**KONDISI SOSIAL EKONOMI SELEBGRAM DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KOTA MAKASSAR**

**OLEH :**

**FATIMAH MUFFIDAH AZZAHRA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL**

**Email :** [**Dapurzahra@gmail.com**](mailto:Dapurzahra@gmail.com)

***Fatimah Muffidah Azzahra****. 2018. Kondisi Sosial Ekonomi Selebgram Dalam Pemanfaatan Media Sosial Instagram di Kota Makassar. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar. Dibimbing oleh, Hasni, S.Pd,.M.Pd dan Muhammad Said, S.Pd,.M.Pd.*

*Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui gambaran pemanfaatan media sosial instagram di Kota Makassar, (2)mengetahui kondisi sosial ekonomi selebgram di Kota Makassar (3) mengetahui dampak kondisi sosial ekonomi selebgram dalam pemanfaatan media sosial instagram di Kota Makassar. Untuk mencapai tujuan tersebut maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui, dokumentasi, wawancara, dan observasi. Data yang telah diperoleh dari hasil penelitian diolah dengan menggunakan analisis kualitatif untuk mengetahui gambaran pemanfaatan media sosial instagram di Kota Makassar, kondisi sosial ekonomi selebgram di Kota Makassar dan mengetahui dampak kondisi sosial ekonomi selebgram dalam pemanfaatan media sosial instagram di Kota Makassar.*

*Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Gambaran pemanfaatan media sosial instagram yaitu sangat efektif. Mencakup media promosi dan pemasaran langsung.(2) kondisi sosial ekonomi selebgram di Kota Makassar yaitu tergolong baik, ditinjau dari pendapatan, pekerjaan, dan pendidikan (3) Dampak kondisi sosial ekonomi selebgram dalam pemanfaatan media sosial instagram di Kota Makassar, yaitu mencakup dampak negatif, kurangnya interaksi sosial, mendapat penilaian buruk dilingkungan sekitar, dan dampak positifnya yaitu mendapatkan keuntungan.*

1. **Latar Belakang**

Kehidupan manusia dalam masyarakat manapun, sangat dipengaruhi oleh kondisi sosial ekonominya. Hal ini mempengaruhi setiap Interaksi yang dilakukanya. Dapat dilihat dari pekerjaan yang digelutinya, pendapatan yang diperoleh, latar belakang keluarga dan latar belakang pendidikanya. Semua kondisi tersebut mempengaruhi aktivitasnya sehari-hari.

Untuk melihat kedudukan seseorang di tengah-tengah masyarakat, banyak faktor yang harus diperhatikan, baik dari sudut pandang sosial maupun ekonomi. Sebab didalam suatu masyarakat pasti terdapat sesuatu yang dihargai dan dipandang. Sesuatu yang dihargai masyarakat mungkin berupa uang, benda-benda yang bernilai ekonomis seperti tanah, kekuasaan, ilmu pengetahuan, kesolehan dalam agama atau juga keturunan dari keluarga terhormat (soesmardjan).

Faktor-faktor yang diuraikan diatas perlu diperhatikan, karena merupakan sesuatu yang dihargai, sehingga menentukan tinggi rendahnya status seseorang dalam masyarakat. Jika kepemilikan faktor-faktor tersebut dalam jumlah banyak, maka seseorang tersebut dianggap sebagai seseorang yang menduduki tingkatan atau lapisan sosial yang tinggi. Sebaiknya jika kepemilikan faktor-faktor tersebut dalam jumlah yang minim, maka seseorang tersebut memilki kedudukan yang rendah.

Kondisi Sosial ekonomi masyarakat adalah suatu keadaan atau kedudukan yang diatur secara sosial dan menempatkan seseorang pada posisi tertentu dalam struktur sosial masyarakat. Pemberian posisi ni disertai pula dengan seperangkat hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh si pembawa status.

Hal ini merupakan konsekuensi logis, dimana sosial ekonomi merupakan salah satu nilai yang dijunjung tinggi dalam masyarakat. Sebagai suatu nilai, maka semakin tinggi kondisi sosial ekonomi, maka kedudukan dan statusnya dalam masyarakat akan semakin tinggi pula. Dapat kita lihat dalam kehidupan masyarakat, dimana seseorang yang mempunyai status ekonomi yang tinggi biasanya mempunyai kedudukan dalam masyarakat tersebut. Untuk melihat kedudukan sosial ekonomi seseorang dapat kita ketahui dengan melihat tiga faktor, yakni :pekerjaan, pendidikan, pendapatan. Dalam hal ini dapat digunakan kategori mengenai kedudukan sosial ekonomi adalah tinggi, sedang, dan rendah.

Masyarakat modern saat ini relatif terkena paparan media, disadari atau tidak media dengan konten-kontennya hadir menjadi bagian hidup manusia. Awalnya komunikasi hanya berjalan searah, dalam arti penikmat media hanya bisa menikmati konten sumber media.

Seiring perkembangan zaman, orang awam sebagai penikmat media tidak hanya bisa menikmati konten dari media, namun sudah bisa ikut serta mengisi konten media tersebut. Muncul dan berkembangnya internet membawa cara komunikasi baru di masyarakat. Media yang berbeda-beda mewakili pesan yang berbeda-beda.Media juga menciptakan dan mempengaruhi cakupan serta bentuk hubungan-hubungan dan kegiatan-kegiatan manusia.Pengaruh media telah berkembang dari invidu kepada masyarakat.

Saat ini perkembangan internet mulai merambah dan menempatkan posisi yang kuat dideretan media massa yang lebih dulu ada. Ketika internet mulai dikenal masyarakat sekitar sepuluh tahun ini, sudah dapat diramalkan, media ini akan menjadi sangat populer dikemudian hari.

Penaklukan ruang dan waktu, tampak sangat sederhana. Namun, pengaruhnya akan sangat mendasar dan menyentuh segala segi kehidupan, mulai dari kehidupan pribadi dan keluarga sampai kepada kehidupan masyarakat. Dengan adanya berbagai kegiatan yang dapat dilakukan dengan jarak jauh, maka waktu 24 jam sehari dengan mudah diatur penggunaanya. Konsep jadwal dimana manusia diatur oleh waktu sebagaimana dalam masyarakat informasi atau pascaindustri, setiap individu akan memiliki kesempatan yang cukup dalam mengatur waktu kerja, olahraga, bersantai, dan mengabdi kepada Tuhan.[[1]](#footnote-1)

Menurut Burhan Bungin Community (masyarakat) adalah kelompok-kelompok orang yang menempati sebuah wilayah (territorial) tertentu, yang hidup secara relatif lama, saling berkomunikasi, memiliki simbol-simbol dan aturan tertentu serta sistem hukum yang mengontrol tindakan anggota masyarakat, memiliki system stratifikasi, sadar sebagai bagian dari anggota masyarakat tersebut serta relativ dapat menghidupi dirinya sendiri. Ketika penemuan teknologi informasi seperti yang dijelaskan diatas, berkembang dalam skala massal, maka teknologi itu telah mengubah bentuk masyarakat manusia, dari masyarakat dunia lokal menjadi masyarakat duni global, sebuah dunia yang sangat transparan terhadap perkembangan informasi. [[2]](#footnote-2)

Perkembangan teknologi informasi juga tidak saja mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun secara materi mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat, sehingga tanpa disadari, komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya (cybercommunity).[[3]](#footnote-3)

Media sosial hadir dan merubah paradigma berkomunikasi masyarakat.Komunikasi tak terbatas jarak, waktu, ruang. Bisa terjadi dimana saja,kapan saja tanpa harus bertemu secara langsung. Bahkan media sosial mampu meniadakan status sosial, yang sering kali sebagai penghambat komunikasi.Dengan hadirnya smartphone dengan aplikasi-aplikasi seperti facebook, path, twitter, instagram dan masih banyak lagi, orang bisa saling berkomunikasi tanpa bertemu secara tatap muka.

Berbicara mengenai Instagram, akun media sosial yang akhir-akhir ini begitu banyak mendapat perhatian masyarakat, instagram merupakan salah satu aplikasi atau fitur unggulan yang ada di smartphone yang memudahkan para pengguna untuk berbagi foto. Sistem sosial didalam instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah di unggah pengguna lainya.

Selebriti instagram atau yang lebih dikenal dengan sebutan “selebgram” belakangan ini cukup tren dikalangan anak muda masa kini. Selebgram berasal dari latar belakang berbeda-beda, bukan hanya dari kalangan selebriti top, namun selebgram bisa saja seorang masyarakat biasa yang pecinta fotografi, make up, kuliner, fashion, traveling, pecinta kopi, pecinta binatang maupun yang mempunyai selera humor. Mereka memiliki ribuan, hingga jutaan followers. Kunci ketenaran seorang selebgram berasal dari konten yang ditampilkan pada akun instagramnya.

