

LAPORAN PENELITIAN
PROSES PEMBENTUKAN CITRA DIRI MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BAKRIE



Oleh:
DIANINGTYAS M. PUTRI

Prodi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Bakrie

Jakarta

2018

ABSTRAK

Self-image merupakan bagaimana seorang individu dapat menggambarkan dirinya melalui penilaian tentang tubuh atau fisiknya sendiri, untuk memberitahukan bagaimana 'diri'nya di mata dunia, seorang individu memberitahukannya melalui bantuan media sosial yakni Instagram. Perwujudan dinamika kepribadian merupakan hasil interaksi antara kebutuhan biologis yang mendasar dan pengungkapannya melalui tindakan-tindakan sosial, hal ini dijelaskan dalam teori psikologi sosial. Fasilitas yang dimiliki yakni foto serta *instastory* memberikan peluang bagi remaja untuk berinteraksi di dunia maya memberikan respon dengan memberikan ikon *love*, lalu ada kolom komentar memberikan input bagi yang memiliki akun Instagram tersebut. Fokus penelitian ini ingin mengetahui bagaimana proses pembentukan citra diri melalui media sosial Instagram pada mahasiswa Universitas Bakrie. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan analisis pengelolaan data menggunakan indepth interview terhadap lima informan yakni remaja pada usia 18-24 tahun, yang aktif menggunakan Instagramnya untuk mengunggah foto dan aktif juga mengunggah *instastory* di akun Instagram mereka. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kognitif (kebutuhan informasi) yang membuat pengguna membentuk citra diri. Hal-hal ini seperti kebutuhan dalam menggunakan media sosial, lalu memahami maksud dan fungsi dari penggunaan media sosial tersebut, juga kebutuhan akan informasi melalui media sosial, dan mengetahui trend yang sedang berkembang saat ini merupakan hal yang mempunyai hubungan dalam pembentukan citra diri.

Kata Kunci : diri, *self-image*, media sosial Instagram, teori psikologi sosial

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan Laporan Akhir Penelitian	ii
Abstrak	iii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
 BAB II KERANGKA TEORITIS	
2.1 Analisis Pemikiran Sebelumnya	10
2.2 Tinjauan Pustaka	22
2.2.1 Diri	22
2.2.2 Konsep Diri	26
2.2.3 Citra Diri (<i>Self Image</i>)	27
2.2.4 Teori Psikologi Sosial	29
2.2.5 Karakteristik Remaja	32
2.2.6 Komunikasi Massa	34
2.2.6.1 Media Massa	34
2.2.6.2 Media Sosial Instagram	37
2.3 Kerangka Pemikiran	41
 III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	43
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	43
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	44

3.3.1 Sumber Data Primer dan Sekunder	44
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	44
3.4 Metode Analisis Data	45
3.5 Teknik Pengujian Keabsahan Data	46
3.6 Keterbatasan Penelitian	46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pembentukan Citra Diri	47
4.2 Data Penelitian Wawancara	49

BAB V KESIMPULAN

5.1 SIMPULAN	54
5.2 SARAN	54

DAFTAR PUSTAKA	55
-----------------------------	-----------

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Self-image atau yang dikenal dengan citra diri merupakan bagaimana seorang individu dapat menggambarkan dirinya melalui penilaian tentang fisik atau tubuh sendiri yang dimilikinya. Dimana persepsi yang dibentuk oleh diri kita sendiri, dan seringkali tidak disadari oleh diri kita, karena memiliki bentuk yang sangat halus atau abstrak. Citra diri juga sering dianalogikan sebagai kartu identitas diri yang ingin diperkenalkan kepada semua orang di luar diri kita sendiri (Salmainsi, 2011). Pernyataan mengenai sebagai kartu identitas diri yang ingin diperkenalkan kepada semua orang di luar diri kita, merupakan cara individu untuk menunjukkan keberadaannya, Abraham Maslow dalam teorinya mengenai *Hierarchy of Needs*, menyampaikan bahwa ada lima level, dan salah satunya adalah *self-actualization*. Pada level ini, individu butuh keberadaannya diakui oleh orang di luar dirinya “*become more and more what one is, to become everything that one is capable of becoming*” (1943, p.382).

Era globalisasi sekarang ini, media memiliki peranan penting dimana perkembangan teknologi telah menciptakan sebuah ‘ruang baru’ yang bersifat artifisial dan maya, yakni *cyberspace*. Yasraf Amir Piliang dalam tulisannya yang berjudul “Masyarakat Informasi Dan Digital”, mengungkapkan juga *cyberspace* telah mengalihkan berbagai aktivitas manusia (politik, sosial, ekonomi, kultural, spiritual, seksual) di ‘dunia nyata’ ke dalam berbagai bentuk substitusi artifisialnya, sehingga apapun yang dapat dilakukan di dunia nyata kini dapat dilakukan dalam bentuk artifisialnya di dalam *cyberspace*. Dengan kata lain, memudahkan manusia atau individu tersebut untuk melakukan berbagai kegiatannya, namun adanya sifat artifisialnya ini, *cyberspace* telah membuat sebuah persoalan fenomenologis dan ontologis tentang ‘ada’ dan ‘keberadaan’ di dalamnya. *Cyberspace* telah dianggap sebagai sebuah ‘dunia kehidupan’ (*lifeworld*), seperti dunia kehidupan harian (*everyday life*). Keberadaan *cyberspace* ini telah membuat persoalan mendasar tentang ‘dunia kehidupan’ itu sendiri, dimana dunia yang dimaksud adalah sebuah dunia yang kompleks, yang melibatkan berbagai model kesadaran pengalaman, dan persepsi. Kesadaran manusia adalah selalu kesadaran akan sesuatu yakni kesadaran secara kognitif yang menangkap beragam objek di sekitar. Bila kesadaran kognitif itu tidak

berlangsung, maka artinya manusia berada di dalam alam bawah sadar atau ketaksadaran (Piliang, 2012:146).

Kebutuhan manusia akan *self-actualization*, mendorong mereka untuk mencari cara bagaimana menunjukkan keberadaan dirinya pada 'dunia', sebelumnya hanya pada orang-orang terdekatnya saja, namun karena kebutuhan tersebut meningkat oleh karena itu, manusia meningkatkannya agar 'dunia' bisa mengenal 'diri'. Kebutuhan tersebut pada akhirnya terjawab dengan pesatnya perkembangan digital ini, memudahkan manusia atau individu tersebut untuk menunjukkan keberadaannya pada 'dunia'. Jika menilik balik pada masa orde lama dan orde baru, arus informasi baik proses pengiriman dan penerimaannya mengalami hambatan dan keterbatasan dalam beragam aspek, yakni masyarakat tidak mendapatkan informasi yang terbuka, serta ingin menunjukkan keberadaan dirinya di 'dunia' juga mengalami keterbatasan. Usai masa orde tersebut, Indonesia masuk pada masa reformasi dimana informasi yang didapatkan sifatnya terbuka dan transparan. Hal ini memengaruhi pada perkembangan media massa. Terjadinya pergeseran budaya, sebelumnya budaya media tradisional menjadi budaya media yang digital. Dalam sebuah penelitian terbaru yang dituliskan oleh Nur Chandra Laksana dengan judul "Ini Jumlah Total Pengguna Media Sosial di Indonesia" dalam techno.okezone.com disampaikan bahwa telah dilakukan oleh *We Are Social and Hootsuite*, terungkap bahwa masyarakat Indonesia sangat gemar mengunjungi media sosial, tercatat setidaknya ada sekitar 130 juta masyarakat Indonesia yang aktif di berbagai media sosial berupa *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan lainnya. Dalam laporan ini juga terungkap pada Januari 2018, total masyarakat Indonesia sejumlah 265,4 juta penduduk. Sedangkan penetrasi penggunaan internet mencapai 132,7 juta pengguna. Dalam data ini juga terlihat jika sekira 120 juta pengguna, atau sekira 92 persen dari total pengguna media sosial datang dari perangkat *mobile* di Indonesia mencapai 49 persen dari total penduduk.

Dirangkum juga oleh *KompasTekno* dari *We Are Social*, Kamis (1/3/2018), bahwa *YouTube* menempati posisi pertama dengan presentase 43 persen, *facebook*, *Whatsapp*, dan *Instagram* membuntuti di posisi kedua hingga keempat secara berturut-turut. 41 persen pengguna media sosial Indonesia mengaku sering menggunakan *Facebook*, 40 persen sering menggunakan *WhatsApp*, dan 38 persen mengaku sering mengakses *Instagram*. Pengguna media sosial, naik 13 persen dengan pengguna *year-on-year* mencapai 3,196 miliar. Dengan data yang sudah dipaparkan ini, terlihat bahwa pengguna media sosial dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, untuk pola penggunaan medianya sendiri tergantung dari para penggunanya. Meningkatnya jumlah pengguna media, meningkat pula

dengan penggunaan media yang mengalami pergeseran penggunaan media yang tidak semestinya. Primada Qurrota Ayun dalam tulisannya “Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial Dalam Membentuk Identitas” menuliskan penggunaan media sosial di kalangan remaja pada saat ini merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari lagi. Hampir setiap hari remaja mengakses media sosial untuk sekedar mencari informasi melalui Twitter, kemudian menyampaikan kegiatan yang mereka lakukan melalui Facebook atau Path (Ayun, 2015:2).

Saat ini, Instagram resmi memiliki satu miliar pengguna dari seluruh dunia, TribunJakarta.com menyampaikan bahwa peningkatan secara signifikan dari tahun-tahun sebelumnya. Pada September 2017, jumlah pengguna Instagram baru mencapai 800 juta pengguna, dan dalam beberapa bulan Instagram mampu meraup pertumbuhan 200 juta pengguna. Dengan kelebihan yang dimiliki oleh media sosial Instagram yakni menggunakan mengutamakan layanan *posting* melalui foto dan video, serta media sosial ini juga tidak hanya dijadikan media untuk sekedar *having fun* namun juga saat dimanfaatkan oleh banyak pembisnis mejadi lahan mencari laba.

Kemudahan yang ditawarkan Instagram menjadikannya media yang cepat menarik perhatian masyarakat untuk menggunakannya, *digitalmarketer.id* menyampaikan tentang keunggulan Instagram yakni memposting foto atau video, memfollow, mengomentari, memberi *like*, hingga *searching* sesuai *hashtag* pun bisa dilakukan dengan sangat praktis. Fasilitas inilah yang disukai dan sangat digemari oleh remaja sekarang ini. Banyak dari mereka menggunakan Instagram untuk mengunggah beragam kegiatan yang dilakukan, kemudian di postingnya bisa berupa foto, video. Untuk mendorong pengguna agar membuat dan *menshare* konten lebih banyak lagi pada *platform*, Instagram telah membuat sebuah fitur yang memungkinkan pengguna mengirim foto dan video yang menghilang setelah 24 jam, yakni Instagram Stories. Fitur ini seperti *snapchat stories*, dimana foto dan video yang di *share* dalam Instagram bersifat sementara saja. Konten yang di *share* ke *stories* juga tidak akan muncul pada profil grid pengguna atau dalam Instagram feed. Inilah yang membuat *platform* favorit di kalangan remaja untuk kategori *sharing* foto dan video serta *messaging*. Seperti yang disampaikan oleh Kevin Systrom, Instagram co-founder bahwa: “*If Instagram is built around highlights, we’re filling in the space in between-becoming more about visual expression in general. We’re capturing all the world’s moments, not just the best ones*”, yang dimaksudkan adalah upaya untuk meningkatkan *sharing* pada dunia. Instagram sendiri muncul pada tahun 2010, fitur ini memiliki kemampuan untuk mengubah foto yang dihasilkan smartphone menjadi foto

professional dengan berbagai filter dan editing tools. Selain itu juga dengan adanya fitur ini memberikan sebuah cara untuk brand dan individu untuk memposting lebih banyak tanpa membebani feed orang lain, berikut yang disampaikan oleh pihak perusahaan melalui blog mereka: “*with Instagram Stories, you don’t have to worry about overposting. Instead, you can share as much as you want throughout the day-with as much creativity as you want*”. Para pengguna menjadi sangat antusias dengan adanya konten video *live* saat ini. Adanya fitur ini memberikan brand cara yang jitu untuk menghasilkan konten video *live* pada platform.

