

## Penggunaan Instagram Oleh Remaja di Sekitar Wilayah Jalan Cenderawasih Kota Makassar

Emanuel Omedetho Jermias<sup>1</sup>, Abdul Rahman<sup>2</sup>, Muh. Nur Awal<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Pendidikan Antropologi, Universitas Negeri Makassar

E-mail: [emanuel181201@gmail.com](mailto:emanuel181201@gmail.com)<sup>1</sup>, [abdul.rahman8304@unm.ac.id](mailto:abdul.rahman8304@unm.ac.id)<sup>2</sup>, [muhnurawal9@gmail.com](mailto:muhnurawal9@gmail.com)<sup>3</sup>

Info Artikel	Abstrak
<b>Article History:</b> Received: Aug 06, 2022 Revised: Aug 14, 2022 Accepted: Aug 22, 2022	<i>Artikel ini secara umum mengelaborasi tentang penggunaan Instagram oleh remaja di kawasan Jalan Cenderawasih, Kota Makassar. Jenis penelitian yakni penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan situasi tertentu berdasarkan data yang diperoleh secara terperinci melalui observasi, wawancara dengan informan yang memberikan informasi tentang peran Instagram di kalangan remaja. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1). Instagram mempunyai peran terhadap gaya hidup remaja untuk eksistensi diri dan pedoman dalam tata cara berpakaian. 2). Instagram kemudian menjadi tren di kalangan remaja dikarenakan Instagram dapat dijadikan sebagai media komunikasi, selain itu juga Instagram berperan sebagai sumber untuk mendapatkan informasi sekaligus tempat untuk mengisi waktu luang dalam hal ini mendapatkan hiburan. 3). Instagram dapat memberi dampak terhadap keadaan sosial dan ekonomi bagi remaja.</i>
<b>Keywords:</b> <i>Instagram, remaja, gaya hidup</i>	

### 1. PENDAHULUAN

Memasuki era digital seperti saat ini, hampir semua orang telah merasakan hidup di dua dunia, dunia yang dimaksud tentunya adalah dunia nyata atau kehidupan sehari-hari sedangkan dunia lainnya yang dimaksud merupakan dunia maya dalam hal ini penggunaan internet. Internet merupakan jaringan komunikasi global yang terbuka dan menghubungkan jutaan bahkan milyaran jaringan komputer dengan berbagai tipe dan jenis [1], dengan menggunakan tipe komunikasi seperti telepon, satelit dan lain sebagainya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi, dan citra sendiri [2]. Dari sisi informasinya, internet tidak berbeda terlalu jauh dengan bisnis media sebetulnya apakah itu media televisi, radio ataupun koran [3].

Seiring berjalannya waktu penggunaan internet sekarang ini lebih banyak digunakan ke arah jejaring sosial yang kemudian lebih dikenal dengan sebutan media sosial [4]. Ragam media sosial di dunia pun tidak bisa dibilang sedikit. Setidaknya ada puluhan media sosial yang tersebar di seluruh penjuru internet. Namun tidak semua media sosial mendapatkan perhatian yang sebanding [5]. Ada beberapa media sosial yang lebih unggul dibandingkan dengan lainnya. Tentunya dengan media sosial ini, masing-masing individu memiliki kehidupan di dunia nyata dan dunia maya. Kehidupan di dua dunia ini telah berlangsung sejak munculnya media sosial. Berbagai macam media sosial menjadi habitat bagi para pengguna internet untuk berinteraksi dan berkembang di ranah digital. Media sosial sendiri merupakan wadah yang memungkinkan penggunanya untuk bisa mengungkapkan segala ekspresi yang sedang dirasakan pada saat itu juga [6].