Dengan ratusan ribu bahkan jutaan pengikut setia itu, perusahaan-perusahaan pun mulai melirik selebgram untuk mempromosikan produk mereka dengan istilah Endorsement. Bisnis selebgram bukan main-main, nilainya cukup fantastis, bahkan pemerintah akan menerapkan pajak kepada selebgram lantaran mereka meraup pundi-pundi dalam jumlah besar. Salah satucontoh selebgramtengah naik daun di Indonesia adalah Karin Novilda. Populer dengan nama dunia mayanya, Awkarin. Ia merupakan salah satu selebgram termahal di Indonesia, setiap kali postingannya ia memasang tarif sampai 4 juta rupiah. Tak hanya Awkarin, di Makassarpun menjadi selebgram sangat mudah, salah satu contohnya adalah Agus faisal yang bertempat tinggal di Jalan Hartako Indah yang dikenal dengan nama dunia maya @foodgrapermks yang meraup banyak keuntungan dengan menjadi seorang selebgram, setiap kali postingan ia memasang tarif ratusan ribu rupiah.

Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian secara mendalam mengenai hal tersebut, dan hendak mengangkat dengan judul **“Kondisi Sosial Ekonomi Selebgram Dalam Pemanfaatan Media Sosial Instagram Di Kota Makassar”**

1. **Rumusan Masalah**

Sehubungan dengan latar belakang diatas, maka yang menjadi permasalah pokok penelitian ini:

1. Bagaimanakah gambaran pemanfaatan media sosial instagram bagi selebgram di Kota Makassar?
2. Bagaimanakah kondisi sosial ekonomi selebgram di Kota Makassar?
3. Bagaimanakah dampak kondisi sosial ekonomi selebgram dalam pemanfaatan media sosial instagram di Kota Makassar?
4. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui gambaran pemanfaatan media sosial instagram di Kota Makassar?
2. Untuk mengetahui kondisi sosial ekonomi selebgram di Kota Makassar ?
3. Untuk mengetahui bagaimanakah dampak kondisi sosial ekonomi selebgram dalam pemanfaatan media sosial instagram di Kota Makassar ?
4. **Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Sebagai upaya pengembangan bidang keilmuan sesuai dengan disiplin Ilmu Pengetahuan Sosial khususnya Program Studi Pendidikan IPS dan menambah wawasan mengenai media sosial.Dilain pihak untuk mendapatkan informasi dan kejelasan obyektif mengenai kondisi sosial ekonomi selebgram dalam pemanfaatan media sosial instagram di Kota Makassar.

1. Manfaat Praktis
2. Bagi peneliti, diharapkan hasil penelitian ini mampu memberikan wawasan kepada peneliti mengenai kondisi sosial ekonomi selebgram di Kota Makassar.
3. Bagi selebgram, diharapkan hasil penelitian ini mampu memberikan masukan mengenai kondisi sosial ekonomi selebgram di kota Makassar.
4. Bagi pelaku bisnis online, diharapkan penelitian ini mampu memberikan wawasan kepada pelaku bisnis online mengenai pemanfaatan media sosial instagram
5. Bagi Pemerintah, diharapkan penelitian ini mampu memberikan wawasan serta masukan untuk pemerintah mengenai kondisi sosial ekonomi selebgram dalam memanfaatkan media sosial Instagram.

**TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP**

1. **Tinjauan Pustaka**
2. **Tinjauan Tentang Media Sosial Instagram**
3. **Pengertian Media Sosial**

Secara sederhana, istilah media biasa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui. Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa. Namun semua definisi yang ada memiliki kecenderungan yang sama bahwa ketika disebutkan kata “media” yang muncul bersamaan dengan itu adalah sarana disertai dengan teknologinya. Membagi media dalam kriteria-kriteria tertentu akan memudahkan siapapun melihat media. [[4]](#footnote-4)

Kata “sosial” dalam media sosial secara teori semestinya didekati oleh ranah sosiologi.Ada beberapa pertanyaan dasar ketika melihat kata sosial, misalnya terkait dengan informasi dan kesadaran. Ada pertanyaan dasar, seperti apakah individu itu adalah manusia yang selalu berkarakter sosial atau individu itu baru dikatakan sosial ketika ia secara sadar melakukan interaksi. Menurut Durkheim, sosial merujuk pada kenyataan sosial *(the social as social facts)* bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya media dan semua perangkat lunak (*software*) merupakan sosial dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial. [[5]](#footnote-5)

Menurut Weber, kata sosial secara sederhana merujuk pada relasi sosial. Relasi sosial itu sendiri dilihat dalam kategori aksi sosial (*social action*) dan relasi sosial (*social relation*). Kategori ini mampu membawa penjelasan tentang apa yang dimaksud dengan aktivitas sosial dan aktivitas individual. Menurut Tonnies, sosial merujuk pada kata komunitas (*community*). Menurutnya, eksistensi dari komunitas merujuk pada kesadaran dari anggota komunitas itu bahwa mereka saling memilki dan afirmasi dari kondisi tersebut adalah kebersamaan yang saling bergantung satu sama lain.[[6]](#footnote-6)

Dua pengertian dasar tentang Media dan Sosial telah dijelaskan, namun tidak mudah membuat sebuah definisi tentang media sosial berdasarkan perangkat teknologi semata. Diperlukan pendekatan dari teori-teori sosial untuk memperjelas apa yang membedakan antara media sosial dan media lainya di internet sebelum pada kesimpulan apa yang dimaksud dengan media sosial.[[7]](#footnote-7)

Definisi media sosial menurut beberapa ahli:[[8]](#footnote-8)

1. Menurut Mandibergh, media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content)*
2. Menurut Shirky, media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi, berkerja sama diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi.
3. Boyd menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain
4. Menurut Van Dijk, media sosial adalah *platform*media yang memfokuskan pada eksistenrsi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam berkativitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial
5. Meike dan Young mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi anatara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be shared one to one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dari berbagai definisi atau pernyataan tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa definisi media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

1. **Instagram**

Instagram adalah aplikasi untuk photo-sharing dan layanan jejaring sosial *online* yang memungkinkan pengggunanya untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital untuk mereka, dan berbagi hasil melalui berbagai layanan social media seperti *Facebook, Twitter* dan situs media lainya.[[9]](#footnote-9)

Menurut M. Nisrina dalam Dewi Rahmawati Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagikan video dan foto.Instagram sendiri masih merupakan bagian dari facebook yang memungkinkan teman facebook kita memfollow akun instagram kita.Makin populernya instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto membuat banyak pengguna yang terjun ke bisnis online untuk mempromosikan produknya lewat instagram.[[10]](#footnote-10)

1. Sejarah Instagram[[11]](#footnote-11)

Instagram diciptakan oleh Kevi Systrom dan Mike Krieger, dua sarjana dari Stanford University di Amerika Serikat.Mereka berdua meluncurkan Instagram pada bulan Oktober 2010. Layanan Instagram yang tadinya masih berupa aplikasi smartpone ini mendapatkan popularitas yang tinggi dalam waktu cepat, dengan lebih dari 100 juta pengguna yang terdaftar (dan sekitar 90 juta pengguna aktif bulanan) per Januari 2013. Pada awalnya Instagram hanya tersedia untuk smartphone milik *Apple, seperti : iphone, ipad, dan ipod Touch*. Kemudian sejak April 2012, faslitas Instagram mulai diintegrasikan untuk ponsel kamera Andoid sehingga pengguna Android pun bias mulai menggunakan Instagram untuk aktivitas sharing foto mereka.

Instagram pertama-tama dikembangkan di San Francisco oleh Kevin Systrom dan Brasil “*Mike*” Krieger saat mereka berdua memilih untuk berfokus pada pembuatan aplikasi multi-fitur “*HTML5check-in”* di proyek Burbn untuk fotografi *mobile.* Pada tanggal 5 Maret 2010, Systrom akhirnya menutup dana bantuan sejumlah $500 yang diterimanya dari baseline ventures dan Andreesen Horowitz (pada saat bekerja pada burbn). Josh Riedel kemudian bergabung dengan perusahaan Systrom sebagai *Community Manager*.Salah satu koleganya, Shayne Sweeney, turut pula bergabung pada bulan November 2010 sebagai seorang *engginer* dan Jessica Zollman dipekerjakan sebagai *community Avangelist* di Agustus 2011.

1. Pemanfaatan Instagram

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Fadli Harisa Ramadhan menyebutkan bahwa pemanfaatan mengandung arti yaitu proses, cara, dan perbuatan memanfaatkan sesuatu untuk kepentingan sendiri, sedangkan media sosial adalah sarana bagi seseorang untuk berbagi informasi, teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain.[[12]](#footnote-12)

Pemanfaatan media sosial Instagram salah satunya yaitu sebagai media promosi dan pemasaran langsung. Melalui instagramlah produk barang/jasa ditawarkan dengan meng upload foto atau video singkat, sehingga para calon konsumen dapat melihat jenis-jenis barang dan jasa yang ditawarkan.[[13]](#footnote-13)

1. Fitur Instagram

Instagram memiliki fitur-fitur yang berbeda dengan jejaring sosial lainya diantaranya adalah:

1. Followers (pengikut)

Sistem sosial didalam instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainya, atau memiliki pengikut instagram.Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya.Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang popular atau tidak.Untuk menemukan teman-teman yang ada di Instagram.