Instagram dengan kelebihan yang ditawarkannya tersebut membuat media sosial ini digemar saat ini. Adanya kemajuan teknologi menjadikan kemudahan bagi seseorang untuk menyalurkan bakatnya akan fotografi, serta bisa mengekspresikan diri mereka pada dunia. Hanya dengan menggunakan hp atau telepon selular saja dapat menghasilkan foto yang memiliki kualitas baik, dari hasil foto tersebut pengguna Instagram saling berinteraksi dengan memberikan reaksi seperti tanda hati merupakan tanda yang dipakai untuk menunjukkan jika kita menyukai foto atau video tertentu, sama seperti ikon *Like* di Facebook. Selain itu, kita juga bisa menggunakan ikon hati ini untuk melihat foto kita yang disukai dan dikomentari dari *follower*-kita. Menurut Soelarko dalam Tanasa (2015) dengan penelitiannya yang berjudul “Studi Kualitatif Motif dan Kepuasan Penggunaan Foto Selfie dalam Instagram. Jurnal Kommas 3: 25-33 menyampaikan semakin banyaknya penikmat dan penggiat foto, maka mengubah fungsi penggunaan foto itu sendiri, yang sebelumnya sebagai pelengkap sebuah tulisan atau artikel, namun saat ini foto menjadi bagian utama dan tulisan hanya sebagai *caption* atau penjelasan dari foto tersebut. Menurut data TNS (Taylor Neilson Sofres) yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Konsultan Riset Pemasaran melakukan penelitian secara *online* kepada 506 pengguna Instagram dari usia 18-44 tahun dari respon tersebut disimpulkan pengguna memiliki kebiasaan menggunakan Instagram sedikitnya satu kali dalam satu minggu. Kalangan anak muda (18-24 tahun) mendominasi penggunaan Instagram di Indonesia dengan presentase sebanyak 59%, sementara di urutan ke-2 berasal dari usia 25-34 tahun, dan posisi terakhir pengguna yang berusia 34-44 tahun. Kaum wanita tercatat paling banyak menggunakan Instagram (<http://dailysocial.id/post/riset-tns-generasi-terpelajar-dominasi-pemgguna-instagram-di-indonesia>, diakses pada tanggal 16 Mei 2018).

Tidak hanya itu saja, menurut Hansal Savla selaku Senior Direktor TNS Indonesia mengatakan bahwa “dari riset kami, 69% pengguna dari lulusan perguruan tinggi. Bahkan mayoritas pengguna Instagram bisa kami nilai lebih ‘pintar’ 11 kali lipat daripada

pengguna *smartphone* Indonesia pada umumnya”. Berdasarkan survey yang telah dilakukan juga, terungkap sekitar 63% wanita cenderung aktif menggunakan Instagram setiap harinya. Hal ini berbanding jauh dengan jumlah pria sebanyak 37%, yang mana mereka dinilai tergolong jarang membuka Instagram. Lanjut Hansal “memang, awalnya sebagai platform untuk *photo sharing*, namun mereka lebih kreatif dari yang kami kira. Mereka bisa mencari inspirasi, membagi pengalaman dalam mengabdikan sebuah foto, serta mencari informasi dan tren terbaru” (<http://www.liputan6.com/tekno/read>, diakses pada tanggal 16 Mei 2018). Dengan kata lain, karakteristik remaja pada usia 15-24 tahun ini adalah masa dimana mereka sedang mencari jati diri melalui media sebagai alat perantara untuk menyalurkan apa yang mereka rasakan, mereka pikirkan secara holistik. Pada usia ini, menurut Sidik Jatmika, remaja mulai menyampaikan kebebasannya dan haknya untuk mengemukakan pendapatnya sendiri, karena perkembangan kognitif psikologi remaja pertumbuhan otak mencapai kesempurnaan pada usia 12-20 tahun secara fungsional, perkembangan kognif remaja dapat digambarkan bahwa secara intelektual remaja mulai berpikir logis tentang gagasan abstrak. Berfungsinya kegiatan kognitif tingkat tinggi yakni membuat rencana, strategi, membuat keputusan-keputusan, serta memecahkan masalah, dinilai sudah mampu menggunakan abstraksi-abstraksi, lalu membedakan yang konkrit dengan yang abstrak. Tidak hanya itu saja, pada usia remaja ini juga mereka mencapai kebebasan emosional dari orang tua dan orang-orang dewasa lainnya dan mulai menjadi “diri sendiri”. Lalu bagaimana dengan perkembangan sosial pada usia remaja ini? Kemajuan perkembangan kognitif meningkatkan kualitas hubungan interpersonal karena membuat remaja mampu memahami dengan lebih baik keinginan, kebutuhan, perasaan, dan motivasi orang lain. Oleh sebab itu, tidak mengherankan, dengan makin kompleksnya pikiran, emosi, dan identitas pada masa remaja, hubungan sosialnya pun makin kompleks (Oswalt, 2010) dalam bukunya yang berjudul “*An Introduction to Adolescent Development*”.

Ruang lingkup dunia perkuliahan, interaksi sosialnya berbeda dengan ruang lingkup dunia Sekolah Menengah Atas (SMA). Di dunia perkuliahan, datang dari beragam latar belakang suku, agama, sosial ekonomi, dan sebagainya. Tidak hanya itu saja, di dunia ini dari segi pembahasan pembicaraan di kalangan SMA cenderung menghindari pembahasan mengenai seputar pelajaran. Berbeda dengan di dunia perkuliahan, yang dimana pembahasan yang diangkat melalui interaksi antar mahasiswa cenderung membahas mengenai akademik, baik dari segi mata kuliah dan tugas-tugasnya. Lalu, hasil interaksi dengan dosen. Metode belajar mengajar yang dilakukan di perkuliahan dengan

SMA pun berbeda, yakni di perkuliahan materi yang disampaikan di kelas, langsung diimplementasikan ke dalam kehidupan sehari-hari, seperti bagaimana cara komunikasi dengan *user* di dunia nyata kerja. Dosen memberikan materinya sesuai dengan teori dan ilmu praktisi yang dimilikinya, lalu mahasiswa diberikan tugas untuk mengaplikasikan ilmu yang sudah diterimanya, berupa bagaimana cara berkomunikasi ke *user* melalui *e-mail*, serta membuat kegiatan sosial dengan masyarakat seperti membuat *event*, *social campaign* dengan mengoptimalkan media sosial sebagai *tools* nya. Menurut Erik Erikson (1902) dalam buku *Childhood and Society* (2010), sebagai pencetus teori Psikologi Sosial atau dikenal dengan Psikososial mengatakan psikologi sosial berangkat dari gagasan bahwa pengenalan tingkah laku dan proses tersebut berlangsung pada lingkup sosial (yang dapat memengaruhi individu) dan kemudian melahirkan studi tentang proses intrapsikis dalam diri seseorang dalam kaitannya secara intersikis antar sesama (Nurrachman, 2005). Mengangkat variabel stimulus sosial sebagai bidang perilaku, Shaw and Costanzo (1982) mendefinisikan psikologi sosial sebagai ilmu pengetahuan yang mempelajari perilaku individual sebagai fungsi stimulus-stimulus sosial. Seperti yang disampaikan juga oleh Sherif & Muzfer, 1956 (dalam Sarwono dan Meinarno, 2009) yang dituliskan dalam jurnal Psikologi Sosial Volume 19, No. 1, 2011:16-18 yang dituliskan oleh Koentjoro Sorparno dan Lidia Sandra dari Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada, menyampaikan bahwa psikologi sosial sebagai ilmu tentang pengalaman dan perilaku individu dalam kaitannya dengan situasi stimulus sosial. Dengan kata lain, pengaruh lingkungan di sekitar individu memberikan stimulus sosial pada diri individu tersebut. Mahasiswa digolongkan dari beberapa kategori, yakni hedonis, akademis, aktivis, apatis, dan humoris, adapun juga istilah lain dalam tipe golongan mahasiswa yang ada dalam kehidupan kampus yaitu mahasiswa yang hanya kuliah pulang-kuliah pulang (kupu-kupu), lalu ada kuliah rapat-kuliah rapat (kura-kura), mahasiswa yang hanya kuliah dagang-kuliah dagang (kuda-kuda) yang jiwanya adalah berwirausaha, mahasiswa yang hanya kuliah nanti-kuliah nanti (kuna-kuna) yang terkadang sampai lulusnya telat. Kemudian ada tipe mahasiswa dengan sebutan *gazebo*, mahasiswa tipe ini adalah mahasiswa yang hidupnya tidak jelas, dan tidak memiliki tujuan. Tipe-tipe golongan mahasiswa inilah yang menjadi gaya hidup bagi mahasiswa sebagai stimulus sosial yang mempengaruhi psikologi mahasiswa.

Gaya hidup tidak hanya nampak pada sebuah golongan akan tetapi kepribadian mahasiswa juga termasuk gaya hidup. Kepribadian bagian dari gaya hidup yang dimaksud adalah kebiasaan remaja sekarang ini untuk publish kegiatan atau beragam aktivitas kehidupan mereka sehari-hari di Instagram. Selain itu, penggunaan media internet tidak

hanya untuk mengunduh kegiatan aktivitas mereka saja, namun juga mengandalkan media internet untuk menjadi sumber referensi utama dalam pencarian data daripada buku, dalam kegiatan perkuliahan mereka. Gaya hidup yang demikian ini, dapat memberikan dampak yang positif maupun negatif. Dimana jika penggunaannya tidak tepat, maka dampak negatifnya akan memengaruhi dalam proses pembentukan konsep dirinya, seseorang dengan konsep diri yang negatif akan sangat susah mengenal dirinya. Mereka kesulitan dalam memahami dan menerima fakta-fakta yang beragam mengenai dirinya sendiri. Karena dalam prosesnya terdapat proses penggambaran diri secara kognitif yang disebut sebagai citra diri (*self-image*).

Di awal telah disampaikan mengenai sedikit pemahaman tentang citra diri atau dikenal dengan *self-image*. Telah diulas juga bahwa karakteristik usia remaja, adalah upaya mereka untuk mencari jati diri mereka, melalui beragam cara dalam proses pembentukannya. Manusia sendiri dalam menggambarkan diri mereka, membutuhkan proses yang tidak singkat, dengan kata lain memakan waktu yang sangat lama dengan faktor yang memengaruhi dalam proses pembentukannya, sebab 'diri' atau self dalam jurnal yang berjudul "Proses Pembentukan Konsep Diri Di *One Earth School* Bali", halaman 104, disampaikan bahwa 'diri' merupakan sebuah sistem tentang persepsi yang terus berubah yang dibentuk dan dipertahankan dalam komunikasi dengan orang lain dan dengan diri kita sendiri (Wood, 2011:181). Dalam prosesnya sendiri, dipengaruhi oleh banyak faktor baik faktor internal maupun eksternal. Interaksi komunikasi kita dengan orang lain, dapat membentuk suatu perspektif orang lain terhadap kita. Oleh sebab itu, pada saat kita menginternalisasikan perspektif orang lain ini, kita menjadi bisa melihat diri kita sendiri melalui mata mereka. Hal inilah yang disebutkan oleh George Herbert Mead dalam buku Psikologi Komunikasi oleh Jalaludin Rahmat 2011, sebagai pembentukan konsep diri kita. Disampaikan juga bahwa konsep diri adalah apa yang kita lihat pada saat kita melihat ke diri kita sendiri seperti "gambar" diri kita. Namun, tentu saja "gambar" ini akan dapat berubah-ubah seiring waktu dalam setiap situasi, konsep diri merupakan sebuah proses, bukan sesuatu yang tetap namun pada tahap tertentu gambar yang terbentuk akan stabil sepanjang waktu dan dalam berbagai situasi. Rahmat (2009) menyampaikan ada dua bentuk dalam konsep diri yakni konsep diri komponen kognitif disebut *self-image*, dan komponen afektif disebut *self-esteem*.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya oleh peneliti bahwa upaya mereka dalam pencarian jati diri ini, dapat dilakukan beragam cara, adanya media sosial melalui

Instagram inilah sebagai wadah bagi para remaja usia tersebut untuk mengekspresikan diri mereka, memberitahukan pada dunia siapa diri mereka. Dalam penelitian ini, ingin mengetahui bagaimana proses pembentukan citra diri (*self-image*) pada mahasiswa Universitas Bakrie melalui media sosial instagram, yang mana interaksi sosial di dunia maya instagram tersebut cukup dapat memengaruhi citra diri seseorang yang ingin menunjukkan jati dirinya melalui foto dan *instastory* yang diposting di media sosial instagram pribadinya. Dari hasil foto tersebut pengguna Instagram saling berinteraksi berupa memberikan tanda *love*, komentar, dimana hal ini tanpa disadari respon yang diberikan berperan dalam proses pembentukan citra diri individunya.

