiyah dan Keguruan Program Studi Tadris Bahasa Inggris STAIN Majene. Berdasarkan hasil wawancara peneliti, Fika mulai aktif menggunakan Instagram sejak tahun 2021 setelah memasuki dunia perkuliahan dengan tujuan utama mendokumentasikan aktivitas akademik dan organisasi sebagai bagian dari pencitraan diri. Fokus konten yang ditampilkan mencakup kegiatan di bidang pendidikan, organisasi dan komunikasi, seperti *public speaking*, mengajar, dan menjadi *master of ceremony* (MC). Instagram digunakan sebagai sarana untuk menunjukkan kompetensi, membangun citra profesional, serta meningkatkan kepercayaan diri dan efikasi diri dalam menghadapi dunia kerja.

e. Akun Instagram @emmi_mutaamidan

Emmi Mutaammidan merupakan mahasiswa semester 6 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, Emmi mulai aktif menggunakan Instagram sejak semester dua perkuliahan.

Platform tersebut dimanfaatkan sebagai media berbagi inspirasi, motivasi, serta mendokumentasi berbagai aktivitas akademik dan organisasi.



Gambar 4. 4 Akun Instagram @emmi_mutaamidan
Sumber: https://www.instagram.com/emmi_mutaamidan

f. Akun Instagram @sariana16_

Sariana, atau akrab disapa ana, erupakan mahasiswa semester akhir Jurusan Tarbiyah dan Keguruan, Program Studi Tadris Bahasa Inggris di STAIN Majene.



Gambar 4. 5 Akun Instagram @sariana16_
Sumber: https://www.instagram.com/sariana16_

Berdasarkan hasil wawancara, Sariana mulai aktif menggunakan Instagram sejak tahun 2019 ketika masih duduk di bangku sekolah menengah atas. Pada tahap awal, Instagram dimanfaatkan untuk mengunggah foto dan cerita

sebagai sarana mengabadikan momen pribadi. Namun, sejak memasuki perkuliahan khususnya pada semester tiga, intensitas penggunaannya meningkat seiring dengan keterlibatannya dalam organisasi dan berbagai lomba. Tujuan utama pemanfaatan Instagram baginya adalah untuk membangun pencitraan diri melalui dokumentasi aktivitas akademik maupun organisasi. Fokus konten yang diunggah mencakup bidang pendidikan, prestasi akademik, kegiatan organisasi kampus, serta aktivitas komunikasi seperti menjadi *master of ceremony*, moderator, dan tutor Bahasa Inggris. Instagram digunakan sebagai media untuk menampilkan kompetensi, menjaga reputasi profesional, serta memperkuat kepercayaan diri dan efikasi diri dalam mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja maupun peluang beasiswa.

B. *Pemaknaan Pencitraan Diri di Instagram oleh Mahasiswa STAIN Majene dalam Menghadapi Dunia Kerja*

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh oleh peneliti melalui proses observasi, wawancara dan dokumentasi terhadap enam informan dari beberapa program studi di STAIN Majene, maka ditemukan bahwa pencitraan diri di Instagram dimaknai sebagai salah satu strategi penting dalam menyiapkan diri menghadapi dunia kerja yang kompetitif dan berbasis digital. Mahasiswa memandang Instagram bukan hanya sebagai media sosial hiburan, tetapi sebagai ruang untuk menampilkan kompetensi, pencapaian dan kepribadian mereka secara profesional. Adapun beberapa hasil temuan, bagaimana mahasiswa STAIN Majene memaknai pencitraan diri di Instagram dalam menghadapi dunia kerja sebagai berikut:

1. Pencitraan Diri sebagai Sarana Menunjukkan Identitas Profesional

Identitas merupakan ciri, tanda, atau jati diri yang melekat pada seseorang, kelompok, atau sesuatu sehingga membedakannya dari orang lain. Dalam konteks era digital, Instagram menjadi salah satu sarana yang digunakan untuk

memperkenalkan identitas diri secara positif dan profesional kepada publik, khususnya dalam menampilkan sisi akademik, pengalaman organisasi, pencapaian dan keterampilan tertentu. Hal ini berdasarkan hasil wawancara oleh Khaerul Mulqi menyatakan bahwa:

“Untuk saat ini, saya menggunakan Instagram untuk memperkenalkan kepada orang-orang bahwa inilah saya, ini kemampuan saya, ini *skill* saya. Tujuan lainnya adalah ingin dikenal oleh banyak orang, agar tidak dianggap sebagai orang yang tidak punya apa-apa. Dengan melihat isi Instagram saya, orang-orang bisa tahu bagaimana diri saya yang sebenarnya”⁶⁴

Hasil wawancara di atas, terlihat bahwa Instagram tidak lagi dipandang hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana membentuk identitas diri. Mahasiswa ingin dikenali bukan hanya karena eksistensi, tetapi juga karena kompetensinya. Mereka menyadari bahwa membangun kesan positif melalui media sosial bisa berdampak pada cara orang lain menilai mereka, termasuk di dunia kerja.

Hal ini sejalan disampaikan oleh Sariana yang fokus menampilkan aktivitas akademik dan organisasi. Pada hasil wawancara Sariana menyatakan bahwa:

“...Saya menggunakan Instagram untuk mengunggah kegiatan saya di organisasi, karena kebetulan saya merupakan anak organisasi dari UKM Lima Sidik, sekarang saya sudah menjadi alumni, dan juga aktif di organisasi LPM Cendekia. Selain itu, konten lainnya adalah prestasi saya. Meskipun tidak semua saya unggah di *feed* Instagram, tapi saya juga mengunggahnya di *highlight* Instagram. Saya lebih suka di situ. Biasanya juga saya mengunggah kegiatan komunitas saya, seperti *SEFEO English Community*. Kemarin saya juga sempat ikut kompetisi di FPAN tingkat nasional.”⁶⁵

Berdasarkan kedua hasil wawancara di atas, menggambarkan bahwa Instagram digunakan secara terencana dan terstruktur sebagai ruang untuk membangun identitas profesional yang kuat. Tidak hanya sekedar mengunggah untuk eksistensi, tetapi juga memilih konten yang berisi nilai, seperti lomba,

⁶⁴ Khaerul Mulqi, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 30 Juni 2025.

⁶⁵ Sariana, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 1 Juli 2025.

organisasi dan komunitas. Ini menunjukkan adanya strategi dalam membangun identitas secara profesional.

Berdasarkan temuan ini, sejalan dengan pendapat teori pencitraan diri dari Peter Montoya dalam konsep dasar pembentukan pencitraan diri yakni spesialisasi dimana fokus pada kekuatan, pencapaian keahlian tertentu.⁶⁶ Dimana Mahasiswa STAIN Majene menggunakan Instagram untuk menunjukkan keunikan dan kompetensi spesifik, seperti keaktifan berorganisasi, menunjukkan keahlian atau kemampuan tertentu, hingga keterlibatan di komunitas. Kemudian sesuai dengan tujuan dari pencitraan diri untuk menampilkan jati diri secara autentik karena apa yang ditampilkan mencerminkan jati diri yang sebenarnya, bukan rekayasa semata.

2. Instagram sebagai Portofolio Digital

Portofolio digital merupakan kumpulan bukti digital seperti karya, pencapaian, kemampuan individu, yang ditampilkan melalui platform elektronik agar mudah diakses dan dibagikan. Fenomena ini juga terlihat dikalangan mahasiswa STAIN Majene. Mereka tidak hanya menggunakan Instagram untuk eksistensi sosial, tetapi juga sebagai alat untuk menyusun portofolio digital. Mahasiswa STAIN Majene menyadari bahwa unggahan yang berisi aktivitas positif, seperti prestasi, pengalaman organisasi, hingga keterampilan, dapat menjadi representasi nilai diri yang dapat diakses oleh publik, termasuk oleh dunia kerja. Hal ini berdasarkan hasil wawancara Candra yang menyampaikan:

“Sangat penting, karena bukan soal pencitraan dirinya seperti apa, tapi mahasiswa itu harus berani tampil di media sosial, membagikan hal-hal yang positif. Itu juga bisa menjadi portofolio yang sangat dibutuhkan.”⁶⁷

Hasil wawancara ini jelas menunjukkan bahwa bagi mahasiswa, media sosial khususnya Instagram telah menjadi ruang yang strategis untuk membangun

⁶⁶ Abraham Octavianus, Roswita Oktavianti, *Personal Branding Influencer pada Media Sosial Tiktok (Studi Kasus pada Akun @veliaveve)*, 6.2 (2022).hal.399.

⁶⁷ Candra, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene 16 Juni 2025.

dan menampilkan kredibilitas serta kompetensi diri. Keberanian untuk tampil di media sosial di sini tidak hanya dimaknai sebagai keberanian menunjukkan eksistensi, tetapi juga sebagai langkah sadar untuk menampilkan sisi-sisi positif dari diri. Dengan membagikan aktivitas yang bermakna, mahasiswa merasa bisa menunjukkan kemampuan mereka secara nyata. Dalam konteks ini, Instagram menjadi bentuk portofolio digital yang dapat diakses oleh siapa saja, termasuk calon pemberi kerja. Sejalan dengan itu, berdasarkan wawancara Anafika juga menyatakan:

“...Sangat penting, karena sekarang kita kan di era yang modern yah, di era teknologi. Jadi yang saya tau kan para HRD atau sebagainya semuanya itu pasti yang pertama, selain CV-nya, ketika kita melamar kerja itu juga bisa banyak sekali dilihat dari sosial medianya, seperti salah satunya Instagram yang paling banyak. Jadi saya memanfaatkan platform Instagram untuk menunjukkan *skill* saya di bidang ini...”⁶⁸

Dari kedua hasil wawancara di atas dapat dipahami bahwa mahasiswa menyadari proses seleksi kerja saat ini tidak hanya mengandalkan dokumen formal saja seperti *curriculum vitae* (CV), tetapi juga pada citra diri digital yang mereka bangun di Instagram. Citra diri di media sosial menjadi bukti sekaligus portofolio yang dapat ditunjukkan kepada calon pemberi kerja.

Temuan ini memperlihatkan bahwa, mahasiswa STAIN Majene memanfaatkan media untuk menunjukkan potensi diri secara profesional. Dalam konteks ini, Instagram mulai difungsikan sebagai portofolio digital, yaitu kumpulan unggahan yang merepresentasikan nilai diri seperti keterampilan, pencapaian, dan aktivitas positif yang relevan dengan dunia kerja.

Berdasarkan temuan ini, sejalan dengan teori pencitraan diri dari Peter Montoya, mahasiswa membangun citra diri di Instagram dengan membagikan hal-hal positif serta kemampuan yang dimiliki secara sadar dan autentik yang relevan dengan dunia kerja. Dimana Montoya menekankan bahwa pencitraan diri bukan

⁶⁸ Anafika Sariatul Umi, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 29 Juni 2025.

hanya menjadi terkenal, tetapi harus mencerminkan nilai, keahlian, serta dilakukan secara sadar dan berkelanjutan yang autentik dan relevan di mata audiens⁶⁹. Dalam kasus ini, mahasiswa secara aktif mengelola konten Instagram mereka untuk memperlihatkan hal-hal positif yang dapat memperkuat persepsi publik terhadap kemampuan profesional mereka. Dengan begitu, media sosial bukan sekadar ajang ekspresi, tetapi telah berkembang menjadi alat pemasaran diri.

Melihat kondisi dunia kerja sekarang, dalam konteks rekrutmen pekerja, perekrut tidak hanya menilai pelamar berdasarkan dokumen formal seperti *curriculum vitae* (CV) dan transkrip nilai, tetapi juga meninjau jejak digital dan pencitraan diri di media sosial sebagai cerminan kepribadian, nilai, serta profesionalitas calon pekerja. Proses ini dikenal dengan istilah *cybervetting*, yaitu praktik yang dilakukan oleh perekrut untuk menelusuri profil daring pelamar guna menilai kesesuaian antara citra diri digital dengan karakter dan kompetensi yang dibutuhkan organisasi.⁷⁰

Perekrut memanfaatkan platform seperti Instagram untuk memperoleh gambaran kepribadian serta perilaku calon karyawan yang mungkin tidak terungkap dalam berkas lamaran formal. Dengan demikian, pencitraan diri di media sosial memiliki peran strategis dalam membangun kepercayaan profesional dan meningkatkan daya saing individu di dunia kerja. Namun demikian, perusahaan tetap menempatkan kompetensi nyata dan bukti akademik seperti indeks prestasi kumulatif (IPK) sebagai tolak ukur utama. Artinya, citra diri yang baik di media sosial dapat menjadi nilai tambah dalam proses rekrutmen, tetapi tidak dapat sepenuhnya menggantikan kualitas dan kapabilitas yang tercermin dari prestasi akademik maupun pengalaman kerja.

⁶⁹ Loso Judijanto, dkk, *Personal Branding: Membangun Citra Positif dalam Persaingan Global*, (Jambi, PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).Hal.2.

⁷⁰ Zain, T. S., & Fakhriya, S. D., “*Peran Cybervetting Dalam Pengambilan Keputusan Rekrutmen Calon Karyawan*”. *Psyche: Jurnal Psikologi*, 5(1), (2023).h.133

3. Kesadaran terhadap Jejak Digital dan Reputasi Diri

Jejak digital dan reputasi diri merupakan dua hal yang sangat penting dalam bermedia sosial. Jejak digital adalah rekaman atau jejak informasi yang kita tinggalkan saat menggunakan teknologi digital seperti internet. Sedangkan reputasi diri adalah penilaian atau persepsi orang lain terhadap identitas, sikap dan perilaku yang ditampilkan. Salah satu hal yang disadari oleh mahasiswa STAIN Majene dalam membangun pencitraan diri di Instagram adalah menjaga jejak digital dan reputasi diri. Mereka memahami bahwa apa yang diunggah di media sosial akan membentuk cara orang lain memandang mereka. Jejak digital yang terekam di Instagram dianggap bisa memengaruhi penilaian orang lain terhadap kepribadian dan profesionalitas mereka. Kesadaran ini berdasarkan hasil wawancara disampaikan oleh Mulqi:

“Sangat penting, karena bagi saya, kalau kita tidak menjaga nama baik, itu mudah sekali untuk diolok-olok. Orang-orang di luar sana akan, misalnya, kalau kita posting konten-konten yang tidak bermutu atau gosip tentang orang lain, itu pasti akan mencoreng nama baik kita. Selama ini bisa dilihat di kontenku, saya biasa posting tentang hal-hal keagamaan. Kapan saja kita memposting kejelekan orang lain, maka otomatis harga diriku, nama baikku, akan jatuh”.⁷¹

Sejalan dengan itu, Sariana juga menyatakan bahwa menjaga nama baik di media sosial penting karena berkaitan langsung dengan jejak digital yang bisa dilihat banyak orang:

“...Jadi penting sekali untuk menjaga nama baik kita di sosial media, karena itu bisa juga menjadi jejak digital kita...”⁷²

Berdasarkan kedua hasil wawancara di atas, terlihat bahwa mahasiswa memahami bahwa jejak digital adalah bagian dari pencitraan diri. Mereka menyadari bahwa apa pun yang pernah diposting bisa dilihat kembali oleh siapa pun, termasuk calon pemberi kerja. Oleh karena itu, menjaga konten tetap positif

⁷¹ Khaerul Mulqi, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 30 Juni 2025

⁷² Sariana, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 1 Juli 2025.

menjadi bentuk upaya menjaga citra diri yang baik. Dalam hal ini, pencitraan diri bukan hanya soal menampilkan sisi yang menarik di Instagram, tapi juga soal bagaimana membatasi diri agar tidak memperlihatkan hal-hal yang bisa merusak reputasi dan menjadi jejak digital yang tidak baik. Kontrol terhadap apa yang dibagikan menunjukkan adanya kesadaran diri dan pertimbangan terhadap masa depan.

Dalam konteks pencitraan diri di Instagram, kesadaran terhadap pentingnya menjaga reputasi dan jejak digital berkaitan dengan konsep reputasi (*The Law Of Goodwill*) dalam pembentukan pencitraan diri. Menurut Peter Montoya, reputasi adalah kesan positif yang terbentuk dari konsistensi perilaku baik yang ditunjukkan seseorang dalam jangka panjang, pencitraan diri yang dibentuk akan bertahan lebih lama apabila memiliki maksud dan tujuan yang baik serta memberikan manfaat.⁷³ Sehingga mahasiswa berusaha menjaga unggahan mereka tetap positif dan tidak merugikan orang lain. Mereka membangun citra diri bukan hanya untuk terlihat keren atau profesional, tapi juga agar mendapat kepercayaan dari orang lain.

Dalam teori efikasi diri dari Bandura temuan ini merujuk pada situasi dimana individu mengerahkan seluruh potensi dan kemampuannya untuk mengelolah citra diri secara positif. Ini menunjukkan adanya pengalaman nyata dalam mengelola konten yang tidak asal unggah untuk menjaga jejak digital dan reputasi, yang mana menurut Bandura bisa memperkuat efikasi diri melalui pengalaman penguasaan tindakan (*Enactive Mastery Experiences*), karena mereka secara aktif membentuk dan menampilkan versi terbaik dari diri mereka, dan melihat hasilnya dalam bentuk tanggapan dari orang lain atau meningkatnya rasa percaya diri.

⁷³ Elvan Adventri Saragih, “*Pengelolaan Personal Branding Gamaliel Tapiheru Melalui Media Sosial Instagram*”, Jurnal Ilmu Komunikasi, 3.2 (2024).hal.188.

C. Proses Pembentukan dan Optimalisasi Pencitraan Diri Mahasiswa STAIN Majene di Instagram untuk Meningkatkan Efikasi Diri dalam Menghadapi Dunia Kerja

Mahasiswa STAIN Majene membentuk dan mengoptimalkan pencitraan diri mereka di Instagram sebagai salah satu strategi dalam meningkatkan efikasi diri menghadapi dunia kerja. Proses ini tidak hanya berbicara tentang bagaimana mereka menggunakan media sosial secara visual, tetapi juga bagaimana mereka mengolah setiap konten yang dibagikan agar berkontribusi terhadap pembentukan citra diri yang profesional. Melalui unggahan yang menampilkan aktivitas akademik, keterlibatan organisasi, maupun karya pribadi, mahasiswa berusaha menampilkan sisi terbaik diri mereka untuk memperoleh penilaian positif dari lingkungan sosial digital.

Dalam penelitian ini, istilah optimalisasi dimaknai sebagai upaya memaksimalkan penggunaan Instagram agar berfungsi secara efektif dalam membentuk dan memperkuat pencitraan diri mahasiswa. Optimalisasi tidak hanya berarti aktif menggunakan media sosial, tetapi juga mencakup kemampuan untuk mengelola citra diri secara sadar, konsisten, dan terarah dalam menampilkan kepribadian serta potensi yang positif. Pencitraan diri yang optimal mencerminkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya reputasi digital sebagai bagian dari modal sosial dalam menghadapi dunia kerja modern.

Pencitraan diri dikatakan sudah optimal apabila mahasiswa mampu menampilkan identitas diri yang autentik, konsisten, dan memiliki nilai profesional sesuai dengan teori pencitraan diri oleh Peter Montoya. Selain itu, optimalisasi juga dapat dilihat dari dampak positif terhadap efikasi diri, sebagaimana dijelaskan oleh Albert Bandura, yaitu meningkatnya rasa percaya diri dan keyakinan mahasiswa terhadap kemampuannya dalam menghadapi berbagai tantangan dunia kerja.

Hubungan ini menunjukkan bahwa pencitraan diri yang dikelola dengan baik di media sosial tidak hanya membangun persepsi eksternal, tetapi juga memperkuat keyakinan internal mahasiswa terhadap potensi dirinya.

Pembentukan dan optimalisasi pencitraan diri merupakan proses berkelanjutan yang melibatkan upaya untuk membangun, mengelola, dan meningkatkan persepsi orang lain terhadap diri di media sosial. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, temuan dalam bagian ini dibagi menjadi beberapa aspek utama yang menggambarkan bagaimana mahasiswa STAIN Majene membentuk dan mengoptimalkan citra diri mereka di Instagram serta bagaimana hal tersebut berpengaruh terhadap efikasi diri dalam menghadapi dunia kerja sebagai berikut:

1. Proses Pembentukan Citra Diri di Instagram

Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang populer saat ini, telah berkembang menjadi medium untuk mengelola dan membangun citra diri khususnya mahasiswa. Bagi mahasiswa STAIN Majene, Instagram bukan hanya ruang penyimpanan visual, tapi sebagai ruang untuk menunjukkan identitas, keahlian dan nilai-nilai yang relevan dengan dunia kerja. Dalam proses pembentukan pencitraan diri di Instagram mahasiswa STAIN Majene, melibatkan beberapa tahap, mulai dari bagaimana pengalaman awal menggunakan media sosial, hingga kesadaran dalam menggunakan media sosial untuk membentuk pencitraan diri.

a. Pengalaman Awal Menggunakan Media Sosial

Sebagian besar mahasiswa STAIN Majene mulai menggunakan Instagram sejak duduk di bangku sekolah menengah atas atau awal perkuliahan. Meskipun awalnya belum memiliki tujuan yang jelas, namun seiring waktu mereka menyadari

potensi media sosial sebagai ruang untuk membangun citra diri. Sebagaimana hasil wawancara Sariana menyatakan bahwa:

“Saat membuat akun itu, saya mulai membuat dari tahun 2019 saat itu saya masih SMA dan saya mulai aktif menggunakannya itu pada saat saya masuk kuliah. Dan mungkin mulai saya aktif berorganisasi saya mulai untuk tetap aktif di Instagram”⁷⁴

Hal ini sejalan dengan hasil wawancara Muhammad Yassir Safri:

“... Awal mulai membuat Instagram itu nda ada tujuan utama, karena ditau mi bahwa sekarang perlu dunia media sosial, jadi mau tidak mau saya harus membuat media sosial selain WhatsApp dan Facebook. Itu tujuan utama saat membuat Instagram. Ya tapi untuk saat ini, seiring berjalannya waktu, saya yakin bahwa Instagram ini mempunyai daya tarik... dalam memberikan seseorang *feedback* yang positif... apalagi di masa depan maupun dunia kerja”⁷⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas, Sariana mengatakan bahwa mulai membuat Instagram sejak tahun 2019 saat masih duduk di bangku SMA. Namun, penggunaan platform tersebut baru benar-benar aktif ketika memasuki jenjang perkuliahan dan semakin meningkat seiring dengan keterlibatan organisasi kampus. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa awal mulai menggunakan Instagram bukan karena ingin membangun citra diri, melainkan hanya menjadi hiburan saja.

Sejalan dengan hasil wawancara Muhammad Yassir Safri, juga mengatakan bahwa, awal penggunaan Instagram tidak ada tujuan selain hanya hiburan saja. Namun, seiring waktu, kesadaran tumbuh bahwa platform khususnya Instagram memiliki potensi kuat sebagai media representasi diri yang memberikan umpan balik positif, bahkan berpengaruh terhadap peluang di masa depan.

Hal ini berdasarkan teori pencitraan diri yang dikemukakan Peter Montoya, yang menyatakan bahwa pencitraan diri adalah persepsi atau kesan yang ingin ditanamkan pada publik tentang diri kita. Dalam konteks media sosial seperti Instagram, mahasiswa secara perlahan memahami bahwa Instagram bisa menjadi

⁷⁴ Sariana, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 1 Juli 2025.