1. Upload foto (Mengunggah Foto)

Kegunaan utama dari instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainya.Foto yang hendak ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera iDevice ataupun foto-foto yang ada di dalam iDevice tersebut.

1. Kamera

Foto yang telah diambil melalui aplikasi Instagram dapat disimpan di dalam iDevice tersebut. Penggunaan kamera melalui Instagram juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarna foto yang dikehendaki oleh pengguna. Ada juga efek kamera tilt-shift yang fungsinya adalah untuk memfokuskan sebuah foto pada satu titik tertentu. Foto-foto yang akan diunggah melalui Instagram tidak terbatas atas jumlah tertentu, melainkan Instagram memiliki keterbatasan ukuran untuk foto. Ukuran yang digunakan di dalam Instagram adalah dengan rasio 3: 2 atau hanya sebatas berbentuk kotak saja.

1. Efek Foto

Pada versi awalnya, instagram memiliki 15 efek-efek yang dapat digunakan oleh para pengguna pada ssat mereka hendak menyunting sebuah foto. Efek tersebut terdiri dari: X-pro II, Lomo-Fi, Earlybird, Sutro, Toaster, Brannan, Inkwell, Walden, Hefe, Apollo, Poprockeet, Nashville, Gotham, 1997, dan lord Kelvin.

1. Judul Foto

Setelah judul foto tersebut disunting, maka foto akan dibawa kehalaman selanjutnya, dimana foto tersebut akan diunggah ke dalam Instagram sendiri ataupun ke jejaring sosial lainnya. Dimana didalamnya tidak hanya ada pilihan untuk mengunggah pada jejaring sosial atau tidak, tetapi juga untuk memasukkan judul foto, dan menambahkan lokasi foto tersebut.

1. Arroba

Seperti Twitter dan juga Facebook, Instagram juga memiliki fitur yang dimana para penggunanya dapat menyinggung pengguna lain yang juga menambahkan tanda Arroba (@) dan memasukkan akun instagram dari pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya di dalam judul foto, melainkan juga pada bagian komentar.

1. Geotagging

Setelah memasukkan judul foto tersebut, bagian selanjutnya adalah bagian geotag. Bagian ini akan muncul ketika para pengguna iDevice mengaktifkan GPS mereka di dalam iDevice mereka. Dengan demikian iDevice tersebur dapat mendeteksi lokasi para pengguna Instagram tersebut berada.

1. Jejaring sosial

Dalam berbagi foto, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya di dalam Instagram saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya seperti Facebook, Twitter, Tumblr, Foursquare, Flickr yang tersedia di halaman Instagram untuk membagi foto tersebut.

1. Tanda Suka (like)

Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang fungsinya memilki kesamaan dengan disediakan Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam instagram, hal ini yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak.

1. Popular (Explore)

Bila sebuah foto masuk ke dalam halaman popular, yang merupakan tempat kumpulan dari foto-foto dari seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto tersebut akan menjadi suatu hal yang dikenal oleh masyarakat mancanegara, sehingga jumlah pengikut juga dapat bertambah lebih banyak.

Dengan ramainya geliat Instagram maka semakin menguatkan posisi Instagram sebagai salah satu aplikasi yang paling banyak diminati.Lebih dari 500 juta orang sekarang memakai Instagram setiap bulan, dan 300 jutanya menggunakan layanan ini setiap hari.Instagram sendiri memiliki 22 juta pengguna aktif bulanan di Indonesia.500 juta pengguna Instagram terdiri 80% user yang berasal dari luar Amerika Serikat.Pengguna Instgram tergolong cepat berkembang, sebab pada September 2015 pengguna Instagram masih berjumlah 400 juta user. Sebanyak 95 juta foto dan vidio yang dipublikasikan ke platformnya setiap hari, dengan 4,2 miliar likes per harinya. [[14]](#footnote-14)

1. Dampak Positif dan Negatif Penggunaan Media Sosial Instagram[[15]](#footnote-15) :
2. Dampak Positif dari adanya Instagram yaitu meningkatnya aspek ekonomi lewat instagram perkembangan *online shop* sangat pesat. Bagi kaum perempuan dan remaja sangat menyukai dengan kehadiran *online shop*. Tidak perlu keluar tenaga banyak untuk dapat menemukan yang diinginkan. Banyak orang telah membuktikan kemudahan dalam belanja online shop. Untuk masalah fashion, semakin banyak model-model baju. Pengguna Instagram juga akan bergaya dengan *Style*baju yang menurutnya keren untuk berfoto dan akhirnya diunggah di Instagram. Selain itu Instagram juga memberikan fitur-fitur untuk memudahkan kita menemukan teman lama. Dengan foto-foto atau video yang kita post juga akan menginspirasi orang untuk berbuat apa yang kita buat dalam hal positif tentunya.
3. Dampak Negatif dengan adanya Instagram yaitu masalah sosial. Kita para pengguna Instagram akan lebih keasyikan dengan Instagram daripada berinteraksi dengan orang lain. Kita akan lebih suka mengabadikan moment-moment atau kejadian. Sehingga remaja akan sering berselfie bersama temanya daripada berdiskusi membicarakan persoalan kampus atau tugas-tugas kuliah. Tidak hanya itu dengan adanya online shop juga akan lebih meningkatkan pengeluaran. Para penikmat *online shop* hanya duduk dan menggunakan *smartphone* dan menunggu kiriman barang pesananya datang.
4. **Tinjauan Tentang Selebgram**

Selebgram atau Selebriti Instagram merupakan istilah yang digunakan pada pengguna Instagram yang terkenal dan mempunya profil menonjol.Istilah ini merujuk pada kata selebritis dan Instagram dimana perpaduan kata itu berarti orang yang terkenal layaknya selebritis.Selebgram seringkali mendapat keuntungan dari kepopularitasnya.selain bisa menjadi *publice figure*dan mendapat banyak koneksi, dengan menjadi selebgram bisa mendapatkan banyak *endorsement*dari berbagai *brand* dan toko online, sehingga bisa meningkatkan pendapatan selebgram dan kehidupan ekonominya tercukupi. Pemanfaatan selebriti Instagram untuk berkomunikasi dengan para konsumen yang tujuanya untuk persuasi kepada calon konsumen yang menjadi segmentasi pasarnya mengenai produk untuk mempengaruhi mereka agar membeli produk tersebut. Dengan menggunakan sistem promosi selebgram seseorang konsumen akan mudah menemukan suatu produk atau jasa yang dicarinya.[[16]](#footnote-16)

Selebgram bukan hanya untuk kalangan tertentu, namun siapapun bisa menjadi selebgram, asalkan mempunyai banyak *followers.*Seorang selebgram harus menampilkan foto yang bagus dan menarik, mempunyai ciri khas tersendiri dan rajin mengunggah foto dan video di akun instagramnya.Selebgram juga harus pandai-pandai bersosialisasi untuk menarik followers.Bukan cuman pendapatan yang didapatkanpara selebgram terkenal, tetapi mereka bisa berteman langsung dengan selebriti bahkan pejabat.

Menurut Shimp dalam Mahda Suri*Celebrity endorser* adalah memanfaatkan seorang artis, entertainer, atlet, dan publik figur yang mana banyak diketahui oleh orang banyak untuk keberhasilan dibidangnya masing-masing dari bidang yang didukung.[[17]](#footnote-17)

Selebgram atau selebritis di instagram, sebuah ruang posting yang kian *ngetrend* di kalangan para pengguna smartphone di era *cyber* saat ini.Selebgram ini mulai booming di Indonesia ketika hijabers mulai menjadi *fashion icon* bagi kalangan tertentu. Tidak dapat dipungkiri, selebgram di Indonesia lebih identik dengan para hijaber yang terkenal karena mencoba menawarkan mode fashion terbaru dalam menggunakan hijab.Melalui sebuah akun media sosial yang bernama instagram, para hijabers ini menjadi trendsetter model berbusana bagi para perempuan pada khususnya yang ingin menggu-nakan hijab. Keberadaan selebgram juga membawa angin segar bagi para pengguna hijab di Indonesia. Selama ini penggunaan hijab selalu dianggap kuno dan mendapat stigma negatif di masyarakat.Namun dengan keberadaan selebgram yang mayoritas berhijab, penggunaan hijab menjadi sesuatu hal yang modern dan menarik.[[18]](#footnote-18)

Selebgram mencoba menampilkan sebuah identitas baru, yang selama ini dianggap kuno menjadi sesuatu yang modern. Kehadiran para selebgram juga menghadirkan sebuah gaya hidup baru melalui fashion yang mereka gunakan. Mereka mengupload sebuah tampilan gaya hidup modern, mulai dari cara berbusana, dimana mereka sedang berkumpul dengan teman-teman mereka, dan barang apa yang mereka gunakan. Kekuatan selebgram ini berdasarkan data tempo.com pada 2014 mengungkapkan hasil dari sebuah survei yang dilakukan oleh Global Web Index terhadap 170 ribu pengguna media sosial di 32 negara, jumlah pengguna aktif instagram melonjak 23 persen dari 130 juta pengguna pada 2013 menjadi 150 juta pengguna per bulan padakuartal keempat tahun 2014. Lonjakan ini mencatatkan instagram menjadi media sosial dengan peningkatan terbesar.[[19]](#footnote-19)