Salah satu media sosial yang populer beberapa tahun belakangan adalah Instagram. Instagram dengan cepat meraih banyak pengguna. Instagram sendiri adalah sebuah aplikasi berbagi foto atau video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital dan

membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk milik Instagram sendiri. Sistem pertemanan dalam Instagram menerapkan istilah *following* dan *followers*. Instagram sebagai media sosial yang semakin populer kini telah digandrungi hampir di semua kalangan mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa [7]. Keberadaan Instagram hampir diterima oleh semua kalangan yang disebabkan oleh tersedianya berbagai fitur menarik, kemudian fitur-fitur yang ini terus berinovasi sehingga membuat penggunanya tidak merasa jenuh dalam penggunaannya [8]. Seiring berjalannya waktu Instagram mulai berkembang yang pada awalnya hanya sebatas media untuk saling berkomunikasi kini telah menjadi salah satu media yang menyediakan berbagai informasi baik itu ilmu pengetahuan umum hingga sampai kepada kejadian yang sedang viral. Selain itu Instagram juga telah menjadi media yang digunakan untuk berbagai kepentingan salah satunya sebagai wadah transaksi online yang menawarkan barang dan jasa yang kemudian lebih dikenal dengan konsep *online shop* [9].

Berkat Instagram yang semakin inovatif dalam hal fitur menyebabkan jumlah penggunanya terus bertambah hingga merambah ke segenap lapisan masyarakat, terutama kalangan remaja [10]. Remaja yang pada dasarnya sedang mencari jati diri dan kebutuhan akan aktualisasi diri, dan dengan segala ide dan kreativitasnya mampu memanfaatkan Instagram secara multifungsi. Selain itu, remaja juga memanfaatkan Instagram untuk menawarkan barang ataupun jasa kepada pengguna Instagram lainnya, di mana hal itu mereka jadikan sebagai mata pencaharian. Maraknya penggunaan Instagram di kalangan remaja membuat penulis merasa perlu melakukan penelitian tentang hubungan Instagram dengan remaja, terkhusus untuk remaja yang bermukim di wilayah Jalan Cenderawasih, Kota Makassar.

## 2. LANDASAN TEORI

Penggunaan sarana media komunikasi saat ini telah berkembang begitu pesat seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi, dimana kita diperhadapkan kepada banyak pilihan untuk dapat menyampaikan/mengakses informasi baik melalui media konvensional seperti media cetak maupun media elektronik dan yang paling berkembang adalah media sosial. Menurut Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes, media sosial merupakan media berbasis internet yang memberikan peluang kepada para pengguna untuk berinteraksi dan mengaktualisasikan diri, baik secara seketika maupun tertunda dengan khalayak ramai maupun terbatas yang mendorong nilai dari pengguna dan persepsi berdasarkan interaksi yang berlangsung [11]. Saat ini media sosial begitu banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, terutama di kalangan menengah maupun ke atas.

Pengertian media sosial adalah sebuah media *online*, dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial (*Facebook, Youtube, Myspace* dan *Twitter*), Wiki, forum dan dunia virtual. Dalam penggunaan media sosial yang paling sering digunakan orang adalah jejaring sosial, karena situs ini memungkinkan orang untuk membuat web page pribadi, yang dapat terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Dari sekian banyak jejaring social, penggunaan *Instagram* yang banyak juga digandrungi orang karena lebih praktis, ekonomis dan murah penggunaannya. Cukup memiliki smartphone maka kita sudah dapat mengakses informasi kapan dan dimana saja melalui media sosial, dan yang paling menarik karena kita dapat menyampaikan informasi terkait dengan kegiatan-kegiatan kita, baik yang sifatnya pribadi maupun kelompok.