⁷⁵ Muhammad Yassir Safri, Mahasiswa, *Wawancara* Majene, 7 Juli 2025.

ruang untuk menampilkan kesan diri tertentu. Meskipun awalnya digunakan untuk hiburan, pengalaman ini menjadi jalan untuk mulai memahami bagaimana setiap unggahan yang mereka bagikan membentuk persepsi orang lain terhadap mereka tentang identitas, nilai, serta keunggulan personal yang relevan dengan dunia profesional yang mereka miliki.

b. Aktivitas Produktif sebagai Dorongan Kesadaran Pencitraan Diri

Aktivitas produktif merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan secara sadar dan bertujuan menghasilkan sesuatu yang bermanfaat, baik secara pribadi maupun sosial. Dalam proses pembentukan citra diri mahasiswa STAIN Majene di Instagram, aktivitas produktif terbukti menjadi salah satu faktor utama yang mendorong kesadaran akan pentingnya membangun pencitraan diri. Aktivitas yang dimaksud merupakan keterlibatan dalam kegiatan akademik, perlombaan, organisasi, serta penciptaan konten kreatif yang memiliki nilai edukatif dan sosial. Mahasiswa yang aktif di berbagai bidang ini mulai menyadari bahwa media sosial bukan sekadar ruang berbagi moment, tetapi juga sarana strategis untuk menunjukkan kemampuan dan karakter diri yang positif kepada publik.

Berdasarkan hasil wawancara, Candra menjelaskan bahwa keikutsertaannya dalam ajang Duta Pendidikan menjadi titik awal tumbuhnya kesadaran membangun pencitraan diri:

“Mulai membangun *personal branding* itu awal-awalnya itu memberanikan diri, cari kayak hal apa yang bisa menampilkan positif dan bisa ditiru untuk pemain media sosial yang lain, nah itu di awal pada saat mengikuti ajang perlombaan seperti kemarin ini, mengikuti ajang perlombaan duta Pendidikan. nah disitu awal semangat-semangat untuk membangun *personal branding* karena salah satu yang didapatkan pada saat lomba itu ya itu materi *personal branding*”.⁷⁶

Sementara Muhammad Yassir Safri, menyatakan bahwa kesadaran membangun pencitraan diri muncul secara lebih natural dan bertahap, tidak

⁷⁶ Candra, Mahasiswa, *Wawancara* Majene, 16 Juli 2025.

memiliki rencana atau waktu khusus, namun keterlibatannya secara rutin dalam aktivitas yang sesuai dengan hobi dan minat:

“Sebenarnya awal membangun *personal branding* itu sebenarnya nda tau kapan mulainya, kapan tanggal berapa, bulan berapa dan hari apa karena tidak ada *planning* bahwa besok kita mau bangun *personal branding* deh nda ada itu, *pure* sebetulnya karena minat, karena hobi, lambat laun sadar bahwa pengapload dalam bidang tertentu itu bermanfaat dalam *personal branding* kita. Tidak adaji patokan minggu depan saya mau bangun *personal branding* nda ada, jadi nda tau kapan itu awalnya bagaimana sebetulnya berangkat dari hobi ji dan minat”⁷⁷

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa, aktivitas produktif berperan sebagai pemicu dalam proses pencitraan diri mahasiswa. Kesadaran tersebut tidak muncul secara instan, melainkan terbangun seiring adanya keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan yang memiliki nilai tambah. Mereka tidak sekadar menunjukkan apa yang mereka lakukan, melainkan mulai memahami bahwa setiap tindakan yang dipublikasikan berkontribusi pada persepsi publik terhadap diri mereka.

Temuan ini menjelaskan bahwa pencitraan diri di media sosial bukanlah sesuatu yang dibangun secara tiba-tiba. Mahasiswa STAIN Majene menyadari bahwa media sosial seperti Instagram bisa dimanfaatkan lebih dari sekedar tempat berbagi aktivitas sehari-hari. Aktivitas produktif, seperti mengikuti lomba, organisasi, karya, atau konten edukatif, mendorong mereka untuk membangun pencitraan diri yang positif dimana orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran membentuk pencitraan diri biasanya muncul ketika mahasiswa mulai terlibat dalam kegiatan yang memberikan manfaat bagi dirinya dan orang lain.

Dalam konteks ini, sejalan dengan teori pencitraan diri yang dikemukakan oleh Peter Montoya, proses pencitraan diri mahasiswa STAIN Majene mencerminkan beberapa konsep pembentukan pencitraan diri. Salah satunya adalah spesialisasi, pencitraan diri yang ditandai dengan spesialisasi yang tepat, dan hanya

⁷⁷ Muhammad Yassir Safri, Mahasiswa, *Wawancara Majene*, 7 Juli 2025.

berfokus pada kekuatan, pencapaian dan keahlian tertentu.⁷⁸ Ketika Candra mengikuti ajang duta pendidikan, ia tidak hanya menunjukkan ketertarikan dalam dunia pendidikan, tetapi juga membangun identitas digitalnya di sesuai nilai-nilai tersebut, sehingga menjadikan dirinya mudah dikenali dalam bidang tertentu.

Selain itu, mahasiswa yang aktif membagikan kegiatan pencapaian, organisasi, atau karya secara tidak langsung meningkatkan keterlibatannya di ruang publik digital. Hal ini juga sesuai dengan konsep pembentukan pencitraan diri yaitu visibilitas atau keterlihatan. Pencitraan diri harus dapat dilihat secara konsisten terus-menerus, sampai citra diri seseorang dikenal.⁷⁹

Sementara itu, efikasi diri dari Albert Bandura, dalam konteks mahasiswa STAIN Majene, aktivitas produktif seperti mengikuti lomba, aktif dalam organisasi, membagikan karya dan membuat konten edukatif merupakan bentuk dari pengalaman penguasaan tindakan, merujuk pada situasi di mana individu mengerahkan seluruh potensi dan kemampuannya guna mencapai suatu keberhasilan. Keberhasilan yang dicapai akan memperkuat keyakinan terhadap kemampuan diri.⁸⁰ Pengalaman mengikuti kegiatan yang produktif memunculkan kesadaran untuk membangun citra diri secara lebih terarah. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan dalam aktivitas produktif berperan dalam meningkatkan efikasi diri.

c. Pembentukan Pencitraan Diri Mahasiswa STAIN Majene

Pencitraan diri yang dilakukan mahasiswa STAIN Majene di media sosial, khususnya Instagram, memperlihatkan pola-pola tertentu yang konsisten dan mencerminkan kesadaran mereka dalam membangun identitas digital. Setiap

⁷⁸ Nuriyati Samatan, dkk. “*Personal Branding on Social Media Through Peter Montoya Analysis*”, *Internasional journal of advanced multidiciplinary*, 3,2, (2024).h. 56

⁷⁹ Adevy Vanie, Naila Filzan, “*Konsep Pembentukan Personal Branding Peter Montoya Pada Akun Instagram @sativivijie*”, 3,2,(2024).h.141.

⁸⁰ Lina Erlina, “*Efikasi Diri Dalam Meningkatkan KemamPuan Mobilisasi Pasien*” (Bandung: Politeknik Kesehatan Kemenkes Bandung, 2020).h.64

mahasiswa memiliki cara tersendiri dalam menampilkan citra yang ingin diperlihatkan kepada publik, namun, secara umum terdapat beberapa pola dominan yang dapat diidentifikasi. Berdasarkan landasan konseptual dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori pembentukan pencitraan diri menurut Peter Montoya, yang menjelaskan terdapat delapan konsep utama dalam membangun pencitraan diri, yaitu spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, kekhasan, visibilitas, kesatuan, keteguhan, dan nama baik.

Dari hasil penelitian terhadap enam informan, ditemukan bahwa tidak semua konsep teori Montoya muncul secara utuh. Hanya tiga yang tampak paling relevan dan dominan, yaitu spesialisasi, kepribadian, dan reputasi. Munculnya hanya tiga konsep ini menunjukkan bahwa mahasiswa STAIN Majene sedang berada pada tahap awal dalam membangun citra profesional melalui media sosial. Mereka cenderung menggunakan Instagram untuk memperkenalkan diri, menampilkan aktivitas positif, dan menunjukkan keahlian atau minat tertentu yang mereka tekuni, bukan sepenuhnya sebagai sarana promosi karier.

Konsep spesialisasi terlihat dari cara mahasiswa menampilkan bidang tertentu yang menjadi fokus mereka, seperti public speaking, desain grafis, pendidikan, atau kegiatan organisasi. Hal ini memperlihatkan bahwa mereka mulai membangun identitas profesional berdasarkan minat dan kemampuan yang dimiliki. Sementara kepribadian mahasiswa menampilkan dirinya secara apa adanya, tanpa harus berpura-pura atau yang mengikuti standar orang lain. Sedangkan reputasi tercermin dari kesadaran mahasiswa dalam menjaga nama baik melalui pemilihan konten yang positif dan relevan, serta menghindari unggahan yang dapat menurunkan citra diri.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa pembentukan pencitraan diri mahasiswa STAIN Majene di Instagram telah

menunjukkan kesadaran digital yang positif, meski masih sederhana dan berfokus pada aspek dasar seperti spesialisasi, kepribadian, dan reputasi. Ketiga elemen tersebut menjadi pondasi awal dalam membangun kepercayaan diri atau efikasi diri serta kesiapan menghadapi dunia kerja, karena melalui proses menampilkan diri di media sosial, mahasiswa belajar memahami potensi diri, mengasah kemampuan, dan memantapkan keyakinan terhadap kompetensi yang dimiliki. berdasarkan hasil observasi dan wawancara menemukan beberapa dari delapan konsep pembentukan pencitraan diri pada 6 akun informan, diantaranya sebagai berikut:

1) Pencitraan Diri Akun @candra9uptra

Pada penelitian ini, peneliti meneliti akun Instagram @candra9uptra dalam membentuk pencitraan diri di media sosial Instagram, dalam penelitian ini, peneliti menemukan tiga dari delapan konsep pembentukan pencitraan diri pada akun @candra9uptra. berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti, konsep pembentukan pencitraan diri @candra9uptra yang dibangun sebagai mahasiswa yang aktif mengikuti ajang perlombaan, Duta Pendidikan dan motivator, diantaranya sebagai berikut:

a) Spesialisasi (*The Law Of Specialization*)

Dalam konteks pencitraan diri, spesialisasi berarti memfokuskan pencitraan diri pada kemampuan dan keahlian tertentu yang menjadi keunggulan pribadi. Spesialisasi ini sangat dibutuhkan dalam proses pembentukan pencitraan diri, karena memberikan arah yang jelas dalam membentuk persepsi publik terhadap identitas diri. Hal ini berdasarkan hasil wawancara informan menyampaikan:

“Fokus konten yang sering kubagikan itu, karena saya suka mengikut perlombaan nah itu salah satunya dan juga konten-konten seperti motivator dan tentang dunia Pendidikan”⁸¹

⁸¹ Candra, Mahasiswa, *Wawancara* Majene, 16 Juli 2025

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa informan membentuk pencitraan diri dengan kemampuan yang dimiliki. spesialisasi pada dasarnya mengarah pada potensi atau keahlian yang dimiliki seseorang.

b) Kepribadian (*The Law Of Personality*)

Pencitraan diri dengan konsep kepribadian akan kuat, jika individu menjadi dirinya sendiri. Jika seseorang mampu menampilkan dirinya secara apa adanya, tanpa harus berpura-pura atau yang mengikuti standar orang lain citra dirinya akan kuat. Dengan kata lain, seseorang perlu membangun pencitraan diri sesuai dengan karakter dan nilai yang dimiliki. Hal ini berdasarkan wawancara Candra menyatakan:

“Jadi berbaginya itu bukan karena ingin dilihat saya ini begini, tapikan ada tujuan khususnya itu supaya memotivasi juga orang yang melihatnya begitu”⁸²

Berdasarkan hasil wawancara di atas, terlihat bahwa pencitraan diri yang dibangun tidak dibuat-buat tapi berdasarkan kepribadian yang tulus. Dengan demikian konsep kepribadian penting dalam pencitraan diri karena menekankan pentingnya menjadi diri sendiri.

c) Reputasi (*The Law Of Goodwill*)

Seseorang yang memiliki reputasi yang positif pencitraan dirinya akan bertahan lama. Dalam konsep pencitraan diri, reputasi merupakan aspek yang tidak kalah penting dibandingkan dengan keahlian. Reputasi dibentuk melalui tindakan positif, akan menciptakan citra diri yang dapat dipercaya. Salah satu cara menjaga reputasi adalah dengan bersifat selektif dalam mengupload sesuatu di media sosial khususnya Instagram. Hal ini dijelaskan berdasarkan wawancara:

“Tentunya tidak sembarang mengupload sesuatu, nah pasti harus pilah-pilah maksudnya konten-konten yang berbau negatif tidak di repost tidak

⁸² Candra, Mahasiswa, *Wawancara* Majene, 16 Juli 2025

dibagikan, lebih ke positif supaya bisa juga dilihat dan ditiru sama pemain media sosial yang lain”⁸³

Berdasarkan hasil wawancara ini menunjukkan bahwa Candra memiliki kesadaran digital dalam membentuk citra diri. Dengan hanya membagikan konten yang positif untuk menjaga reputasi secara berkelanjutan Sikap ini mencerminkan pemahaman bahwa reputasi yang baik di media sosial dapat memberikan pengaruh positif, baik terhadap persepsi orang lain maupun dalam konteks profesional di masa depan.

2) Pencitraan Diri Akun @mulqitalent_

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti, konsep pembentukan pencitraan diri @mulqitalent_ yang dibangun di Instagram yaitu sebagai mahasiswa yang mengikuti organisasi, Mulqi juga menunjukkan kemampuannya di bidang keagamaan, komedi dan pencapaian-pencapaian yang didapatkan. Diantaranya sebagai berikut:

a) Speseisalisasi (*The Law Of Specialization*)

Dalam konteks pencitraan diri, spesialisasi merujuk pada fokus seseorang dalam menonjolkan kemampuan, keahlian, atau bidang tertentu yang menjadi ciri khasnya. Fokus ini penting karena akan memudahkan audiens mengenali identitas dan nilai yang ingin ditampilkan. Sebagaimana diungkapkan Mulqi saat wawancara:

“Kadang tentang agama, tentang konten komedi dan juga tentang apa skill yang saya apa maksudnya misalkan pencapaian-pencapaian yang saya dapat begitu”.⁸⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa Mulqi membentuk pencitraan diri berdasarkan keahlian dan pencapaian yang dimiliki karena spesialisasi pada dasarnya mengarah pada potensi atau keahlian yang dimiliki seseorang.

⁸³ Candra, Mahasiswa, *Wawancara* Majene, 16 Juli 2025.

⁸⁴ Khaerul Mulqi, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 30 Juni 2025

b) Kepribadian (*The Law Of Personality*)

Pencitraan diri dengan konsep kepribadian akan kuat, jika individu menjadi dirinya sendiri. Jika seseorang mampu menampilkan dirinya secara apa adanya, tanpa harus berpura-pura atau mengikuti standar orang lain citra dirinya akan kuat. Dengan kata lain, seseorang perlu membangun pencitraan diri sesuai dengan kemampuan dan potensi yang dimiliki. Hal ini berdasarkan wawancara informan menyatakan bahwa:

“Ingin dikenal oleh banyak orang misalnya, agar kita tidak sering dianggap sebagai orang tidak punya apa-apa tidak punya skill apa-apa, jadi dengan melihat Instagram saya dan isi-isi yang didalam itu, jadi bisa mi naliat orang bagaimanakah, bagaimana diri ku yang sebenarnya”⁸⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas, menjelaskan bahwa informan membangun citra dengan menampilkan kepribadiannya secara autentik melalui konten di Instagram sesuai keahlian dan potensi yang sebenarnya dimiliki.

c) Reputasi (*The Law Of Goodwill*)

Seseorang yang memiliki reputasi yang positif pencitraan dirinya akan bertahan lama. Dalam konsep pencitraan diri, reputasi merupakan aspek yang tidak kalah penting dibandingkan dengan keahlian. Reputasi dibentuk melalui Tindakan positif, akan menciptakan citra diri yang dapat dipercaya. Salah satu cara menjaga reputasi adalah dengan bersifat selektif dalam mengupload sesuatu di media sosial khususnya Instagram. Hal ini sebagaimana pernyataan informan bahwa:

“Bisa diliat di konten ku, ada biasa kayak agama-agama ku posting, kapan saya posting tentang kejelekannya orang lain maka otomatis harga diri ku nama baik ku akan jatuh seperti itu. jadi penting sekali untuk memperhatikan apa yang kita posting apa yang ingin kita posting”⁸⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa informan dalam membangun citra diri di Instagram adalah menghindari mengunggah konten yang bisa merusak reputasinya. Tetap menjaga reputasinya dengan

⁸⁵ Khaerul Mulqi, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 30 Juni 2025

⁸⁶ Khaerul Mulqi, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 30 Juni 2025.

membagikan konten yang positif untuk menjaga reputasi secara berkelanjutan untuk menjaga pencitraan diri.

3) Pencitraan Diri Akun @yassersfrrr_

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti, konsep pembentukan pencitraan diri @yassersfrrr_ yang dibangun di Instagram yaitu sebagai mahasiswa aktif dibidang kreatif seperti fotografer dan designer, Diantaranya sebagai berikut:

a) Spesialisasi (*The Law Of Specialization*)

Dalam konteks pencitraan diri, spesialisasi berarti memfokuskan pencitraan diri pada kemampuan dan keahlian tertentu yang menjadi keunggulan pribadi. Spesialisasi ini sangat dibutuhkan dalam proses pembentukan pencitraan diri, karena memberikan arah yang jelas dalam membentuk persepsi publik terhadap identitas diri. Hal ini sebagaimana yang dikatakan informan saat wawancara:

“Membangun personal branding itu awalnya fokus di bidang kreatif tapi sekarang fokusnya juga bidang organisasi”⁸⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas, bahwa informan membangun pencitraan diri dengan menonjolkan bidang-bidang yang menjadi kemampuan atau keahlian yang dimiliki, seperti bidang kreatif. Hal ini menunjukkan adanya upaya spesialisasi dalam membentuk citra diri yang terarah.

b) Kepribadian (*The Law Of Personality*)

Pencitraan diri dengan konsep kepribadian akan kuat, jika individu menjadi dirinya sendiri. Jika seseorang mampu menampilkan dirinya secara apa adanya, tanpa harus berpura-pura atau mengikuti standar orang lain citra dirinya akan kuat. Dengan kata lain, seseorang perlu membangun pencitraan diri sesuai dengan kemampuan dan potensi yang dimiliki. Hal ini berdasarkan wawancara informan menyatakan bahwa:

⁸⁷ Muhammad Yassir Safri, Mahasiswa, *Wawancara* Majene, 7 Juli 2025.

“...Tidak adaji patokan minggu depan saya mau bangun *personal branding* nda ada, jadi nda tau kapan itu awalnya bagaimana sebetulnya berangkat dari hobi ji dan minat”.⁸⁸

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa informan membentuk pencitraan diri secara alami, tanpa perencanaan khusus, melainkan berangkat dari hobi dan minat pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa citra diri yang dibentuk mencerminkan kepribadian asli informan, bukan sesuatu yang dibuat-buat atau dipaksakan.

c) Reputasi (*The Law Of Goodwill*)

Seseorang yang memiliki reputasi positif akan mampu mempertahankan pencitraan dirinya dalam jangka panjang, karena citra yang dapat dipercaya menjadi modal penting dalam membangun kepercayaan publik. Dalam konsep pencitraan diri, reputasi tidak kalah penting dibandingkan dengan keahlian. Reputasi dibentuk melalui tindakan positif yang konsisten, serta dijaga dengan sikap selektif dalam mengunggah sesuatu di media sosial, khususnya Instagram. Sebagaimana berdasarkan hasil wawancara informan:

“Jadi untuk menjaga nama baik itu ya pasti ada pilah dalam memilah sesuatu untuk di post di instagram karena punya dampak sekecil apapun keburukan di post itu punya dampak bagi diri kita sendiri”.⁸⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas, menjelaskan bahwa infroman memiliki kesadaran akan pentingnya menjaga reputasi melalui media social. Dengan bersikap selektif dalam mengunggah konten di Instagram, informan berupaya membangun dan mempertahankan citra diri yang positif dan profesional.

4) Pencitraan Diri Akun @fikaanss_

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti, konsep pembentukan pencitraan diri pada akun @fikaanss_ yang membangun

⁸⁸ Muhammad Yassir Safri, Mahasiswa, *Wawancara Majene*, 7 Juli 2025.

⁸⁹ Muhammad Yassir Safri, Mahasiswa, *Wawancara Majene*, 7 Juli 2025.

pencitraan diri sebagai mahasiswa yang aktif dibidang komunikasi dan Pendidikan, diantaranya sebagai berikut:

a) Spesialisasi (*The Law Of Specialization*)

Dalam konteks pencitraan diri, spesialisasi berpusat pada keahlian dan kemampuan. Pencitraan diri dapat dibangun dengan keahlian atau kemampuan tertentu. Sehingga spesialisasi ini sangat dibutuhkan dalam proses pembentukan pencitraan diri, karena memberikan arah yang jelas dalam membentuk persepsi publik terhadap identitas diri. Hal ini sebagaimana yang dikatakan informan saat wawancara:

“Saya kan memang fashion di komunikasi dan Pendidikan, jadi berbasis jurusan saya dan prodi saya tadris Bahasa Inggris saya sering memasukkan ketika saya melakukan publik speaking, misalkan lagi persentase atau lagi mengajar lagi tugas mengajar atau lagi sedang Mc atau intinya *personal branding* saya itu fokusnya memang di *diskill* saya yaitu komunikasi”.⁹⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa informan membentuk pencitraan dirinya karena memiliki potensi atau kemampuan seperti di bidang Pendidikan, organisasi dan komunikasi seperti public speaking, mengajar, dan menjadi MC. Spesialisasi pada dasarnya mengarah pada potensi atau keahlian yang dimiliki seseorang.

b) Kepribadian (*The Law Of Personality*)

Dalam pembentukan pencitraan diri, kepribadian menjadi aspek penting yang mencerminkan keaslian individu. Jika seseorang mampu menampilkan dirinya secara apa adanya, tanpa harus berpura-pura atau mengikuti standar orang lain citra dirinya akan kuat. Dengan kata lain, seseorang perlu membangun pencitraan diri sesuai dengan kemampuan dan potensi yang dimiliki. Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan informan menyatakan bahwa:

⁹⁰ Anafika Sariatul Umi, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 29 Juni 2025.