Melalui selebgram, sebuah ‘ideologi’ baru mencoba memasuki ranah gaya hidup para remaja. Para selebgram ini menampilkan sebuah tawaran gaya hidup yang mewah, yang berbeda dari keseharian para remaja ini. Sosok mereka begitu dipuji, hal ini bisa dilihat dari berapa jumlah likes yang mereka hasilkan setiap kali mereka mengupload foto mereka di jejaring sosial. Selebgram secara tidak langsung juga ingin menampilkan sebuah realitas yang ada di masyarakat, membentuk sebuah identitas yang ideal bagi remaja melalui *fashion dan life style*.Media sosial merupakan salah satu media yang paling sering diakses oleh para generasi muda.Kehadiran selebgram di dalam media sosial instagram yang gemar mengupload kegiatan mereka sehari-hari,cara mereka berpakaian, dan menawarkan sebuah gaya hidup remaja yang penuh dengan kemewahan dan kebahagiaan.[[20]](#footnote-20)

Para selebgram seolah-olah ingin menjadikan gaya hidup mereka sebagai sebuah budaya yang seharusnya dianut oleh para pengikutnya. Instagram merupakan sebuah new media yang menawarkan bagaimana identitas dapat dibentuk melalui realitas yang dihasilkan oleh sang actor, yaitu para selebgram. Melalui kehadiran pada selebgram terjadi proses obyektivitasi dalam pembentukan kontruksi social. Dengan penegasan berulang-ulang yang diberikan oleh para selebgram, maka terciptalah sebuah budaya baru yang fokus akan gaya hidup dan konsumerisme.

1. **Tinjauan Tentang Sosial Ekonomi**
2. Pengertian Kondisi Sosial Ekonomi

Sosial memiliki artian segala sesuatu yang berhubungan dengan masyarakat, sedangkan ekonomi memiliki artian ilmu yang mempelajari tentang perilaku manusia, dan segala sesuatunya yang berhubungan dengan kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi. Sosial ekonomi memilki artian sebagai segala sesuatu hal yang berhubungan dengan tindakan pemenuhan kebutuhan masyarakat. Keadaan dan kondisi sosial ekonomi setiap orang memiliki tingkatan yang berbeda-beda.Ada yang memiliki kondisi sosial rendah, sedang, dan tinggi.

Menurut Soerjono Soekanto, Sosial Ekonomi adalah posisi seseorang dalam masyarakat berkaitan dengan orang lain dalam arti lingkungan pergaulan, prestasinya, dan hak-hak serta kewajibannya dalam berhubungan dengan sumber daya. [[21]](#footnote-21)

Sedangkan menurut Abdulsyani, Sosial ekonomi adalah kedudukan atau posisi seseorang dalam kelompok manusia yang ditentukan oleh jenis aktivitas ekonomi, pendapatan, tingkat pendidikan, jenis rumah tinggal, dan jabatan dalam organisasi.[[22]](#footnote-22)

Sosial ekonomi juga diartikan sebagai suatu keadaan atau kedudukan yang diatur secara sosial dan menetapkan seseorang dalam posisi tertentu dalam struktur masyarakat.Pemberian posisi ini disertai pula seperangkat hak dan kewajiban yang harus dipenuhi sipembawa status misalnya, pendapatan, dan pekerjaan.

Berdasarkan pendapat ahli di atas, dapat disimpulkan kondisi sosial ekonomi dalam penelitian ini adalah kedudukan atau posisi seseorang dalam masyarakat yang berkaitan dengan tingkat pendidikan , tingkat pendapatan, kepemilikan asset rumah tangga, dan pemenuhan kebutuhan keluarga. Dengan demikian , keempat hal tersebut mempengaruhi tingkat sosial ekonomi masyarakat yang juga menentukan tinggi rendahnya status seseorang dalam masyarakat.

1. Faktor-Faktor yang Menentukan Kondisi Sosial Ekonomi[[23]](#footnote-23)

Sebagai makhluk Tuhan Yang Maha Esa, manusia dilahirkan memiliki posisi dan kedudukan yang sama dimata-Nya. Namun, Kenyataan yang ada di dalam masyarakat tidaklah demikian.Kondisi sosial ekonomi seseorang di masyarakat berbeda sesuai status dan perannya. Menurut Nasution tingkat status sosial ekonomi dilihat atau diukur dari pekerjaan orang tua, penghasilan dan kekayaan, tingkat pendidikan orang tua, keadaan rumah dan lokasi, pergaulan dan aktivitas sosial. Namun dalam hal ini penelitian akan dibatasi pada 3 faktor saja yaitu pendapatan, pekerjaan, pendidikan.

1. Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah pendapatan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atas faktor- faktor produksi yang mereka sumbangkan dalam turut serta membentuk produk nasional. Jumlah pendapatan yang dimiliki oleh seseorang akan turut mempengaruhi status sosialnya terutama dalam masyarakat yang matrealistis dan tradisional yang sangat menghargai status sosial ekonomi yang tinggi terhadap kekayaan. Menurut Reksoprayitno, pendapatan atau income adalah uang yang diterima oleh seseorang dan perusahaan dalam bentuk gaji, upah, sewa bunga, dan laba termasuk juga beragam tunjangan, seperti kesehatan dan pension. Ada tiga kategori pendapatan yaitu :

1. Pendapatan berupa uang yaitu segala penghasilan berupa uang yang sifatnya regular dan yang diterima biasanya sebagai balas jasa atau kontra prestasi.
2. Pendapatan berupa barang adalah segala peendapatan yang sifatnya regular dan biasa, akan tetapi selalu berbentuk balas jasa dan diterima dalam bentuk barang dan jasa.
3. Pendapatan yang bukan merupakan pendapatan adalah segala penerimaan yang bersifat transfer redistributive dan biasanya membuat perubahan dalam keuangan rumah tangga

Dari keterangan diatas dapat dikatan bahwa pendapatan juga sangat berpengaruh terhadap tingkat ekonomi seseorang.Apabila seseorang mempunyai pendapatan yang tinggi, maka dapat dikatakan bahwa tingkat ekonominya juga tinggi. Di samping memiliki penghasilan pokok, setiap keluarga biasanya juga memilki penghasilan lain yang meliputi penghasilan tambahan dan penghasilan insidentil.

1. Pekerjaan

Manusia adalah mahluk yang berkembang dan makhluk yang aktif.Manusia disebut sebagai makhluk yang suka bekerja, manusia bekerja untuk memenuhi kebutuhan pokoknya yang terdiri dari pakaian, sandang, papan, serta memenuhi kebutuhan sekunder seperti pendidikan tinggi, kendaraan, alat hiburan dan sebagainya.

Pekerjaan akan menentukan status sosial ekonomi karena dari bekerja segala kebutuhan akan dapat terpenuhi. Pekerjaan tidak hanya mempunya nilai ekonomi namun usaha manusia untuk mendapatkan kepuasan dan mendapatkan imbalan atau upah, berupa barang dan jasa akan terpenuhi kebutuhan hidupnya. Pekerjaan seseorang akan mempengaruhi kemapuan ekonominya. Untuk itu bekerja merupakan suatu keharusan bagi setiap individu sebab dalam pekerjaan mengandung dua segi, kepuasan jasmani dan terpenuhinya kebutuhah hidup.

Ditinjau dari segi sosial , tujuan bekerja tidak hanya berhubungan dengan aspek ekonomi/mendapatkan pendapatan (nafkah) untuk keluarga saja, namun orang yang bekerja juga berfungsi untuk mendapatkan status, untuk diterima menjadi bagian dari suatu unit status sosial ekonomi dan untuk memainkan suatu peranan dalam statusnya.