## 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di sekitar wilayah Jalan Cenderawasih, Kota Makassar. Dipilihnya lokasi ini karena untuk memberikan informasi tentang terkait penelitian yang dilakukan. Penelitian ini berlangsung mulai dari bulan Juni hingga Juli 2022. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan teknik pemilihan informan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan informasi secara mendalam terkait dengan topik penelitian [12] [13]. Informan sendiri merupakan

remaja yang bermukim di kawasan Jalan Cenderawasih. Pengumpulan data dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu : observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan hasil-hasil kajian dan konsep teoritis yang relevan dengan topik penelitian. Data yang telah dianalisis kemudian dideskripsikan dalam bentuk narasi agar dapat menjadi informasi bagi publik, khususnya yang terkait dengan remaja dan media sosial Instagram demi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang sosial dan kemanusiaan.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1. Instagram dan Gaya Hidup Remaja

Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di *Feed* pengguna lain yang menjadi teman Anda. Pada Instagram sendiri menerapkan sistem pertemanan yang menggunakan istilah *following* dan *follower*. *Following* berarti Anda mengikuti pengguna, sedangkan *Follower* berarti pengguna lain yang mengikuti Anda. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respons suka terhadap foto yang dibagikan dengan menggunakan simbol berupa *love*. Di Indonesia sendiri Instagram telah menjadi salah satu aplikasi dengan pengunduh terbanyak mulai dari kalangan masyarakat biasa, pejabat, artis, hingga sampai kepada kalangan civitas akademika yaitu remaja sendiri. Karena kepopulerannya itulah sehingga Instagram mempunyai peran terhadap gaya hidup penggunanya, tak terkecuali remaja itu sendiri.

Instagram merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk membagikan foto/video di setiap momen yang sangat mendukung untuk menunjukkan eksistensi penggunanya. Eksistensi sendiri dapat diartikan sebagai ada atau menunjukkan bahwa diri seseorang itu ada. Sehingga eksistensi diri dalam media sosial itu merupakan pembuktian keberadaan seseorang melalui penggunaan media *online*, khususnya Instagram. Namun dengan adanya teknologi dan media *online* yang berkembang seperti Instagram membuat pola komunikasi ikut berubah, cara memahami eksistensi diri pun ikut berubah menyebabkan kompleksitas kehidupan seolah-olah telah menjadi bagian dari kehidupan bermasyarakat. Dimana para pengguna Instagram khususnya kalangan remaja beranggapan dengan membagikan gambar, foto maupun video tentang kehidupan kesehariannya merupakan satu-satunya cara dalam menunjukkan eksistensi diri mereka, tanpa mereka sadari bahwasanya ketika mereka melakukan aktivitas kreatif yang baik dan menghasilkan karya secara tidak langsung akan mengangkat eksistensi diri mereka di masyarakat dan lingkungan tempat mereka beraktivitas. Hal ini senada dengan Mahendra B., 2017 yang mengatakan bahwa ketika aktivitas yang mereka bangun ini adalah aktivitas kreatif yang baik dan dapat menghasilkan banyak karya tentu para remaja di dalamnya akan sangat terbantu menyalurkan semangat dan ide kreatif mereka dan memperoleh sebuah eksistensi diri yang positif terhadap lingkungan sosialnya.

fenomena tersebut dibuktikan dengan kebiasaan remaja di sekitar Jalan Cenderawasih membagikan kegiatan keseharian mereka di akun Instagram yang mereka miliki. Adapun aktivitas yang mereka bagikan antara lain ketika sedang berada di pusat-pusat perbelanjaan dan tempat hiburan. Tujuannya agar mereka dapat diketahui keberadaannya oleh para *followersnya*. Selain itu ada kebahagiaan dan kesenangan tersendiri bagi mereka ketika aktivitasnya diketahui oleh orang-orang di sekitarnya, terlebih kalau ada yang memberi tanda suka atau komentar positif terhadap postingan mereka. Instagram berperan sebagai media untuk menunjukkan eksistensi diri khususnya di kalangan remaja. Dengan aktifnya mereka menggunakan Instagram maka mereka akan merasa ada yang memperhatikan dan menghargai. Karena, tidak dapat dipungkiri bahwa remaja sebagai makhluk sosial membutuhkan pengakuan dari orang-orang sekitar. Namun, harus disadari juga bahwa dalam mengeksistensikan diri harus dilakukan secara baik dan bijaksana tidak secara berlebihan. Selain itu, harus juga disadari se eksis apapun mereka di dalam media sosial khususnya di Instagram mereka harus tetap bergaul/berinteraksi di dunia nyata. Sebab hal itu merupakan salah satu faktor yang menjadi penunjang bertambahnya eksistensi mereka baik di dunia nyata maupun dunia maya.