“...Saya sering memasukkan ketika saya melakukan *publik speaking*, misalkan lagi presentase atau lagi mengajar lagi tugas mengajar atau lagi sedang MC atau intinya *personal branding*...”.⁹¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa informan membangun pencitraan diri melalui aktivitas yang sesuai dengan minat dan kepribadiannya, seperti public speaking dan mengajar. Aktivitas tersebut tidak direkayasa, melainkan merupakan bagian dari keseharian. Ini menunjukkan bahwa pencitraan diri yang dibentuk memiliki landasan kepribadian yang kuat.

c) Reputasi (*The Law Of Goodwill*)

Pencitraan diri akan bertahan lama jika seseorang memiliki dan mempertahankan nilai positif yang diyakini oleh pelaku pencitraan diri. Reputasi yang baik terbentuk dari menyebarkan nilai-nilai yang positif secara konsisten yang dapat dirasakan baik diri sendiri maupun orang lain. Hal ini berdasarkan hasil wawancara kepada informan menyatakan bahwa:

“Kita memberikan hal-hal yang memang positif didalam diri kita, apapun yang bisa mengundang kebermanfaatan bagiku untuk melakukan *personal branding* di Instagram, itu intinya bagaimana caranya selain dari tujuan untuk memotivasi diri tapi bagaimana caranya agar konten-konten yang saya buat itu juga bisa menjadi landasan untuk nantinya saya bisa bermanfaat bagi orang-orang yaitu dengan cara membuat konten-konten”⁹²

Berdasarkan hasil wawancara di atas, terlihat bahwa reputasi muncul dari keinginan untuk membawa manfaat lewat konten yang dibagikan. Informan menyampaikan bahwa pencitraan diri yang dilakukan bukan hanya untuk menunjukkan siapa dirinya, tetapi juga untuk berbagi hal-hal positif yang bisa berguna bagi orang lain. Dari situlah reputasi sebagai pribadi yang bernilai dan bermanfaat bisa terbentuk secara perlahan di benak orang lain

5) Pencitraan Diri Akun @emmi_mutaamidan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti, konsep pembentukan pencitraan diri pada akun @emmi_mutaamidan yang

⁹¹ Anafika Sariatul Umi, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 29 Juni 2025.

⁹² Anafika Sariatul Umi, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 29 Juni 2025.

membangun pencitraan diri sebagai mahasiswa yang aktif membagikan konten inspirasi dan motivasi, diantaranya sebagai berikut:

a) Spesialisasi (*The Law Of Specialization*)

Spesialisasi dalam konteks pencitraan diri berpusat pada kemampuan atau keahlian yang ditampilkan di media sosial khususnya Instagram. Spesialisasi ini menjadi penting dalam membentuk pencitraan ini, agar citra yang ingin kita bangun terarah dan mudah dikenali oleh publik. Hal ini berdasarkan hasil wawancara oleh informan menyampaikan bahwa:

“Kebanyakan saya memposting hal-hal yang menginspirasi dan memotivasi. kalo dibilang lebih fokus di akademik dan organisasi itu kayaknya saya lebih mencakup dua-duanya”⁹³

Berdasarkan hasil wawancara di atas, menunjukkan bahwa informan dalam membangun pencitraan diri memiliki fokus utama berdasarkan keahlian dimiliki. Informan mengunggah konten inspirasi dan motivasi untuk membangun identitas diri sebagai mahasiswa yang inspiratif yang bisa bermanfaat untuk orang lain. Selain itu informan juga membagikan pengalaman ataupun kegiatan baik dari segi akademik maupun organisasi. Sehingga spesialisasi menjadi arah dalam membentuk pencitraan diri. Pada dasarnya spesialisasi berpusat pada keahlian atau potensi.

b) Reputasi (*The Law Of Goodwill*)

Seseorang yang memiliki reputasi yang positif pencitraan dirinya akan bertahan lama. Dalam konsep pencitraan diri, reputasi merupakan aspek yang tidak kalah penting dibandingkan dengan keahlian. Reputasi dibentuk melalui Tindakan positif, akan menciptakan citra diri yang dapat dipercaya. Salah satu cara menjaga reputasi adalah dengan bersifat selektif dalam mengupload sesuatu di media sosial khususnya Instagram.

⁹³ Emmi Mutaammidan, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 8 Juli 2025.

“Postingan tetap dijaga juga, jangan sampai ada satu postingan itu justru menurun kredibilitas kita di media sosial ya kalo ya kadang ka juga anu apa namanya kececeran, ada satu postingan menurut saya ini tidak pantas toh itumi juga biasa hapus dari reels instagram saya”.⁹⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa informan memiliki kesadaran tinggi dalam menjaga reputasi digital sebagai bagian dari pencitraan diri. Menyadari bahwa setiap konten yang diunggah di Instagram memiliki dampak terhadap citra dan kredibilitas pribadinya dimata orang lain.

6) Pencitraan Diri Akun @sariana16_

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti, konsep pembentukan pencitraan diri pada akun @sariana16_ yang membangun pencitraan diri sebagai mahasiswa yang aktif membagikan konten pendidikan, prestasi akademik, organisasi kampus, serta aktivitas komunitas, diantaranya sebagai berikut:

a) Spesialisasi (*The Law Of Specialization*)

Dalam konteks pencitraan diri, spesialisasi berpusat pada keahlian dan kemampuan. Pencitraan diri dapat dibangun dengan keahlian atau kemampuan tertentu. Sehingga spesialisasi ini sangat dibutuhkan dalam proses pembentukan pencitraan diri, karena memberikan arah yang jelas dalam membentuk persepsi publik terhadap identitas diri. Hal ini sebagaimana yang dikatakan informan saat wawancara:

“...Fokus di akademik seperti mengikuti lomba-lomba mungkin kaka bisa liat di instagram saya, ikut lomba-lomba kemudian kegiatan-kegiatan di kampus misalnya menjadi *master of ceremony*, menjadi moderator debat kemudian di organisasi juga...”⁹⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa informan membentuk pencitraan dirinya berdasarkan potensi yang dimiliki dengan membagikan konten berdasarkan keahlian dan pencapaian. Spesialisasi pada

⁹⁴ Emmi Mutaammidan, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 8 Juli 2025.

⁹⁵ Sariana, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 1 Juli 2025.

dasarnya membentuk pencitraan diri sesuai dengan keahlian atau potensi yang dimiliki.

b) Kepribadian (*The Law Of Personality*)

Dalam proses pembangun pencitraan diri, kepribadian menjadi fondasi yang memperkuat citra diri. Dengan mengunggah konten sesuai dengan potensi diri tanpa adanya manipulasi. Sebagaimana disampaikan informan saat melakukan wawancara:

“Saya mulai aktif mengikuti kegiatan atau lomba-lomba kegiatan seperti workshop pelatihan, relawan juga volunteer kemudian ada juga yang kayak lomba-lomba dan saya juga itu di hhh sejujurnya, awalnya dipaksa untuk ikut lomba dan dari paksaan itu ya saya berani untuk mencobanya dan kemudian kegiatan itu saya abadikan di instagram di highlight instagram”⁹⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa informan membentuk pencitraan diri dengan cara aktif mengikuti berbagai kegiatan dan lomba yang sesuai dengan potensi dirinya, meskipun awalnya dilakukan karena paksaan. Informan kemudian mendokumentasikan pengalaman tersebut melalui unggahan di instagram terutama di fitur highlight, sehingga pencitraan diri yang bentuk bersifat asli dan berdasarkan pengalaman nyata tanpa manipulasi.

c) Reputasi (*The Law Of Goodwill*)

Seseorang yang memiliki reputasi yang positif pencitraan dirinya akan bertahan lama. Dalam konsep pencitraan diri, reputasi merupakan aspek yang tidak kalah penting dibandingkan dengan keahlian. Reputasi dibentuk melalui Tindakan positif, akan menciptakan citra diri yang dapat dipercaya. Salah satu cara untuk terus menjaga nama baik di media sosial, dengan mengunggah konten-konten yang positif. Sebagaimana yang dikatakan informan saat melakukan wawancara:

“...Dengan mengupload konten-konten yang berguna yang bermanfaat bagi orang lain”⁹⁷

⁹⁶ Sariana, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 1 Juli 2025.

⁹⁷ Sariana, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 1 Juli 2025.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat dilihat bahwa informan menyadari pentingnya menjaga reputasi melalui tindakan positif yang tercermin dari konten yang diunggah di media sosial. Dengan mengunggah konten-konten yang berguna dan bermanfaat bagi orang lain. Dengan demikian, reputasi yang dibentuk melalui konten bermanfaat dapat mempertahankan citra diri yang kuat dan tahan lama di dunia digital.

2. Optimalisasi Pencitraan Mahasiswa STAIN Majene di Instagram untuk Meningkatkan Efikasi Diri dalam Menghadapi Dunia Kerja

Pada bagian ini, strategis optimalisasi pencitraan diri di Instagram terdapat beberapa berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai berikut:

a. Memperbaiki Tampilan Akun agar Lebih Menarik

Salah satu yang juga menjadi strategi dalam membangun pencitraan diri merupakan kerapian tampilan akun. Strategi ini tidak hanya mencakup isi konten yang diunggah, tetapi juga menyangkut aspek tampilan visual profil, penataan *bio*, *highlight*, serta keselarasan antara foto, *caption*, dan identitas diri. Strategi ini memperlihatkan adanya kesadaran mahasiswa bahwa Instagram bukan hanya ruang ekspresi pribadi, tetapi juga etalase digital yang mencerminkan citra profesional mereka di hadapan publik. Berdasarkan hasil wawancara ditegaskan oleh Khaerul Mulqi menyatakan:

“Jadi mulai sekarang ini, saya mulai untuk semuanya harus terstruktur. Misalkan ada *story* lima sidik, ada *story* organisasi, saya masukkan di *highlight* organisasi tersebut jadi semuanya harus tertata”⁹⁸.

Pernyataan ini menunjukkan adanya upaya sistematis dalam mengatur tampilan akun Instagram agar mempresentasikan keikutsertaan dalam organisasi secara jelas. Dengan menyusun *highlight* berdasarkan kegiatan, informan menunjukkan bahwa ia mengelola identitas digitalnya secara strategis dan sadar.

⁹⁸ Khaerul Mulqi, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 30 Juni 2025.

Sejalan dengan itu, Candra juga menyampaikan pentingnya tampilan profil:

“Oh iya, salah satunya mengatur *personal branding* itu supaya baik terus yaitu dari profil sama *bio* dan tatanam postingan itu harus diperbaiki”⁹⁹

Candra menekankan bahwa aspek visual seperti profil, *bio*, dan susunan *feed* merupakan bagian yang tidak boleh diabaikan karena menjadi kesan pertama yang akan dinilai oleh orang lain saat mengunjungi akun seseorang. Berdasarkan hasil wawancara, Sariana juga menyatakan:

“Oh iya-iyaa yang pertama sih foto profil yah, foto profil Instagram kita supaya lebih kayak terkesan profesional ya mungkin bisa diliat foto Instagram ku dan kemudian yang kedua *bio*. *Bio* Instagram jadi kita sesuaikan misalnya sayakan anggota Lima Sidik jadi saya taro masuk *part of Lima Sidik part of sefo english community*, kemudian misalnya kita mempunyai pencapaian mungkin ditaro disitu juga *the first winner of FPAN...*”¹⁰⁰

Hasil wawancara diatas, sariana menyatakan penggunaan foto profil yang profesional, penyusunan *bio* yang informati, serta mencantumkan pencapaian-pencapaian dalam *bio* untuk menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya berorientasi pada eksistensi, tetapi juga pada kesan profesionalitas dan kredibilitas digital. Emmi juga menambahkan strategi yang bersifat teknis namun signifikan:

“Pertama tidak asal posting juga kak, karena dari situ dari konten videonya itu butuh di edit dulu terus narasi apa yang cocok untuk menyandingkan video dengan kata-kata yang mau ditambahkan...”¹⁰¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas, terlihat bahwa pengeditan konten, pemilihan kata *caption* yang tepat menjadi bagian penting dalam strategi pencitraan diri. Ketika mengunggah sebuah konten akan lebih profesional jika ditambahkan dengan *caption* yang sesuai dengan unggahan kita. Sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi pencitraan diri di Instagram Mahasiswa STAIN Majene juga

⁹⁹ Candra, Mahasiswa, *Wawancara* Majene, 16 Juli 2025.

¹⁰⁰ Sariana, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 1 Juli 2025.

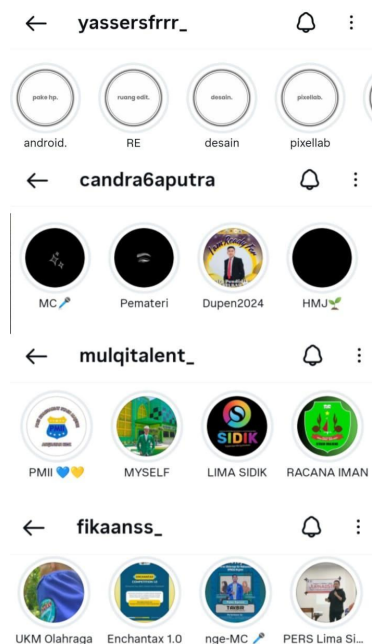
¹⁰¹ Emmi Mutaammidan, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 8 Juli 2025.

didasarkan pada pemilihan foto profil yang profesional, *highlight* yang rapi, *bio*, dan penataan *feed* maupun *reels* yang rapi.

Hal ini didukung berdasarkan hasil observasi akun Instagram dari keenam informan dapat dilihat sebagai berikut:

1) *Highlight* Instagram

Highlight merupakan fitur di Instagram yang memungkinkan pengguna menyimpan dan menampilkan kembali Instagram *Stories* secara permanen di halaman profil. Beberapa mahasiswa menggunakan untuk menampilkan dokumentasi kegiatan seperti keterlibatan organisasi, akademik, maupun non akademik yang disusun berdasarkan nama aktivitas yang dilakukan seperti:



Gambar 4. 6 Highlight

2) *Caption*

Caption adalah teks yang menyertai unggahan foto atau video di Instagram dan berfungsi sebagai narasi, penjelas, atau refleksi dari konten yang diunggah. *Caption* memiliki peran penting dalam memperkuat makna visual dan

menyampaikan pesan personal, motivasi, atau nilai yang diusung oleh pemilik akun. Dalam praktik pencitraan diri, *caption* yang informatif, inspiratif, atau religius dapat meningkatkan persepsi positif dan menunjukkan kedalaman karakter serta kecerdasan komunikasi mahasiswa di ruang digital.



Gambar 4.7 Caption Anafika Sariatul Umi dan Emmi Mutaammidan

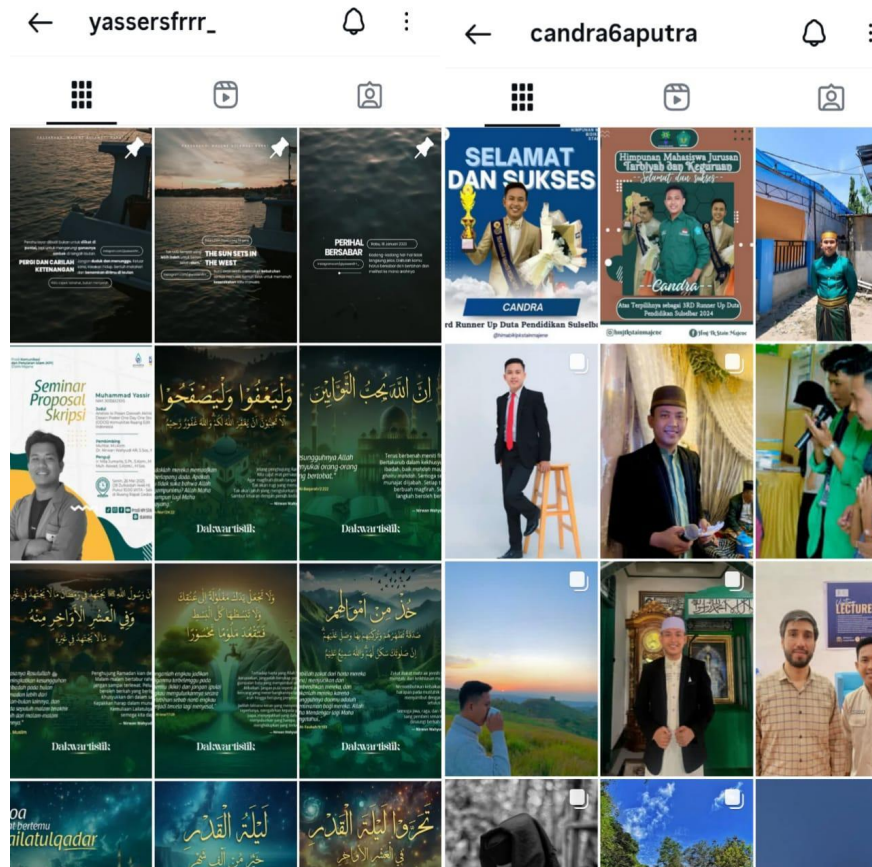
3) Foto Profil

Foto profil adalah gambar utama yang menjadi identitas visual pertama dari pengguna akun Instagram. Foto profil berfungsi sebagai bentuk ekspresi diri sekaligus alat pencitraan awal yang membentuk kesan pertama terhadap kepribadian dan karakter pemilik akun. Penggunaan foto profil yang rapi, formal dan semi formal, memberikan kesan bahwa seseorang memiliki kepribadian yang teratur, percaya diri, dan siap memasuki dunia kerja. Berdasarkan observasi pada akun mahasiswa sebagai informan bahwa bahwa mereka memang menggunakan foto profil formal maupun non formal.

4) Feed

Feed adalah kumpulan unggahan foto atau video yang ditampilkan secara berurutan di profil Instagram dalam bentuk kotak-kota *feed* yang tertata rapi,

konsisten, dan mencerminkan minat atau bidang tertentu seperti karya desain, organisasi, kegiatan akademik, atau aktivitas sosial menunjukkan kepribadian yang terorganisir dan memiliki arah. Susunan *feed* sering kali menjadi cerminan cara seseorang menyampaikan pesan visual kepada publi



Gambar 4. 8 Feed Muhammad Yassir dan Candra

5) Bio

Bio atau biografi singkat adalah bagian teks singkat di bawah nama pengguna yang berfungsi untuk memberikan informasi identitas secara ringkas namun strategis. *Bio* berperan sebagai ruang dalam menyampaikan siapa diri seseorang, apa yang menjadi kompetensinya, serta nilai atau citra seperti apa yang ingin dibangun. Berdasarkan observasi pada salah satu akun informa @yassersfrrr_,

pada *bio* nya seperti *Photography | Layout Designer | Freelance*. Hal ini merupakan biografi singkat yang ditunjukkan untuk mendeskripsikan identitas singkat.

b. Menentukan Fokus Konten yang Ditampilkan

Fokus konten merupakan tujuan utama dari suatu konten yaitu apa yang ingin disampaikan kepada orang lain. Fokus konten menjadi landasan utama dalam strategi pencitraan diri melalui media sosial. Dalam konteks ini, di mana dipahami sebagai arah tematik dari konten yang dipublikasikan, yang secara sadar dipilih untuk mencerminkan identitas, keahlian dan nilai seseorang. Hal ini ditegaskan hasil wawancara Muhammad Yassir Safri yang menyatakan:

“...Membangun *personal branding* itu awalnya fokus dibidang kreatif...”¹⁰²

Candra juga menegaskan menyatakan:

“Kalo fokus konten yang sering kubagikan itu karena saya suka mengikut perlombaan nah itu salah satunya dan juga konten-konten seperti motivator dan tentang dunia Pendidikan.”¹⁰³

Selanjutnya, Anafika juga menyampaikan:

“Saya kan memang *fashion*-nya di komunikasi dan pendidikan, jadi berbasis jurusan saya dan prodi saya Tadris Bahasa Inggris, saya sering memasukkan ketika saya melakukan public speaking, misalkan lagi presentasi atau lagi mengajar atau lagi sedang MC atau intinya *personal branding* saya itu fokusnya memang *diskill* saya yaitu komunikasi.”¹⁰⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa fokus konten dalam pencitraan diri di Instagram tidak dilakukan secara acak, melainkan merupakan hasil dari pertimbangan nilai-nilai personal, keahlian yang dimiliki, serta tujuan yang ingin dicapai. Setiap informan menunjukkan bahwa konten yang mereka unggah memiliki benang merah dengan identitas akademik, pengalaman, dan minat pribadi. Yassir memilih bidang kreatif sebagai pintu masuk untuk menampilkan citranya, sedangkan Candra lebih menekankan pada aktivitas yang

¹⁰² Muhammad Yassir Safri, Mahasiswa, *Wawancara* Majene, 7 Juli 2025.

¹⁰³ Candra, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 16 Juli 2025.

¹⁰⁴ Anafika Sariatul Umi, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 29 Juni 2025.

mencerminkan prestasi dan motivasi diri. Fika pun dengan sadar menyesuaikan kontennya agar selaras dengan jurusan dan kemampuan komunikasinya, sehingga membentuk kesan yang konsisten sebagai pribadi yang kompeten dan profesional di bidangnya.

Strategis fokus konten yang dilakukan oleh mahasiswa memiliki hubungan kuat dengan konsep pembentukan pencitraan diri teori Peter Montoya yaitu spesialisasi yaitu memilih fokus pada satu bidang tertentu dan kemudian visibilitas yakni jauh mana brand diri seseorang terlihat, dikenal, dan dikenali secara konsisten oleh publik. pencitraan diri yang efektif harus memiliki pesan inti yang terfokus dan konsisten terlihat dalam semua bentuk komunikasi, termasuk media sosial. Ketika mahasiswa secara sadar menyusun kontennya berdasarkan bidang keahlian mereka sedang membentuk persepsi publik tentang siapa diri mereka dan nilai apa yang mereka bawa.

c. Menjaga Konsistensi dalam Berkarya

Salah satu temuan penting dari hasil wawancara adalah konsistensi menjadi strategi dalam membangun pencitraan diri. Konsistensi dalam berkarya ini menunjukkan adanya komitmen terhadap bidang tertentu, yang kemudian berdampak pada peningkatan citra diri dan kepercayaan diri atau efikasi diri mereka dalam menghadapi dunia kerja. Berdasarkan hasil wawancara ditegaskan oleh Muhammad Yassir Safri, menyatakan:

“...Sebetulnya, itu bukan strategi utama ku dalam membangun *personal branding* karena strateginya yang pertama itu konsisten, terkait foto profil ya memang foto profil yang profesional memang kata orang itu juga membantu untuk membangun *personal branding* tapi kalo khusus untuk ku, bukan-bukan strategi utama, strategi utama yang rutin konsisten...”¹⁰⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas, pernyataan Muhammad Yassir Safri menegaskan bahwa strategi utama dalam membangun pencitraan diri di Instagram

¹⁰⁵ Muhammad Yassir Safri, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 7 Juli 2025.

bukan semata-mata tentang teknik tertentu, melainkan konsistensi dalam menghasilkan dan membagikan karya. Baginya, konsisten dan berkelanjutan lebih efektif dalam menunjukkan komitmen dan keseriusan terhadap bidang yang di tekuni. Sikap ini memperlihatkan bahwa pencitraan diri yang dibangun tidak bersifat instan, melainkan melalui proses jangka panjang yang menumbuhkan keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri. Hal ini sejalan dengan teori pencitraan diri yang dikemukakan oleh Peter Montoya, Dalam konsep pembentukan pencitraan diri yakni perlu dilakukan secara berkesinambungan agar dapat membentuk pengenalan yang kuat di benak publik. Melalui upaya promosi diri yang konsisten, dapat membantu orang lain mengingat dan memahami citra atau identitas yang ingin ditampilkan.¹⁰⁶

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa konsistensi memainkan peran penting dalam proses pencitraan diri mahasiswa di Instagram. Dengan terus berkarya dan membagikan konten secara rutin, mahasiswa tidak hanya membentuk citra diri yang kuat di mata publik, tetapi juga memperkuat keyakinan terhadap kemampuan pribadi. Konsistensi menjadi jembatan antara citra yang ditampilkan dan efikasi diri yang dibangun, sehingga mahasiswa merasa lebih siap dan percaya diri dalam menghadapi dunia kerja.

d. Mengintegrasikan Nilai Keislaman dalam Pencitraan Diri

Dalam pembentukan pencitraan diri di Instagram, mahasiswa STAIN Majene tidak hanya membangun pencitraan diri untuk tujuan profesionalisme maupun estetika semata, tetapi secara sadar mengintegrasikan nilai-nilai keislaman ke dalam konten yang mereka unggah maupun konten yang berbau positif dan bermanfaat. Hal ini, menjadi cara untuk menunjukkan identitas sebagai mahasiswa perguruan tinggi Islam, sekaligus menjaga nama baik pribadi dan almamater di

¹⁰⁶ Nuriyati Samatan, dkk. “*Personal Branding on Social Media Through Peter Montoya Analysis*”, Internasional journal of advanced multidiciplinary, 3,2, (2024).h. 56

media sosial. Berdasarkan hasil wawancara, terlihat dari pernyataan informan yang mengatakan bahwa:

“Dengan mengunggah konten-konten berbasis islami ke sosial media”¹⁰⁷

Hasil wawancara di atas, menjelaskan bahwa unggahan konten keislaman bukan sekedar pilihan, melainkan bentuk komitmen pribadi terhadap identitasnya sebagai mahasiswa di institusi keagamaan. Sejalan dengan itu, informan selanjutnya juga mengungkapkan bahwa latar belakang pendidikannya dari perguruan tinggi Islam mempengaruhi setiap keputusan dalam mengunggah konten agar citra yang dibangun tidak bertentangan dengan identitasnya sebagai mahasiswa keagamaan:

“Tentu, selain mempertimbangkan konten yang saya unggah, saya juga memperhatikan apa yang menjadi nilai yang orang lihat ketika menonton konten saya, kadangkala dengan melihat latar belakang pendidikan yg dominan ke keagamaan akan membatasi setiap konten yang saya unggah agar tidak bertabrakan dengan apa yg menjadi citra saya, orang yg kuliah di STAIN”.¹⁰⁸

Lebih lanjut, Informan lainnya juga menegaskan bahwa integrasi nilai keislaman juga berarti menjaga reputasi almamater melalui konten yang positif dan edukatif:

“Tentunya, untuk memadukan identitas sebagai mahasiswa STAIN Majene dengan konten yang saya punya di media sosial, itu dengan cara menjaga nama almamater dengan menyebarkan konten positif dan edukatif”.¹⁰⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas, bagi mahasiswa STAIN Majene, nilai-nilai keislaman berfungsi sebagai *filter* dan pedoman utama bagi mahasiswa dalam membentuk citra diri mereka di Instagram. Mereka menempatkan nilai

¹⁰⁷ Muhammad Yassir Safri, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 12 Agustus 2025.