1. Pendidkan

Pendidikan berperan penting dalam kehidupan manusia, pendidikan dapat bermanfaat seumur hidup manusia. Dengan pendidikan, diharapkan seseorang dapat membuka pikiran untuk menerima hal-hal baru baik berupa teknologi, materi, sistem teknologi maupun berupa ide-ide baru serta bagaimana cara berpikir secara alamiah untuk kelangsungan hidup dan kesejahteraan dirinya, masyarakat dan tanah air. Menurut Ngadiyono, Pendidikan dibedakan berdasarkan program dan penyelenggaraanya menajdi 3 macam, yaitu :

1. Pendidikan formal merupakan pendidikan resmi di sekolah-sekolah, penyelenggaraanya teratur dengan penjenjangan yang tegas, persyaratan tegas, disertai peraturan yang ketat, pendidkan ini didasarkan pada peraturan yang tegas.
2. Pendidikan Informal merupakan pendidikan yang diperoleh melalui hasil pengalaman, baik yang diterima dalam keluarga maupun masyarakat. Penjenjangan dan penyelenggaraanya tidak ada, sistemnya tidak diformulasikan.
3. Pendidikan non formal merupakan pendidikan yang dilakukan diluar sekolah, penyelenggaraanya teratur. Isi pendidikannya tidak seluar pendidikan formal, begitu juga peraturannya.
4. **Kerangka Konsep**

Dalam penelitian ini, lingkup teori yang dibahas oleh penulis adalah Pemanfaatan Akun Instagram Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Selebgram yang dimana lokasi penelitiannya di Kota Makassar. Selebgram memanfaatkan akun instagram untuk memenuhi kebutuhan ekonominya dengan jasa endorsement atau promosi. Pengguna jasa endorser juga tidak tanggung-tanggung untuk mempromosikan brand mereka, sehingga dengan itu para selebgram memperoleh pendapatan yang tinggi.Namun, disisi lain menjadi seorang selebgramakan merubah segala kehidupan seseorang, kurangnya interaksi sosial di kehidupan sehari-sehari. Selebgram sendiri sebagai identitas baru dikalangan masyarakat. Instagram sendiri sebagai tempat eksistensi diri bagi seseorang. Namun dengan adanya Instagram meningkatkan aspek ekonomi, lewat Instagram perkembangan online shop sangat pesat. Tak hanya itu, dengan fitur-fiturnya instagram memudahkan kita untuk menemukan teman baru dan tidak menutup kemungkinan menemukan pasangan. Selain itu, dampak negatif instagram yaitu masalah sosial, kita para pengguna Instagram lebih keasyikan dengan Instagram daripada berinteraksi dengan oranglain.

**METODE PENELITIAN**

1. **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian yang menggunakan kualitatif.Peneliti memilih pendekatan tersebut karena karakteristik dari penelitian ini sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif. Adapun pendekatan kualitatif yaitu: peneliti mencari makna, pemahaman, pengertian, verstehen tentang suatu fenomena, kejadian, maupun kehidupan manusia dengan terlibat langsung dan atau tidak langsung dalam setting yang diteliti, kontekstual, dan menyeluruh. Peneliti bukan mengumpulkan data sekali jadi atau sekaligus dan kemudian mengolahnya, melainkan tahap demi tahap dan makna disimpulkan selama proses berlangsung dari awal sampai akhir kegiatan bersifat naratif, dan holistik. [[24]](#footnote-24)

1. **Sumber Data**
2. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya.Dimana peneliti menggunakan wawancara dalam pengumpulan data.Peneliti menggunakan data ini untuk mendapatkan informasi.Untuk mendapatkan informasi tersebut peneliti menggunakan informan, informan yang diteliti adalah selebgram yang ada di Kota Makassar yang mempunyai banyak pengikut di Akun Instagramnya.

1. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber yang ada kaitanya dengan judul yang diteliti.Misalnya, Artikel-artikel, publikasi dari media online dan lain sebagainya.

1. **Fokus Penelitian**

Yang menjadi fokus penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial instagram, kondisi sosial ekonomi dan dampak penggunaan media sosial instagram.

1. **Tahap-Tahap Penelitian**

Adapun tahap-tahap yang dilakukan dalam peneltian ini secara garis besar adalah sebagai berikut:[[25]](#footnote-25)

1. Tahap Pra Penelitian

Pada tahan ini pra peneliti mengajukan permasalahan yang ingin di teliti serta menentukan lokasi yang akan menjadi objek penelitian, setelah disetujui, peneliti menyusun proposal setelah itu peneliti mengurus surat perizinan kepada lembaga agar diberikan izin untuk meneliti di Kota Makassar.

1. Tahap Penelitian

Tahap penelitian yaitu tahap pengumpulan baik itu melakukan wawancara langsung terhadap objek yang terkait maupun pengumpulan data-data yang menunjang.

1. Tahap Penyelesaian

Tahap penyelesaian yaitu tahap dimana data-data yang terkumpul akan diolah dan disusun laporan yang utuh (Skripsi) dengan mengikuti aturan-aturan yang ditetapkan oleh Prodi Ilmu Pengetahuan Sosial dan Fakultas Ilmu Sosial. Untuk pengumpulan data sesuai dengan yang dibutuhkan maka penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang mendukung antara lain :

1. Observasi

Melakukan pengamatan langsung pada lokasi yang diteliti.Pada observasi ini yang dilakukan adalah melihat langsung aktifitas, dalam penelitian ini melihat langsung kegiatan sehari-sehari orang yang sedang diamati dalam hal ini yaitu Selebgram yang ada di Kota Makassar. Metode observasi yaitu cara pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan sengaja, diawali dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan atas gejala yang sudah diteliti dengan melibatkan diri dalam latar yang sedang diteliti.

1. Wawancara

Wawancara yaitu kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh data atau informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden/informan tentang bagaimana kondisi sosial ekonomi selebgram. Dalam wawancara ini peneleti telah membuat ataupun merumuskan kerangka dan garis besar pokok-pokok yang akan ditanyakkan, meskipun tidak ditanyakkan secara berurutan. Pokok-Pokok wawancara hanyalah berisi petunjuk secara garis besar tentang proses dan isi wawancara untuk menjaga agar pokok-pokok yang direncanakan dapat seluruhnya tercakup. Pelaksaanan wawancara dandengan keadaan responden (narasumber).

1. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mengetahui data responden yang akan dicatat di Kota Makassar. Dokumentasi sebagai bukti dalam peneliti, khususnya penelitian kualitatif, dengan cara mengambil gambar pada saat wawancara sedang berlangsung.

1. **Proses pencatatan dan analisis data**

Hal yang paling penting dalam melaksanakan penelitian adalah proses pencatat data. Peneliti tetaplah manusia yang memiliki kelemahan dan kemampuan rata-rata, oleh karena itu pengamatan yang dilakukan oleh peneliti tidak boleh berdiri sendiri, artinya tidak dapat dilakukan tanpa pencatatan datanya.Untuk mengantisipasi kelemahan-kelemahan tersebut, pencatatan data dapat dilakukan dengan penggunaan alat-alat perekam seperti kamera dan tape recorder, sehingga data yang diperoleh dapat diamati dan didengar kembali secara berulang-ulang.

Analisis data merupakan upaya penataan secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dokumentasi , dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang Pemanfaatan Akun Instagram Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Selebgram. Dalam peneliti ini, peneliti menggunakan teknik analisis data kualitatif.

Proses analisis data dilakukan peneliti adalah melalui tahap-tahap sebagai berikut :[[26]](#footnote-26)

1. Pengumpulan data, dimulai dari berbagai sumber yaitu dari beberapa informan dan pengamatan langsung yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, transkrip wawancara dan dokumentasi.
2. Proses pemilihan, yang selanjutnya menyusun dalam satu-satuan yang kemudin diintegrasikan pada langkah berikutnya, dengan membuat koding. Koding merupakan symbol dan singkatan yang ditetapkan pada sekelompok kata-kata yang bisa berupa kalimat atau paragraph dari catatan lapangan.
3. **Keabsahan Data**

Pemeriksaan terhadap keabsahan data merupakan salah satu bagian yang sangat penting didalam penelitian kualitatif yaitu untuk mengikuti derajat kepercayaan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Apabila peneliti melaksanakan pemeriksaan terhadap keabsahan data secara cermat dan menggunakan teknik yang tepat, maka akan diperoleh hasil penelitian yang benar-benar dapat dipertanggung jawabkan dari berbagai segi.Untuk memeriksa keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi.Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilatas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.

Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini ada dua macam yaitu triangulasi teknik dan triangulasi sumber.[[27]](#footnote-27)

1. Triangulasi teknik, berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Peneliti menggunakan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak.
2. Triangulasi Sumber, untuk mendapatkan data dari sumber-sumber yang berbeda dengan teknik yang sama.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1. **Hasil Penelitian**
2. **Gambaran Umum Lokasi Penelitian**
3. **Profil Lokasi Penelitian**
4. Keadaan Geografis Kota Makassar

Kota Makassar sebagai ibu kota provinsi Sulawesi Selatan merupakan salah satu kota yang cukup besar di Indonesia, terletak di Kawasan Timur Indonesia. Pembangunan Kota Makassar saat ini telah mengalami peningkatan yang cukup dengan memerhatikan keberadaan berbagai fasilitas kota yang tersedia. Pembangunan sarana dan fasilitas kota yang mengalami kemajuan yang paling pesat diantara kota-kota lainnya di Kawasan Timur Indonesia.