1.2 Rumusan Masalah

Usai disampaikan di atas mengenai bagaimana fenomena remaja dalam menggunakan media sosial Instagram dalam kehidupan mereka, maka dapat dilihat bahwa usia mereka adalah usia masa pencarian dan lebih tepatnya pembentukan jati diri. Dalam prosesnya dipengaruhi oleh beragam faktor, salah satunya adalah peranan media sosial Instagram. Dalam teori Hirarki Kebutuhan (*Hierarchy of Needs theory*) disampaikan bahwa kebutuhan manusia harus terpenuhi. Jika kebutuhan fisiologisnya terpenuhi maka rasa aman terpuaskan, dari jenjang kebutuhan dijelaskan bahwa manusia butuh *self-actualization* (*self-actualization needs*) dimana kebutuhan manusia untuk mencapai tujuannya menjadi tercapai. Tidak hanya itu, dalam *self-actualization needs* ini kebutuhan manusia untuk menjadi yang seharusnya sesuai dengan potensinya, lalu kebutuhan kreatif, realisasi diri, serta perkembangan *self* nya juga. Selain itu, kebutuhan akan penghargaan diri dari orang lain atas upaya yang telah dilakukannya, juga sangat dibutuhkan oleh 'diri' manusia. Seperti, penghargaan dari orang lain, kebutuhan prestise, status, ketenaran, menjadi orang yang dibutuhkan atau penting, kehormatan, dan apresiasi dari orang lain terhadap 'diri'nya. Terkait dengan penggunaan media sosial Instagram, remaja ingin keberadaan dirinya dikenal dan diakui oleh netizen secara luas. Netizen yang dimaksud disini ialah sesama pengguna aktif media sosial Instagram. Apresiasi yang diharapkan oleh remaja pada karakteristik usia ini adalah banyaknya pujian yang diberikan melalui kolom komentar, tanda *love*, serta *re-publish* oleh netizen terhadap kegiatan yang dilakukannya.

Pada rumusan masalah ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana proses pembentukan citra diri (*self-image*) melalui media sosial Instagram pada mahasiswa Universitas Bakrie. Mengapa mahasiswa? Karena pada karakteristik usia remaja ini, mereka senang mem-*publish* beragam aktivitas mereka baik kegiatan akademik maupun non-akademik, sebab menurut Herlina (2013) dalam bukunya yang berjudul *Bibliotherapy*:

Mengatasi Masalah Anak dan Remaja Melalui Buku, menyampaikan setelah memasuki masa remaja, individu memiliki kemampuan untuk mengelola emosinya. Lalu, dapat mengembangkan kosa kata yang banyak sehingga dapat mendiskusikan dan kemudian memengaruhi keadaan emosional dirinya maupun orang lain. Faktor lain yang berperan secara signifikan dan pengaturan emosi yang dilakukan remaja adalah meningkatnya sensitivitas remaja terhadap evaluasi yang diberikan orang lain terhadap mereka. Dengan kata lain, adanya respon oleh netizen kepada mereka akan memengaruhi sensitivitas secara emosional mengenai kritik dan saran yang mana hal tersebut berperan dalam proses pembentukan citra diri (*self-image*).

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berkaitan erat dengan rumusan masalah yang sudah diuraikan di atas. Maka dalam tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses pembentukan citra diri (*self-image*) melalui media sosial Instagram pada mahasiswa Universitas Bakrie selaku pengguna aktif media sosial tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis adalah manfaat yang dapat memberikan sumbangsih bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya psikologi komunikasi yang terkait dengan proses pembentukan citra diri (*self-image*) dalam konsep diri usia karakteristik remaja, dan dapat dijadikan referensi untuk peneliti selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis adalah manfaat yang dapat diberikan untuk para ahli komunikasi dalam pemahaman proses pembentukan citra diri (*self-image*) dalam konsep diri usia karakteristik remaja melalui media sosial Instagram.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Analisis Pemikiran Sebelumnya

Berikut adalah penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi acuan bagi penulis dalam penyusunan penelitian, adalah sebagai berikut:

1. Hubungan Konsep Diri dan Kecanduan Jejaring Sosial terhadap Prestasi Akademik pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Teknik Informatika, oleh I Made Lasamana Wijaya, Ketut Agustini, dan I ketut Resika Arthana, tahun 2016.

Internet dan jejaring sosial telah menjadi bagian dari kehidupan mahasiswa. Berbagai manfaat yang diperoleh dari internet dan jejaring sosial seharusnya dapat meningkatkan kompetensi mahasiswa sebagai bagian dari dunia pendidikan global karena banyak hal yang mudah didapatkan dengan waktu yang singkat. Fokus penelitian ini adalah konsep diri dan jejaring sosial. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah prestasi akademik mahasiswa, konsep diri, dan jejaring sosial. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan jenis penelitian korelasi yang bersifat *ex facto*. Objek penelitian ini adalah mahasiswa reguler Jurusan Pendidikan Teknik Informatika angkatan 2013. Fenomena yang terkait dalam penelitian ini adalah mahasiswa cenderung menyalahgunakan ketersediaan teknologi untuk kepentingan hiburan semata dan tenggelam dalam dunianya sendiri (kecanduan) melalui keberadaan teknologi tersebut. Kecanduan yang paling populer dan rentan dialami mahasiswa saat ini adalah kecanduan jejaring sosial yang dapat berdampak pada prestasi akademik mahasiswa bersangkutan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsep diri memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap prestasi akademik pada mahasiswa jurusan Pendidikan Teknik Informatika dengan sumbangan 36,2%, kecanduan jejaring sosial memiliki hubungan yang negative dan signifikan terhadap prestasi akademik pada

mahasiswa jurusan Pendidikan Teknik Informatika dengan sumbangan sebesar 16,3%, dan terakhir ialah konsep diri dan kecanduan jejaring sosial secara bersama-sama memiliki hubungan positif dan negatif yang signifikan terhadap prestasi akademik pada mahasiswa jurusan Pendidikan Teknik Informatika dengan sumbangan sebesar 41,9%.

2. Citra Diri ditinjau Dari Intensitas Penggunaan Media Jejaring Sosial Instagram Pada Siswa Kelas XI SMA N 9 Yogyakarta, oleh Landesi Andarwati, tahun 2016.

Citra diri dapat dibangun oleh remaja melalui internet atau media sosial. Remaja sudah tidak asing lagi dalam penggunaan internet untuk bermain media sosial, terutama remaja di daerah perkotaan. Fokus penelitian ini adalah citra diri dan media sosial instagram. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah citra diri. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Objek pada penelitian ini ialah citra diri dari remaja kelas XI SMA N 9 Yogyakarta. Fenomena yang terkait dalam penelitian ini adalah penggunaan media sosial instagram membawa kemudahan bagi siswa untuk membangun komunikasi dan menampilkan dirinya kepada orang lain, akan tetapi instagram juga membawa dampak negatif seperti krisis percaya diri, persaingan kehidupan mewah, dan tidak mau menatap realita dan kenyataan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media jejaring sosial instagram siswa kelas XI SMA Negeri 9 Yogyakarta tergolong tinggi, yaitu sebanyak 76 siswa (76%) siswa berada pada kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa siswa memiliki minat tinggi dan tujuan yang tetap dalam menggunakan instagram, minat dan tujuan tersebut seperti minat untuk berinteraksi dengan orang lain melalui instagram, selain itu siswa juga merasa senang menggunakan instagram, tahu dan paham bagaimana cara menggunakan fitur, konten, serta aplikasi instagram, dan siswa juga memiliki durasi dan frekuensi yang tinggi dalam penggunaan instagram. Berdasarkan durasi siswa kelas XI SMA Negeri 9 Yogyakarta tergolong ke dalam medium user (pengguna sedang) yaitu siswa yang menggunakan instagram antara 10 – 40 jam setiap bulannya.

3. Instagram, dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter *Account* Instagram @basukibtp), oleh Rama Kertamukti, tahun 2015.

Kegiatan sosial atau kegiatan yang dapat menaikkan opini dibentuk untuk menambah citra seseorang. Media bisa menjadi sekutu kuat dalam mendapatkan pesan dan menyebarkan pesan, memahami peran media dan membangun hubungan yang kuat sebagai ujung tombak pencitraan. Fokus penelitian ini adalah Instagram, dan Citra. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah media sosial sebagai komunikasi, citra dalam visual, persepsi visual. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Objek penelitian ini ialah citra diri, dan media sosial Instagram. Fenomena yang terkait dalam penelitian ini adalah Media sosial seperti Instagram dapat membentuk visualisasi seseorang dengan segala aktivitasnya. Media seperti ini dapat membentuk dan membangun pendapat umum dengan cara visualisasi yang baik dan sesuai dengan pengharapan masyarakat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Basuki Tjahya Purnama yang sering disapa Ahok menghadirkan foto-foto sebagai bukti kegiatannya di Balai Gubernur maupun ketika memimpin rapat di kantor atau di luar kantor. Fungsi amplifikasi dibentuk dalam visualisasi di foto-foto dalam instagram, citra yang diharapkan dibentuk. Visualisasi ini dianalisa menggunakan teori Dramaturgi menjelaskan bahwa identitas manusia adalah tidak stabil dan setiap identitas itu merupakan bagian kejiwaan psikologi yang mandiri.

4. Pemakaian Media Sosial dan *Self Concept* Pada Remaja, oleh Pamela Felita, Christine Siahaja, Vania Wijaya, tahun 2016.

Remaja merupakan komunitas terbesar dalam masyarakat Indonesia yang menggunakan media sosial secara regular. Alasan awal mereka sangat aktif menggunakan media sosial adalah untuk mencari perhatian, meminta pendapat, dan menumbuhkan citra, namun lama kelamaan akhirnya menjadi ketergantungan. Fokus penelitian ini adalah konsep diri remaja, dan sosial media. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep diri remaja, *identity Vs Identity Confusion*, media sosial dan konsep diri remaja, *imagery audience*, dan dampak negatif penggunaan media sosial. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif. Objek penelitian ini ialah, konsep diri

remaja. Fenomena yang terkait dalam penelitian ini adalah remaja yang masih merasa dirinya kurang baik di mata komunitas media sosial yang mana, dirinya selalu berusaha memperbaiki tampilannya dengan pendukung melalui media sosial Instagram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh responden, yaitu sebanyak 108 responden, memiliki akun media sosial. Manfaat yang dirasakan setelah penggunaan media sosial yaitu sebanyak 69.4% merasa wawasan menjadi lebih luas, 57.4% merasa pergaulan menjadi semakin luas (mendapat teman baru), 90.7% mendapat banyak informasi, 14.8% merasa semakin percaya diri, dan lain-lain sebanyak 3.7%. Berdasarkan hasil survei, seseorang dapat menggunakan media sosial selama kurang dari satu jam sebanyak 10.2%, satu jam sebanyak 13%, dua jam sebanyak 24.1%, tiga jam sebanyak 9.3%, dan lebih dari tiga jam sebanyak 43.5%. Alasan para remaja ini menggunakan media sosial yaitu 34.3% untuk mengikuti trend, 86.1% untuk mengupdate informasi, 60.2% untuk memperluas koneksi, 63% untuk mengisi waktu luang, 76.9% untuk berkomunikasi, 24.1% untuk berwirausaha/berbisnis, 45.4% untuk berbagi pengalaman/moment, dan 17.6% untuk bermain game.

5. Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Pembentukan Citra Diri, oleh Zaim Qashmal, dan Dadi Ahmadi, tahun 2015.

Penggunaan media sosial saat ini tidak dapat dilepaskan dari kegiatan masyarakat *modern*. Percepatan informasi menjadi dampak yang harus dimanfaatkan oleh masyarakat, salah satu bentuk pemanfaat tersebut adalah media sosial, mulai dari Facebook, Twitter, sampai Instagram. Fokus penelitian ini adalah media instagram, dan pembentukan citra diri. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi massa, media internet, dan citra diri. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Objek penelitian dalam penelitian ini ialah citra diri. Fenomena yang terkait dalam penelitian ini seperti keberadaan *new media* saat ini memiliki kelebihan dalam menyajikan berbagai informasi secara actual. Fitur-fitur dalam internet yang disebut jejaring sosial seperti Blog, Facebook, Twitter, Skype, dan *Social Network* lainnya yang diberikan nternet membuat penggunanya dapat memilih dengan cara apa berkomunikasi dan men-*share* informasi. Kemudahan dan hal-hal yang bersifat instan itulah yang menjadikan fitur internet membuat sebagian

besar penggunaannya merasa nyaman sehingga banyak yang menjadikan internet sebagai suatu kebutuhan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan perkembangan kognitif terhadap pembentukan citra diri, hal ini disebabkan beberapa faktor yang dibutuhkan oleh responden, kebutuhan yang dimaksud ialah seperti untuk mendapatkan informasi terkini, mendapatkan wawasan baru, dan untuk mengetahui *trend* yang sedang berkembang saat ini yang mana hal tersebut menjadi faktor penyebab adanya hubungan antara penggunaan instagram berdasarkan perkembangan kognitif terhadap pembentukan citra diri, kedua terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan integratif personal (pengaruh kredibilitas) terhadap pembentukan citra diri, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang dibutuhkan oleh responden, kredibilitas, tingkat stabilitas kepercayaan, dan aktualisasi diri menjadi faktor yang menyebabkan adanya hubungan antara penggunaan instagram berdasarkan integrative personal (pengaruh kredibilitas) terhadap pembentukan citra diri, ketiga terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan integratif sosial (kebutuhan sosial) terhadap pembentukan citra diri, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang dibutuhkan oleh responden seperti interaksi yang baik, kemudahan komunikasi, sarana bertukar informasi pun menjadi faktor yang menyebabkan adanya hubungan antara penggunaan instagram berdasarkan kebutuhan sosial terhadap pembentukan citra diri, lalu yang terakhir terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan pelepasan ketegangan terhadap pembentukan citra diri. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang dibutuhkan responden seperti menghindari diri dari tekanan pikiran, sarana hiburan, dan sarana mencurahkan isi pikiran.

No	Judul, Nama Peneliti, Tahun Penelitian, dan Sumber	Tinjauan Pustaka	Objek Penelitian	Hasil Penelitian	Analisis
1	Hubungan Konsep Diri dan Kecanduan Jejaring Sosial terhadap Prestasi	1. Prestasi akademik mahasiswa 2. Konsep diri,	mahasiswa reguler Jurusan Pendidikan	Bahwa konsep diri memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap	Kelebihan: Tinjauan pustaka yang digunakan sudah sesuai

	<p>Akademik pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Teknik Informatika, oleh I Made Lasamana Wijaya, Ketut Agustini, dan I ketut Resika Arthana, tahun 2016.</p> <p>Sumber: https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/KP/search/titles?searchPage=2</p>	<p>dan</p> <p>3. Jejaring sosial.</p>	<p>Teknik Informatika angkatan 2013</p>	<p>prestasi akademik pada mahasiswa jurusan Pendidikan Teknik Informatika dengan sumbangan 36,2%, kecanduan jejaring sosial memiliki hubungan yang negative dan signifikan terhadap prestasi akademik pada mahasiswa jurusan Pendidikan Teknik Informatika dengan sumbangan sebesar 16,3%, dan terakhir ialah konsep diri dan kecanduan jejaring sosial secara bersama-sama memiliki hubungan positif dan negatif yang signifikan terhadap prestasi akademik pada mahasiswa jurusan Pendidikan Teknik Informatika dengan sumbangan sebesar 41,9%.</p>	<p>dengan penelitian, tinjauan pustaka sudah diimplementasikan dalam hasil pembahasan</p> <p>Kekurangan: Pembahasan teori kurang di bahas secara mendalam.</p>
2	<p>Citra Diri ditinjau Dari Intensitas Penggunaan Media Jejaring Sosial Instagram Pada Siswa Kelas XI SMA N 9 Yogyakarta, Landesi Andarwati, tahun 2016.</p> <p>Sumber: http://journal.studen</p>	<p>1. Citra diri</p>	<p>Citra diri pada remaja kelas XI SMA N 9 Yogyakarta.</p>	<p>Intensitas penggunaan media jejaring sosial instagram siswa kelas XI SMA Negeri 9 Yogyakarta tergolong tinggi, yaitu sebanyak 76 siswa (76%) siswa berada pada kategori tinggi. Hal</p>	<p>Kelebihan: Hasil penelitian yang dilakukan di bahas secara mendalam oleh peneliti.</p> <p>Kekurangan: Tidak ada pendukung tinjauan pustaka yang digunakan,</p>

	t.uny.ac.id/ojs/index.php/fipbk/article/viewFile/972/882			tersebut menunjukkan bahwa siswa memiliki minat tinggi dan tujuan yang tetap dalam menggunakan instagram, minat dan tujuan tersebut seperti minat untuk berinteraksi dengan orang lain melalui instagram, selain itu siswa juga merasa senang menggunakan instagram, tahu dan paham bagaimana cara menggunakan fitur, konten, serta aplikasi instagram, dan siswa juga memiliki durasi dan frekuensi yang tinggi dalam penggunaan instagram. Berdasarkan durasi siswa kelas XI SMA Negeri 9 Yogyakarta tergolong ke dalam medium user (pengguna sedang) yaitu siswa yang menggunakan instagram antara 10 – 40 jam setiap bulannya	
3	Instagram, dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual	1. Media sosial sebagai komunikasi, 2. Citra dalam	Citra diri, dan media sosial instagram	Menunjukkan bahwa Basuki Tjahya Purnama yang sering disapa	Kelebihan: Bahasa yang digunakan cukup dipahami pembaca,

	<p>dalam Pembentukan Personal Karakter <i>Account</i> Instagram (@basukibtp), oleh Rama Kertamukti, tahun 2015.</p> <p>Sumber: https://www.neliti.com/id/publications/224313/instagram-dan-pembentukan-citra-studi-kualitatif-komunikasi-visual-dalam-pembent</p>	<p>visual,</p> <p>3. Persepsi visual.</p>		<p>Ahok menghadirkan foto-foto sebagai bukti kegiatannya di Balai Gubernur maupun ketika memimpin rapat di kantor atau di luar kantor. Fungsi amplifikasi dibentuk dalam visualisasi di foto-foto dalam instagram, citra yang diharapkan dibentuk. Visualisasi ini dianalisa menggunakan teori Dramaturgi menjelaskan bahwa identitas manusia adalah tidak stabil dan setiap identitas itu merupakan bagian kejiwaan psikologi yang mandiri.</p>	<p>dan teori yang digunakan diimplementasikan dalam hasil penelitian,</p> <p>Kekurangan: Abstrak yang terdapat dalam penelitian kurang menggambarkan keseluruhan isi dari penelitian yang dilakukan.</p>
4	<p>Pemakaian Media Sosial dan <i>Self Concept</i> Pada Remaja, oleh Pamela Felita, Christine Siahaja, Vania Wijaya, tahun 2016.</p> <p>Sumber: http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/manasa/issue/view/140/sHowToc</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep diri remaja 2. <i>Identity Vs Identity Confusion</i>, 3. Media sosial dan konsep diri remaja, 4. <i>Imagery audience</i>, dan dampak negatif penggunaan media sosial 	<p>Konsep diri remaja.</p>	<p>Seluruh responden, yaitu sebanyak 108 responden, memiliki akun media sosial. Manfaat yang dirasakan setelah penggunaan media sosial yaitu sebanyak 69.4% merasa wawasan menjadi lebih luas,</p>	<p>Kelebihan: Teori yang digunakan dalam penelitian sesuai dengan penelitian yang diangkat. Hasil dari penelitiannya pun dibahas sangat detail dan jelas.</p> <p>Kekurangan: Abstrak yang terdapat dalam penelitian terlalu banyak untuk menggambarkan</p>

				<p>57.4% merasa pergaulan menjadi semakin luas (mendapat teman baru), 90.7% mendapat banyak informasi, 14.8% merasa semakin percaya diri, dan lain-lain sebanyak 3.7% Berdasarkan hasil survei, seseorang dapat menggunakan media sosial selama kurang dari satu jam sebanyak 10.2%, satu jam sebanyak 13%, dua jam sebanyak 24.1%, tiga jam sebanyak 9.3%, dan lebih dari tiga jam sebanyak 43.5%. Alasan para remaja ini menggunakan media sosial yaitu 34.3% untuk mengikuti trend, 86.1% untuk mengupdate informasi, 60.2%</p>	<p>keseluruhan dari isi penelitian.</p>
--	--	--	--	--	---

				<p>untuk memperluas koneksi, 63% untuk mengisi waktu luang, 76.9% untuk berkomunikasi, 24.1% untuk berwirausaha/berbisnis, 45.4% untuk berbagi pengalaman/moment, dan 17.6% untuk bermain game</p>	
5	<p>Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Pembentukan Citra Diri, oleh Zaim Qashmal, dan Dadi Ahmadi, tahun 2015.</p> <p>Sumber: http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/view/305/pdf</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikasi massa 2. Media internet 3. Citra diri 	<p>Citra diri mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.</p>	<p>Terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan perkembangan kognitif terhadap pembentukan citra diri, hal ini disebabkan beberapa faktor yang dibuuthkan oleh responden, kebutuhan yang dimaksud ialah seperti untuk mendapatkan informasi terkini,</p>	<p>Kelebihan: Teori yang digunakan diimplementasikan dalam hasil pembahasan penelitian.</p> <p>Kekurangan: Tinjauan pustaka yang dikaitkan dalam penelitian kurang dibahas secara detail,</p>

				<p>mendapatkan wawasan baru, dan untuk mengetahui <i>trend</i> yang sedang berkembang saat ini yang mana hal tersebut menjadi faktor penyebab adanya hubungan antara penggunaan instagram berdasarkan perkembangan kognitif terhadap pembentukan citra diri, kedua terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan integratif personal (pengaruh kredibilitas) terhadap pembentukan citra diri, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang dibutuhkan oleh responden, kredibilitas, tingkat stabilitas kepercayaan, dan</p>	
--	--	--	--	--	--

				<p>aktualisasi diri menjadi faktor yang menyebabkan adanya hubungan antara penggunaan instagram berdasarkan integrative personal (pengaruh kredibilitas) terhadap pembentukan citra diri, ketiga terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan integratif sosial (kebutuhan sosial) terhadap pembentukan citra diri, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang dibutuhkan oleh responden seperti interaksi yang baik, kemudahan komunikasi, sarana bertukar informasi pun menjadi faktor yang menyebabkan</p>	
--	--	--	--	---	--

				<p>adanya hubungan antara penggunaan instagram berdasarkan kebutuhan sosial terhadap pembentukan citra diri, lalu yang terakhir terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan pelepasan ketegangan terhadap pembentukan citra diri. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang dibutuhkan responden seperti menghindari diri dari tekanan pikiran, sarana hiburan, dan sarana mencurahkan isi pikiran.</p>	
--	--	--	--	---	--

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Diri

Diri adalah semua ciri, jenis kelamin, pengalaman, latar belakang budaya, pendidikan dan sebagainya yang melekat pada seseorang. Makin dewasa dan makin tinggi kecerdasan seseorang, makin mampu ia menggambarkan dirinya sendiri, makin baik konsep dirinya. Dijelaskan oleh James bahwa ada 2 jenis diri, yaitu 'diri' dan 'aku', diri adalah sebagaimana dipersepsikan oleh orang lain atau diri sebagai objek (*objective self*), sedangkan Aku adalah inti dari diri aktif, mengamati, berpikir, dan berkehendak (*subjective self* :1). Salah satu penentu dalam keberhasilan perkembangan adalah konsep diri.