¹⁰⁸ Emmi Mutaammidan, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 12 Agustus 2025.

¹⁰⁹ Candra, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 12 Agustus 2025

tersebut sebagai landasan untuk menyaring dan membatasi konten, menentukan gaya komunikasi dan menegaskan identitas diri di ruang digital.

Temuan ini sejalan dengan teori pencitraan diri oleh Peter Montoya, yang menempatkan integritas dan nilai sebagai elemen penting dalam membangun citra yang konsisten, positif dan dapat dipercaya oleh publik. Nilai-nilai keislaman yang dipegang mahasiswa STAIN Majene menjadi salah satu prinsip utama yang menjaga citra diri mereka di media sosial. Temuan ini juga sejalan dengan teori efikasi diri dari Albert Bandura, bahwa integritas nilai-nilai keislaman juga berpengaruh pada keyakinan individu untuk bertindak sesuai dengan prinsip yang diyakini, sehingga menumbuhkan rasa percaya diri dalam mengekspresikan diri di ruang publik digital. Temuan ini menunjukkan bahwa pada konteks mahasiswa STAIN Majene, integritas nilai keislaman bukan hanya sebagai bentuk ekspresi religius, tetapi juga menjadi strategi untuk pencitraan diri yang terencana untuk membangun nama baik.

Hasil temuan penelitian ini juga, terletak pada fungsi komunikasi sebagai sarana sarana penyiaran nilai, khususnya ketika mahasiswa STAIN Majene menggunakan Instagram. Mahasiswa tidak hanya membangun pencitraan diri atau citra profesional, tetapi juga secara sadar mengintegrasikan nilai-nilai keislaman ke dalam konten yang mereka unggah, baik yang bersifat positif maupun edukatif, sebagai bentuk ekspresi identitas mereka sebagai mahasiswa perguruan tinggi islam sekaligus menjaga nama baik pribadi dan almamater.

Dalam konteks penelitian ini, pencitraan diri islami tidak semata-mata diartikan sebagai penampilan simbol atau praktik keagamaan di media sosial, melainkan sebagai representasi yang selaras dengan nilai-nilai keislaman, integritas, dan tujuan positif, baik bagi diri pribadi maupun institusi. Oleh karena itu, ketika mahasiswa menampilkan konten ibadah dengan nuansa atau humor yang

menimbulkan kesan tidak serius, hal tersebut tidak memenuhi kriteria pencitraan diri islami yang konsisten dan dapat dipercaya. Justru, praktik semacam ini dapat mengaburkan citra islami yang ingin dibangun, karena pencitraan islami menurut penelitian ini menekankan ekspresi religius yang terhormat, edukatif, dan kredibel, sejalan dengan prinsip integritas dan nilai dalam teori pencitraan diri dari Peter Montoya. Dengan demikian, temuan penelitian ini menegaskan bahwa pencitraan diri Islami harus dilakukan secara sadar, konsisten, dan bertanggung jawab, bukan sekadar menampilkan simbol keagamaan tanpa memperhatikan makna, persepsi publik, dan dampaknya terhadap reputasi serta keyakinan diri.

4. Peran Strategis Pencitraan Diri di Instagram terhadap Peningkatan Efikasi Diri Menghadapi Dunia Kerja

Pencitraan diri di Instagram tidak hanya berperan dalam membentuk identitas di ruang publik, tetapi juga berdampak langsung terhadap peningkatan efikasi mahasiswa, khususnya dalam hal kesiapan menghadapi dunia kerja. Ketika mahasiswa berhasil menampilkan citra diri yang sesuai dengan bidang yang mereka tekuni, hal itu dapat memperkuat keyakinan mereka bahwa diri mereka layak, mampu, dan siap bersaing di dunia profesional. Sebagaimana berdasarkan hasil wawancara, Candra menyampaikan bahwa pencapaian yang ditampilkan di media sosial menjadi bukti dari kemampuan dirinya:

“Karena menurut saya, apa yang saya sudah bangun di media sosial, yang saya miliki itu sudah cukup untuk menjadi bukti, bahwa segala hal pencapaian yang saya dapatkan itu layak diapresiasi di dunia pekerjaan”.¹¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara ini menunjukkan bahwa Instagram berfungsi untuk menampilkan jejak pencapaian dan aktivitas mahasiswa. Dengan membagikan pengalaman dan keberhasilan di media sosial, Candra merasa memiliki bukti konkret atas kemampuannya. Hal ini meningkatkan rasa percaya

¹¹⁰ Candra, Mahasiswa, *Wawancara Majene*, 16 Juli 2025.

dirinya bahwa ia pantas mendapatkan tempat di dunia kerja. Citra diri yang telah dibangun tersebut menjadi landasan dalam memperkuat efikasi diri.

Sejalan dengan itu, Anafika Sariatul Umi menjelaskan bahwa membangun pencitraan diri juga menjadi cara untuk menunjukkan minat dan kesiapan dalam bidang tertentu:

“Kalo dibilang lebih siap sih yah lebih siap, dikarenakan memang tujuan lain untuk membranding diri di Instagram itu untuk menunjukkan bahwa saya menggeluti bidang ini, bahwa saya ingin, ingin dibidang ini maka dari itu saya ingin orang-orang tahu bahwa memang saya ingin bekerja dibidang ini artinya saya inipun saya juga siap dan mampu in Syaa Allah”¹¹¹

Pada hasil wawancara ini, Anafika menekankan bahwa pencitraan diri di Instagram merupakan langkah awal untuk menunjukkan minat karier yang dipilih. memperkenalkan minat dan kompetensinya di media sosial agar dikenali sesuai dengan bidang yang tuju. Sebagaimana teori pencitraan dari yang dikemukakan oleh Peter Montoya, terutama spesialisasi, yaitu menampilkan diri secara fokus dan konsisten pada bidang tertentu untuk membentuk persepsi publik. Hal ini tidak hanya membentuk persepsi orang lain, tetapi juga memperkuat persepsi dirinya sendiri bahwa ia memang siap dan mampu.

Berdasarkan temuan di atas, sesuai dengan teori keyakinan inilah yang menjadi inti dari efikasi diri menurut Albert Bandura, yaitu kepercayaan pada kemampuan diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan dalam mencapai tujuan tertentu. juga sesuai dengan salah satu sumber utama efikasi diri yakni pengalaman penguasaan tindakan (*Enactive Mastery Experiences*) ketika seseorang berhasil menyelesaikan tugas atau mencapai target, maka kepercayaan dirinya terhadap kemampuan diri akan semakin meningkat.¹¹² Dalam konteks ini, pengalaman mahasiswa dalam menampilkan pencapaian dan aktivitas positif di Instagram

¹¹¹ Anafika Sariatul Umi, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 29 Juni 2025

¹¹² Lina Erlina, “*Efikasi Diri Dalam Meningkatkan KemamPuan Mobilisasi Pasien*” (Bandung: Politeknik Kesehatan Kemenkes Bandung, 2020).h.64

menjadi penguatan atas keyakinan dirinya bahwa mampu mampu dan layak untuk memasuki dunia kerja.

Dengan demikian, pencitraan diri melalui Instagram tidak hanya menjadi sarana ekspresi identitas, tetapi juga berkontribusi secara nyata terhadap peningkatan efikasi diri mahasiswa STAIN Majene. Ketika mereka melihat bahwa dirinya telah membangun citra diri yang konsisten dan relevan dengan bidang yang dituju, hal ini memperkuat rasa percaya diri mereka sebagai individu yang layak dan siap memasuki dunia profesional.

Berdasarkan temuan diatas, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara pencitraan diri dan efikasi diri mahasiswa STAIN Majene bersifat saling menguatkan. Pencitraan diri yang dibangun secara konsisten dan relevan di Instagram tidak hanya membentuk persepsi publik tetapi memperkuat persepsi dan keyakinan mahasiswa itu sendiri terhadap kemampuannya untuk menghadapi dunia kerja. Selanjutnya pencitraan diri di Instagram juga berfungsi sebagai media yang strategis untuk menampilkan minat dan kesiapan menghadapi dunia kerja kepada publik, yang sekaligus menumbuhkan keyakinan diri dalam menghadapi dunia kerja. Oleh karena itu, pencitraan diri di media sosial dapat dipandang sebagai salah satu faktor penting yang mendukung peningkatan efikasi diri mahasiswa, khususnya dalam konteks kesiapan memasuki dunia kerja.

Berikut tabel pencitraan diri dan efikasi diri dari keenam informan penelitian berdasarkan hasil observasi dan wawancara:

Table 4.1 Pencitraan Diri dan Efikasi Diri

Informan	Pencitraan Diri di Instagram	Efikasi Diri
Candra @candra6aputra	Menampilkan konten seputar Pendidikan, Pencapaian lomba, Motivasi, Keterampilan dan menjaga nama baik dengan konten positif.	Percaya diri melalui prestasi lomba, diperkuat dukungan sosial, dan menganggap unggahan di akun Instagram sebagai portofolio untuk dunia kerja.
Khaerul Mulqi @mulqitalent_	Menggunakan Instagram untuk memperkenalkan skill, Organisasi, pencapaian, serta konten agama, akademik, dan komedi. Menata <i>feed</i> , <i>highlight</i> , dan memilih postingan positif untuk menjaga nama baik.	Umpan balik positif meningkatkan efikasi diri, komentar negatif dijadikan motivasi. Pencitraan diri di Instagram membuat lebih yakin menghadapi dunia kerja karena ada bukti keterampilan
Muhammad Yassir Safri @yassersfrrr_	fokus pada konten kreatif, dibidang Photography dan Layout designer	<i>Job editing</i> yang diperoleh dari Instagram meningkatkan keyakinan atas kemampuan diri. Umpan balik positif menambah rasa percaya diri. Pencitraan diri membuatnya merasa siap menghadapi dunia kerja karena sudah memiliki bidang spesialisasi yang bisa dijadikan peluang.
Anafika Sariatul Umi @fikaanss	Memposting aktivitas kuliah, organisasi, MC, dan public speaking sebagai bentuk pencitraan diri. Fokus pada bidang komunikasi dan pendidikan.	Umpan balik positif seperti banyaknya viewers dan komentar mendukung membuat lebih percaya diri. Instagram menjadi sarana motivasi diri dan pengingat produktivitas. Pencitraan diri dinilai sangat penting untuk kesiapan menghadapi dunia kerja karena meningkatkan jam terbang, dikenal orang

		lain, dan menambah nilai bersaing.
Emmi Mutaammidan @emmi_mutaamidan	Memposting konten seputar Inspirasi, Motivasi, Serta Dokumentasi Kegiatan Akademik Dan Organisasi.	Umpan balik positif dari teman dan pengikut membuat lebih percaya diri dan termotivasi. Posting sesuai jurusan KPI memperkuat keyakinan terhadap kemampuan diri. Instagram membantu meningkatkan efikasi diri, meski kesiapan kerja masih dianggap masih berproses. Pencitraan diri dinilai sangat penting karena membuka peluang dikenal, mendapat <i>job</i> , serta memperkuat posisi dalam dunia profesional.
Sariana @sariana16)	Fokus konten pendidikan, prestasi akademik, organisasi kampus, serta aktivitas komunitas	Umpan balik positif seperti dukungan dari teman, apresiasi meningkatkan kepercayaan diri dan motivasi untuk tampil di publik baik jadi MC, presidium, dan pemateri. Kritik komen dijadikan evaluasi. Efikasi diri meningkat melalui keberanian menunjukkan skill seperti <i>public speaking</i> , lomba, dan mengajar. Instagram digunakan untuk menunjukkan kemampuan yang memperkuat kesiapan menghadapi dunia kerja dan membuka peluang beasiswa.

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa seluruh informan memanfaatkan instagram sebagai sarana pencitraan diri melalui unggahan konten yang positif

seperti pendidikan, organisasi, prestasi, keterampilan, dan karya kreatif. Hal ini sejalan dengan konsep pencitraan diri dari Peter Montoya bahwa konsistensi dan kredibilitas citra sangat penting dalam membangun reputasi. Dari sisi efikasi diri, umpan balik positif berupa komentar, dukungan, dan apresiasi dari lingkungan sosial terbukti meningkatkan rasa percaya diri mahasiswa untuk tampil di publik. Bahkan komentar negatif tidak dijadikan hambatan, tetapi dimaknai sebagai motivasi untuk evaluasi diri. Dengan demikian, pencitraan diri yang terkelola di Instagram tidak hanya memperkuat identitas personal, tetapi juga berkontribusi langsung terhadap meningkatnya efikasi diri mahasiswa STAIN Majene, serta mempersiapkan mereka menghadapi dunia kerja, beasiswa, dan peluang profesional lain di masa depan

5. Hambatan Optimalisasi Pencitraan Diri di Instagram

Dalam proses optimalisasi pencitraan diri di Instagram, mahasiswa tidak hanya menghadapi peluang dan manfaat, tetapi juga berbagai hambatan yang bersifat internal maupun eksternal. Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat dua kategori hambatan utama, yaitu hambatan psikologis dan hambatan sosial.

a. Hambatan Psikologi

Hambatan psikologi merujuk pada faktor-faktor dalam diri mahasiswa keberanian untuk menampilkan diri secara terbuka di media sosial. Seperti yang diungkapkan oleh sariana:

“...Saya kan introvert sebenarnya orangnya, jadi kadang malu ka juga sebenarnya untuk mengupload kegiatan ku di Instagram, takut untuk dihujat di instagram, takut untuk dihujat, takut untuk nanti nabilangi ki pamer atau *flexing*...”¹¹³

Pernyataan Sariana menggambarkan adanya tekanan batin yang timbul dari rasa malu, kecemasan sosial, dan ketakutan terhadap persepsi negatif orang

¹¹³ Sariana, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 1 Juli 2025.

lain. Sejalan dengan Anafika juga menyatakan bahwa bentuk hambatan psikologis lain berupa *perfeksionisme* yang berdampak pada produktivitas konten:

”...Lebih tepatnya malas dikarenakan saya cenderung tipe yang *perfeksionis*, jadi semua yang saya masukkan pun sebelumnya pasti diedit yah apalagi kalo misalkan diedit itu saya butuh waktu juga butuh kondisi yang kondusif...”¹¹⁴

Perfeksionisme ini adalah sifat seseorang dengan kepribadian atau pola pikir keinginan yang sangat kuat untuk mencapai kesempurnaan, standar tinggi baik dalam diri maupun dalam pekerjaan atau penampilan sosial. *Perfeksionisme* ini meskipun muncul dari keinginan untuk menampilkan citra yang baik, justru menjadi penghambat karena membuat proses penciptaan konten menjadi lambat dan penuh tekanan. Dalam konteks ini, *perfeksionisme* bisa menjadi bentuk hambatan efikasi diri itu sendiri, di mana individu merasa belum cukup layak untuk tampil karena tuntutan pada standar ideal yang tinggi.

Berdasarkan hasil wawancara diatas sangat erat kaitannya dengan teori kecemasan sosial yaitu emosi yang ditandai dengan rasa khawatir, tertekan, gelisah dan kebingungan. Individu dengan kecemasan sosial yang tinggi cenderung menghindari tampilan di ruang publik karena takut terhadap penilaian.¹¹⁵ Sehingga temuan hambatan psikologis ini, termasuk rasa malu, tekanan dan *perfeksionisme* menjadi faktor utama yang menghambat mahasiswa dalam membentuk pencitraan diri secara konsisten di media sosial.

b. Hambatan Sosial

Selain hambatan psikologis, mahasiswa juga menghadapi tantangan dari faktor sosial dalam proses optimalisasi pencitraan diri di Instagram. Hambatan sosial ini mencakup tekanan eksternal seperti tuntutan akademik, kurangnya

¹¹⁴ Anafika Sariatul Umi, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 29 Juni 2025.

¹¹⁵ Dedi Sahputra, Puspita Habibah, Dilla Fitria, *Kecemasan Sosial sebagai Masalah Kesehatan Mental pada Pengguna Media Sosial*, CARAKA: Indonesia Journal of Communication, 4.1.(2023).hal.22.

dukungan lingkungan sekitar, serta ekspektasi sosial yang membatasi ruang gerak individu dalam mengekspresikan dirinya secara konsisten di media sosial. Berdasarkan hasil wawancara, Candra menyatakan:

“...Banyaknya tugas menumpuk tugas kuliah, disitu toh biasa jarang aktif mungkin buka buka media sosial...”¹¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara ini mencerminkan bahwa faktor sosial berupa tuntutan akademik dapat mengurangi tingkat keaktifan mahasiswa dalam mengelolah dan menampilkan pencitraan dirinya di Instagram. Tugas kuliah yang menumpuk membuat mahasiswa harus memprioritaskan kewajiban akademiknya dibandingkan aktivitas di media sosial.

Sementara Mulqi dalam hasil wawancara menyatakan hambatan sosial berupa tekanan dari lingkungan digital, khususnya komentar-komentar dari pengguna media sosial:

“...Paling penting itu hama-hama itu, maksudnya netizen-netizen yang tidak pernah mendukung kita untuk proses itu adalah hambatan yang paling berpengaruh bagi saya...”¹¹⁷

Hasil wawancara ini menunjukkan bahwa tidak semua dilingkungan media sosial memberikan dukungan terhadap upaya pencitraan diri. Justru, adanya komentar negatif, seperti komentar sinis, kritik tanpa dasar atau bahkan cibiran dari netizen dapat mematahkan semangat mahasiswa dalam menampilkan potensi dirinya. Ketakutan akan respons negatif dari publik digital juga membuat beberapa mahasiswa memilih untuk tidak terlalu terbuka atau bahkan menarik diri dari proses branding.

Hambatan sosial ini menunjukkan bahwa upaya mengoptimalkan pencitraan diri di Instagram tidak hanya bergantung pada kemampuan dan niat pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi sosial di sekitar mahasiswa. Dalam

¹¹⁶ Candra, Mahasiswa, *Wawancara* Majene, 16 Juli 2025.

¹¹⁷ Khaerul Mulqi, Mahasiswa, *Wawancara*, Majene, 30 Juni 2025.

teori Bandura, hambatan sosial dapat mengganggu *vicarious experience* atau pengalaman keberhasilan orang lain dan *social persuasion* atau dukungan sosial, yang menjadi dua dari empat sumber utama pembentukan efikasi diri. Artinya, jika mahasiswa tidak mendapatkan dukungan atau justru mendapat tekanan dari lingkungan, maka keyakinan mereka terhadap kemampuan sendiri bisa ikut melemah. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa untuk membentuk pencitraan diri yang efektif dan meningkatkan efikasi diri, mahasiswa perlu tidak hanya memperkuat faktor internal, tetapi juga harus mampu menghadapi dan mengelola tantangan sosial yang sering kali datang dari luar kendali mereka.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Mahasiswa STAIN Majene memaknai pencitraan diri di Instagram sebagai strategi penting untuk menyiapkan diri menghadapi dunia kerja yang kompetitif dan berbasis digital. Dalam hal ini, Terdapat tiga bentuk pemaknaan utama: 1) Instagram sebagai menunjukkan Identitas Profesional, mahasiswa menampilkan kepribadian, kompetensi, dan nilai diri mereka melalui konten-konten seperti prestasi, kegiatan organisasi, dan aktivitas positif lainnya. 2) Instagram sebagai Portofolio Digital, mahasiswa mengunggah berbagai dokumentasi aktivitas mereka sebagai bagian dari portofolio publik. 3) Kesadaran terhadap Jejak Digital dan Reputasi Diri. Temuan ini memperkuat teori Peter Montoya tentang pencitraan diri, terutama dalam aspek spesialisasi, reputasi, dan konsistensi yang autentik. Selain itu, proses membangun citra diri digital ini juga mengarah pada penguatan efikasi diri, sebagaimana dikemukakan oleh Albert Bandura, bahwa pengalaman nyata dalam mengelola citra diri dapat meningkatkan kepercayaan terhadap kemampuan diri sendiri (*enactive mastery experiences*).
2. Proses pembentukan dan optimalisasi pencitraan diri di Instagram untuk meningkatkan efikasi mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja, proses ini terbagi menjadi beberapa aspek mulai dari pengalaman awal menggunakan instagram, yang kemudian berkembang menjadi media strategis dalam membangun citra diri yang relevan dengan minat, potensi dan tujuan karir mahasiswa. Pembentukan pencitraan diri mahasiswa tersebut merujuk pada teori Peter Montoya, dengan menonjolkan tiga konsep utama, yakni

spesialisasi, kepribadian dan reputasi. proses optimalisasi yang juga diterapkan dengan memanfaatkan fitur-fitur instagram seperti *feed*, *highlight*, *bio*, *caption* dan foto profil, untuk menampilkan aktivitas akademik, organisasi, maupun potensi agar lebih menarik dan konsisten dalam berkarya. Proses ini tidak hanya membentuk persepsi publik, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan efikasi diri, khususnya dalam menumbuhkan rasa percaya diri, keyakinan terhadap kemampuan diri, dan kesiapan menghadapi tantangan dunia kerja. Selain itu sebagai mahasiswa STAIN Majen, dalam proses optimalisasi pencitraan diri mengintegrasikan nilai-nilai keislaman serta mengutamakan konten positif dan bermanfaat

B. *Saran*

1. Secara Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan kepada mahasiswa STAIN Majene untuk lebih mengoptimalkan penggunaan Instagram sebagai media membangun citra yang positif dan professional sesuai minat masa depan. Pemanfaatan media sosial yang diarahkan pada penguatan pencitraan diri terbukti dapat meningkatkan efikasi diri, khususnya dalam membangun rasa percaya diri dan kesiapan menghadapi dunia kerja. Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan mampu mengelola konten secara konsisten, relevan, dan autentik, serta memperhatikan etika komunikasi digital.