Kota Makassar merupakan salah satu kota yang berada di pesisir pantai barat semenanjung selatan pulau Sulawesi dengan permukaan tanah sebagian besar adalah datar. Kota Makassar terletak antara 119º24’17’38”, Bujur Timur dan 5º8’6”19, Lintang Selatan yang berbatasan langsung dengan :

1. Sebelah utara dengan Kabupaten Maros
2. Sebelah timur dengan Kabupaten
3. Sebelah selatan kabupaten Gowa
4. Sebelah barat adalah selat Makassar

Interpretasi data dari table diatas, kecamatan yang jumlah kelurahannya paling tinggi yaitu, kecamatan Tallo, dengan 15 kelurahan, 101 RW (rukun warga) dan 553 (rukun tetangga) Yang sedang yaitu kecamatan Mamajang dengan 13 kelurahaan, 57 RW dan 292 RT. Yang terendah yaitu, kecamatan Tamalanrea dengan 6 kelurahan, terdidiri dari 82 RW dan 427 RT.[[28]](#footnote-28)

1. Keadaan penduduk

Penduduk kota Makassar terdiri dari berbagai macam suku yang ada di Indonesia, dimana mayoritas suku bugis, selain itu suku-suku bugis Makassar sebagai penduduk setempat juga terdapat suku lain sebagai pendatang dari berbagai daerah seperti : suku Jawa, suku Toraja, etnik Tiong Hoa, penduduk daerah kepulauan bagian timur, ditambah lagi oleh bangsa-bangsa yang berstatus Warga Negara maupun yang berstatus Warga Asing. Penduduk kota Makassar tahun 2009 tercatat sebanyak 1.272.349 jiwa **sumber: Kantor Walikota Makassar, Bagian Tata Pemerintahan Tahun 2009** Berdasarkan tabel di atas, kecamatan yang jumlah pendudukngnya paling tinggi adalah kecamatan Tamalate, dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 74.745 dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 79.719 jiwa, jadi jumlah penduduk keseluruhan yaitu 154.464 jiwa. Selanjutnya jumlah penduduknya sedang yaitu kecamatan Rappocini dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 69.137 jiwa, dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 75.953 jadi jumlah total penduduk kecamatan Rappocini adalah 145.090 jiwa. Yang terakhir adalah jumlah penduduk yang paling rendah adalah kecamatan ujung pandang dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 13.795 dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 15.269 jiwa, jadi penduduk keseluruhan 29.064 jiwa.[[29]](#footnote-29)

1. Sarana dan Prasarana

Kota Makassar memiliki sarana perekonomian, seperti Mall, Supermarket, Show Room, Industri, Toko, Ruko, Pasar, dan Pedagang Kaki lima yang tersebar dalam wilayah Kota Makassar, dimana semua sarana perekonomian tersebut dibuka setiap hari. Pembangunan pusat-pusat perbelajaan lebih mendominasi yang diikuti oleh pelebaran dan perbaikan sarana jalan untuk menghindari kemacetan lalu lintas yang sering meningkatnya intenstas jumlah kendaraan.

Sarana Komunikasi bagi penduduk Kota Makassar selain radio dan televise serta Koran (surat kabar) juga tersedia sarana komunikasi seperti : internet, telepon rumah, telepon genggam (handphone) yang terdiri dari GSM dan CDMA yang dapat dinikmati dengan lebih mudah diseluruh wilayah Kota Makassar. Kondisi seperti ini jelas dapat memberikan kemudahan bagi penduduk masyarakat kota dalam menyerap informasi yang dating dari dunia luar

Salah satu alat komunikasi seperti handphone yang pada mulanya hanya sebagai aksesoris tambahan dalam pergaulan saat ini sudah berubah fungsi menjadi kebuthan pelengkap yang hampir digunakan oleh seluruh kalangan mulai dari anak sekolah sampai orang dewasa, mulai dari kalangan atas sampai pada kalangan bawah. Perkembangan informasi di Kota Makassar begitu pesat, media sosial merajai konten internet sebagai yang paling banyak diakses. Tercatat media sosial seperti instagram paling banyak digandrungi oleh mahasiswa. Seperti halnya di Makassar media sosial instagram menjadi ajang eksistensi diri oleh kalangan generasi milenial. Di Kota Makassar sendiri tren menjadi selebgram itu sudah lama ada, berawal dari pecinta fotografi*, traveling, fashion* hingga kuliner, sehingga terbentuknya komunitas Insta Makassar, komunitas ini sendiri terbentuk pada tahun 2011 lalu dan tercatat hingga saat ini memiliki 2000 anggota di Kota Makassar. Bukan hanya itu, dimakassar sudah banyak sekali komunitas-komunitas pengguna media sosial instagram salah satunya Ana’Dara Makassar, komunitas ini terbentuk sejak tahun 2017 silam dan beranggotakan 12 orang selebgram yang ada di Kota Makassar, selain itu komunitas ini juga sudah menjadi komunitas selebgram yang banyak dikenal oleh orang-orang, bahkan salah satu komunitas selebgram yang sangat hits di Kota Makassar.

1. Agama

Mayoritas penduduk Makassar adalah penduduk agama islam, terdapat banyak bangunan Masjid sebagai sarana peribadatan bagi umat Muslim. Disamping itu juga terdapat banyak upacara-upacara adata yang berhubungan dengan nilai keagaaman, misalnya saja setiap anak yang lahir dilangsungkan acara-acara yang berhubungan dengan nilai keagamaan, misalnya saja setiap anak yang lahir dilangsungkan acara-acara yang berhubungan dengan keagamaan, dimana dalam beberapa hari sesudah bayi dilahirkan, dilakukan upacara member nama yang dikenal aqiqah yakni penyembelian hewan oleh orang tua sang bayi. Makassar sebagai salah sat kota besar yang memiliki sifat penduduk yang heterogen baik dari segi agama, suku dan budaya, adanya sifay heterogenitas ini pula yang dapat memungkinkan timbulnya banyak masalah-masalah sosial, untuk itu selalu dibutuhkan toleransi, saling menghormati, dan saling menghargai antar umat beragama agar terciptanya suasana masyarakat yang integrative.

Penataan Kehidupan beragama dan kepercayaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa, yang tercermin dalam meningkatnya keimanan dan ketakwaan, makin meningkatnya kerukunan hidup beragama dan pengut kepercayaan terhadapa Tuhan Yang Maha Esa. Perkembangan pembangunan dibidang spiritual dapat dilihat dari banyakny sarana peribadatan, tingkat keimanan dan ketakwaan masing-masing pemeluk agama, serta sikap toleransi antar umat beragama yang menggambarkan kerukunan antar pemeluk agama dan senantiasa menciptakan suasana yang dan kondusif.

1. **Penyajian Data Hasil Penelitian**
2. **Gambaran Pemanfaatan Media Sosial Instagram bagi Selebgram di Kota Makassar**

Berikut ini akan diuraikan hasil penelitian mengenai kondisi sosial ekonomi selebgram dalam pemanfaatan media sosial instagram di Kota Makassar yang dilakukan di Kota Makassar Ketika membahas mengenai selebgram tentunya tidak terlepas dari Media Sosial Instagram. Selebgram mamanfaatkan instagram sebagai sumber media promosi online dan pemasaran langsung. Dengan sistem endors sebagai pendapatan dari menjadi selebgram.

Bukan hanya pendapatan, begitu banyak keuntungan yang didapatkan seseorang selebgram yaitu mendapatkan popularitas, relasi bertambah, memiliki banyak penggemar, sering di endorse. Namun disisi lain menjadi seorang selebgram harus menyiapkan mental yang baik, dan tidak memberi pengaruh buruk terhadap orang lain.

Media sosial instagram bukan hanya memberikan pengaruh yang baik, akan tetapi juga akan memberikan pengaruh yang buruk. Menjadi selebgram seseorang dituntut menjadi pribadi yang tidak munafik dan harus menampilkan sesuatu dengan sejujurnya. Saat ini profesi selebgram sangat digandrungi oleh kalangan mahasiswa, banyak yang sukses menjadikan selebgram sebagai sumber penghasilanya. Tinggal bagaimana mereka mengemas se kreatif mungkin akun miliknya supaya lebih eksis dan tidak membosankan untuk dilihat dan diikuti.

1. **Pembahasan**

**Gambaran Kondisi Sosial Ekonomi Selebgram Dalam Pemanfaatan Media Sosial Instagram Di Kota Makassar**

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak dimanfaatkan sebagai media promosi dan pemasaran langsung barang atau jasa melalui sebuah foto dan video singkatanya.

1. Media Promosi

Selebgram menggunakan instagram sebagai media untuk mereka melakukan promosi barang dan jasa misalnya baju, kosmetik, makanan, sepatu, tempat kursus dan lain sebagainya, mereka dibayar oleh online shop yang ingin mempromosikan produknya tersebut. Para selebgram harus membuat kesepakatan terlebih dengan selebgram. Dikota Makassar para selebgram rata-rata mempromosikan barang atau brand-brand lokal seperti pakaian, kosmetik dan lain sebagainya. Rata-rata mereka mematok harga ratusan ribu per sekali posting. Tak tanggung-tanggung mereka mendapatkan pendapatan lebih dari hanya sekedar mempromosikan barang suatu oonline shop, rata-rata selebgram di kota makassar ini mempunyai pendapatan mulai dari Rp. 100.000 sampai Rp. 300.000 untuk sati foto atau sekali posting di instagram. Saat ini selebgram begitu banyak dilirik karena tampilan yang mudah menarik konsumen, misalnya saja mereka mempunyai banyak pengikut di instagram maka pengikutnya yang mencapai puluhan ribuan bahkan ratusan bisa bisa dengan cepat melihat postingan selebgram tersebut. Tak hanya itu, postingan di akun instagramnya bisa dijangkau ribuan hingga ratusan ribuan pengguna di media sosial instagram.