Selain untuk media eksistensi diri, Instagram dimanfaatkan pula sebagai ruang untuk memperoleh pedoman cara berpakaian. Dalam beberapa tahun belakangan media sosial yang memiliki fungsi sebagai wadah untuk bersosialisasi tanpa harus bertemu langsung telah mengalami peralihan fungsi, yang awalnya hanya berfungsi sebagai media komunikasi kini juga memiliki fungsi lain, yaitu sebagai wadah untuk mempopulerkan tren *fashion* masa kini. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya postingan-postingan pengguna media sosial khususnya Instagram yang bertajuk *fashion* atau cara berpakaian. Akibat peralihan fungsi ini, kini Instagram memiliki peran terhadap gaya berpakaian penggunanya khususnya remaja. Hal ini dikarenakan informasi terkini tentang *fashion* sangat mudah untuk didapatkan, contohnya tren berpakaian dikalangan artis yang kini bisa diakses hanya melalui Instagram. Selain itu untuk mendapatkannya pun tergolong mudah, hanya dengan berinteraksi langsung dengan pemilik akun Instagram yang menawarkan jasa sebagai toko *online* yang menjual barang yang diinginkan.

Instagram sangat berperan terhadap perilaku gaya hidup penggunanya khususnya di kalangan remaja. Salah satunya yaitu pemikiran yang selalu ingin mengikuti zaman dalam hal ini *fashion* yang kemudian dijadikan pedoman tata cara berpakaian yang dulunya jelek/kurang baik, kini menjadi lebih baik. Perubahan perilaku ini juga mengakibatkan ikut berubahnya perilaku konsumtif para pengguna Instagram. Di masa sekarang ini, pengguna Instagram khususnya remaja dalam hal berbelanja tidak lagi berdasarkan kebutuhannya, melainkan hanya ingin memenuhi keinginan semata agar dianggap tidak ketinggalan zaman dalam hal ini, tata cara berpakaian (*fashion*). Hal ini senada dengan pendapat Sumartono, yang mengatakan bahwa Perilaku konsumtif merupakan tindakan seorang membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal di mana seseorang tersebut dalam membeli barang tidak berdasarkan kebutuhan [14].

#### 4.2. Penyebab Instagram Menjadi Tren Di Kalangan Remaja

Instagram adalah media yang memberi kemudahan cara berbagi secara online oleh foto-foto, video dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke teman mereka. Menurut situs Instagram, aplikasi Instagram didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Aplikasi ini dirilis pada Oktober 2010. Instagram merupakan aplikasi untuk berbagi foto atau gambar kepada teman-teman sesama pengguna Instagram. Foto-foto di Instagram dapat dijadikan kenangan untuk bisa dilihat untuk kedepannya, dapat mengekspresikan keadaan yang sedang terjadi maupun yang telah terjadi. Pengguna media sosial Instagram menginginkan reaksi dari teman-teman mereka dan saling memberikan komentar dan *like* dari foto maupun video yang diunggah. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Instagram adalah jejaring sosial yang digunakan sebagai tempat menyebarkan dan berbagi informasi, berinteraksi dengan orang banyak, serta dapat mengenal lebih dekat dengan sesama pengguna Instagram melalui foto-foto dan video yang diunggah. Tren dapat diartikan sebagai hal/produk yang sedang marak dikonsumsi oleh masyarakat, atau bisa juga disebut sebagai buah bibir di suatu kalangan. Instagram yang kini sangat marak penggunaannya di hampir semua kalangan termasuk remaja memungkinkan penggunanya untuk mencapai kepuasan tersendiri yang dicari atau diinginkan individu ketika mengonsumsi suatu jenis media tertentu (radio, tv, koran, atau media sosial). Adapun motif/penyebab Instagram menjadi tren di kalangan remaja adalah karena dapat difungsikan dalam berbagai hal, antara lain:

##### 4.2.1. Sebagai media komunikasi

Komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan informasi atau pesan antara dua individu atau lebih dengan efektif sehingga bisa dipahami dengan mudah. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan berita atau pesan dari dua orang atau lebih supaya pesan yang dimaksud bisa dipahami. Menurut James A.F. Stoner, Komunikasi merupakan proses dimana seseorang yang sedang berusaha memberikan pengertian dengan cara pemindahan pesan. Hal tersebut didasarkan pada pengakuan informan bahwa jika hendak mengetahui kabar atau keberadaan temannya, maka cukup dicek di Instagram. Dengan demikian,

media sosial Instagram kini juga memiliki fungsi sebagai sarana untuk berkomunikasi. Artinya bahwa Instagram sebagai media komunikasi adalah sebuah sarana yang digunakan sebagai perantara untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Beberapa pakar menganggap bahwa dalam komunikasi manusia, media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah panca indra manusia seperti manusia seperti mata dan telinga. Pesan yang yang diterima oleh panca indra selanjutnya akan di terima lalu diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dilakukan melalui tindakan. Seiring berkembangnya zaman, komunikasi kini juga dapat dilakukan melalui media sosial Instagram yang memungkinkan seorang untuk berkomunikasi dengan orang lain hanya dengan menggunakan handphone sebagai alat pengoperasiannya.

#### 4.2.2. Sebagai sumber informasi

Perkembangan teknologi informasi saat ini semakin berkembang dan memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mendapatkan berbagai informasi. Salah satu teknologi komunikasi saat ini yang semakin banyak digunakan adalah media sosial tak terkecuali Instagram itu sendiri. Instagram sebagai salah satu media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk mengunggah foto atau video kini mengalami perubahan, yang sebelumnya isi postingan dari pengguna akun Instagram hanya sebatas informasi, foto atau video data pribadi dari pemilik akun tersebut kini berubah menjadi berbagai informasi lainnya. Seiring berjalannya waktu, banyak pemilik akun Instagram yang kini menyediakan berbagai informasi berupa ilmu pengetahuan umum, tren *fashion* masa kini, berita politik hingga pada informasi kejadian yang beredar di masyarakat. Fenomena inilah yang mengakibatkan penggunaan Instagram tidak lagi terbatas sebagai media sosial untuk berkomunikasi saja melainkan juga telah menjadi salah satu media sosial untuk mendapatkan berbagai informasi yang diperlukan oleh pengguna Instagram. Bagi sebagian remaja, Instagram dimanfaatkan pula untuk memperoleh beberapa informasi singkat atau peristiwa penting yang lagi heboh dan viral khususnya seputar Kota Makassar.

#### 4.2.3. Sebagai sarana hiburan

Secara umum, hiburan diartikan sebagai sesuatu atau perbuatan yang dapat menghibur hati (melupakan kesedihan dan sebagainya). Juga segala sesuatu baik yang berbentuk kata-kata, tempat, benda, perilaku yang dapat menjadi penghibur atau pelipur hati yang susah atau sedih. Pada umumnya hiburan dapat berupa musik, film, opera, drama, ataupun berupa permainan bahkan olahraga. Mengakses Instagram juga merupakan suatu hiburan dimana penggunaannya bisa mengisi kegiatan di waktu senggang dengan cara mengedit foto, membaca berita terkini seputar apapun, sampai dengan menonton video-video lucu. Selain itu, status atau unggahan teman yang memiliki nuansa humor dimanfaatkan pula sebagai arena hiburan. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram menyediakan wadah bagi para penggunaannya untuk menemukan berbagai macam hiburan. Di era digital sekarang ini, hiburan tak hanya didapatkan dengan cara mengunjungi suatu tempat wisata namun juga hiburan bisa didapatkan via *online* salah satunya dengan mengakses Instagram. Perasaan sedih, stress, jenuh adalah perasaan yang bisa menimpa siapapun saja tergantung kondisi. Salah satu upaya yang dilakukan seseorang jika ia merasa jenuh, sedih, stress, dan kesepian adalah mendapatkan hiburan dengan berkunjung ke media sosial. Hal tersebut tentu bukan hanya hiburan untuk mengisi kekosongan waktu dan pikiran, tetapi juga mendapatkan hiburan sesuai dengan sesuatu yang remaja sukai.