2. Secara Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pencitraan diri serta efikasi diri, khususnya bagi mahasiswa. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar melibatkan partisipan dengan latar belakang yang lebih beragam sehingga hasil penelitian dapat merepresentasikan kondisi yang

lebih luas. Selain itu, penggunaan metode penelitian yang berbeda, baik kuantitatif maupun mixed methods, juga dapat dipertimbangkan untuk memperoleh temuan yang lebih mendalam dan komprehensif terkait hubungan antara pencitraan diri di media sosial dengan efikasi diri dalam konteks dunia kerja. Pendekatan kuantitatif dinilai penting karena dapat memberikan data yang lebih objektif dan terukur mengenai tingkat pengaruh antara variabel-variabel tersebut, sementara pendekatan *mixed methods* memungkinkan peneliti menggabungkan kekuatan data numerik dan naratif untuk menghasilkan analisis yang lebih utuh dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Aang Kisnu Darmawan, dkk, (2022). Social Media Analytics: Konsep dan Penerapannya dengan Rapid miner/Orange.
- Adani, N. S., & Setianingrum, V. M. (2024). Studi Fenomenologi Personal Branding Pendaki Gen-Z di Media Sosial. *The Commercium*, 8(03), 97-107. <https://doi.org/10.26740/tc.v8i3.63398>
- Adevy, V., & Naila, F. (2024). Konsep Pembentukan Personal Branding Peter Montoya Pada Akun Instagram@ satriaviavijie. *Jurnal Mahardika Adiwidia*, 3(2), 138-145.
- Agustin, Hesti, dkk, Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Personal Branding pada Mahasiswa Fikomm di Universitas Mercu Buana Yogyakarta, *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial*, 4.1 (2024), pp. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i1.1425>
- aragih, E. A. (2024). Pengelolaan Personal Branding Gamaliel Tapiheru Melalui Media Sosial Instagram. *Brand Communication*, 3(2), 183-208
- Armanto, R., & Gunarto, M. (2022). Analisis dampak media sosial terhadap penjualan perumahan: Studi empiris penggunaan iklan Facebook dan Instagram. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 3(1), 45-55
- Badan Pusat Statistic “tingkat pengangguran terbuka” <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTQzIzI=/unemployment-rate-by-province.html> diakses pada Jumat 30 Mei 2025
- Damanik, Rispa Rianti, Johan Jimmy Carter Tambotoh, (2022) Analisis Penggunaan Media Sosial untuk Pencarian Informasi dan Media Komunikasi Menggunakan Model Uses and Gratification, *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9.5 p. 1251, doi:10.30865/jurikom.v9i5.4814
- Didik Hariyanto, “Komunikasi Pemasaran” (Sidoarjo:UMISIDA Press, Juli 2023)
- Dwiki Osa Malikian, Hesty Prima Rini, (2024) Pengaruh Self Efficacy dan Pengalaman Magang Msib Terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Prodi Manajemen Upn “Veteran” Jawa Timur, *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi*, 8.3 1397–1411. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4604>
- Erlina, L. (2020). Efikasi diri dalam meningkatkan kemampuan mobilisasi pasien. Bandung: Politeknik Kesehatan Kemenkes Bandung
- Fadilla, A. R., & Wulandari, P. A. (2023). Literature review analisis data kualitatif: tahap pengumpulan data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(3), 34-46.
- Fatimah, S., Manuardi, A. R., & Meilani, R. (2021). Tingkat efikasi diri performa akademik mahasiswa ditinjau dari perspektif dimensi Bandura. *Prophetic: Professional, Empathy, Islamic Counseling Journal*, 4(1), 25-36
- Fauzi, N. A., Linda, N. A., & Fithra, M. (2025). Pengaruh Self Efficacy Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Pada UPT. Samsat Kota Padangsidimpuan. *JEIB (Jurnal Ekonomi dan Inovasi Bisnis)*, 1(1).
- Fernando, Joshua, ‘Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Membentuk Personal Branding Generasi Milenial’, *Komunika*, 9.1 (2022), pp. 1–14, doi:10.22236/komunika.v9i1.7892

- Fitriana, A. D., Sahid, M., Fathiyah, F., & Muhtar, M. (2022). Personal branding: Strategi membangun reputasi dosen di media digital. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 121-133. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v16i2.12792>
- Haikal Ibnu Hakim, viana Polin, Irwansyah, (2024). Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi dalam Masyarakat 5.0, *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10.23, 287–88
- Harbiyanto, A., regina Bungalia, E. (2023). Strategi Personal Branding Mahasiswa dalam Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nusa Nipa). *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 6(3), 944-954.
- Hardani, Dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Hasibuan, Panarengan, dkk (2023), Analisis Pengukuran Temperatur Udara dengan Metode Observasi Analysis of Air Temperature Measurements Using the Observational Method, *ABDIMAS:Jurnal Garuda Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1.1 pp. 8–15
- Ido Prijana Hadi dkk, (2021), *Komunikasi Massa*, 1st edn CV. Penerbit Qiara Media
- Kartini, K., Harahap, I. A., Arwana, N. Y., & Rambe, S. W. T. B. (2022). Teori dalam Penelitian Media. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 136-140.
- Karunia H, Hans, Nauvaliana Ashri, and Irwansyah Irwansyah, (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification, *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3.1, pp. 92–104, doi:10.47233/jteksis.v3i1.187
- Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya
- Kharisma, I. P., & Safitri, G. (2023). Efikasi Diri dan Kestabilan Emosi pada Prestasi Belajar. *Educational Leadership: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3(1), 28-39. <https://doi.org/10.24252/edu.v3i1.39695>
- Laily Nur, Wahyudi urip Dewi, (2018), *Efikasi Diri dan Perilaku Inovasi*, Sidoarjo: Indomedia Pustaka
- Lestari, S. S., & Farina, M. (2025). Personal Branding Of Freelance Make Up Artist (Mua) In Pekanbaru City On Instagram Social Media. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 3(2), 161-179 <https://doi.org/10.59408/Jnk.V3i2.67>
- Martono, P. N., Minarni, M., & Zubair, A. G. H. (2023). Pengaruh Self Efficacy Terhadap Prokrastinasi Akademik pada Mahasiswa di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi Karakter*, 3(2660-665). <https://doi.org/10.56326/jpk.v3i2.3504>
- Mauli, Afyanisa, and Mukaram Mukaram, 'Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan', *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 2.2 (2016), p. 15, doi:10.35697/jrbi.v2i2.7
- Muh. Idham Khalid Bodi, dkk, (2019), *Koroang Mala'bi': Al-Qur'an Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, Makassar: Balitbang Agama Makassar.
- Nasir, A., Nurjana, N., Shah, K., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Pendekatan fenomenologi dalam penelitian kualitatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 4445-4451

- Nursalam, S., Hidayat, D. R. (2024). Kecemasan Menghadapi Dunia Kerja Ditinjau Dari Career Self-Efficacy dan Adversity Quotient Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Unj: a literature review. In PROSIDING SEMINAR NASIONAL KEGURUAN DAN PENDIDIKAN (SNKP) (Vol. 2, No. 1, Pp. 367-376).
- Octavianus, A., & Oktavianti, R. (2022). Personal Branding Influencer pada Media Sosial Tiktok (Studi Kasus pada Akun@ veliaveve). *Koneksi*, 6(2), 398-407. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i2.15779>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi: Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House. *Jurnal common*, 3(1), 71-80.
- Priatna, I. A., Supandi, G. (2024). Tantangan dan Peluang Karir di Era Digital. *Sepakat Sesi Pengabdian pada Masyarakat*, 4(1), 7-11. <https://doi.org/10.56371/sepakat.v4i1.267>
- Rahmawati Intan, (2022). Pengantar psikologi sosia, Jakarta timur:PT Bumi Aksara
- Rajab, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Diri Mahasiswa Terhadap Dorongan Berwirausaha. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 213-218. <https://doi.org/10.35446/bisniskompetif.v1i2.1109>
- Ratnasari, I., Indarwati, P., Pujiono, H. (2024). Pengaruh Self Efficacy dan Reward Terhadap Kinerja Karyawan Nusantara OPTIK. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(3), 1413-1422.
- Rifa'i Abubakar, (2021). Pengantar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: SUKA-Press.
- Rikasiwi, F., Aulizalsini, W., & Fitriyana, R. (2024). Mengkaji Efikasi Diri dan Kecemasan Menghadapi Dunia Kerja Pada Mahasiswa Tingkat Akhir. *INSPIRATIF: Journal of Educational Psychology*, 3(2), 48-57.
- Riyadi, Q. P., Nahtania, R., Abida, H. N., & Patrianti, T. (2024). Personal Branding Ridwan Kamil Melalui Media Sosial Instagram Pasca Menjabat Sebagai Gubernur Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 4(1), 233-249. <https://doi.org/10.55606/Juitik.V4i1.772>
- Sabirin, Y. B., & Mahmud, H. (2024). Motivasi Perspektif Al-Quran Dalam Membangun Kepercayaan Diri: Kajian Surah At-Thaha 25-28: Tafsir Al-Misbah. *Karakter: Jurnal Riset Ilmu Pendidikan Islam*, 1(4), 149-160. <https://doi.org/10.61132/Karakter.V1i4.171>
- Samatan, N., Prakosa, A., Robingah, R., & Napsiah, N. (2024). Personal Branding On Social Media Through Peter Montoya Analysis. *International Journal Of Advanced Multidisciplinary*, 3(1), 55-73. <https://doi.org/10.38035/Ijam.V3i1>
- Sando, Edward, and Anny Valentina, 'Analisis Gaya Konten Video Pada Reels Instagram Terhadap Keterlibatan Dan Pengalaman Audiens', *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1.3 (2023), pp. 241–42
- Saputra, D. C., Astari, D. W. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Personal Branding dalam Membangun Citra Positif Generasi Z. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2).
- Setiawan, M. F., Yanto, L. Y., Nurfiani, N., Astuti, F., & Rahmatia, R. (2024). Analisis peran komunikasi politik dalam pencitraan calon pemimpin pada

- kontestan pemilu. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(3), 108-117.
- Shobirin, M. A., Rosyadi, R. N., & Sari, E. F. (2025). Tantangan dan Problematika Masyarakat Modern. Cahya Ghani Recovery. Semarang: cahya Ghani Recovery
- Sholichah, M., Febriana, P. (2022). Konstruksi citra diri dalam media baru melalui aplikasi instagram (analisis semiotik postingan instagram@mayudyayunda). *Jurnal Spektrum Komunikasi (JSK)*, 10, 177-186.
- Simon Kemp, "Digital 2025: Indonesia ", <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia> diakses pada Sabtu 27 April 2025
- Sri Muliandi, (2024). Skripsi, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Untuk Membangun Personal Branding Di Kalangan Mahasiswa Universitas Malikussaleh" Lhokseumawe, Universitas Malikussaleh,.
- Sugiyono, (2021). metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta
- Sulung, U., Muspawi, M. (2024). Memahami sumber data penelitian: Primer, sekunder, dan tersier. *Edu Research*, 5(3), 110-116. <https://doi.org/10.47827/jer.v5i3.238>
- Syafrina Eka Annisa, (2022) 'Komunikasi Massa' CV. Mega Press Nusantara.
- Wijaya, A. D. (2024). Dampak Rendahnya Self Efficacy Pada Mahasiswa Tingkat Akhir: Sebuah Studi Literatur. *Jurnal Bimbingan Konseling dan Psikologi*, 4(2), 115-126. <https://doi.org/10.56185/jubikops.v4i2.768>
- Winata, C. L., Wibowo, S. K. A., & Fuady, I. (2024). Personal Branding pada Konten Feeds Fashion Blogger@ tamaradai dan@ elikaboen di Instagram. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(1), 26-37. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v7i1.3044>
- Wulansari, Yunita Dwi, and others, (2024), Pengaruh Media Sosial Terhadap Konstruksi Identitas Mahasiswa Universitas Jember, *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4.2, pp. 336–346, doi:10.37481/jmh.v4i2.
- Yusmanizar, Y., Haning, T., Unde, A., & Yunus, M. (2020). Analisis Karakteristik Penggunaan Media Sosial pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar. *Jurnalisa*, 6(2), 200-215. <https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v6i2.16263>
- Zain, T. S., & Fakhriya, S. D. (2023). Peran Cybervetting Dalam Pengambilan Keputusan Rekrutmen Calon Karyawan. *Psyche: Jurnal Psikologi*, 5(1), 114-122. <https://doi.org/10.36269/psyche.v5i1.1250>
- Zega, S. A., & Kusmawati, A. (2024). Hubungan Antara Self-Efficacy dengan Self-Esteem Bagi Graduate di Universitas dalam Mencari Pekerjaan. *Quantum Wellness: Jurnal Ilmu Kesehatan*, 1(4), 91-105. <https://doi.org/10.62383/quwell.v1i4.964>
- Zuchri Abdussamad, (2021). Pengantar Metodologi Penelitian, Makassar: CV. Syakir Media Press

LAMPIRAN

I. CATATAN OBSERVASI

No	Nama	Nama Akun	Jenis Konten	Jumlah pengikut
1	Muhammad Yassir Safri	@yassersfrrr_	Fotography dan Layout designer	938
2	Candra	@candra6aputra	Pendidikan, Pencapaian, Motivasi, dan Keterampilan	1.843
3	Khaerul Mulqi	@mulqitalent_	Organisasi, Keagamaan, Komedi, dan Skill Berbahasa Inggris.	674
4	Anafika Sariatul Umi	@fikaanss_	Pendidikan, organisasi dan komunikasi seperti public speaking, mengajar, dan menjadi MC	449
5	Emmi Mutaammidan	@emmi_mutaamidan	Inspirasi, Motivasi, Serta Dokumentasi Kegiatan Akademik Dan Organisasi.	335
6	Sariana	@sariana16_	pendidikan, prestasi akademik, organisasi kampus, serta aktivitas komunitas	610

I. PEDOMAN WAWANCARA

Identitas Informan

Nama :
Prodi :
Semester :
Link Akun Instagram :

Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Sejak kapan Anda mulai aktif menggunakan Instagram?
2. Apa tujuan utama Anda menggunakan Instagram saat ini?
3. Seberapa penting media sosial menurut Anda dalam dunia profesional?
4. Apakah Anda memiliki fokus tertentu dalam membagikan konten di Instagram (misalnya: akademik, organisasi, karya)?
5. Apakah pernah merasa jenuh atau ragu untuk terus menampilkan citra diri di Instagram
6. Apakah Anda memiliki strategi khusus untuk mempertahankan pencitraan diri di media sosial?
7. Bagaimana Anda menjaga nama baik Anda di media sosial?
8. Apakah menjaga nama baik di Instagram penting dalam konteks menghadapi dunia kerja?
9. Bagaimana Anda mulai membangun pencitraan diri melalui Instagram?
10. Strategi apa saja yang Anda lakukan agar pencitraan diri Anda semakin kuat?
11. Apakah Anda pernah mendapat umpan balik positif dari unggahan Anda?
12. Apakah pencitraan diri di Instagram membuat Anda merasa lebih percaya diri?
13. Apakah Anda merasa lebih siap menghadapi dunia kerja berkat citra diri yang Anda bangun di Instagram?
14. Menurut Anda, seberapa penting pencitraan diri bagi mahasiswa saat ini?
15. Apa pesan atau saran Anda bagi mahasiswa lain yang ingin memanfaatkan Instagram secara positif dan profesional?
16. Bagaimana Anda memadukan identitas sebagai mahasiswa STAIN Majene (sebagai institusi keagamaan) dengan konten yang Anda unggah di Instagram?

II. CATATAN DOKUMENTASI



Gambar 1 Wawancara Muhammad Yassir Safri



Gambar 2 Wawancara Candra



Gambar 3 Wawancara Anafika Sariatul Umi



Gambar 4 Wawancara Emmi Mutaammidan



Gambar 5 Wawancara Sariana



Gambar 6 Wawancara Khaerul Mulqi

Transkrip Wawancara Informan

Informan 1

Nama : Candra

Prodi : PAI

Semester : 6

Tanggal wawancara: Rabu, 16 Juli 2025

Wawancara susulan : Selasa, 12 Agustus 2025

Peneliti : sejak kapan ki aktif menggunakan Instagram?

Narsum : aktif menggunakan Instagram itu sejak tahun 2019

Peneliti : untuk tujuan utama ta menggunakan Instagram untuk saat ini?

Narsum : nah tujuan utama, kan saya itu sering membagikan postingan seperti tentang dunia Pendidikan sama sering mengikuti ajang-ajang perlombaan, nah tujuan utama ku itu menggunakan Instagram untuk ee untuk membranding diri ya personal branding

Peneliti : menurut ta seberapa penting media sosial dalam dunia professional?

Narsum : sangat penting karena e kan kalo punya ki media sosial itu, bisa ki explore banyak hal, bisa ki membagikan e sesuatu yang lebih positif dan mungkin bisa bermanfaat untuk orang banyak

Peneliti : kalo fokus konten ta apakah fokus ke akademik, organisasi, karya, pencapaian atau lain sebagainya?

Narsum : oh ya kalo fokus konten yang sering kubagikan itu karena saya e suka mengikut perlombaan nah itu salah satunya dan juga konten-konten seperti motivator dan tentang dunia Pendidikan

Peneliti : kalo selama ki upload konten pernah ki merasa jenuh atau malas untuk menampilkan citra diri?

Narsum : pernah, ada pada saat e hanya sekedar scroll

Peneliti : kalo untuk strategi ta, strategi khusus banyaknya tugas menumpuk tugas kuliah, disitu toh biasa jarang aktif mungkin buka e buka media sosial untuk mempertahankan citra diri ta di media sosial

Narsum : e strategi khusus, oh ya kalo strategi khusus itu e sering aktif seumpamanya ada story-story yang bermanfaat setidaknya direpost supaya e pengikut ta itu tau kalo akun ta itu aktif ji

Peneliti : kalo misal mau ki tampilkan citra diri seperti fokus Dimana tadi?

Narsum : di kayak semacam perlombaan

Peneliti : apakah itu betul-betul citra diri yang ingin di tampilkan?/

Narsum : iyya betul-betul, karena kan suatu pencapaian itu, jadi bebagina itu bukan karena e ingin dilihat saya ini begini, tapikan ada tujuan khususnya itu supaya memotivasi juga orang yang melihatnya begitu

Peneliti : oke selanjutnya kan salah satu dari bentuk pencitraan diri itu untuk menjaga nama baik, bagaimana cara anda menjaga nama baik di media sosial anda khususnya Instagram

Narsum : maksudnya oh menjaga nama baik di Instagram, oh tentunya tidak sembarang mengupload sesuatu nah pasti harus pilah-pilah maksudnya konten-konten yang ee berbaur negatif tidak di repost tidak dibagikan nah

lebih ke positif supaya bisa juga dilihat dan ditiru sama pemain media sosial yang lain

Peneliti : dalam konteks dunia kerja seberapa penting menjaga nama baik di media sosial?

Narsum : sangat penting karena kan tujuan dari media sosial itu membangun personal branding, nah di dunia pekerjaan itu salah satu yang dilihat itu personal branding kita nah kalo bagus personal branding ta di media sosial secara tidak langsung kan tertarik dan anu dunia kerja untuk pake ki karena kan sekarang itu dipenuhi dengan media sosial, semua harus pake media sosial

Peneliti : nah ini kan ada mi personal branding ta, bagaimana cara ta mulai membangun personal branding di Instagram?

Narsum : e mulai membangun personal branding itu e awal-awalnya itu memberanikan diri e cari kayak hal apa yang bisa menampilkan positif dan bisa ditiru untuk e pemain media sosial yang lain nah itu di awal pada saat mengikuti ajang perlombaan seperti kemarin ini mengikuti ajang perlombaan ee duta pendidikan nah disitu awal e semangat-semangat untuk membangun personal branding karena salah satu yang didapatkan pada saat lomba itu ya itu materi personal branding

Peneliti : oke pertanyaan selanjutnya untuk strategi yang dilakukan untuk agar pencitraan diri anda semakin kuat?

Narsum : oh iya salah satu mengatur personal branding itu supaya ee baik terus yaitu dari profil ee sama bio dan tatanam postingan itu harus diperbaiki

Peneliti : kalo highlightnya diatur bagaimana misalnya kayak diurutkan misalnya highlight yang khusus untuk pencapaian

Narsum : oh kalo masalah itu tidak ji e karena tidak selalu ji e mengikuti perlombaan nah adalah tapi seumpamanya e tentang e kalo ada lagi kegiatan seperti keorganisasian kegiatan bermasyarakat nah itu biasa dimasukkan di postingan

Peneliti : kan ini konten-konten ta apakah ada umpan balik positif kayak komentar-komentar yang baik?

Narsum : ah ya kalo komentar yang positif ya alhamdulillah ada

Peneliti : seperti apa?

Narsum : seperti seperti apa di

Peneliti : keren, masyaallah

Narsum : iyya keren, masyaallah semoga bisa ikut e jalur yang ditempuh kaka nah itu biasa itu komentar begitu

Peneliti : apakah itu membuat anda lebih percaya diri bahwa kemampuan atau skill tertentu?

Narsum : tentunya kalo dibilang percaya diri tentunya ada rasa bangga alhamdulillah e tapi yah tidak luput dari itu niatnya Cuma ingin memotivasi

Peneliti : baik ya selanjutnya merasa lebih siap menghadapi dunia kerja berkat citra diri yang dibangun media sosial khususnya instagram?

Narsum : insyaaallah siap

Peneliti : kenapa?

Narsum : karena hem menurut e saya apa yang saya sudah bangun di media sosial yang saya miliki itu sudah cukup untuk menjadi bukti bahwa segala hal pencapaian yang saya dapatkan itu layak diapresiasi di dunia pekerjaan

Peneliti : oke selanjutnya selama upload konten-konten apakah ada tantangan atau hambatan?

Narsum : ah tentunya ada tantangan e salah satu tantangan yaitu ee seumpunya kita sudah mulai posting satu video nah tantangan itu e itunya rutinnya karena kadang malas bahkan ee stop sampe satu bulan tidak posting apa-apa

Peneliti : oke mungkin pertanyaan kedua dari terakhir, menurut anda seberapa penting pencitraan diri bagi mahasiswa saat ini?