Menurut Mead, "diri" memiliki dua aspek yakni *The I* dan *The Me*. *The I* adalah sisi diri yang kreatif dan spontan, *the I* bertindak secara impulsive sebagai bentuk respon terhadap keinginan dan hasrat dari dalam terlepas dari norma-norma sosial yang ada. Sedangkan, *the me* adalah bagian dari "diri" yang memiliki kesadaran sosial yang mengawasi dan mengatur *impulse the I*. setiap tindakan berawal dengan sifat menurut kata hati dari *I* dan menjadi terkendali secara cepat oleh *me*. *I* merupakan pendorong dalam tindakan, jika *me* memberikan arah dan petunjuk (Atinkson & Housley, 2003; Leeds-Hurwitz, 2006; Sandstrom, Martin, & Fine, 2001).

'Diri' atau *self* menurut George Herbert Mead bukanlah bawaan lahir tetapi diperoleh melalui proses komunikasi dengan orang lain. Pentingnya peran interaksi kita dengan orang lain dalam perkembangan *self* menekankan bahwa *self* sebagai proses. Mead membaginya menjadi tiga tahapan dalam prosesnya, oleh Tamotsu Shibutani melalui artikelnya "*Reference Group As Perspectives*" menambahkan satu fase lagi. Secara singkat, munculnya *self* terjadi berdasarkan empat tahapan berikut (Charon, 2007:75-78):

1. *The Preparatory Stage*

Tahapan pertama, *self* disebut sebagai tahap persiaoran dengan kemunculan *self* yang masih sangat primitive, sebuah tahapan *presymbolic*. Mead mungkin tidak secara eksplisit menyebutkan tahapan ini, tetapi Mead

mengimplikasinya dalam berbagai tulisan (Meltzer, 1972:15). Sang anak akan bertindak sama seperti orang dewasa lakukan. Sang anak meniru tindakan orang lain terhadap benda dan terhadap dirinya sendiri terhadap benda.

2. *The Play Stage*

Tahap kedua disebut Mead sebagai tahap bermain yang terjadi pada usia sangat dini dalam perkembangan seseorang pada saat orang tersebut belajar memahami bahasa. Untuk sebagian besar anak, proses mempelajari dan memahami bahasa terjadi pada usia yang sangat dini sehingga membuat tahap persiapan menjadi tidak signifikan dari sudut pandang waktu. Setelah mempelajari bahasa, sekarang anak bisa memberikan label dan mendefinisikan benda dengan kata-kata yang memiliki arti, sehingga objek yang sebelumnya dikenali dengan imitasi sekarang menjadi dikenal dengan kata-kata yang memiliki arti sama seperti apa yang dipahami orang lain. *The self* akan menonjol keluar dan diberi label oleh *particular others*. Si anak akan mengetahui siapa namanya dan merespon pada saat dirinya disebut atau diajak berkomunikasi oleh orang lain. Pada saat orang lain menunjuk kepada diri kita, kita akan melihat diri kita sendiri. Kita menjadi objek sosial untuk diri kita sendiri. Orang lain akan menunjuk kita dan memberi kita nama. Penciptaan *self* sebagai objek sosial adalah identifikasi terhadap objek tersebut. Identifikasi melibatkan penamaan. Pada saat sebuah objek telah diberi nama dan diidentifikasi maka sederatan tindakan dapat dilakukan terhadap objek tersebut (Denzin, 1972: 306). Nama kita dan juga berbagai panggilan lain digunakan untuk mengidentifikasi “*me*” dalam hubungan dengan orang lain. Selama tahapan bermain, sang anak akan mengambil perspektif dari individu tertentu yang Mead sebut sebagai *particular others*. *Particular others* adalah panutan (*role model*) dan melalui interaksi dengan panutan inilah si anak dapat mengembangkan kemampuannya untuk mengendalikan perilaku (Elkin & Handel, 1972 : 50). Alasan Mead menyebut tahap kedua ini sebagai tahap bermain adalah karena sang anak akan mengambil perspektif dari satu orang *particular others* saja pada satu waktu. Dalam tahapan ini seseorang belum mampu melihat diri mereka sendiri dari perspektif banyak orang secara abersamaan.

3. *The Game Stage*

The game merepresentasikan organisasi dan perlunya mengambil perspektif dari banyak orang pada waktu yang bersamaan. Kerjasama dan hidup berkelompok memerlukan pengetahuan tentang posisi seseorang didalam sebuah kelompok yang terdiri dari banyak orang. Hidup dalam sebuah kelompok menuntut kita untuk mengetahui budaya dan perspektif dari kelompok tersebut. Menurut Mead tahapan ini adalah tahapan yang sudah dewasa, *self* yang dapat menggabungkan semua *particular others* menjadi *generalized others*. *Self* menjadi sesuatu yang lebih utuh, bisa berubah-ubah dalam interaksi namun tidak berubah secara radikal setiap kali menghadapi *particular others* yang berbeda-beda.

4. *Reference Group Stage*

Mead tidak pernah menjelaskan apakah seseorang memiliki satu *generalize others* atau beberapa. Tampaknya apa yang tadinya dianggap satu dapat bertambah menjadi beberapa. Tamotsu Shibutani, membuat tahap perkembangan ini menjadi eksplisit menekankan apa yang ada pada tahap keempat dari *self, reference group stage*, sebuah tahapan yang sangat menggambarkan karakteristik sebuah kelompok masyarakat modern. Seseorang akan berinteraksi dengan banyak kelompok yang berbeda sehingga orang tersebut akan memiliki beberapa kelompok referensi yang berbeda. Orang tersebut akan berbagi sebuah perspektif di dalam tiap kelompok yang ia masuki termasuk perspektif yang ia gunakan untuk mendefinisikan *self* dalam masing-masing kelompok tersebut. Jika ia terus berinteraksi secara sukses dengan masing-masing kelompok referensi maka perspektif tersebut pasti menjadi *generalized other* dari orang itu yang digunakan untuk melihat dan mengarahkan *self* selama di dalam kelompok. Dengan demikian, pada tahap terakhir ini semua orang yang berarti untuk kita akan menjadi sebuah campuran yang kompleks dari *generalized others* dengan kelompok referensi yang terpisah dimana sudut pandang tertentu tentang *self* menjadi penting dalam sebuah situasi.

Menurut paham dalam interaksi simbolik, individu berinteraksi dengan individu lainnya sehingga menghasilkan suatu ide tertentu mengenai diri.

Sebuah teori yang mengungkapkan mengenai diri, bagaimana pengalaman berinteraksi dengan dengan orang lain. Dalam teori tentang diri ini, terdiri atas seperangkat elemen yang terdiri dari tiga dimensi. “Dimensi pertama adalah dimensi menunjukkan (*display*), yaitu apakah aspek dari diri itu dapat ditunjukkan kepada pihak luar (*public*) atau merupakan sesuatu yang privat. “Dimensi kedua adalah realisasi atau sumber, yaitu tingkatan atau derajat pada bagian atau wilayah tertentu dari ‘diri’ yang dipercaya berasal dari dalam individu sendiri atau berasal dari luar. Elemen diri yang dipercaya berasal dari internal disebut dengan istilah *individually realized*, sedangkan elemen diri yang dipercaya berasal dari hubungan orang itu dengan kelompoknya disebut dengan *collectively realized*. Dimensi ketiga adalah disebut dengan agen, yaitu derajat atau tingkatan dari kekuatan aktif yang ditimbulkan oleh diri. Elemen aktif merupakan tindakan yang dilakukan orang, sedangkan elemen pasif adalah kebalikannya” (Morissan dkk, 2010: 136-137)

2.2.2 Konsep Diri

Hurlock, mengemukakan bahwa konsep diri merupakan pandangan seseorang mengenai dirinya sendiri secara keseluruhan sebagai hasil observasi terhadap dirinya di masa lalu dan pada saat sekarang (Hurlock, 1980 : 34). Konsep diri seseorang dipengaruhi oleh anggapan atau penilaian orang sekitarnya terhadap dirinya. Hal itu disebabkan karena konsep diri seseorang dibentuk melalui belajar, sebagai hasil belajar ia mengandung unsur-unsur deskriptif (panggambaran diri) unsur evaluatif (penilaian) yang berbaur dengan unsur pengalaman (Burns, 1993:71). Konsep ini merupakan gabungan dari keyakinan yang dimiliki seseorang tentang dirinya sendiri, menyangkut berbagai macam hal diantaranya, karakteristik fisik, psikologis, sosial, dan emosional, aspirasi dan prestasi. Pietrofesa (dalam Mappiera, 1997) menyebutkan tentang dimensi citra diri sebagai berikut: 1. Dimensi pertama, yaitu diri sebagaimana dilihat oleh diri sendiri. 2. Dimensi kedua, yaitu diri dilihat sebagai orang lain. 3. Dimensi ketiga, yaitu mengacu pada tipe-tipe orang yang dikehendaki tentang dirinya. Dari ketiga dimensi yang tersebut diatas, konsep diri terdiri dari bagaimana seseorang melihat dirinya sendiri sebagai pribadi, bagaimana seseorang merasakan tentang diri sendiri, dan bagaimana orang tersebut menginginkan diri sendiri menjadi manusia sebagaimana yang diharapkan. Pengertian konsep diri berdasarkan beberapa

definisi tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa konsep diri merupakan sesuatu yang berkenaan dengan pandangan, pendapat, dan perasaan individu terhadap dirinya sendiri yang berhubungan dengan cara pandang lingkungan terhadap dirinya baik itu secara fisik maupun psikologis.

Menurut Stuart dan Sudeen ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan konsep diri. Faktor-faktor tersebut terdiri dari teori perkembangan, *significant other* (orang yang terpenting atau yang terdekat) dan *self-perception* (persepsi diri sendiri):

a. Teori Perkembangan

Konsep diri belum ada waktu lahir, kemudian berkembang secara bertahap sejak lahir sampai mulai mengenal dan membedakan dirinya dengan orang lain. Dalam melakukan kegiatan memiliki batasan diri yang terpisah dari lingkungan dan berkembang melalui kegiatan eksplorasi lingkungan melalui bahasa, pengalaman atau pengenalan tubuh, nama panggilan, pengalaman budaya dan hubungan interpersonal, kemampuan pada area tertentu yang dinilai pada diri sendiri atau masyarakat serta aktualisasi diri dengan merealisasi potensi yang nyata.

b. *Significant others* (orang yang terpenting atau yang terdekat).

Dimana konsep diri dipelajari melalui kontak dan pengalaman dengan orang lain, belajar diri sendiri melalui cermin orang lain yaitu dengan cara pandangan diri merupakan interpretasi diri pandangan orang lain terhadap diri, anak sangat dipengaruhi orang yang dekat, remaja dipengaruhi oleh orang lain yang dekat dengan dirinya, pengaruh orang dekat atau orang penting sepanjang siklus hidup, pengaruh budaya dan sosialisasi.

c. *Self-perception* (persepsi diri sendiri)

Persepsi individu terhadap diri sendiri dan penilaiannya, serta persepsi individu terhadap pengalamannya akan situasi tertentu. Konsep diri dapat dibentuk melalui pandangan diri dan pengalaman yang positif. Sehingga konsep merupakan aspek yang kritical dan dasar dari perilaku individu. Individu dengan konsep diri yang positif dapat berfungsi lebih efektif yang dapat dilihat dari kemampuan interpersonal, kemampuan intelektual dan penguasaan lingkungan. Sedangkan konsep diri yang negatif dapat dilihat dari hubungan individu dan sosial yang terganggu.