### 4.3. Implikasi Ekonomis Penggunaan Instagram di Kalangan Remaja

Kegunaan internet dari waktu ke waktu semakin dibutuhkan oleh manusia. Perkembangan dan inovasi terus dilakukan demi kemudahan dalam berkomunikasi melalui internet hingga terciptalah *smartphone*. *Smartphone* adalah ponsel dengan kemampuan yang hampir menyerupai komputer ini memberikan kelebihan seperti layanan telepon, SMS, layanan internet dan kemampuan nirkabel lainnya. Kecanggihan *smartphone* juga memungkinkan para pengguna untuk mengakses berbagai fitur sosial media atau yang lebih kita kenal dengan media sosial. Media sosial merupakan bagian dari internet, yaitu sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar

ideologi dan teknologi web. Jejaring sosial dan blog merupakan media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat. Media sosial lebih banyak digunakan oleh masyarakat untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi karena kecanggihan media sosial yang dapat menyajikan informasi terkini, mudah dijangkau oleh masyarakat luas hanya dengan menggunakan ponsel seperti smartphone serta merupakan media yang murah. Salah satu media sosial yang banyak digemari dan merupakan salah satu fitur unggulan di smartphone adalah Instagram.

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya atau memiliki pengikut akun Instagram. Komunikasi antara pengguna Instagram dapat terjalin dengan memberikan tanda suka (*like*) dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Indonesia menjadi salah satu negara dengan pengguna Instagram terbanyak, dan 89% pengguna layanan Instagram berasal dari kalangan usia 18-34 tahun yang mengakses Instagram setidaknya seminggu sekali dan perempuan mendominasi dengan porsi 63% [15]. Instagram banyak diminati hampir di semua kalangan mulai dari orang biasa, artis, figur publik, pejabat pemerintahan bahkan Presiden. Hal ini dapat dilihat dari postingan-postingan mereka di Instagram baik yang berkaitan dengan tugas-tugas kenegaraan maupun kehidupan keseharian mereka sebagai warga masyarakat biasa. Sebagai salah satu media sosial yang tengah digandrungi oleh masyarakat Indonesia yang dapat berbagi konten gambar, menjadikan mengakses Instagram sebagai aktivitas seru yang digemari oleh para pengguna internet di Indonesia, tidak mengherankan jika para pebisnis online mulai memanfaatkan Instagram untuk mengembangkan bisnisnya.

Instagram sebagai media sosial saat ini tidak lagi media yang hanya digunakan untuk mengekspresikan diri dan bersosialisasi di dunia maya, melainkan dimanfaatkan oleh sebagian orang untuk melakukan pemasaran dan transaksi jual beli, yang lebih dikenal dengan *online shop* [16]. *Online shop* atau belanja via internet adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet, atau layanan jual-beli secara online tanpa harus bertatap muka dengan penjual atau pembeli secara langsung. *Online shop* bukan hanya sekedar dianggap sebagai pemilihan dalam berbelanja, melainkan telah menjadi bagian dari adanya perubahan sosial budaya dalam masyarakat. Dengan berbelanja online, konsumen akan mendapatkan pengalaman yang tidak bisa didapatkan bila berbelanja secara konvensional.