Narsum : sangat penting karena bukan pencitraan diri yang bagaimana tapi mahasiswa itu harus berani tampil di media sosial dalam hal membagikan hal-hal yang positif ya menjadi portofolio juga yang sangat dibutuhkan

Peneliti : yang terakhir mungkin pesan dan saran bagi mahasiswa yang ingin memanfaatkan instagram secara positif dan professional

Narsum : kalo saran dari saya selagi hal yang ingin kita sharing di media sosial itu adalah hal yang positif e silahkan jangan malu dan kalo bisa diperbanyak hal-hal yang positif supaya hal-hal yang negatif di media sosial itu tertutupi

Peneliti : oke terima kasih atas waktu luangnya

Hasil wawancara susulan melalui via chat:

Peneliti : Bagaimana Anda memadukan identitas sebagai mahasiswa STAIN Majene (sebagai institusi keagamaan) dengan konten yang Anda unggah di Instagram?

Narsum : Tentunya untuk memadukan identitas sebagai mahasiswa STAIN Majene dengan konten yang saya punya di media sosial. Itu dengan cara menjaga nama almamater dengan menyebarkan konten positif dan edukatif

Peneliti : Apakah Anda pernah sengaja membagikan konten yang berkaitan dengan nilai-nilai keislaman, Jika ya, apa tujuan Anda?

Narsum : Sangat sering karna bagi saya menyebarkan suatu kebaikan sama halnya dengan menyebarkan kebermanfaatan yang bernilai positif

Peneliti : Bagaimana kamu menyeimbangkan antara punya pencitraan diri yang bagus di Instagram dengan tetap menjaga etika dan akhlak sebagai seorang mahasiswa institusi keagamaan? Apakah keduanya bisa sejalan?

Narsum : Dengan tetap memegang teguh pendirian yang saya punya. Karena saya dari kampus Islam dengan jurusan PAI maka saya harus bisa menjadi roal model di media sosial yang saya miliki dan tetap menjaga batasannya, karena berlebih-lebihan juga tdk baik.

Informan 2

Nama : Khaerul Mulqi

Prodi : TBI

Semester : 4

Hari/tanggal wawancara : Senin, 30 Juni 2025

Peneliti : sejak kapan anda aktif menggunakan Instagram?

Narsum : em saya aktif menggunakan Instagram sejak umm tahun 2019 maybe yah sejak saya duduk dibangku sekolah menengah pertama namun yah begitu

Peneliti : selanjutnya apa tujuan anda menggunakan Instagram untuk saat ini?

Narsum : em okee baik untuk saat ini ee untuk saat ini saya menggunakan Instagram itu em untuk ee memperkenalkan kepada orang-orang ee bahwa ini loh saya ini yang bisa saya sam saya lakukan ini kemampuan saya ini loh skill saya seperti itu. Jadi emm tujuan yang lain juga eee tentunya ee ingin dikenal oleh banyak orang misalnya ee agar kita tidak eee sering dianggap sebagai orang tidak punya apa-apa tidak punya skill apa-apa jadi dengan melihat Instagram saya dan isi-isi yang didalam itu ee jadi ee bisa mi na liat orang e bagaimanakah bagaimana diri ku yang sebenarnya.

Peneliti : untuk konten-kontennya apakah ada fokus tertentu kek dibidang akademik, organisasi, karya dan lain sebagainya?

Narsum : emm baik em untuk kontennya em dia mix kak, yah mix kadang tentang agama tentang konten komedi dan juga tentang ee apa skill yang saya ee apa maksudnya misalkan pencapaian-pencapaian yang saya dapat begitu. Jadi emm kemudian ee dari konten-konten itu emm bisa em saya jadikan sebuah memori em jadikan sebuah ee apalagi Namanya itu kayak arsip untuk diri saya kedepannya jadi sudah besar nanti ku kasih liat anak ku heheh untuk ini saya dulu toh begini ka semoga bisa ko lebih baik dari saya begitu

Peneliti : okee selama adek mengupload konten apakah pernah merasa jenuh atau ragu-ragu ?

Narsum : oh omg itu adalah perasaan yang paling sering saya emm rasakan kak. kenapa yah karena pada saat saya memposting ada muncul rasa gunda gulana di kepala saya mengapa yah ee saat saya memposting pasti kuliati dulu mukaku apakah simetris atau tidak hh yaa kemudian apakah ee dampak yang ditimbulkan dari postingan ku itu kepada orang-orang yang meliat postingan itu. Misalkan em saya memposting ee konten berbahasa inggris nah ee jadi saya bisa saya liat ulang dulu review-review ulang mi dulu itu videonya apakah ada yang salah dari pengucapan saya, apakah ada yang keliru grammer saya ada yang salah dari em penyampaian saya. e jadi em sebelum saya posting saya harus cek dulu nah jadi nanti agar tidak timbul kesalahpahaman ee kepada publik begitu.

Peneliti : selanjutnya apakah memiliki strategi khusus untuk mempertahankan citra diri di media sosial anda?

Narsum : emm untuk saat ini siih emm ada. Karena aa karena saat ini saya fokus memposting postingan yang menurut saya ee yang bisa dibilang berkelas maksudnya tidak asal posting kayak emm dulu-dulu saya itu yaa kalo

posting foto disini foto disitu dan foto pemandangan dan lain-lain itu saya posting begitu. Dan sekarang saya mulai ee fokus untuk memperbaiki personal branding saya yah karena emm beberapa dari teman-teman seper ee teman-teman seangkatan saya memposting kaya postingan akademik, kemudian ee intinya ee bisa saya gunakan sebagai contoh mereka dan saya aplikasikan kepada diri saya em misal kek kayak kak nanas ee baru-baru lolos duta begitu e dia itu tidak memposting hal-hal yang tidak berguna nah jadi emm dengan kita memposting hal-hal yang sangat syarat dengan akademis, agama dan komedi begitu ee bisa menarik perhatian publik em jadi e dia bisa melihat bahwa ada loh keseriusan dalam diri saya dibidang akademik, agama begitu.

Peneliti : jadi ini konten-konten yang diunggah sesuai dengan identitas yang ingin ditunjukkan

Narsum : iyyap betul sekali

Peneliti : selanjutnya kan dalam pembentukan personal branding ini salah satunya yaitu untuk membentuk nama baik nah menurut anda apakah e menjaga nama baik di media sosial itu penting?

Narsum : sangat penting, yak karena ee bagi saya kalo kita menjaga e kalo kita tidak menjaga ki nama baik dan mudah ki untuk di olok-olok hhh kayak orang-orang diluar sana akan ee bagaimana di kek misalnya kita posting konten-konten yang tidak bermutu atau gosip-gosipnya orang diposting pasti akan mencoreng nama baik kita selama ini ee bisa diliat di konten ku ada biasa kayak agama-agama ku posting kapan saja posting tentang kejelekannya orang lain maka otomatis harga diri ku nama baik ku akan jatuh seperti itu jadi e penting sekali untuk mem eem memperhatikan apa yang kita posting ee apa yang ingin kita posting ee apa yang telah posting maksudnya a harus kita sering-sering review ulang begitu dan tidak menonaktifkan kolom komentar.

Peneliti : kalo dalam konteks dunia kerja apakah menjaga nama baik itu penting?

Narsum : oh sangat penting kah, oh iya kalo di dunia kerja like khususnya di dunia kerja wadedee biasanya itu orang-orang apa lagi jaman sekarang ini, jaman sekarang ini ee dia mau melihat em keseriusannya orang skillnya orang-orang, pasti dia melihat di akun media sosialnya kak, ee kapan media sosialnya tidak bagus ee kayak banyak lomba-lomba e kayak pencarian duta begitu toh duta-duta, pasti naliat i dulu Instagram ta apa konten-kontennya, bagaimana cara e mengolah media sosial dengan baik intinya klo dibilag penting dii, ini media sosial Instagram dan lain-lain sangat penting sangat berpengaruh

Peneliti : untuk memulai, bagaimana anda mulai membangun pencitraan diri di Instagram?

Narsum : memulai sih sudah lama hehe, maksudnya ee kalo sekarang ee sudah beberapa konten yang sudah diposting ee lalu untuk memulainya sih Sarasa sudah mulai mi ee karena beberapa postingan ku itu e sudah mulai ter ter tertata sudah terstruktur dengan baik ee untuk memulainya bagaimana sih memperhatikan highlightnya begitu kak, memperhatikan begitu kak kayak

kan sekarang ini emm kan dulu itu tidak pernah ka mapposting story-story, dan tidak ku tau itu kalo ada fitur highlight jadi mulai sekarang ini saya mulai untuk yaa' semuanya harus terstruktur. Misalkan ee ada ada story lima sidik ee ada story organisasi saya masukkan di highlight organisasi tersebut jadi semuanya harus tertata.

Peneliti : nah itu menjadi strategi juga

Narsum : iyya sangat, nanti na liat orang uihh orangnya rapi bersih, tertata

Peneliti : baik selanjutnya apakah ada tantangan atau hambatan dalam membangun citra diri?

Narsum : eem untuk mengunggah konten apakah ada hambatannya untuk membangun citra diri?

Peneliti : iyya

Narsum : emm paling penting itu emm hama-hama itu hhh maksudnya netizen-netizen yang tidak em yang tidak pernah mendukung kita untuk proses itu adalah hambatan yang paling berpengaruh bagi saya. Yah karena ee rencananya, rencana awal saya itu sebenarnya adalah ee mengunggah minimal 1 kali vlog tentang Bahasa Inggris nah, namun karena adanya netizen-netizen yang dia itu kayak main hakim sendiri kayak mengolok-olok kek bahasanya mengolok-olok gestur saya yang agak letoy sedikit, tapi e tapi disitu ee dimana di itu berpengaruh sekali bagi ku, maksudnya mau bangun personal branding yang sangat kuat yang sangat bagus yang yang rapi begitu dan e banyak mi dosen yang ku add pertemanan ee banyak mi follower yang follow ka dosen jadi harus ka kasih bagus i Instagram ku begitu supaya naliat I dosen ku wih bagus ini anana berprestasi berpendidikan begitu, jadi ee itu sih hambatannya yang paling berpengaruh bagi saya dan juga kalo habis kuota ku itu juga hambatannya.

Peneliti : kan itu kan tadi hambatannya

Narsum : adalah netizen

Peneliti : kalo umpan balik positifnya ada

Narsum : eem maksdunya

Peneliti : umpan balik positif kayak komentar-komentar yang baik

Narsum : ooh banyak banget, jadi ee kayak begini kak kalo ee ada dua ee ada dua tipe netizen yang saya dapat di akun saya, ee yang pertama itu netizen yang sangat mendukung saya berprogres ee kemudian ada netizen yang tidak mendukung saya untuk berprogres. Ee itu netizen-netizen yang tidak mendukung saya untuk berprogres dia tidak ee dia tahu bahwa perasaan dia tau menjaga perasaan namun ya ee begitu cara menjaga perasaan ku ya e dia tidak komen video-video ku secara langsung dia tidak komen di video itu, tapi dia ee na chat pribadi ka begitu e dia ee komen pribadi ihh kenapa begitu sekali ko kenapa begitu sekali ko. Namun ada netizen yang baik hati maksudnya kayak na kasih ki semangat na kasi ki love-love, mata-mata love begitu nakasih ki juga jempol di kolom komentar jadi menurut saya e itu sangat e bagaimana yah memberikan dampak e yang pertama si netizen yang kurang baik itu. Bagi saya itu kurang baik namun ada juga baiknya e karena dari ee komen-komenan negative itu bisa saya aa e apa yah kayak

jadikan motivasi, jadikan ee apa motivasi untuk berubah diri untuk lebih baik lagi seperti itu. Misalnya di komen yang ee tidak karuan ya' saya bisa perbaiki dan Adapun orang-orang yang ma komen dengan semangat, keren bagus begitu ya' itu hmm menambah semangat untuk membuat yang lebih bagus lagi.

Peneliti : ee oke selain menambah semangat apakah membuat anda lebih percaya diri?

Narsum : yahh sangat percaya diri

Peneliti : selanjutnya apakah pencitraan diri di Instagram membuat anda lebih percaya diri?/

Narsum : hmm kadang iyya kadang tidak

Peneliti : Why?

Narsum : maksudnya kadang iyya itu karena dikomen sama e orang-orang yang baik hati. Em maksudnya selalu kasih kata-kata motivasi, selalu kasih semangat e itu itu merupakan eee hal yang sangat berpengaruh bagi saya. Kemudian e untuk komenan-komenan begitu tetap ji berpengaruh tapi e dalam hal yang lain begitu. Ee maksudnya apa tadi pertanyaan ta kak?

Peneliti : jadi kan kita adami personal branding di Instagram jadi apakah lebih percaya diri ki?

Narsum : eh iyya-iyya

Peneliti : apakah anda merasa lebih siap menghadapi dunia kerja berkat personal branding yang di bangun ?

Narsum : sangat-sangat, tadi bagaimana di, ya Sudah mi kujelaskan tadi..

Peneliti : karena toh kan karena sudah mi di tunjukkan bahwa ada kemampuan ta

Narsum : iyya

Peneliti : jadi yakin maki

Narsum : iya jadi yakin maka, tidak perlu mi terlalu di umbar e tinggal liat saja, follow saya Instagram ku

Peneliti : bahwa ada skill disini

Narsum : iyya

Peneliti : bisa juga ditampilkan nanti kalo misal mau ki daftar ini

Narsum : iyya jadi kita ya' e ini kasih liat mi saja bukti-buktinya e ada buktinya loh bukan e bukan ini bukan ini cuman modal omong kosong ini kalo ada skill begini ta ada skill begitu ta tapi liat dii ee bisa di buktikan

Peneliti : mungkin pesan dan saran bagi mahasiswa mungkin memiliki skill untuk memanfaatkan instagramnya

Narsum : oke em jadi pesan untuk seluruh mahasiswa khususnya di STAIN Majene emm saya berpesan kepada kalian-kalian yang memiliki skill please jangan dipendam skill itu. Jika em jika kalian memiliki skill manfaatkan media sosial anda sebaik mungkin, zaman sekarang ini ee orang-orang itu tidak ee siapa sih yang tidak kenal Instagram, e siapa sih yang tidak tau facebook dan sejenisnya pasti e semua orang tau itu dan kemudian ee bagaimana kita yang memiliki skill ini harus e mengembangkannya dan e harus menunjukkannya juga. E kalo tidak ditunjukkan i e kayak misalnya begini cerita ki sama teman ta e ada skill begini k loh ada skill begini ku pernah ka

begitu tidak na tau I orang kalo tidak pernah diposting nah jadi itulah gunanya kita posting skill ta, pengha e pencapaian ta kemudian ee intinya yang baik-baik tentang kita di Instagram kita sebagai personal branding karena apa, itulah adalah merupakan sebuah buktinya bahwa ada skill yang bisa untuk dibanggakan seperti itu.

Peneliti : itu pertanyaan terakhir, mungkin ada hal lain yang ingin disampaikan yang belum saya tanyakan terkait pencitraan diri?

Narsum : hmm mungkin ee pengaruh anu kak, kali misalkan ee itu kalo memposting ki video. Kan ini video toh diliat dari likenya apakah itu like berpengaruh terhadap kepercayaan diri ee maksudnya kayak personal branding bagaimana di e bagaimana caranya bilang aa kayak ee kalo mamposting ki video terus sedikit likenya pasti ee pasti akan bertanya-tanya ki apakah ee ini skill ee ini video yang saya posting ini ee berpengaruh atau mendatangkankan manfaat kepada penontonnya seperti itu. Jadi bisa e kalo misalkan sedikit likenya walaupun skillnya bagus e videonya bagus em kayak bagaimana yah, pertanyaannya toh apakah itu emm akan menambah kepercayaan diri untuk meningkatkan personal branding ta begitu e kayak e diliat dari jumlah likenya. Begitu ji kak.

Peneliti : oke terima kasih

Informan 3

Nama : Muhammad Yassir Safri

Prodi : KPI

Semester : 8

Tanggal wawancara : Senin, 08 Juli 2025

Wawancara susulan : Selasa, 12 Agustus 2025

Peneliti : sejak kapan anda mulai aktif menggunakan instagram?

Narsum : sejak tahun 2019

Peneliti : apa tujuan utama anda menggunakan instagram untuk saat ini?

Narsum : untuk saat ini e atau kemarin pas e mulai

Peneliti : awal mulai dan sampai saat ini?

Narsum : owh awal mulai mulai membuat instagram itu nda ada, nda ada tujuan utama e karena ditau mi bahwa sekarang e perlu dunia media sosial jadi mau tidak mau saya harus membuat media sosial selain whatsapp dan facebook itu tujuan utama saat membuat instagram, ya tapi untuk saat ini seiring berjalannya waktu ee saya yakin bahwa instagram ini mempunyai daya Tarik, daya kuat, kuat ee dalam memberikan seseorang feedback yang positif dalam tentunya apalagi di masa depan maupun dunia kerja begitu

Peneliti : jadi saat ini mulai maki bangun personal branding di akun ta?

Narsum : iyye

Peneliti : mulai tahun berapa itu mulai maki membamgun personal branding?

Narsum : tahun 2021

Peneliti : untuk fokus konten ta apakah di akademik, organisasi, karya dan lainnnya?

Narsum : dulu pas awal ee membangun personal branding itu awalnya ee fokus di bidang kreatif tapi e sekarang ee fokusnya juga bidang organisasi

Peneliti : menurut anda seberapa penting media sosial dalam dunia professional?

Narsum : seberapa penting media sosial dalam?

Peneliti : dunia professional

Narsum : dunia professional, ee kalo e berbicara tentang seberapa penting itu sangat penting karena ee apa keprofesionalan seseorang itu diketahui oleh orang lain berawal dari media sosial yah begitu. Untuk untuk mengetahui ee apa profesinya seseorang dalam satu bidang itu dari media sosial

Peneliti : e selanjutnya e apakah anda strategi khusus untuk mempertahankan citra diri anda di media sosial?

Narsum : nah sebetulnya untuk strategi nda terlalu banyak mungkin saat ini masih satu konsisten itu ji

Peneliti : okee, e ka naan salah satu bentuk dari pencitraan diri atau personal branding ini untuk menjaga nama baik nah bagaimana anda menjaga nama baik di media sosial anda?

Narsum : menjaga nama baik di media sosial ya tentunya nda apa istilahnya tidak memperlihatkan hal yang negatif orang-orang yang tidak membangun personal branding saja di instagram itu e kalo mau mempost foto apalagi ini yang orang umum yah kalo mau post fotonya pasti memilah mana yang lebih baik dari yang terbaik. Jadi untuk menjaga nama baik itu ya pasti ada pilah e dalam memilah sesuatu untuk e di post di instagram karena e punya dampak ee sekecil apapun keburukan di post itu punya dampak bagi diri kita sendiri.

Peneliti : kalo dalam konteks dunia kerja seberapa penting menjaga nama baik di instagram?

Narsum : kalo dalam konteks dunia kerja sejauh ilmu dan pengalam dari teman-teman senior yang saya pernah dengar bahwa media sosial itu sangat penting dalam menjaga e media sosial itu sangat penting dalam menjaga nama baik dalam konteks dunia kerja ee menurutnya ee menurutnya senior yang pernah saya dengar ceritanya bahwa media sosial sangat penting dalam apa, media sosial itu punya peran penting dalam diterimanya kita di dunia kerja

Peneliti : eh selanjutnya kalo mulai membangun personal branding itu ee mulai dari mana?

Narsum : dari 2021

Peneliti : nda i maksudnya e apakah fokus konten e apload ini

Narsum : maksudnya

Peneliti : bagaimana yah ini bagaimana anda mulai membangun pencitraan diri?

Narsum : sebenarnya ee awal membangun personal branding itu sebenarnya nda tau kapan mulainya, kapan tanggal berapa, bulan berapa dan hari apa karena tidak ada planning bahwa besok kita mau bangun personal branding deh nda ad aitu ee pure sebetulnya e karena minat karena hoby ee lambat laun ee sadar bahwa ee pengapload dalam bidang tertentu itu bermanfaat dalam personal branding kita, tidak adaji patokan minggu depan saya mau bangun

personal branding nda ada, jadi nda tau kapan itu awalnya bagaimana sebetulnya berangkat dari hobi ji dan minata

Peneliti : apakah konten yang di upload di media sosial ta sesuai dengan ee citra diri yang ingin ditampilkan?

Narsum : 80% iyya 20% tidak

Peneliti : kenapa?

Narsum : karena ee ada e ada satu moment postingan story maupun feed instagram itu bukan tujuannya untuk membangun personal branding, tapi arsip diri kita , arsip ta ji sendiri tapi ee kayak misal kayak keseharian kayak kkn kemarin kan ku post untuk sebagai arsip ku kenang-kenangan tidak ada ee apa Namanya ee tidak ada niatan untuk membangun personal branding di bidang tertentu

Peneliti : selanjutnya kalo strateginya strategi apa saja yang dilakukan agar pencitraan diri anda semakin kuat?

Narsum : konsisten l ji

Peneliti : kalo mulai dari foto profilnya, highlightnya

Narsum : ee sebetulnya itu bukan strategi utama ku dalam membangun personal branding karena strateginya yang pertama itu konsistenji terkait foto profil ya memang proto e foto foto profil yang profesional memang kata orang itu juga ee membantu untuk membangun personal branding tapi kalo khusus untuk ku e bukan-bukan strategi utama, strategi utama yang rutin konsisten kalo foto profil ya foto profil dan apa Namanya highlight itu untuk estetikanya saja

Peneliti : estetik dan juga untuk memperkuat citra diri di instagram

Narsum : iyya

Peneliti : kemudian apakah anda pernah mendapat umpan balik positif dari unggahan anda?

Narsum : pernah, pernah

Peneliti : seperti apa?

Narsum : iyya hh seperti contoh misal kemarin ee apa Namanya hemm ada proyek misal ada proyek e proyek editin nah ini yang ini yang ee menjadi klien kemarin sebetulnya bukan orang yang ku kenal di awal karena orang luar karena memang kenal ku di instagram jadi dia lihat post post story maupun feed ku yang e yang fokusnya di bidang tertentu jadi dibidang editing khususnya editing jadi dia biasa minta tolong dalam ee di editkan anunya apa namanya editannya begitu.

Peneliti : iyya apakah hal tersebut membuat anda lebih percaya diri bahwa anda memiliki kemampuan?

Narsum : iyya

Peneliti : kenapa?

Narsum : ya hh karena itu tadi karena ee sebetulnya pas awalnya menerima menerima job dari orang sebetulnya nda percaya diri karena job awal, awal-awal menerimah itu sebetulnya nda percaya diri karena selain saya merasa saya juga baru belajar jadi mau tidak mau dalam proses belajar itu jadi kita harus ee apa Namanya ee tidak stuck di tempat tapi kita harus apa ee saya

anggap job-job itu sebagai Pelajaran sebagai batu loncatan sebagai apa Namanya bahan latihan untuk bagaimana saya kedepannya untuk berkembang.

Peneliti : okeyy berarti hal tersebut juga meningkatkan efikasi diri anda

Narsum : apa dibilang efikasi?

Peneliti : keyakinan diri kalo ada kemampuanmu untuk menyelesaikan tertentu atau dalam konteks dunia kerja

Narsum : iyya sebetulnya tadi terjawab sama yang kubilang di awal o karena ee awalnya saya apa Namanya saya yakin ee saya bisa dibidang ini makanya saya posting di ig nah dari ig diliat sama orang untuk e apa nama nya dii disewakan apa di jaskan ee kemampuan ku dalam konteks editing ya makanya saya percaya-percaya diri begitu

Peneliti : terus selanjutnya apakah anda lebih siap menghadapi dunia kerja berkat citra diri yang di bangun di instagram anda?

Narsum :sebetulnya sulit-sulit gampang di jawab hhh yayaya percaya diri dalam ee dalam menghadapi dunia kerja begitu?