Efektifitas Instagram sebagai media promosi dapat dilihat dari besarnya pe,belian yang dilakukan berdasarkan informasi di Instagram yang mencapai 45%. Penggunaan instagram di dominasi kaum mudak sehingga produk yang disesuaikan juga harus sesuai dengan segmen tesebut.

1. Media Pemasaran langsung

Saat sekarang banyak online shop salah satunya di Kota Makassar memasarkan produknya melalu media sosial instagram. Media sosial merupakan alat yang sangat efektif untuk memasarkan suatu produk. Produk yang dipasarkan pun bermacam-macam. Dan salah satu objek yang banyak diminati untuk memasarkan suatu produk adalah Selebgram. Selebgram digunakan oleh perusahaan atau brand tertentu agar jualan mereka laku. Seperti yang dilihat sekarang pengikut para selebram mengikuti seharian mereka dan bisa berinteraksi langsung melalui kolom komentar maupun direct massage.

Pelaku bisnis online memakai jasa selebgram untuk memasarkan produknya dikarenakan para selebgram mempunyai daya jual yang tinggi. Mereka banyak dikenal orang dan mudah berinteraksi di media sosial. Ditambah dengan caption-caption foto atau video barang bisa dilihat langsung oleh para pengikutnya. Selebgram memanfaatkan instagram sebagai media pemasaran online menurut mereka instagram lebih punya potensi untuk penjualan karena bentuk sosial medianya gambar. Pemilihan media ini tentu saja tanpa adanya alasan yang jelas akan tetapi sebagaimana yang kita ketahui bahwa dalam berbagi foto instagram jauh lebih terfokus dibandingkan media sosial lainnya. Tidak seperti facebook dan twitter, instagram memang dirancang khusus untuk berbagi foto saja.Sementara dua media sosial lain, walaupun juga telah menyediakan fitur tersebut namun terdapat fitur lain yang menjadi unggulan keduanya seperti teks (update status). Inilah yang menjadikan instagram sebagai pemasaran media online yang paling tepat karena terfokus pada gambar yang akan dipromosikan. Instagram lebih banyak penggunanya dari kalangan anak muda sehingga jika kita memasarkan barang lewat aplikasi itu tentu mereka akan cepat merespon karena mereka rata-rata memiliki smartphone dan instagram sangat berpotensi dijadikan wadah pemasaran.

Seperti yang telah diketahui bahwa pengguna instagram di Indonesia semakin banyak hingga saat ini. Dimana penggunanya bukan hanya pada kalangan remaja tetapi hampir semuan kalangan menggunakannya. Ini tentu saja menjadi lahan yang menguntungkan bagi para pembisnis online shop Kelebihan instagram sebagai sosial media-pun di dukung dengan feature yang bagus dan memiliki aplikasi pendukung yang semakin membuat instagram unggul dibandingkan sama sosial media lain Selain memiliki fungsi sebagai sosial media, instagram di dukung dengan beberapa fitur. Sehingga dengan fitur yang ada tersebut, akan mampu membuat followers atau pengikut mudah untuk memilah apa yang sedang dicarinya. Feature instagram yang paling sering digunakan para selebgramyaitu insta story, upload foto, video,filter, sunting (kecerahan dan kontras), caption, tag, lokasi, hastag, sama aplikasi repost. Komunikasi pemasaran di instagram juga memiliki kelebihan dari tingkat penyebaran pemasaran yang luas. Contohnya beberapa online shop yang menggunakan menggunakan jasa endorse selebgram dalam komunikasi pemasarannya, dengan mengirimkan produk kepada selebgram, dan selebgram akan mengunggah foto/video di akun miliknya. Dengan jasa inilah penjualan online shop tersebut makin meningkat dilihat dari unggahan selebgram yang dipenuhi dengan komentar pertanyaan mengenai produk yang ditawarkan selebgram dan followers mereka pun akan bertambah.

**Kondisi Sosial Ekonomi Selebgram di Kota Makassar**

Keadaan sosial ekonomi orang itu berbeda-beda dan bertingkt, ada yang keadaan sosial ekonominya tinggi, sedang, dan rendah. Sosial ekonomi seseorang didalam kehidupannya bermasyarakat ditentukan oleh beberapa indikator berupa pendapatan, pekerjaan, dan pendidikan.

Pendapatan

Pendapatan merupakan sejumlah uang yang diterima oleh seseorang ataupun barang sebagai akibat dari kegiatannya usahanya. Seperti halnya dengan selebgram, mereka memanfaatkan instagram sebagai sumber pendapatanya. Banyaknya tawaran dari pemilik online shop untuk menggunakan jasa mereka dengan cara endors. Dalam sekali postingan mereka bisa meraup untung ratusan ribu rupiah. Dengan hanya bermodalkan kamera dan data internet mereka bisa mendapatkan keuntungan yang melimpah. Setiap selebgram pun tarif endorsnya beda-beda, tergantung dari kesepakan mereka dan bagaimana jenis foto yang akan di postingnya di feed instagram mereka.

Berdasarkan hasil wawancara beberapa selebgram di Kota Makassar dalam sebulan selebgram bisa meraup keuntungan atau pendapatan untuk sekali postingnya mereka mendapatkan kuntungan ratusan ribu. Dalam sebulan pendapatan selebgram di Kota Makassar bisa mencapai Rp.1.000.000 hingga Rp. 4.000.000 perbulannya. Bukan hanya uang tetapi bisa mendapatkan bonus barang yang di promosikannya.

Pekerjaan

Pekerjaan merupakan aktifitas yang dilakukan oleh seseorang untuk menghasilkan suatu uang. Seperti halnya selebgram yang ada di Kota Makassar mereka menjadi selebgram sebagai profesi untuk memenuhi kebutuhan pribadinya maupun sebagai pekerjaan sampingan.

Berdasarkan penelitian beberapa selebgram yang ada di Kota Makassar, mereka rata-rata menjadikan profesi sebagai pekerjaan sampingan, para selebgram hanya memanfaatkan waktu luangnya saat bermedia sosial. Para selebgram tidak membuang waktu waktunya begitu saja, tetapi mendapatkan keuntungan dari aktifitas tersebut.

Pendidikan

Pendidikan menurut H.H horne yaitu “perangkat dengan kelompok sosial melanjutkan keberadaannya dalam pembaharuan terhadap diri sendiri serta untuk mempertahankan ideal-ideal didalamnya.

Pendidikan juga merupakan tolak ukur perkembangan suatu masyarakat dalam menjalanai kehidupannya seperti dapat mempengaruhi pola pikirnya dalam kehidupan sosial maupun ekonominya.

Berdasarkan pengamatan peneliti, rata-rata selebgram di Kota Makassar mempunya latar belakang pendidikan yang tinggi, rata-rata mereka tamat Sekolah Menengah Atas dan melanjutkan pendidikannya ke Universitas baik Swasta maupun Negeri yang ada di Kota Makassar.

Bagi para selebgram, pendidikan sangatlah penting, selebgram sangat peduli dengan pendidikan mereka, karena bagi mereka bermedia sosial dengan menampilkan latar belakang sebagai seorang pelajar dan berbagai hal yang positif akan mudah diikuti oleh penggemarnya yaitu followers mereka di akun instagram.

**Dampak Kondisi Sosial Ekonomi Selebgram dalam Pemanfaatan Media Sosial Instagram di Kota Makassar**

Adapun dampak dari kondisi sosial ekonomi selebgram dalam pemanfaatan media sosial instagram di Kota Makassar yaitu dampak negatif dan dampak positif.

Dampak Negatif

Berdasarkan pemaparan para selebgram, bahwa menjadi seorang selebgram tidaklah muda, dan berdampak bagi aktifitas sosialnya setiap hari. Seseorang mudah [[30]](#footnote-30)memberikan penilaian dan mereka seakan tidak mempunya privasi di kehidupannya. Interkasi sosial selebgram tidak sama seperti masyarakat pada umumnya. Mereka lebih cenderung banyak berinteraksi di media sosial. Bahkan masyarakat pada umumnya memberika penilai buruk terhadap selegram, bukan hanya itu selebgram seringkali mendapat bulian dari lingkungan sekitar, bahkan banyak tidak disukai masyarakat pada umunya. Mereka menilai bahwa profesi selebgram bisa memberikan pengaruh buruk terhadap anak, mereka akan mudah mengikuti gaya selebgram.

Meningkatnya budaya konsumtif dikalangan anak muda karena melihat apa yang diposting para selebgram di akun media sosialnya. Selain itu mereka pun akan malas jika melakukan sesuatu, karena ketika mereka membuka instagram apapun yang dicarinya akan muncul. Seperti halnya untuk membeli pakaian, para pengikut selebgram otomatis akan melihat langsung apa yang ditampilkan mereka di feed instagramnya, mereka akan cepat tergoda apalagi postingan foto dengan caption-caption dan kualitas foto maupun video dibuat menarik. akan tetapi banyak juga yang mengatakan bahwa menjadi selebgram membuat seseorang mudah bergaul dan mendapatkan banyak teman.