Maraknya *online shop* di Instagram saat ini dapat mempermudah penggunaannya untuk mendapatkan atau membeli barang yang diinginkan hanya dengan cara berinteraksi secara tidak langsung atau tanpa bertatap muka. Selain itu, semakin bertambahnya konsumen yang berbelanja secara *online* maka semakin banyak pula akun yang menyediakan jasa *online shop*. Media sosial Instagram yang saat ini menjadi tren di kalangan remaja bukan hanya memberikan sebuah dampak sosial tapi memberikan sebuah dampak ekonomi buat remaja dan memberikan sebuah pendapatan buat remaja yang menambah jumlah uang saku mereka ataupun mereka bisa membuat usaha sendiri dengan bermodalkan media sosial Instagram. Media sosial Instagram merupakan media sosial yang bukan hanya memberikan sebuah hedonisme buat remaja tapi juga membuat remaja lebih kreatif. Banyak remaja yang memanfaatkan kekuatan media sosial sebagai mata pencaharian buat mereka sekaligus membuka usaha dan sebagainya karena saat ini, hidup di zaman melenial yang semuanya serba instan, mau makan sisa order lewat hp, hendak pergi jalan sisa order lewat hp, semuanya bisa dilakukan dengan hp.

Media sosial khususnya Instagram dapat digunakan sebagai mata pencaharian contohnya membuka jasa *online shop* maupun *endorse* [17]. Hal ini juga dapat menjadikan remaja menjadi lebih mandiri sehingga memiliki penghasilan sendiri tanpa harus bergantung kepada orang tua dalam memenuhi kebutuhannya. Akibat aktivitas jual-beli yang marak kita jumpai di Instagram sehingga banyak remaja yang mengambil kesempatan untuk memulai bisnis. Selain berbisnis dengan cara menawarkan barang, ada juga yang berbisnis dengan cara menawarkan jasa promosi untuk suatu barang yang biasa disebut dengan istilah *endorse*. *Endorse* yang merupakan sebuah dukungan atau sikap setuju terhadap sesuatu dalam hal ini dukungan terhadap barang yang di tawarkan oleh *online shop*. Kata *endorse* sendiri banyak digunakan oleh para artis-artis, orang populer dan juga para

penjual *online*. Hal ini dilakukan karena mereka memiliki banyak *followers*. Sehingga dapat disimpulkan secara tidak langsung *endorse* dapat disebut sebagai ajang promosi atau semacam iklan.

## 5. KESIMPULAN

Peran Instagram di kalangan remaja yang bermukim di wilayah Jalan Cenderawasih, Kota Makassar dapat disimpulkan bahwa bagi remaja, Instagram merupakan wadah untuk mengeksistensikan diri, dimana melalui Instagram memungkinkan penggunanya untuk dapat mengekspresikan dirinya dan mengabadikan setiap aktivitas keseharian untuk dapat dilihat oleh orang lain. Selain itu, Instagram juga berperan sebagai pedoman cara berpakaian, hal ini man banyak pengguna Instagram yang kemudian membagikan postingan berupa tren fashion sehingga para pengguna Instagram lainnya mendapatkan update terbaru dalam hal berbusana.

Penyebab Instagram menjadi tren dikalangan remaja adalah karena Instagram sendiri dapat bermanfaat sebagai media komunikasi, dimana Instagram sebagai wadah yang berfungsi untuk sarana atau alat komunikasi bagi penggunanya; sumber informasi, dimana pengguna Instagram tidak lagi sebatas memposting foto atau video tentang data pribadi melainkan melakukan postingan berupa informasi berupa pengetahuan umum, tren fashion masa kini, berita politik hingga pada informasi kejadian yang beredar di masyarakat; dan hiburan, dimana pengguna Instagram dapat memanfaatkan waktu luang dengan mengakses hiburan berupa musik, video lucu maupun trailer sebuah film. Implikasi sosial ekonomi dari penggunaan Instagram di kalangan remaja berupa perubahan status sosial yang terjadi secara tidak langsung akibat postingan berupa hal-hal baru yang mereka temukan. Tidak hanya itu perubahan juga terjadi terhadap status ekonomi dikalangan remaja akibat penggunaan Instagram dimana remaja dapat hidup mandiri dengan memanfaatkan Instagram sebagai wadah untuk berusaha dalam hal ini penggunaan Instagram sebagai online