2.2.3 Citra Diri (*Self-Image*)

Citra diri adalah sikap atau cara pandang seseorang terhadap tubuhnya secara sadar dan tidak sadar. Sikap ini mencakup persepsi dan perasaan tentang ukuran, bentuk, fungsi penampilan dan potensi tubuh saat ini dan masa lalu yang secara berkesinambungan di modifikasi dengan pengalaman baru setiap individu. (Stuart dan Sundeen, 2008). Kata citra diri bersumber dari istilah *Self Concept* dan sering juga dikatakan *Self Branding*, meliputi semua nilai, sikap, dan keyakinan terhadap diri seseorang dalam hubungannya dengan lingkungan, dan merupakan paduan dari sejumlah persepsi diri yang mempengaruhi dan bahkan menentukan persepsi dan tinglah laku.

Citra diri juga bisa dikatakan sebagai persepsi seseorang mengenai keberadaan fisik dan karakteristiknya, seperti kejujuran, rasa humor, hubungannya dengan orang lain, apa yang dimilikinya, serta kreasi-kreasinya (Louden dan Biua). Setiap orang akan mempunyai citra diri tentang dirinya sendiri, baik tentang citra diri yang sebenarnya (*real self*), maupun citra diri yang diinginkannya (*ideal self*). Kemampuan yang dimiliki, keadaan lingkungan, dan sikap serta pendapat pribadinya akan mempegaruhi seseorang dalam bentuk citra dirinya (Burns). Citra diri merupakan salah satu segi dari gambaran diri yang berpengaruh pada harga diri (Centi, 1993). Citra diri merupakan bagian dari konsep diri yang berkaitan dengan sifat-sifat fisik.

Citra diri merupakan gambaran seseorang mengenai fisiknya sendiri (Pratt, 1994). Senada dengan hal tersebut, Burns (1993) mengatakan bahwa citra diri merupakan gambaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya sendiri sebagai makhluk yang berfisik, sehingga citra diri sering dikaitkan dengan karakteristik-karakteristik fisik termasuk di dalamnya penampilan seseorang secara umum, ukuran tubuh, cara berpakaian, model rambut dan pemakaian kosmetik. Pendapat ini didukung oleh Susanto (2001), citra diri merupakan konsep yang kompleks meliputi kepribadian, karakter, tubuh dan penampilan individu. Menurut Mappiere (2010) terdapat kesamaan arti pada istilah *self image* (citra diri) maupun *self concept*. Kedua istilah ini menurut Mappiare (2010) menunjuk pada pandangan atau pengertian seseorang terhadap dirinya sendiri. Baron & Byrne (1991) mengungkapkan bahwa hanya orang-orang yang menurut individu memiliki reaksi dan evaluasi yang penting yang dapat mempengaruhi konsepsi individu terhadap

dirinya. Orang-orang penting tersebut antara lain, teman dekat, orang tua, anggota keluarga, serta guru. Sehingga dapat disimpulkan citra diri merupakan gambaran mengenai diri individu yang terlihat (dibayangkan) sendiri oleh individu, atau juga diri yang ingin dibayangkan oleh individu yang dapat dipengaruhi oleh orang lain. Dari uraian diatas dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa citra diri adalah gambaran individu mengenai penampilan fisik dan perasaan yang menyertainya baik dalam bagian-bagian tubuhnya maupun terhadap keseluruhan tubuh berdasarkan penilaiannya sendiri yang dipengaruhi oleh beberapa aspek dan dapat dibentuk sesuai yang keinginan individunya.

Beberapa hal terkait citra tubuh antara lain :

- Fokus individu terhadap bentuk fisiknya lebih terasa pada usia remaja
- Bentuk badan, tinggi badan, serta tanda-tanda kelamin sekunder menjadi citra tubuh
- Cara individu memandang dirinya berdampak penting terhadap aspek psikologis individu tersebut
- Citra tubuh seseorang sebagian dipengaruhi oleh sikap dan respon orang lain terhadap dirinya dan sebagian lagi oleh eksplorasi individu terhadap dirinya
- Gambaran yang realistis tentang menerima dan menyukai bagian tubuh akan memberi rasa aman serta mencegah kecemasan dan meningkatkan harga diri
- Individu yang stabil , realistis, dan konsisten terhadap citra tubuhnya terhadap citra tubuhnya dapat mencapai kesuksesan

Citra diri merupakan komponen bagian dari konsep diri. Konsep diri menurut D. Brooks adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita. Persepsi tentang diri ini boleh bersifat psikologi Citra diri adalah sikap atau cara pandang seseorang terhadap tubuhnya secara sadar dan tidak sadar. Penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi tentunya berkaitan dengan citra orang yang menggunakannya hal yang sangat penting, baik bagi seseorang maupun organisasi, yang sudah tentu akan muncul dari penilaian yang dimiliki seseorang terhadap suatu obyek. Citra tersebut bisa baik ataupun buruk. Pengertian citra adalah “seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu obyek. Sikap dan tindakan orang terhadap suatu obyek sagat ditentukan oleh citra obyek tersebut” (Kotler,2007:18).

Harry Stack Sullivan (2005) menjelaskan bahwa jika kita diterima orang lain, dihormati, dan disenangi karena keadaan diri kita, kita akan cenderung

bersikap menghormati dan menerima diri kita. Sebaliknya, bila orang lain selalu meremehkan kita, menyalahkan kita dan menolak kita, kita akan cenderung tidak menyayangi diri kita. S. Frank Miyamoto dan Sanford M. Dornbusch mencoba mengkorelasikan penilaian orang lain terhadap dirinya sendiri dengan skala lima angka dari yang paling jelek sampai yang paling baik. Yang dinilai kecerdasan, kepercayaan diri, daya tarik fisik, dan kesukaan orang lain pada dirinya. Dengan skala yang sama mereka juga menilai orang lain. Ternyata, orang-orang yang dinilai baik oleh orang lain, cenderung memberikan skor yang tinggi juga dalam menilai dirinya. Artinya harga dirinya sesuai dengan penilaian orang lain terhadap dirinya (Rakhmat, 2016:100).

2.2.4 Teori Psikologi Sosial

Teori Erik Erikson membahas tentang perkembangan manusia dikenal dengan teori perkembangan psiko-sosial. Teori perkembangan psikososial ini adalah salah satu teori kepribadian terbaik dalam psikologi. Seperti Sigmund Freud, Erikson percaya bahwa kepribadian berkembang dalam beberapa tingkatan. Salah satu elemen penting dari teori tingkatan psikososial Erikson adalah perkembangan persamaan ego. Persamaan ego adalah perasaan sadar yang kita kembangkan melalui interaksi sosial. Menurut Erikson, perkembangan ego selalu berubah berdasarkan pengalaman dan informasi baru yang kita dapatkan dalam berinteraksi dengan orang lain. Erikson juga percaya bahwa kemampuan memotivasi sikap dan perbuatan dapat membantu perkembangan menjadi positif, inilah alasan mengapa teori Erikson disebut sebagai teori perkembangan psikososial.

Menurut Erikson perkembangan psikologis dihasilkan dari interaksi antara proses-proses maturasional atau kebutuhan biologis dengan tuntutan masyarakat dan kekuatan-kekuatan sosial yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari. Dari sudut pandang seperti ini, teori Erikson menempatkan titik tekan yang lebih besar pada dimensi sosialisasi dibandingkan teori Freud. Selain perbedaan ini, teori Erikson membahas perkembangan psikologis di sepanjang usia manusia, dan bukan hanya tahun-tahun antara masa bayi dan masa remaja. Seperti Freud, Erikson juga meneliti akibat yang dihasilkan oleh pengalaman-pengalaman usia dini terhadap masa-masa berikutnya, akan tetapi ia melangkah lebih jauh lagi dengan

menyelidiki perubahan kualitatif yang terjadi selama pertengahan umur dan tahun-tahun akhir kehidupan.

Teori yang dikemukakan Erikson ini merupakan salah satu teori yang memiliki pengaruh kuat dalam psikologi. Bersama dengan Sigmund Freud, Erikson mendapat posisi penting dalam psikologi. Hal ini dikarenakan ia menjelaskan tahap perkembangan manusia mulai dari lahir hingga lanjut usia, satu hal yang tidak dilakukan oleh Freud. Selain itu karena Freud lebih banyak berbicara dalam wilayah ketidaksadaran manusia, teori Erikson yang membawa aspek kehidupan sosial dan fungsi budaya dianggap lebih realistis. Bagi Erikson, dinamika kepribadian selalu diwujudkan sebagai hasil interaksi antara kebutuhan dasar biologis dan pengungkapannya sebagai tindakan-tindakan sosial. Pusat dari teori Erikson mengenai perkembangan ego ialah sebuah asumsi mengenai perkembangan setiap manusia yang merupakan suatu tahap yang telah ditetapkan secara universal dalam kehidupan setiap manusia.

Erikson memberi jiwa baru ke dalam teori psikoanalisis, dengan memberi perhatian yang lebih kepada ego dari pada id dan superego. Dia masih tetap menghargai teori Freud, namun mengembangkan ide-ide khususnya dalam hubungannya dengan tahap perkembangan dan peran sosial terhadap pembentukan ego. Ego berkembang melalui respon terhadap kekuatan dalam dan kekuatan lingkungan sosial. Ego bersifat adaptif dan kreatif, berjuang aktif (otonomi) membantu diri menangani dunianya. Erikson masih mengakui adanya kualitas dan inisiatif sebagai bentuk dasar pada tahap awal, namun hal itu hanya bisa berkembang dan masak melalui pengalaman sosial dan lingkungan. Dia juga mengakui sifat rentan ego, *defense* yang irasional, efek *trauma-anxiety-guilt* yang langgeng, dan dampak lingkungan yang membatasi dan tidak peduli terhadap individu. Namun menurutnya ego memiliki sifat adaptif, kreatif, dan otonom (*adaptable, creative, dan autonomy*). Dia memandang lingkungan bukan semata-mata menghambat dan menghukum (Freud), tetapi juga mendorong dan membantu individu. Ego menjadi mampu – terkadang dengan sedikit bantuan dari terapis – menangani masalah secara efektif.

Teori ini pula menekankan pada kualitas pembawaan sejak lahir atas tingkah laku sosial. Bahwa "manusia adalah binatang sosial" menjadi inti dan teori genetik dan sekaligus menjadi dasar asumsinya, bahwa komponen-komponen dari tingkah laku sosial dihubungkan dengan atau mempunyai akar pada penyebab

genetik yang tidak dipelajari. Misalnya Konrad Lorenz (dalam Dayakisni, 2006:14), seorang ahli etiologi, yang mempelajari gejala sosial pada binatang. Lorenz berpendapat bahwa tingkah laku agresi adalah perwujudan dan insting agresi yang dibawa sejak lahir dan berasal dari kebutuhan untuk melindungi diri. Ahli yang lainnya William Mc Douglas (dalam Dayakisni, 2006:14) juga mendasarkan pada konsep-konsep genetik pada tingkah laku sosial. Douglas berpendapat bahwa banyak sifat dan tingkah laku spesifik dapat dijelaskan dalam istilah *insting*, tingkah laku yang memiliki tujuan langsung yang tidak dipelajari. Douglas menuliskan seperangkat *insting* yang diperkirakan mendasari sejumlah tingkah laku. Misalnya apabila seorang ibu melindungi anaknya maka hal tersebut dinamakan tingkah laku "*parental insting*" (insting orang tua) sedangkan jika dikenakan kepada orang yang berhungan dengan orang-orang lainnya maka hal tersebut dianggap karena adanya "insting untuk berkumpul". Namun sebagian ahli psikologi sosial menolak pendapat bahwa *insting* merupakan mekanisme penjelasan tingkah laku manusia karena *insting* dianggap tidak dapat menjelaskan alasan dibalik tingkah laku dan tidak dapat memberikan prediksi yang akurat atas tingkah laku individu di masa yang akan datang. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam teori genetik mengabaikan peranan faktor situasional dan lingkungan dalam menelaah tingkah laku sosial. Oleh karenanya teori ini kurang populer untuk dipakai dalam mengkaji fenomena-fenomena psikologi sosial.