Dampak Positif

Seseorang akan mudah menemukan suatu informasi yang dicarinya di media sosial instagram. Selain itu memperoleh banyak keuntungan dengan cara menjadikan media instagram sebagai sarana bisnis atau endorsement. Seperti halnya yang dilakukan selebgram mereka memanfaatkan instagram sebagai tempat mencari keuntungan dan menjadikan waktu mereka lebih bermanfaat. Disamping itu dengan sistem endors ini mereka bisa memenuhi kebutuhan sehari-harinya, seperti yang diceritakan beberapa selebgram bahwa semenjak menjadi selebgram mereka bisa membiayai kuliah dan membeli barnag apa saja yang mereka maui. Dan Mereka bisa berteman dengan siapa saja di media sosial Insatgram bukan hanya di Kota Makassar akan tetapi dari berbagai kota lainya. Seperti yang dipaparkan salah satu selebgram , selain menghasilkan pundi-pundi uang ia juga menerima berbagai tawaran kerja. Para selebgram mudah mendapatkan relasi dimana saja hanya dengan media sosial instagram.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

1. **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian sesuai dengan masalah yang diajukan disimpulkan sebagia berikut :

1. Gambaran pemanfaatan media sosial instagram di Kota Makassar yaitu mencakup sebagai media promosi dan pemasaran langsung. Mereka memanfaatkan instagram sebagai media untuk mempromosikan dan memasarkan barang dan jasa.
2. Kondisi sosial ekonomi selebgram di Kota Makassar berada dalam taraf ekonomi yang baik. Mereka mamanfaatkan instagram sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan individunya. Tingkat pendidikan yang dimilikinya juga tergolong baik, rata-rata mereka tamatan sekolah menengah atas dan melanjutkan pendidikannya di perguruan tinggi di Kota Makassar. Hal ini juga dipengaruhi latar belakang keluarga yang baik.
3. Dampak Kondisi sosial ekonomi selebgram dalam pemanfaatakan media sosial Instagram di Kota Makassar yaitu dampak negatif, dimana seorang selebgram biasa mendapatkan penilaian buruk dan kurangnya interaksi sosial di kehidupan nyatanya, kecanduan untuk selalu bermain instagram, selain itu dampak positifnya mereka mereka mendapat keuntungan dari sistem endosrnya dan bisa memenuhi kebutuhan sehari-harinya.
4. **Implikasi**

Selebgram memanfaatkan Instagram sebagai sumber pendapatannya merupakan perwujudan meningkatnya pendapatan seseorang yang menjadikannya sebagai pekerjaan sampingan. Kebutuhan ekonomi masyarakat yaitu selebgram bisa terpenuhi dengan baik. Selain itu tingkat ke eksisan selebgram lebih tinggi dari pengguna instagram lainnya. Namun, kadang mereka bisa membawa dampak buruk kepada seseorang yang mengikutinya di media sosial instagram seperti meningkatnya budaya konsumtif di kalangan pengguna media sosial instagram.

1. **Saran**
2. Bagi selebgram di Kota Makasar hendaknya menyeimbangkan interaksinya antara dunia maya dan dunia nyatanya. Mengurangi kecanduan bermedia sosialnya. Memanfaatkan media sosial instagram dengan seperlunya, memberikan contoh yang baik bagi para pengikutnya.
3. Bagi selebgram dan pengguna jasa selebgram agar lebih memperhatikan dampak yang ditimbulkan dari penggunaan media sosial instagram dan harus bijak dalam menggunakan media sosial instagram.

REFERENSI

Abdulsyani.1994.*Sosiologi Sistematika, Teori, dan Terapan. Jakarta* : Bumi Aksara

Afrizal. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers

Badan Pusat Statistik Kota Makassar Tahun 2009

Bungin Burhan. 2005. *Pornomedia : Sosiologi Media, Kontruksi Sosial, Teknologi Telematika & Perayaan Seks Di Media Massa*. Jakarta: Kencana

Bungin Burhan. 2014. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi di Masyarakat. .* Jakarta: Kencana

Damsar & Indrayani. 2011. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana

Dampakpenggunaaninstagram.blogspot.co.id/2016/12/dampak-penggunaan-instagram.html?m=1

Dewi Rahmawati. 2016*. Pemilihan dan Pemanfaataan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online.* Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Elly M Setiadi & Usman Kholip. 2013. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta : Kencana

Fadli Harisa Ramadan.2017*.Pemanfaatan Media Sosial Instagram Mr. Creampuff Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan*.Universitas Riau.

Budianto Heri. 2013. *Ilmu Komunikasi Sekarang Dan Tantangan Masa Depan*. Jakarta : Prenada Media Group

<Http://en.wikipedia.org/wiki/instagram>, diakses 8 Desember 2017 pukul 09.40

H.H Horne 2012. Pendidikan dalam dunia. Jakarta : Pt Yuridis cetakan ke II

Kantor walikota Makassar, bagian tata pemerintahan tahun 2009.

m.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia

Mahda Suri. 2017. *Pengaruh Celebrity Endorser Online Shop Di Instagram Terhadap Citra Perusahaan Ladyfameshope.* Universitas Lampung

Duverger Maurice. 2005. *Sosiologi Politik.* Jakarta: Rajawali Pers

Yusuf. Muri 2014*. Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Prenadamedia Group.* Hal, 328

Nasution. 2004. *Sosiologi Pendidikan.* Bandung : Jemmars

Ayun Qurrota. 2014. *Cyberspace and culture*. Yogyakarta : Buku Litera

Nasrullah Rulli. 2017. *Media Sosial Perspektif komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Rizky Ahmad Nugraha.2015.*Pemanfaatan Selebriti Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awarness Wadezig.*Universitas Islam Bandung

Soekamto Soerjono.2007.*Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta. Rajawali Press

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta

1. Heri Budianto. 2013. *Ilmu Komunikasi Sekarang Dan Tantangan Masa Depan*. Jakarta : PrenadaMedia Group. hal.23 [↑](#footnote-ref-1)
2. Burhan Bungin. 2005. *Pornomedia : Sosiologi Media, Kontruksi Sosial, Teknologi Telematika & Perayaan Seks Di Media Massa*. Jakarta: Kencana. hal. 26 [↑](#footnote-ref-2)
3. Ibid [↑](#footnote-ref-3)
4. Rulli Nasrullah. 2017. *Media Sosial Perspektif komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. hal.3 [↑](#footnote-ref-4)
5. Ibid.p.6 [↑](#footnote-ref-5)
6. Ibid [↑](#footnote-ref-6)
7. Ibid.p.8 [↑](#footnote-ref-7)
8. Ibid.p.11 [↑](#footnote-ref-8)
9. <http://en.wikipedia.org/wiki/instagram>), diakses 8 Desember 2017 pukul 09.40 [↑](#footnote-ref-9)
10. Dewi Rahmawati. 2016*. Pemilihan dan Pemanfaataan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online.*Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. hal,31 [↑](#footnote-ref-10)
11. Ibid [↑](#footnote-ref-11)
12. Fadli Harisa Ramadan.2017*.Pemanfaatan Media Sosial Instagram Mr. Creampuff Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan*.Universitas Riau. Hal.7 [↑](#footnote-ref-12)
13. Ibid [↑](#footnote-ref-13)
14. m.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia [↑](#footnote-ref-14)
15. Dampakpenggunaaninstagram.blogspot.co.id/2016/12/dampak-penggunaan-instagram.html?m=1 [↑](#footnote-ref-15)
16. Rizky Ahmad Nugraha.2015.*Pemanfaatan Selebriti Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awarness Wadezig.*Universitas Islam Bandung [↑](#footnote-ref-16)
17. Mahda Suri. 2017. *Pengaruh Celebrity Endorser Online Shop Di Instagram Terhadap Citra Perusahaan Ladyfameshope.* Universitas Lampung [↑](#footnote-ref-17)
18. Qurrota Ayun. 2014. *Cyberspace and culture*. Yogyakarta : Buku Litera. hal.1 [↑](#footnote-ref-18)
19. Ibid.p.2 [↑](#footnote-ref-19)
20. Ibid.p.3 [↑](#footnote-ref-20)
21. Soerjono Soekamto.2007.*Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta. Rajawali Press.hal 25 [↑](#footnote-ref-21)
22. Abdulsyani.1994.*Sosiologi Sistematika, Teori, dan Terapan. Jakarta* : Bumi Aksara [↑](#footnote-ref-22)
23. Nasution. 2004. *Sosiologi Pendidikan.* Bandung : Jemmars [↑](#footnote-ref-23)
24. Muri Yusuf. 2014*. Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Prenadamedia Group.* Hal, 328 [↑](#footnote-ref-24)
25. Afrizal. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.hal.135 [↑](#footnote-ref-25)
26. Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.hal.319 [↑](#footnote-ref-26)
27. Ibid.p.373 [↑](#footnote-ref-27)
28. Kantor walikota Makassar, bagian tata pemerintahan tahun 2009 [↑](#footnote-ref-28)
29. Badan Pusat Statistik Kota Makassar Tahun 2009 [↑](#footnote-ref-29)
30. H.H Horne 2012. Pendidikan dalam dunia. Jakarta : Pt Yuridis cetakan ke II hal 34 [↑](#footnote-ref-30)