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Siddik, "Implementasi Mikrotik Router Board 750 Sebagai Firewall Blok Situs Pada Jaringan LAN," *JURTEKSI R. Vol 3 No 2*, vol. 3, 2017.
- [2] M. A. Ganiardi, N. Novita, I. Ariyanti, and D. Khairunissa, "Pemanfaatan Aplikasi Web Portal Informasi Di Pesantren Hidayatullah Kabupaten Banyuasin," *SNAPTEKMAS*, vol. 2, no. 1, 2020.
- [3] R. Aji, "Digitalisasi, Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Menyongsong Era Digital)," *Islam. Commun. J.*, vol. 1, no. 1, 2016.
- [4] N. Istiqomah, "Pengungkapan Diri Dengan Dampak Memamerkan Kasih Sayang di Instagram," *Psikoborneo J. Ilm. Psikol.*, vol. 8, no. 4, pp. 709–717, 2020.
- [5] S. A. Munasaroh, "Budaya Komunikasi Pada Pengguna Media Sosial Facebook Di Era New Media," *Al-Ittishol J. Komun. dan Penyiaran Islam*, vol. 2, no. 2, pp. 82–96, 2021.
- [6] T. Wiyono and A. Muhid, "Self-disclosure melalui media instagram: Dakwah bi al-nafsi melalui keterbukaan diri remaja," *J. Ilmu Dakwah*, vol. 40, no. 2, pp. 141–154, 2020.
- [7] E. Krisnawati, "Mempertanyakan Privasi Di Era Selebgram: Masih Adakah?," *J. Ilmu Komun.*, vol. 13, no. 2, pp. 179–200, 2016.
- [8] M. Febriana, "Hiperrealitas endorse dalam Instagram studi fenomenologi tentang dampak media Sosial di kalangan mahasiswa Universitas Sebelas Maret," *J. Anal. Sociol.*, vol. 6, no. 2, pp. 18–29, 2017.
- [9] D. R. Indika and C. Jovita, "Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen," *J. Bisnis Terap.*, vol. 1, no. 01, pp. 25–32, 2017.
- [10] D. H. Santoso and A. Santosa, "COVID-19 dalam ragam tinjauan perspektif," *LPPM Mercubuana*, 2020.
- [11] D. R. Rahadi, "Perilaku pengguna dan informasi hoax di media sosial," *J. Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 5, no. 1, pp. 58–70, 2017.
- [12] Ahmadin, "Metode Penelitian Sosial." Rayhan Intermedia, Makassar, 2013.
- [13] M. Y. Ikbar, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*. Bandung: Refika Aditama, 2012.

- [14] A. A. Rohman and S. U. Mintarti, "Analisis perilaku konsumtif dan perilaku menabung mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi di jurusan ekonomi pembangunan fakultas ekonomi universitas negeri malang angkatan 2014," *J. Pendidik. Ekon.*, vol. 11, no. 2, pp. 107–117, 2018.
- [15] E. R. I. H. PERMATA, "Instagram dan presentasi diri (analisis kuantitatif hubungan penggunaan media sosial instagram dengan presentasi diri mahasiswa ilmu komunikasi untirta angkatan 2013-2015)." Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2017.
- [16] S. Ferica and D. R. Parlindungan, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Online Shop@ diet\_inget\_irwan," *KALBISOCIO J. Bisnis Dan Komun.*, vol. 7, no. 2, pp. 53–58, 2020.
- [17] J. Jesslyn and S. Winduwati, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Online Shop@ ivoree. id dalam Memasarkan Produk," *Prologia*, vol. 5, no. 1, pp. 135–141, 2021.