Peneliti : siap

Narsum : oh siap tentu siap dong tentu siap dong karena apa karena ee tentu saya sudah tidak lagi apa namanya ee pusing dalam mencari dunia kerja karena saya punya bidang tertentu dibidang ini jadi e kalo kata orang pekerjaan yang paling enak itu adalah ee hobi ta sendiri begitu, begitu ji

Peneliti : selanjutnya menurut anda seberapa penting pencitraan diri bagi mahasiswa untuk saat ini?

Narsum : se penting sekali, penting sekali. Kenapa saya bilang penting sekali karena y akita tau mungkin mahasiswa yang ee apa selesai dari kampus itu bingung biasa mau jadi apa begitu jadi menurut ku mahasiswa yang masih, masih berstatus mahasiswa saat ini itu sebetulnya penting untuk membangun citra diri di media sosial kalo tidak secara langsung itu di media sosial contoh berbagai bidang seperti editing e misal mc dan lain sebagainya ya begitu

Peneliti : okey mungkin pertanyaan terakhir apa ada pesan atau saran bagi mahasiswa yang ingin memanfaatkan instagram secara positif dan profesional?

Narsum : saran ku penggunaan instagram maksudnya?

Peneliti : secara positif dan profesional

Narsum : ya saran ku untuk mahasiswa STAIN ya untuk mahasiswa STAIN dalam penggunaan instagram itu ee bisa di manfaatkan lagi artinya manfaatkan lah media sosial termaksud instagram terkhusus instagram untuk bagaimana cara kita membangun personal branding diluar karena jangan e jangan sekedar media sosial dijadikan sebagai ee arsip kehidupan ta to' yang tidak ada faedahnya jadi mungkin alangkah baiknya kita memmbangun personal branding ee personal branding sekecil apapun itu bisa diawali dengan apa namanya e kebiasaan-kebiasaan kecil yang kita sukai kita minati dan lain-lain, jangan joget-joget tiktok, dj, jj dan lain sebagainya begitu

Peneliti : okeyy mungkin satu pi pertanyaan, apa harapan anda setelah adanya personal branding yang anda bangun di instagram?

Narsum : ya harapan saya mudah-mudahan kedepannya ini untuk pribadi saya a

Peneliti : iyya

Narsum : harapan ku muda-mudahan kedepan dalam personal branding yang saya bangun saat ini bisa membantu saya dalam ee meng apa Namanya mengapai mengapai apa yang saya inginkan, mengapai cita-cita mempermudah dalam ee apa yang saya inginkan kedepannya begitu

Peneliti : oke terimakasih atas waktu luangnya.

Hasil wawancara susulan melalui via chat:

Peneliti : Bagaimana Anda memadukan identitas sebagai mahasiswa STAIN Majene (sebagai institusi keagamaan) dengan konten yang Anda unggah di Instagram?

Narsum : Dengan mengunggah konten-konten berbasis islami kesosial media

Peneliti : apakah Anda pernah sengaja membagikan konten yang berkaitan dengan nilai-nilai keislaman, Jika ya, apa tujuan Anda?

Narsum : bukan sengaja lagi tapi saya berprinsip bahwa itu sudah menjadi keharusan dan kewajiban dalam mambagikan konten yang berkaitan dengan nilai nilai keislaman, tujuannya yaitu berdakwah

Peneliti : Bagaimana kamu menyeimbangkan antara punya pencitraan diri yang bagus di Instagram dengan tetap menjaga etika dan akhlak sebagai seorang mahasiswa institusi keagamaan? Apakah keduanya bisa sejalan?

Narsum : . sependek mengalami pribadi saya, saya belum pernah memikirkan hal tersebut. tetapi kalau ditanya apakah keduanya bisa sejalan? jawabannya "iyya" karena bagaimana bisa kita bersekolah di institusi keagamaan tapi perilaku kita tidak sejalan dengan apa yang kita bawa

Informan 4

Nama : Anafika Sariatul Umi

Prodi : TBI

Semester : 8

Hari/tanggal wawancara : Minggu, 29 Juni 2025

Peneliti : sejak kapan anda mulai aktif menggunakan Instagram?

Narsum : eh sejak masuk kuliah. Tahun 2021

Peneliti : untuk akhir-akhir ini seberapa sering aktif menggunakan Instagram dalam aktivitas sehari-hari?

Narsum : akhir-akhir ini?

Peneliti : eh mungkin mulai awal menggunakan Instagram

Narsum : seberapa sering?

Peneliti : iyya

Narsum : intinya eh intinya e jika ada aktivitas entah dari organisasi atau lagi ee proses perkuliahan yang menurut bisa di branding sebagai personal branding di Instagram saya ee memasukkan ke Instagram untuk dijadikan personal branding. tapi tetap juga tujuannya untuk yang pertama sebagai kenang-kenangan juga yang kedua sebagai ee apayah.. bisa dibilang

pencapaian seperti itu, tapi bukan pencapaian dalam artian prestasi tapi Ketika saya merasa berhasil melakukan sesuatu ee dibidang itu misalkan MC atau tugas-tugas perkuliahan seperti mengajar dan sebagainya saya masukkan ke Instagram.

Peneliti : oh yah ee seberapa penting media sosial menurut anda dalam dunia professional?

Narsum : Oh sangat penting sangat penting karena sekarang kita kan di era yang modern yah di era teknologi jadi yang saya tau kan para HRD atau sebagainya semuanya itu pasti yang pertama ee selain cvnya Ketika kita melamar kerja itu juga bisa banyak sekali dilihat dari sosial medianya seperti salah satunya instagrma yang paling banyak jadi saya memanfaatkan platform Instagram untuk menunjukkan ee skill saya dibidang ini maka menurut saya itu sangat penting dan harus dilakukan

Peneliti : apakah anda memiliki fokus tertentu dalam membagikan konten misalnya akademik, organisasi, karya dan lain-lain?

Narsum : kalo fokus tertentu semuanya saya masuk yahh kak dan contohnya saya kan memang fashion fashion di komunikasi dan Pendidikan jadi ee berbasis jurusan saya dan prodi saya tadris Bahasa inggris saya sering memasukkan ee Ketika saya melakukan publik speaking ee misalkan lagi persentase atau ee lagi mengajar lagi tugas mengajar atau lagi sedang Mc atau intinya personal branding saya itu fokusnya memang di diskil saya yaitu komunikasi.

Peneliti : okey apakah pernah merasa jenuh atau ragu-ragu untuk terus menampilkan citra diri atau personal branding di Instagram?

Narsum : jenuh atau ragu dalam aspek apa itu?

Peneliti : misalnya e ragu-ragu untuk memposting

Narsum : bukan ragu-ragu sih

Peneliti : atau malas

Narsum : yah lebih tepatnya malas karenakan saya cenderung tipe yang perfeksionis jadi semua yang saya masukkan pun sebelumnya pasti diedit yah apalagi kalo misalkan diedit itu saya butuh waktu juga butuh ee kondisi yang kondusif tapi kalo misalkan jadwal lagi padat ee banyak tugas dan segala macam dan kadang-kadang hal-hal yang mau diedit itu menumpuk makanya kadang apa Namanya yah malas yah bukan ragu tapi cenderung lebih suka menunda-nunda

Peneliti : selanjutnya apakah anda memiliki strategi khusus untuk mempertahankan e citra diri atau personal branding di media sosial anda?

Narsum : kalo dari strategi ee intinya untuk mempertahankan citra saya dari publik di media sosial itu tentunya saya harus tetap ee ada di bidang itu eem maksudnya kan personal branding saya ada di Pendidikan dan komunikasi saya harus tetap it berada di lingkup area seperti itu misalkan mengikuti komunitas join komunitas atau mengikuti berbagai eemm acara-acara yang memang tujuannya sama dengan saya makanya Ketika misalkan ada acara yang mengkhususkan saya harus jadi MC atau Ketika e saya yang harus jadi pemateri atau pembicara yah saya ee disitu ada tujuan Ketika mengikuti

komunitas itu dan itu salah satu menjadi strategi saya untuk mempertahankan citra saya di dalam publik dan selanjutnya saya tetap akan mengasah skill itu yah artinya Ketika saya selalu mengupload kegiatan saya di Instagram itu itu juga menjadi motivasi diri untuk saya bisa yakin pada diri saya bahwa saya dan menjadi menjadi pengingat gitu. Misalkan saya lagi misalkan kadang-kadang stress brandout saya biasanya liat Instagram lagi untuk ee mengacuh diri untuk memotivasi diri bahwa dulu-dulu itu saya sangat produktif untuk ee personal branding untuk em melakukan kegiatan yang bisa menjadi personal branding saya em seperti itu

Peneliti : kan ini salah satu bentuk dari personal branding itu untuk menjaga nama baik, nah apakah menurut anda apakah menjaga nama baik Instagram penting dalam menghadapi dunia kerja?

Narsum : sangat penting dong e menjaga nama baik artinya kita memberikan hal-hal yang memang positif didalam diri kita e apapun yang bisa mengundang kebermanfaatan bagiku untuk melakukan personal branding di Instagram itu intinya bagaimana caranya selain dari tujuan untuk memotivasi diri tapi bagaimana caranya agar konten-konten yang saya buat itu juga bisa e itu juga bisa menjadi landasan untuk nantinya saya bisa bermanfaat bagi orang-orang yaitu dengan cara membuat konten-konten

Peneliti : selanjutnya bagaimana anda mulai membangun pencitraan diri di instagram?

Narsum : bagaimana cara saya membangun

Peneliti : mulai membangun

Narsum : memulai, awalnya saya kan saya kuliah ee terus e sayakan masuk organisasi ee karena

Sangat banyak kegiatan e jadi saya pikirnya sayang jika tidak didokumentasikan dan dikumpulkan di dalam satu platform gitu selanjutnya e apa saya juga mulai terinspirasi dari konten-konten media sosial lain dan influencer lain yang buat kek semacam video, video berdurasi 15 sampai 30 detik yang e didalamnya pendapat kita tentang sesuatu hal yang menurut saya bisa dijadikan bermanfaat untuk orang lain dan saya membuat sekitar beberapa video di dalam dan akhirnya sampai itu e saya termotivasi untuk lebih apayah em membranding dari kegiatan-kegiatan saya di kampus intinya ee intinya kegiatan-kegiatan saya di kampus yang banyak itu lumayan banyak say dokumentasikan ke Instagram.

Peneliti : apakah anda selama mengupload konten pernah mendapat umpan balik positif dari pengikut anda?

Narsum : iyyah, jadi e ada yang beberapa saya buat konten-konten video itu dan memang Ketika saya e secara kontinyu buat dan upload semakin naik juga misalkan viewersnya kemarin dulu saya cek terakhir 11 ribu yang nonton dan komentarnya ada sekitar puluhan maybe dan memang mereka emm apa Namanya sharing dan menanggapi apa yang saya kontenkan mereka setuju dan muhasabah dirilah untuk mereka yang memang menonton konten saya. Jadi saya merasa itu sangat bermanfaat.

Peneliti : jadi umpan balik positif tersebut membuat anda lebih percaya diri

Narsum : hu'umm lebih percaya diri dan tentu yah memotivasi diri dan apa yah senang begitu

Peneliti : dan apakah hal tersebut membantu anda untuk meningkatkan efikasi diri anda terhadap kemampuan yang dimiliki?

Narsum : iyyah, maka dari itu kan saya dapat feedback yang positif dari orang-orang misalkan kalo saya jadi mc itu saya tidak akan lanjut jika tidak dapat feedback dari teman-teman yang positif atau orang-orang yang menonton itu saya selalu alhamdulillah dapat feedback dan alhamdulillah juga saya tetap terus menjadi emm untuk terus mengikuti, untuk terus berminat untuk emm ada dikelompok ini begitu, kelompok speaker kelompok untuk menjadi speaker

Peneliti : jadi pencitraan diri di Instagram anda membuat merasa lebih percaya diri

Narsum : iyyah

Peneliti : apakah anda merasa lebih siap menghadapi dunia kerja berkarir citra diri yang anda bangun di Instagram ?

Narsum : kalo dibilang lebih siap sih yah lebih siap karenakan memang tujuan lain untuk membranding diri di Instagram itu untuk menunjukkan bahwa saya menggeluti bidang ini, bahwa saya ingin, ingin dibidang ini maka dari itu saya ingin orang-orang tahu bahwa memang saya ingin bekerja dibidang ini e artinya saya inginpun saya juga siap dan ee mampu in Sya Allah

Peneliti : oh iya kalo misal anda tidak membangun citra diri di instagram apakah efikasi diri dan kesiapan menghadapi kerja tetap sma?

Narsum : menurutku tidak, karena memang ee pengaruh kita meng upload ee membranding diri di Instagram kan mereka kasih feedback ke kita, maksudnya mereka juga melihat kita, mereka tau kita kalo mereka tau kita seperti apa, status kita seperti apa, apa bidang yang digeluti maka aa saya pun akan yakin dan percaya dan Ketika tidak ee misalkan Ketika saya tidak mengupload semuanya di Instagram itu maka orang-orang akan ee justru tidak tau saya apa saya pun tidak pernah di tidak digunakan menjadi mc dan sebagainya artinya saya tidak apa yah tidak dikenal dong dan akan lebih me..menurunkan eem kemampuan saya karena kan jam terbang saya em hampir akan tidak ada karena ini jadi apa yah salah satu , salah satu saya bisa terus di kelompok ini yah itu tadi karena personal branding karena orang-orang mengenal saya dengan branding itu ee iya itu sangat berpengaruh

Peneliti : oh iya menurut kaka apa kaitan langsung antara citra diri yang dibangun di Instagram dan rasa percaya diri kaka untuk bersaing didunia kerja?

Narsum : apa tadi?

Peneliti

Peneliti : kaitan langsung antar citra diri yang dibangun di Instagram dengan efikasi diri untuk bersaing didunia kerja?

Narsum : artinya ee hubu..hubungan?

Peneliti : iyya

Narsum : kaitannya dengan citra diri dengan kepercayaan diri, iyya tentunya saya menurut saya sangat berkaitan lah kita tidak pengkiri bahwa di dunia ini,

apalagi di dunia kerja dunia Pendidikan dan ,ain sebagainya semua itu berkompetisi itu semua kompetitif dan memang kita harus siap di ranah itu makanya ee salah satu kita ingin mengembangkan diri yah itu dengan citra diri begitu, maksudnya menurut saya sia-sia yah kalo misalkan kita pintar atau punya prestasi tapi tidak diii tunjukkan tidak dikenal orang-orang lain jadi menurut saya citra diri itu sangat penting untuk bisa berkompetisi di dunia kerja karena salah satu value salah satu nilai bagi orang-orang begitu, semakin banyak semakin tinggi jam terbangnya akan semakin bervalue semakin bernilai

Peneliti :jadi menurut anda seberapa penting pencitraan diri bagi mahasiswa saat ini?

Narsum : sangat penting-sangat penting jadi apa yah, untuk mahasiswa yang gen z apalagi yang di era sekarang wajib ya wajib yah wajib bahkan yang wajib untuk membranding dirinya karena mahasiswa ini hasil akhirnya untuk bekerja contohnya kalo misalkan dia hidup privat artinya di privat ingin memprivat semua konten-konten dirinya yah itu juga pilihan masing-masing yah tapi misalkan kalo misalkan di era sekarang menurut saya harus. Kan ada orang yang bilang kita harus privasi diri tapikan yang ditunjukan menurut saya yah hal yang harus memang ditunjukkan tidak semua yang ditunjukkan tidak semua nilai diri atau ee hal yang digeluti atau hobi yang memang positif dan memang ada tujuan dan niatnya menurut saya yah itu harus

Peneliti : mungkin ini pertanyaan 2 dari terakhir kak, apakah kaka selama membangun personal branding ada tantangan atau hambatan?

Narsum : di Instagram?

Peneliti : iyya

Narsum : eemm hambatannya yah itu ee misalkan ketikan manajemen waktunya ee waktu saya kurang kurang dikelola dengan baik maka waktu edit saya untuk membranding diri juga aduhh akan ini yah akan berkurang begitu jadi yah harapan saya nanti yah saya bisa lebih memenej waktu saya untuk bisa lebih fokus untuk membranding diri juga di Instagram bukan hanya di reallife tapi yah juga di Instagram. Itu aa tantangannya suka menunda-nunda terus waktunya kurang dikelola dengan baik ee perfeksionis ee terlalu perfeksionis yah itu.

Peneliti : mungkin bisa ka pesan atau saran bagi mahasiswa lain yang ingin memanfaatkan Instagram secara positif dan professional?

Narsum : saran dan harapan saya tentunya jangan ini yah jangan membuang-buang waktu berkuliah tapi tidak ada hal yang ditunjukkan ke orang tidak ada show up ke orang ke orang khalayak umum karena kan semua orang berpacu semua ke sosial media termasuk Instagram tiktok youtube dan ee harapan saya semuanya aktif disitu bukan hanya menjadi konsumen tapi menjadi produsen artinya ayo kita sama-sama menunjukkan bahwa kita ada valuenya. Value kan dulunya itu value dari nilai dari ee real lifenya tapi sekarang kita perlu di tau semua orang jua untuk apa Namanya mengembangkan potensi kita bisa bekerja di dunia profesional bekerja di

segala aspek gitu kalo misalkan kalo kita tidak membranding diri kita di sosial media maka kemungkinannya juga kita bisa dihalang orang lain meskipun lebih bisa kita lebih mampu tapi ini menjadi Upaya maksudnya platform Instagram ini menjadi Upaya kita untuk ee menunjukkan hal positif artinya kita memanfaatkan media sosial sebaik-baik sepositif-positifnya dan ee berkaitan dengan tujuan kita jangan hanya menjadi hiburan tapi ee sebagai mahasiswa kita juga harus ee apa Namanya ee apa Namanya yah ee memanfaatkan media sosial sebaik-baiknya.

Peneliti : baik terima kasih kak atas jawaban-jawabannya apakah mungkin ada hal lain yang ingin disampaikan terkait pencitraan diri yang mungkin belum saya tanyakan

Narsum : intinya itu ee yang paling saya mau highlight apalagi mahasiswa yang kan saya kan teman-teman saya banyak yang masih belum membranding dirinya padahal mereka berpotensi punya prestasi punya skill tapi punya hobi yang bermanfaat dan bisa berpotensi tapi saya tidak tau kenapa banyak teman-teman saya yang tidak membranding dirinya di media sosial, entah karena malu kah entah karena hidupnya mau di privasi kah atau memegang prinsip privasi kah atau segala macam alasan lah saya tidak maksudnya saya tidak tau dengan jelas apa em dari segala manfaat personal branding di media sosial ini saya justru tidak tau bagaimana pemikiran orang-orang mahasiswa-mahasiswa yang berprestasi menurut saya malah tidak ini mamenunjukkan jadi yah itu pahami lagi bahwa era sekarang era semakin maju semakin berkembang dan kita pun harus mengikuti zaman yah itu begitu. Mau tidak mau siap-tidak siap Ikhlas tidak Ikhlas harus ikuti zaman itu salah satunya mencari pekerjaan yah coba jangan pakai metode yang dulu misalkan datang ketempat ini tapi ayo coba salah satu strateginya yah itu personal branding di instagram y aitu saja

Peneliti : oke terima kasih

Informan 5

Nama : emmi mutaammindan

Prodi : KPI

Semester : 6

Tanggal wawancara : Senin, 08 Juli 2025

Wawancara susulan : Selasa, 12 Agustus 2025

Peneliti : lanjut ke pertanyaan, sejak kapan anda mulai aktif menggunakan instagram?

Narsum : untuk mulai menggunakan instagram itu saya mendonloawdnya pada saat saya masuk kuliah di STAIN Majene maba tapi untuk aktif saya baru di semester dua

Peneliti : oke apa tujuan utama anda menggunakan instagram untuk saat ini?

Narsum : untuk saat ini, kalo untuk saat ini tujuan saya termaksud untuk bahan atau alat, alat untuk memotivasi teman-teman yang lain terus memberikan inspirasi dan juga ingin membagi pengalaman ataukah kegiatan-kegiatan yang saya lakukan disitu bisa melalui instagram saya ituji paling penting

Peneliti : Oke em untuk saat ini menurut anda seberapa penting media sosial dalam dunia professional?

Narsum : ee dalam dunia professional, tentunya sangat penting ya kak yah karena di dunia sekarang ini hampir semuanya itu tidak terlepas dari yang Namanya media sosial karena lebih banya orang berinteraksi di media sosial dibanding dengan e interaksi secara langsung. E karena bisa dilihat juga mungkin dari penelitian juga mengemukakan bahwa e banyak orang yang mengabaikan orang-orang yang ada disekitarnya diban e pada saat di menggunakan media sosial jadi sangat penting menurut saya.

Peneliti : okee selanjutnya ee selama memposting konten, apakah ada fokus konten tertentu misalnya akademik, organisasi, karya dan sebagainya?

Narsum : untuk fokusnya itu kak, kebanyakan saya memposting hal-hal yang menginspirasi dan memotivasi kalo dibilang lebih fokus di akademik dan organisasi itu kayaknya saya ee lebih mencakup dua-duanya maksudnya yang baik e yang bisa memotivasi lah dan menginspirasi bagi teman-teman yang lain dan terlalu ku fokuskan antara organisasi dan akademik.

Peneliti : selanjutnya apakah pernah merasa jenuh atau ragu untuk menampilkan citra diri di instagram?

Narsum : ee tentu pernah merasa ragu sehingga dari konten saya itu biasanya ih apakah saya pantas menshare ini di media sosial saya ataukah tidak apa-apa kalo saya mengshcarenya nah kadang ada muncul keraguan. Tapi Ketika yang di share itu ha apa bersifat umum atau bisa bermanfaat untuk orang lain ya saya tidak ada keraguan untuk mengsharenya kak

Peneliti : apakah ada strategi khusus untuk mempertahankan citra diri anda khususnya di instagram?

Narsum : untuk strateginya tadi kak termaksud ini tidak asal sembarang posting tentunya karena ee Ketika kita memposting sesuatu di instagram itukan dinilai baik dari teman-teman ee kelas dan juga orang lain juga toh melihat

kalo untuk strateginya e memilih dan memilah konten mana yang seharusnya di diperlihatkan atau pantas di tonton

Peneliti : sesuai dengan identitas yang ingin ditunjukkan

Narsum : iyya

Peneliti : baik selanjutnya kan ini salah satu bentuk dari pencitraan diri untuk menjaga nama baik, bagaimana anda menjaga nama baik anda di instagram anda?

Narsum : e kayak ada kaitannya dengan yang strategi tadi kak, menjaga nama baik itu ya tentunya itu tadi postingan tetap dijaga juga jangan sampai ada satu postingan ee itu justru menurun kredibilitas kita di media sosial ya kalo ya kadang ka juga anu apa Namanya kececeran ada satu postingan menurut saya ini tidak pantas to itumi juga biasa hapus dari reels instagram saya

Peneliti : jadi apakah menjaga nama baik di instagram penting dalam konteks dunia kerja?

Narsum : penting banget kak karena emm sekarang Ketika kita ee bekerja atau mendaftar di instansi tertentu banyak teman-teman saya yang emm membagi pengalamannya eh perbaiki branding ta di instagram eh di media sosial apapun itu baik tiktok dan lain-lain toh karena ada Namanya jejak digital nah dari situ jejak digital kita kan terpantu dan Perusahaan juga menilai hal tersebut penting

Peneliti : ya oke selanjutnya bagaimana mulai membangun citra diri di instagram?