2.2.5 Karakteristik Remaja

Kata remaja berasal dari bahasa latin *adolescere* yang artinya ialah tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Remaja merupakan bagian dari fase perkembangan dalam kehidupan seorang individu. Masa yang merupakan transisi dari masa anak ke dewasa ini ditandai dengan adanya percepatan perkembangan fisik, mental, emosional, dan sosial. Menurut (Hurlock, 2004) dalam bukunya yang berjudul Psikologi Perkembangan mengatakan bahwa masa remaja bisa dikatakan sebagai masa dimana seseorang menjalani proses pertumbuhan dan perkembangan yang sangat nampak dalam berbagai aspek dari anak-anak menuju dewasa. Menurut *World Health Organization* (WHO), batasan usia remaja adalah mereka yang berusia 10-19 tahun. Beda halnya dengan (Wong, 2008) yang menyatakan bahwa masa remaja dibagi kedalam tiga tahap, yaitu: tahapan remaja awal dengan rentang

usia 11 sampai 14 tahun, tahapan masa remaja pertengahan dengan rentang usia 15-17 tahun, dan tahapan masa remaja akhir dengan rentang usia 18-20 tahun.

Menurut (Hurlock, 1980) masa remaja merupakan salah satu periode yang memiliki karakteristik unik sehingga dapat membedakan dari periode sebelum dan sesudahnya. Karakteristik tersebut antara lain:

- a. Masa remaja merupakan periode penting. Segala sesuatu yang terjadi bisa dalam jangka waktu pendek maupun panjang, cepat atau lambat akan berdampak langsung terhadap sikap dan perilaku dari remaja tersebut sehingga perlu adanya penyesuaian mental, sikap, nilai dan minat baru.
- b. Masa remaja merupakan periode peralihan. Dalam hal ini periode peralihan itu terjadi dari masa anak-anak yang akan beralih menjadi lebih dewasa dan meninggalkan segala sesuatu yang bersifat kekanak-kanakan. Remaja mempelajari perilaku baru untuk mengganti perilaku dan sikap yang sudah ditinggalkan di masa kanak-kanak.
- c. Masa remaja merupakan periode perubahan. Perubahan yang terjadi pada remaja di periode ini, meliputi perubahan fisik, emosi, minat, perilaku, dan nilai yang dianut. Perubahan tersebut nantinya akan mempengaruhi psikologis anak, khususnya mengenai cara pandanganya terhadap diri sendiri.
- d. Masa remaja merupakan masa mencari identitas. Sesuai dengan teori Erikson mengenai identitas diri. Pencapaian identitas diri dilakukan dengan usaha untuk menjelaskan siapa mereka, apa peran mereka dalam lingkungan masyarakat, dan cara orang lain menerima mereka. Pembentukan identitas mempengaruhi perilaku remaja. Hal tersebut didukung oleh teori Hill yang menyatakan bahwa pembentukan identitas diri merupakan perubahan sekunder yang terjadi pada remaja. Sehingga pembentukan identitas dapat pula dipengaruhi oleh perubahan fisik, psikologis, dan kognitif. Selain itu, adanya pengaruh lingkungan yang meliputi pola asuh dari orangtua, guru, dan kondisi lingkungan dari remaja pun turut mempengaruhi pembentukan identitas diri.
- e. Masa remaja merupakan masa yang menimbulkan ketakutan. Asumsi yang berkembang bahwa remaja tidak dapat dipercaya dan cenderung merusak, menyebabkan orang dewasa yang membimbing takut dikenai tanggung jawab dan bersikap tidak simpatik terhadap perilaku remaja yang normal sekalipun. Hal tersebut menimbulkan pertentangan antara pihak orangtua dengan remaja.

Sehingga orangtua menjaga jarak terhadap perilaku remaja yang mengakibatkan remaja tidak dapat meminta bantuan ketika menghadapi berbagai masalah.

- f. Masa remaja merupakan masa yang tidak realistis. Remaja memiliki sudut pandang atau cara pandang yang berbeda dengan orang lain. Cara pandang tersebut tidak berdasarkan kenyataan melainkan berdasarkan cara pandang remaja itu sendiri terlebih dalam hal cita-cita. Teori perkembangan kognitif yang dikemukakan oleh Piaget, menyebutkan bahwa remaja ada pada tahap operasional formal dimana mereka mulai berfikir secara abstrak, logis, dan dapat membuat suatu kesimpulan akhir berdasarkan informasi yang tersedia. Pada tahap ini mereka juga memikirkan tentang diri mereka sendiri serta apa yang orang lain pikirkan tentang mereka.
- g. Masa remaja sebagai ambang dari masa dewasa. Remaja akan menjadi dewasa dengan peran baru menjadi sosok yang lebih dewasa dalam perilaku, sikap, serta tindakan sehingga memberikan citra yang mereka inginkan agar mereka terlihat seperti orang dewasa, dan membiasakan diri tidak terlalu didominasi oleh keluarga dan menjadi pribadi yang mandiri dari pengawasan orang tua. Perilaku tersebut dapat terlihat dari cara mereka bersikap ketika mereka mulai bisa berpergian dengan teman mereka sendiri tanpa ditemani orang tua, berkomunikasi dengan siapapun melalui media apa saja tanpa harus izin dengan orangtua, cara mereka berbahasa, cara berpakaian, dan bertindak seperti layaknya orang dewasa.

2.2.6 Komunikasi Massa

Komunikasi Massa yang dirumuskan oleh Bittner dalam (Rakhmat, 2003 : 188) definisi sederhana dari komunikasi massa adalah, "*Mass Communication is messages communicated through a mass medium to large number of people*" Komunikasi Massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Definisi komunikasi massa yang lebih terperinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gerbner. Menurut Gerbner (2005) *Mass Communication is the technologically and institutionally based production of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*. "Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta serta paling luas

dimiliki orang dalam masyarakat industri (Rakhmat, 2003:188). Komunikasi Massa diartikan *sebagai jenis komunikasi yang ditunjukkan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak, atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.*

2.2.6.1 Media Massa

Menurut (Cangara, 2006) menyatakan bahwa media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV.

Menurut (Rakhmat, 2006) Media massa adalah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan atau proses imitasi atau belajar sosial. Dua fungsi dari media massa adalah media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi. Pengertian Media menurut Purnamawati dan Eldarni (2009), Media merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan minat siswa sedemikian rupa sehingga terjadi proses belajar. Pada kenyataannya, zaman sekarang jenis media massa tidaklah lagi hanya media cetak, atau elektronik, tetapi seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi ada pula media siber seperti *website*, portal berita, blog, dan media sosial.

Media *online (online media)* atau sering juga disebut *cybermedia* (media siber), internet media (media internet) dan *new media* (media baru) secara sederhana dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara online di situs web (*website*) internet. Media online bisa dikatakan sebagai media 'generasi ketiga' setelah media cetak (*printed media*) seperti koran, tabloid, majalah, buku, dan media elektronik (*electronic media*), seperti radio, televisi, dan film/video. Media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber and Martin, 2009). Definisi lain media online adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011). Media online merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter

fleksibel, berpotensi interaktif, dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik (Mondry, 2008: 13).

Media *online* memiliki jangkauan yang luas yaitu menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet. Hal ini memiliki arti bahwa konten-konten yang terdapat dalam media online dapat dengan mudah disebarkan dan dipertukarkan antar pengguna melalui jaringan internet yang tersedia. Karakteristik ini dapat kita sebut sebagai kelebihan, karena media online membuat setiap orang dapat terkoneksi dan memberi solusi terhadap kendala jarak dan waktu antar pengguna. selain itu Media online menyajikan aspek kecepatan, karena begitu diposting atau di unggah maka langsung dapat diakses oleh semua orang.

Internet merupakan sebuah media dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi, dan image sendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara intensional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet (McQuail, 1992 : 28-29).

Pengertian lain internet menurut Mac Bride adalah jaringan komunikasi global yang terbuka dan menghubungkan jaringan komputer, melalui sambungan telepon umum maupun pribadi. Secara individual, komponen jaringannya dikelola oleh agan-agen pemerintah, universitas, organisasi komersial, serta sukarelawan. Dengan kata lain Internet dapat diartikan sebagai jaringan komputer yang luas dan besar yang mendunia yaitu menghubungkan pengguna komputer dari suatu negara ke negara lain di seluruh dunia, yang di dalamnya terdapat berbagai sumber daya informasi dari mulai yang statis hingga yang dinamis dan interaktif.

Pada tahun 1990, Mark Potes meluncurkan buku besar *The second Media Age* yang menandai periode baru dimana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat (Littlejohn: 2009: 413-415). Teori Media Online dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media online merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Media online merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan

zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis ,dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Digital adalah sebuah metode yang kompleks, dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital ini juga selalu berhubungan dengan media, karena, media ini adalah sesuatu yang terus selalu berkembang dari media zaman dahulu (*old media*) sampai sekarang yang sudah menggunakan digital (*modern media/new media*).

Media *online* memiliki karakteristik yang berbeda dengan media konvensional (cetak/elektronik), berikut karakteristik media online:

1. Multimedia, dapat memuat atau menyajikan berita/ informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan.
2. Aktualisasi, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
3. Cepat, begitu diposting atau di unggah, langsung bias diakses semua orang.
4. *Update*, pembaruan (*updating*) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan ketik/ejaan.
5. Kapasitas luas, halaman web bias menampung naskah sangat panjang.
6. Fleksibilitas, pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan dimana saja, juga jadwal terbit (*update*) bias dilakukan setiap saat.
7. Luas, menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
8. Interaktif, dengan adanya fasilitas kolom komentar dan *chat room*.
9. Terdokumentasi, informasi tersimpan di “bank data” dan dapat ditemukan ketika diperlukan dan
10. *Hyperlinked*, terhubung dengan sumber lain (links) yang terkait dengan informasi tersaji (Syamsul, 2012: 11).

2.2.6.2 Media Sosial Instagram

Media sosial merupakan salah satu produk hasil dari perkembangan-perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi masa kini. Dalam penciptaannya, media sosial bertujuan untuk memudahkan semua orang dalam berkomunikasi, berpartisipasi, dan menyebarkan informasi. (Zarella, 2010:51), seorang ahli teknologi maya sekaligus ahli marketing menyatakan

bahwa, “Situslas yang menjadi tempat orang – orang berkomunikasi dengan teman – teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata maupun di dunia maya”, yang mana pernyataan tersebut terdapat dalam buku karangannya yang berjudul “*The Social Media Marketing Book*”.

Media sosial instagram ini merupakan salah satu bentuk *cyber media* yang terdapat dalam media massa. Instagram berasal dari kata “instan” atau “insta”, seperti kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Begitu pula dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari kata “instan-telegram”. Instagram adalah sebuah aplikasi yang bisa di *download* melalui *app store* atau *play store* yang terdapat di *smartphone*. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus (Atmoko, 2012:10).

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah (Atmoko, 2012:28) yaitu sebagai berikut:

a. *Home Page*

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat scroll mouse di komputer. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.

b. *Comments*

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol send.

c. *Explore*

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam explore feed.

d. Profil

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah follower dan jumlah *following*.

e. *News Feed*

New feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. *News feed* memiliki dua jenis tab yaitu “*Following*” dan “*News*”. Tab “*following*” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna *follow*, maka tab “*news*” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

Menurut Atmoko, ada beberapa bagian yang sebaiknya diisi agar foto yang di *upload* lebih mempunyai makna informasi, bagian-bagian tersebut yaitu :

1. Judul

Judul atau *caption* foto bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada pengguna tersebut.