Narsum : ya awalnya itu saya menganggap tidak penting yah karena bilang ka waduh kenapa harus diposting kegiatan-kegiatan seperti ini kek kelihatan memamerkan toh kak tapi ternyata Ketika saya sudah ee mendapatkan mata kuliah personal branding itu malah dan sebuah bentuk eh apa Namanya inspirasi untuk orang lain jadi disitulah saya ee menganggap ee saya sebagai orang komunikasi kpi penyiaran butuh eh butuh hal itu tapi meskipun tidak konsisten tapi saya butuh yah belum termanajemen dengan baik kak.

Peneliti : oke kalo kuliati di postingan-postingan ta toh kek banyak kuliati postingan yang ada caption-captionnya mungkin juga itu salah satu untuk memperkuat kualitas citra diri ta

Narsum : iyya begitu

Peneliti : selanjutnya mungkin dari strategi apa yang anda lakukan untuk memperkuat citra diri ta di instagram?

Narsum : ee pertama tidak asal posting juga kak karena karena e dari situ dari e kontennya videonya itu butuh di edit dulu ya terus narasi apa yang cocok untuk menyandingkan video dengan kata-kata yang mau ditambahkan dan juga kalo perlu e ada kolaborator sih yang jasa nah, nah ada itu salah satu ee postingan saya tentang ee menjadi moderator e itu sempat saya e tandai dengan yang mengajak untuk e untuk moderator kak begitu supaya lebih ini yaitu strateginya salah satu strateginya

Peneliti : oke selanjutnya selama mengupload konten-konten di instagram anda apakah pernah mendapat umpan balik positif kek komentar?

Narsum : ya pernah dan e itu orang-orang terdekat kita ya pernah

Peneliti : apakah umpan balik umpan balik tersebut membuat anda lebih percaya diri?

Narsum : sangat hehh karena berasa ada dukungan ya eh kek masya allah ada dukungan jadi lebih termotivasi untuk membagikan untuk moment-moment yang lain toh

Peneliti : dan yakin ki juga bahwa ada kemampuan ta disitu?

Narsum : yakin e karena yang saya posting itu sesuai dengan jurusan saya

Peneliti : jadi hal tersebut membantu anda untuk meningkatkan efikasi diri anda terhadap kemampuan anda miliki?

Narsum : ya betul sekali kak

Peneliti : apakah anda lebih siap menghadapi dunia kerja berkat e citra diri yang anda tampilan di media sosial Instagram anda?

Narsum : untuk siapnya untuk saat ini, siap sih siap, tapi kalo ee siap banget belum karena yang saya liat juga di postingan instagram itu belum cukup yah masih memadai yah masih perluh ya tambahan-tambahan, pengalaman e yang sesuai dengan ini Perusahaan nanti ya masih butuh.

Peneliti : intinya sekarang masih berproses

Narsum : ya masih berproses

Peneliti : menurut anda seberapa penting pencitraan diri bagi mahasiswa untuk saat ini?

Narsum : ee penting dibilang penting ya sangat penting ya karena ee disini pencitraan bukan asal pencitraan nah karena pencitraan yang dimaksud adalah bagaimana kita membranding diri kita untuk terlihat dinilai baik oleh orang lain, kita mau ee kita mau dilihat seperti apa oleh orang lain. Nah disitulah muncul peluang-peluang kita bisa dikenal oleh orang lain kalo misal ee siapa moderator yang ini, siapa mc yang paling ini ee terus siapa sih Perempuan aktivis yang ah itu bisa muncul entah kita berada di top mindnya atau ee berada di bawah tapi sangat perlu bahwa e ada juga kemarin yang bagikan pengalamannya ke saya bahwa meskipun anda sangat profesional secara langsung tapi memperlihatkan ee branding kita di media sosial itu tidak ada ee gunanya karena yang lirik orang adalah orang yang menampilkan image nya di media sosial begitu

Peneliti : oke harapannya setelah adanya citra diri ta di instagram kedepannya bagaimana?

Narsum: ya harapannya sebenarnya ya bisa dinilai baik dipandang baik dan juga ada peluang dari postingan-postingan saya itu ya ada peluang dari dari siapapun itu yang ingin mencari apa Namanya intinya kak dapat job lah ceritanya, panggilan apapun itu

Peneliti : mungkin pertanyaan terakhir ee pesan atau saran bagi mahasiswa lain yang ingin memanfaatkan instagram secara positif dan professional

Narsum : yah untuk pesan saya itu untuk mahasiswa e pertama jangan asal posting nah Ketika kita juga e tidak tidak mampu untuk menghasilkan konten sendiri nah meneruskan konten orang lain pun itu perlu hati-hati yah jadi saran saya saring dulu sebelum share, yaitu kunci dan juga lebih kreatif

dalam mengonsumsi atau menonjolkan konten yang ada di media sosial itu saja kak.

Narsum : oke terimakasih atas waktunya.

Hasil wawancara susulan via chat:

Peneliti : Bagaimana Anda memadukan identitas sebagai mahasiswa STAIN Majene (sebagai institusi keagamaan) dengan konten yang Anda unggah di Instagram?

Narsum : Tentu selain mempertimbangkan konten yang saya unggah saya juga memperhatikan apa yang menjadi nilai yang orang lihat ketika menonton konten saya, kadangkala dengan melihat latar belakang pendidikan yg dominan ke keagamaan akan membatasi setiap konten yg saya unggah agar tidak bertabrakan dengan apa yg menjadi citra saya (orang yg kuliah di stain).

Peneliti : Apakah Anda pernah sengaja membagikan konten yang berkaitan dengan nilai-nilai keislaman, Jika ya, apa tujuan Anda?

Narsum : Iyah, kadangkala sengaja. Selain saya memang suka dengan konten² keislaman itu saya juga senang berbagi pengetahuan ke teman², meski jika akhirnya kadangkala konten itu tidak terlalu berpengaruh yah setidaknya itu dapat dinilai baik oleh orang orang. Konten yang saya sengaja itu lebih dominan ke quotes" sih kak.

Peneliti : Bagaimana kamu menyeimbangkan antara punya pencitraan diri yang bagus di Instagram dengan tetap menjaga etika dan akhlak sebagai seorang mahasiswa institusi keagamaan? Apakah keduanya bisa sejalan?

Narsum : Klau menurut saya kak, tentu itu sejalan, bahkan karna mempertimbangkan status mahasiswa di keagamaan itu maka saya selalu mengusahakan agar konten itu tidak menyalahi etika dan akhlak sbgai mahasiswa keagamaan. Klau saya pribadi kk TDK ada tips yg spesifik untuk menyeimbangkan karna memang antara konten dengan latar belakang pendidikan keagamaan saya itu saling berkaitan dan itu akan berjalan sendirinya ketika saya mengupload konten di media sosial, yah selain menghindari kata kata yg muncul dengan konotasi negatif itu

Informan 6

Nama : Sariana

Prodi : KPI

Semester : 8

Hari/Tanggal Wawancara : Senin, 1 Juli 2025

Peneliti : sejak kapan anda mulai aktif menggunakan Instagram?

Narsum : kalo mulai aktif yah, tapi pada saat e membuat akun itu saya mulai membuat dari tahun 2019 saat itu saya masih SMA dan ee saya mulai aktif menggunakannya itu e pada saat saya masuk kuliah. Dan mungkin mulai saya aktif berorganisasi saya mulai aktif untuk e tetap aktif di Instagram.

Peneliti : apa tujuan utama anda menggunakan Instagram untuk saat ini?

Narsum : untuk saat ini yah, iyya jadi untuk saat ini ya untuk meningkatkan personal branding saya di media sosial karena ya em seperti yang kita ketahui bahwa di era sekarang ini ya apapun itu misalnya e seketika saya ingin mengikuti lomba itu akan meminta tautan instagram jadi ee setelah itu e selain itu ada kayak dunia kerja membutuhkan juga sosial media link sosial media nah itu menurut saya sangat penting untuk meningkatkan personal branding.

Peneliti : e untuk fokus kontennya sendiri kak, ada tidak fokus tertentu seperti akademik, organisasi, karya dan sebagainya?

Narsum : em fokus di konten saya itu fokus di akademik seperti mengikuti lomba-lomba ee mungkin kaka bisa liat di instagram saya, ikut lomba-lomba kemudian kegiatan-kegiatan e di kampus misalnya menjadi master of ceremony, menjadi moderator debat kemudian e di organisasi juga yah saya menggunakan instagram saya untuk mengupload kegiatan saya di organisasi karena kebetulan saya juga ee merupakan anak organisasi dari UKM Lima Sidik sekarang saya sudah jadi e alumni kemudian organisasi ee LPM Cendekia. Nah apa tadi kubilang. Terus itu emm fokus konten yang lain itu dari prestasi em ya' tapi meskipun saya menguploadnya itu tidak semuanya saya upload di feed instagram tapi saya juga menguploadnya di highlight instagram. Saya lebih sukaa disitu dan biasanya juga saya mengupload kayak kegiatan komunitas saya seperti sefeo English community e kemudian ada juga kemarin saya sempat ikut kompetisi di e FPAN tingkat nasional ee

Peneliti : ee saat ini kak menurut anda seberapa penting media sosial a di dunia professional?

Narsum : okey seperti yang saya jelaskan tadi kalo instagram itu e sangat penting untuk kita gunakan di dunia professional e karena seperti yang kita ketahui e ya seperti tadi saya bilang kalo mau ki masuk dunia kerja itu akan membutuhkan jejak digital kita seperti tautan instagram ee kemarin juga saya sempat daftar duta Bahasa meskipun ya hhh gagal karena itu jejak digital saya sebenarnya tidak terlalu apa e personal branding saya tidak terlalu mungkin tidak terlalu banyak pi di instagram tapi saat ini ee saya sedang mencoba Kembali untuk menguploadnya kemudian ee apa yah menjadi inspirasi ya mungkin untuk tema-teman yang lain untuk ee bisa menunjukkan skillnya di sosial media karena menurut saya bakat e Ketika kita memiliki bakat maksudnya jangan dipendam ditonjolkan dengan cara itu tadi diupload di sosial media meskipun maybe banyak orang yang mungkin tidak suka ka kek nge judge e but don't listen your ability our skill because tidak adaji gunanya mereka dalam kehidupanmu. Maybe mungkin diterima kayak komen-komennya toh tapi jangan dijadikan apayah mungkin dijadikan evaluasi saja tapi itupun kalo banar. Kalo hate komen kayak na jelek-jelekan saja ki ya' nda usah didengar sih menurut ku

Peneliti : e selama mengupload konten-konten kak apakah pernah merasa jenuh atau ragu-ragu untuk terus menampilkan citra diri?

Narsum : yah kadang ya nama juga hhh manusia haha ya saya kan introvert sebenarnya orangnya ya jadi kadang malu ka juga sebenarnya untuk

mengupload ee kegiatan ku di instagram e apa yah takut untuk dihujat di instagram apayah takut untuk dihujat e takut untuk di e nanti nabilangi ki pamer atau flexing and than hehe seperti itu, kita kan tidak atau orang-orang seperti apa

Peneliti : apakah kaka memiliki strategi khusus untuk mempertahankan pencitraan diri di instagram?

Narsum : mempertahankan ee dengan cara mengupload konten-konten sih yang sesuai dengan skill kita misalnya kek di akademik berarti kita fokus mengupload konten akademik seperti prestasi atau juara-juara lomba seperti itu atau meskipun tidak juara juga tidak apa-apa. Mengupload kegiatan yang kayak dibilang kita terlibat kegiatan volunteer juga kemudian organisasi dan lain-lain.

Peneliti : oke Kembali ke personal branding kan salah satu bentuknya yaitu menjaga reputasi atau nama baik kita, bagaimana kaka menjaga nama baik di instagram?

Narsum : menjaga nama baik, ya' tentunya dengan mengupload konten-konten yang berguna yang bermanfaat bagi orang lain. Jadi..

Peneliti : jadi menurut kaka apakah menjaga nama baik penting dalam konteks menghadapi dunia kerja?

Narsum : ya iyya sperti yang saya jelaskan tadi kalo instagram atau sosial media itukan merupakan tempat kita untuk ee mengupload kegiatan kita sehari-hari maybe untuk konten creator dan ee saya rasa ya sosial media kan pasti mempunyai jejak digital nah jadi penting sekali kita untuk me,filter apayang akan kita posting jadi misalnya kayak ee jangan ki posting misalnya kek story-story galau ata apa toh yang tidak bermanfaat maybe yang tidak apa yah yang bisa mungkin menimbulkan asumsi kalo kita itu orangnya ah lemah deh apa Namanya alay begitu ee ya meskipun I don't care but people say ya setidaknya kita harus fokus untuk menampilkan yang baik-baik saja di instagram ataupun sosial media ayang lain karena itu tadi ee maybe orang lain itu e yang tidak mengenal kita yang tidak pernah bertemu kita secara langsung itu menilai kita dari instagram atau sosial media jadii penting sekali untuk menjaga nama baik kita di sosial media karena itu karena itu bisa juga menjadi jejak digital kita ehem waktunya SMA toh keluarmi logat hhh waktunya SMA toh e itu kontenku yang ku apload jujur kek random sekali ya' kek story ku sama teman kelas ku yang kayak a a aku rasa itu kayak unfeadeh banget deh hhhh unfaedah banget kalo kuliati toh kek jijik ka dan itu menjadi jejak digital kita di sosial media dan sometimes nda bisa maki kayak hapus I karena tidak bisa maki buka itu akun ya itu makanya jadi mulai sekarang itu ya apapun yang saya posting itu ee ku filter dulu

Peneliti : oh iya kak kan tadi dijelaskan di awal kak mulai aktif menggunakan instagram itu pada saat masuk kuliah dan apakah itu juga mulai membangun personal branding?

Narsum : ee sebetulnya kalo personal branding itu saya belum bangun maybe dari semester 3 ketika saya Ketika saya aktif berorganisasi kemudian saya juga e saat saya mulai aktif mengikuti kegiatan atau lomba-lomba kegiatan

seperti workshop ee pelatihan ee relawan juga e volunteer kemudian ada juga yang kayak lomba-lomba dan saya juga itu di hhh sejujurnya awalnya dipaksa untuk ee ikut lomba dan e dari paksaan itu ya saya berani untuk mencobanya dan kemudian kegiatan itu saya abadikan di instagram di highlight instagram

Peneliti : mungkin ada strategi apa saja yang kaka gunakan agar pencitraan diri semakin kuat?

Narsum : strategi...

Peneliti : iyya mungkin mulai dari mengatur feednya atau ee

Narsum : oh iya-iyya yang pertama sih ee foto profil yah foto profil instagram kita supaya lebih kayak terkesan professional ya mungkin bisa diliat ee foto instagram ku dan kemudiak yang kedua bio, bio instagram jadi kita sesuaikan e misalnya ee sayakan anggota lima sidik jadi saya taro masuk part of lima sidik part of sefo english community kemudian misalnya kita e mempunyai pencapaian mungkin ditaro disitu juga the first winner of FPAN, duta Bahasa dari itu. Pertama foto profilnya yang kedua bio instagram kemudian yang ketiga itu feed ig, feed ig itu yang kita upload branda ininya toh kalo bisa upload semenarik mungkin ee apa yah istilahnya estetik di. Kemudian yang ke empat fitur adakan fitur highlight saya juga lebih suka mengabadikan moment sata di highlight dengan cara kayak ee mengatur semuanya apa yah mengatur masing-masing highlightnya itu dengan senada dan warna yang senada dan sayakan suka warna pink yah jadi saya design dengan warna pink kemudian saya berikan caption disitu misalnya FPN kemudian ada disitu ukm lima sidik kemudian ee apayah kegiatan-kegiatan yang lain seperti relawan hh relawan Indonesia emm and than apa lagi mungkin saya rasa itu sih sama anu juga yang di follow yang di follow itu yang benar-benar apayah kebanyakan saya follow itu akun-akun education, info beasiswa yang e intinya yang bisa memberikan dampak lah kepada saya ya palingann yang ku follow itu yang lain itu teman-teman saya ji sih. Kalo kayak artis itu ya nda terlalu kayak emm is not my style.

Peneliti : untuk konten-konten yang di unggah sendiri kak apakah pernah mendapatkan umpan balik positif?

Narsum : tentulah dari apa yah banyak yang memberikan support pada saat upload twibbon ikut lomba kemudian teman-teman saya komen kayak wahh semangat yah apalagi keren, ee semoga sukses begitu sih e intinya begitu sih kalo positif komen

Peneliti : apakah hal tersebut membuat kaka lebih percaya diri?

Narsum : lebih percaya diri ya tentu karena ya berarti saya berpikir bahwa berarti orang-orang ini memandang saya kalo oh ternyata saya keren hh ternyata bisa log jadi e karena pangan mereka seperti itu jadi saya makin percaya diri lagi untuk ee memperlihatkan kemampuan saya dengan cara berani tampil umum misalnya kayak ada e kegiatan-kegiatan organisasi saya berani menjadi master of ceremony berani e menjadi ee apa yah kemarin juga beberapa kali jadi presidium sidang, ee apa yah intinya e pernah juga menjadi pemateri di lima sidik, pemateri ee reportase jadi oleh ee itu

dikarenakan karena ee apayah salah satu faktornya karena itu tadi dukungan orang-orang yang memberikan positif komen kepada saya sehingga saya semakin merasa kayak, eh kayak harus lebih kutonjolkan deh apa yang kumiliki supaya dilirik juga dari pihak luar. Apalagi rencana sayakan mau daftar beasiswa iyaan jadi mulai dari sekarang ya portofolio saya itu e mulai saya susun dengan cara kayak e dari akun instagram maybe di apa yah difokuskan untuk personal branding, kemudian a mengikuti beberapa publikasi seminar ya begitulah untuk persiapan beasiswa untuk lanjut studi berikutnya.

Peneliti : apakah ada tantangan dan hambatan dalam menampilkan citra diri di instagram?

Narsum : ee hambatan sendiri atau tantangannya itu ya dalam diri saya sendiri kadang saya merasa minder kadang saya merasa ais kayak apa di, nda pantas ka apload begini kayak aii belum pika ada apa-apanya kayak aiss ee tidak pantas pi untuk naliat orang kayak pasti b aja ji b aja ji bukan emm masih banyak ji orang keren , kadang ka merasa ku understamage sama diri ku hhh kadang ka insecure sama pencapaiannya orang-orang ya kalo ya itu sih hambatannya dalam diri ku sendiri ya. Kalo dari luar itu kalo dari pihak luar itu apa ya kadang saya ee anu sih e ada yang saya dapati baru-baru ini komen negative maybe orang ini membandingkan saya dengan orang lain jadi kayak e kamu tidak sehabar dia ya but I don't care karena life is too short to complain ourselves to ourselves kayak buang waktu ji kalo ee terlalu pendek ji hidup ta untuk membandingkan dengan hidup orang lain wee.

Peneliti : baik mengkonfirmasi pertanyaan sebelumnya tadi kak, kan ada tadi lebih percaya diri setelah dapat ee umpan balik positif e apakah itu juga membantu meningkatkan efikasi diri kaka bahwa kak memiliki nilai-nilai tersebut

Narsum : efikasi diri iyya, tentunya sih seperti yang saya jelaskan tadi kalo percaya diri maki efikasi diri ta juga sudah bagus kayak sudah berani untuk tampil ee publik speaking di depan orang-orang banyak ya itu dari kepercayaan diri ta dari berangkat dari komen-komen positif orang-orang itu tapi ada juga hate komen atau misalnya kayak kata-kata orang lain yang bukannya tidak suka kayak memberikan saja anu toh kritik itu juga menjadi motivasi bagi diri saya untuk bisa lebih apa yah mengimprove diri saya sih untuk bisa lebih baik maybe tapi untuk bisa mengalahkan orang itu ya' ee I think is impossible karena selalu pasti ada ee orang yang lebih baik dari kita

Peneliti : kalo konteks dalam dunia kerja kak, apakah lebih siap menghadapi dunia kerja berkat citra diri yang anda bangun di instagram?

Narsum : ee ya' kan sekarang majoring ku itu english education e saya itu e sudah mulai di tiktok tapi saya mengupload personal branding seperti misalnya kan Sekarang kan saya menjadi english tutor dan saya uploadnya di seperti tiktok dan instagram ya saya menunjukkan kalo saya e mengajar Bahasa inggris jadi ee apa yang saya posting itu maybe banyak yang lihat jadi setelah lulus kuliah ini harapannya bisa ee dilirik lah dari misalnya dari sekolah atau dari orang-orang kalo oh ternyata bisa nih jadi guru kursus

untuk anak saya seperti itu eh oke bisa juga jadi rekomendasi ee na jadikan ki rekomendasi orang untuk na kursuskan anak-anaknya.

Peneliti : mungkin pertanyaan terakhir kak, mungkin pesan dan saran kaka untuk mahasiswa yang ingin memanfaatkan instagram secara positif dan profesional yang tentunya mahasiswa yang memiliki skill atau kemampuan

Narsum : ee saran saya sih bagi kalian yah yang mempunyai keahlian atau kemampuan tersendiri e jangan ragu dan jangan malu untuk meng upload atau mempublish ee kegiatan kalian di instagram untuk menonjolkan skill kalian karena ee saya rasa bakat itu tidak dipendam tapi di dimunculkan atau di upload seperti itu di melalui sosial media sehingga ee kita juga maybe tidak kesulitannya yah untuk mendapatkan pekerjaan karena adami personal branding ta di instagram dan e itu sangat bermanfaat sekali untuk dunia kerja untuk daftar beasiswa dan maybe ada beberapa juga saya sudah daftar itu ya' berkat itu berkat personal branding saya di instagram

Peneliti : e mungkin ada hal lain kak yang ingin disampaikan terkait pencitraan diri di instagram dan dunia kerja yang belum sempat saya tanyakan?

Narsum : ya apa di, saya rasa sosial media someday dunia kerja ee profesional itu sangat lah berkaitan oleh karena itu dibutuhkan Namanya personal branding ee kita sebagai mahasiswa yah harus bijak-bijaklah untuk bisa menggunakan sosial media jangan cuma dipake sebagai ee hiburan saja dipake saja untuk nonton tapi tidak memberikan dampak yang lain ee saran saya gunakanlah media sosial sebijak-bijaknya seperti mengupload ya kegiatan ya mungkin bisa dilirik oleh teman-teman yang lain yang bisa dijadikan motivasi bagi teman-teman yang lain untuk e ikut serta lah melakukan personal branding atau mengikuti kegiatan yang mungkin di share juga kepada ee orang lain seperti itu.

Peneliti : oke terimakasih kaak atas waktu luangnya.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Mayasari, biasa dipanggil Maya. Lahir di Salutahongan, 11 Februari 2002. Penulis merupakan anak ke enam dari tujuh bersaudara dari pasangan Ayah Sanu dan Ibu Jahorah. Penulis memulai Pendidikan di SD Negeri No 21 Salutahongan dan lulus pada tahun 2014. Kemudian, melanjutkan pendidikannya di Mts DDI Malunda dan lulus pada tahun 2017. Setelah itu peneliti melanjutkan Pendidikan di MA DDI Malunda dan lulus pada tahun 2020. Kemudian, pada tahun 2021 penulis kembali melanjutkan pendidikannya di perguruan tinggi tepatnya di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene dan memilih Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah. Selama masa perkuliahan, penulis pernah mengikuti Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Lima Sidik.