2. *Hashtag*

Hashtag adalah symbol bertanda pagar (#), fitur pagar ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan hashtag tertentu.

3. Lokasi Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna pengambilannya. Meski Instagram disebut layanan photo sharing, tetapi Instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena pengguna bisa berinteraksi dengan sesama pengguna.

Ada beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di Instagram, yaitu sebagai berikut :

- a. *Follow* adalah pengikut, dari pengguna Instagram pengguna satu agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang menggunakan Instagram. 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 populer atau tidak, lalu untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam Instagram, juga dapat menggunakan teman-teman mereka yang juga menggunakan Instagram melalui jejaring sosial seperti Twitter dan juga Facebook
- b. *Like* adalah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada Instagram, dengan cara menekan tombol like dibagian bawah caption yang bersebelahan dengan komentar, atau dengan *double tap* (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.
- c. Komentar adalah aktivitas dalam memberikan pikirannya melalui katakata, pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian atau kritikan.
- d. *Mentions*. Fitur ini adalah untuk menambah pengguna lain, caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukan akun instagram dari pengguna tersebut

Kegunaan Utama Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang hendak ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera *iDevice* ataupun foto-foto yang ada di album foto di *iDevice* tersebut. 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 pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh sang pengguna. Ada juga efek kamera tilt-shift yang fungsinya adalah untuk memfokuskan sebuah foto pada satu titik tertentu. Setelah foto diambil melalui kamera di dalam Instagram, foto tersebut pun juga dapat diputar arahnya sesuai dengan keinginan para pengguna. 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. Para pengguna hanya dapat mengunggah foto dengan format itu saja, atau harus menyunting foto tersebut dulu untuk menyesuaikan format yang ada. Setelah para pengguna memilih sebuah foto untuk diunggah di dalam Instagram, maka pengguna akan dibawa ke halaman selanjutnya untuk menyunting foto tersebut. Setelah foto tersebut disunting, maka foto akan dibawa ke halaman selanjutnya, dimana foto tersebut akan diunggah ke dalam Instagram sendiri ataupun ke jejaringan sosial lainnya. Dimana di dalamnya tidak hanya ada pilihan untuk mengunggah pada jejaringan sosial atau tidak, tetapi juga untuk memasukkan judul foto, dan menambahkan lokasi foto tersebut. Sebelum mengunggah sebuah foto, para pengguna dapat memasukkan judul untuk menamai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada dipikiran para pengguna. Judul-judul tersebut, para pengguna dapat menyinggung pengguna Instagram lainnya dengan mencantumkan akun dari orang tersebut. Para pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut, sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut di dalam sebuah kategori.

2.3 Kerangka Pemikiran

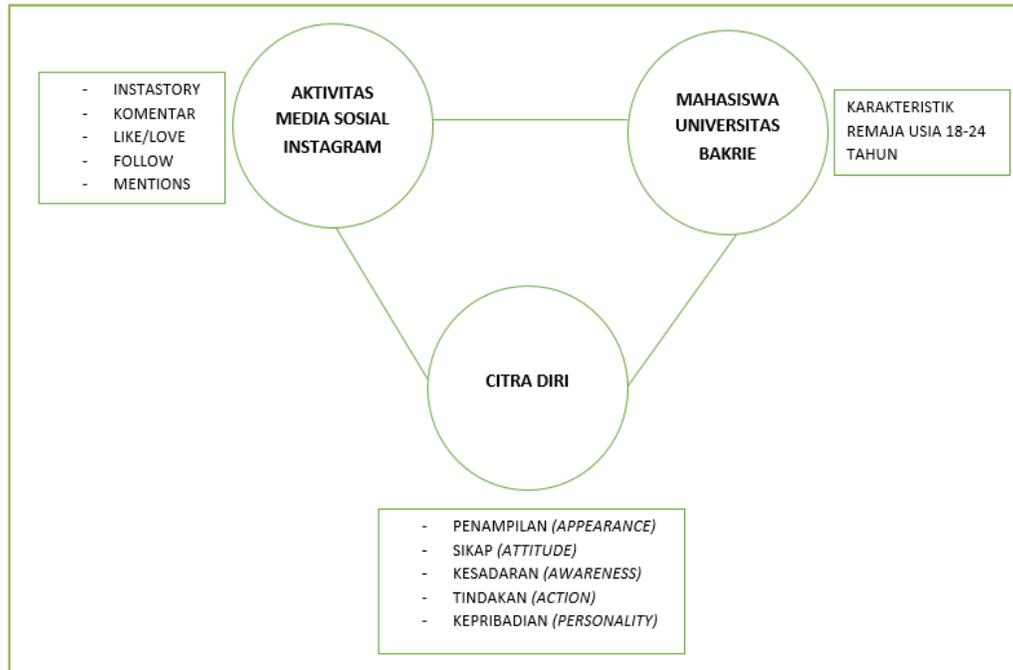
Konsep diri merupakan penggambaran diri seseorang terhadap dirinya sendiri, melalui pandangan orang lain terhadap 'diri'nya. Dimana dalam proses pembentukannya membutuhkan waktu yang tidak singkat, sebab dalam prosesnya dipengaruhi oleh orang-orang terdekat (*significant others*) dan kelompok rujukan (*reference group*). Penggambaran diri ini bisa dilihat bagaimana dia melihat 'diri'nya secara fisik, serta bagaimana dia menilai 'diri'nya, dari hasil interaksi komunikasinya dengan orang terdekat dan kelompok rujukannya. Oleh sebab itu, komponen dalam konsep diri dibagi menjadi dua

yakni komponen kognitif disebut sebagai *self-image*, dan komponen afektif yang disebut sebagai *self-esteem*. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana proses pembentukan citra diri (*self-image*) pada mahasiswa Universitas Bakrie, yang masuk pada karakteristik usia remaja.

Hurlock (1990) dalam buku *Bibliotherapy: Mengatasi Masalah Anak dan Remaja* melalui Buku, membagi masa remaja menjadi dua, yakni masa remaja awal (11/12-16/17 tahun) dan remaja akhir (16/17-18 tahun). Pada masa remaja akhir, individu sudah mencapai transisi perkembangan yang lebih mendekati masa dewasa. Menurut Hall (Sarwono, 2011), masa remaja merupakan masa “*strum und drang*” (topan dan badai), dimana masa penuh emosi dan adakalanya emosinya meledak-ledak, yang bisa muncul karena adanya pertentangan nilai-nilai. Emosi yang menggebu-gebu ini memengaruhi psikis remaja baik kognitif, afektif, dan konatifnya. Beragam momen yang dilewati mereka dalam usianya ini adalah upayanya dalam menemukan identitas diri. Reaksi orang-orang di sekitarnya terhadap momen yang mereka hadapi akan menjadi pengalaman belajar bagi si remaja untuk menentukan tindakan apa yang kelak akan dilakukannya. Bagaimana dengan pertemanan pada usia ini?, telah disampaikan sebelumnya bahwa faktor utama dalam proses pembentukan konsep diri pada manusia dipengaruhi oleh beberapa hal utama, yakni *significant others*, serta kelompok rujukan. Krori (2011) menyatakan bahwa perubahan sosial yang penting pada masa remaja mencakup meningkatnya pengaruh teman sebaya (*peer group*), pola perilaku sosial yang lebih matang, pembuatan kelompok sosial yang baru, dan munculnya nilai-nilai baru dalam memilih teman dan pemimpin serta nilai dalam penerimaan sosial. Dengan kata lain, peranan dari *peer group* memiliki peranan yang cukup besar dalam hal ini, karena dari interaksi sosial dengan teman sebaya mereka akan membentuk suatu kelompok, yang nantinya bisa menjadi kelompok rujukan untuk menciptakan suatu nilai-nilai baru di usia ini.

Adanya media sosial membuka peluang besar bagi para usia remaja ini untuk memulai melakukan interaksi sosial dengan orang baru, kelompok baru. Namun, penggunaannya sendiri tergantung dari masing-masing individu, ingin menggunakan media sosial sebagai apa. Sebab, melalui media sosial manusia bisa membentuk gambaran diri mereka seperti yang diinginkan, yang dikenal dengan citra diri (*self-image*). Citra diri merupakan persepsi tentang diri kita sendiri, citra diri juga sering dianalogikan sebagai kartu identitas diri yang kita perkenalkan kepada semesta alam, juga citra diri merupakan konsep yang dimiliki individu atas pilihannya sebagai individu sendiri. Hal ini, didapatkan dari beragam momen yang sudah dilalui manusia tersebut. Melalui media sosial dalam

penelitian yang dipilih adalah Instagram maka, manusia pada karakteristik usia ini ingin menunjukkan keberadaan dirinya di mata dunia melalui Instagram sebagai *tools* nya. Citra diri memiliki beberapa aspek yakni penampilan (*appearance*), sikap (*attitude*), kesadaran (*awareness*), tindakan (*action*), kepribadian (*personality*).



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
Dibuat oleh peneliti

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian yang peneliti lakukan dengan judul “**Proses Pembentukan Citra Diri Mahasiswa Universitas Bakrie Melalui Media Sosial Instagram**” menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Lexy J. Moleong (2011:6) “Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Metode penelitian kualitatif menghasilkan data berbentuk kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dengan demikian, laporan penelitian ini berisi kutipan-kutipan data dalam menyajikan laporan, dimana data tersebut berasal dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto dan dokumen lainnya.

Bodgan dan Tylor mengutarakan bahwa pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku yang bisa dapat diamati dari orang-orang (subjek) itu sendiri. Dalam penelitian ini, penulis akan memaparkan sebuah situasi atau peristiwa, namun tidak akan menjelaskan hubungan dan menguji hipotesis ataupun membuat prediksi.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. menempatkan diri sebagai observer. Peneliti adalah alat utama dalam penelitian kualitatif karena peneliti dapat merasakan langsung, mengalami, dan melihat sendiri objek yang ditelitinya. Sebagaimana Irawan menjelaskan, ‘bahwa satu-satunya instrumen terpenting dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri’, Anis Fuad dan Kandung Sapto Nugroho.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

Moeliono (1993:862) menjelaskan subjek penelitian sebagai orang yang diamati sebagai sasaran penelitian. Jumlah subjek yang banyak tidak selalu menjamin lebih tingginya akurasi, validitas dan keberhasilan penelitian, karena yang harus ditekankan adalah kecocokan pada konteks dan kesesuaian dengan

masalah penelitian (Sarantakos, dalam Poerwandari, 2005). Subjek penelitian yang diteliti oleh peneliti adalah Mahasiswa Aktif Universitas Bakrie.

Objek penelitian merupakan sesuatu hal yang akan diteliti dengan mendapatkan data untuk tujuan tertentu dan kemudian dapat ditarik kesimpulan, objek penelitian juga bisa dikatakan sebagai bagian dari penelitian yang berisikan mengenai hal-hal apa saja yang diteliti oleh penulis dalam melakukan penelitian. Objek penelitian pada penelitian ini adalah bagaimana proses pembentukan citra diri Mahasiswa Universitas Bakrie melalui media sosial Instagram. .

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data Primer dan Sekunder

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif dan peneliti mendapatkan data informasi berdasarkan hasil wawancara dari informan penelitian. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Menurut Lofland dan Lofland dalam Moleong (2012:157), sumber data utama dalam penelitian kualitatif yaitu kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.

Sumber data sekunder diperoleh dari hasil studi pustaka mengenai literatur dan bahan bacaan lainnya (Sugiyono, 2012:227). Data sekunder yang peneliti gunakan adalah pencarian data melalui studi pustaka seperti buku, jurnal ilmiah, mengenai proses pembentukan citra diri dan hasil data yang peneliti dapatkan dari data sekunder akan peneliti ulas pada pembahasan.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian mengenai Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Citra Diri antara lain yaitu:

1. Observasi atau Pengamatan
Pengamatan yang dilakukan peneliti adalah pengamatan melalui media sosial Instagram melalui akun peneliti.
2. Studi Pustaka
Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh data dari karya ilmiah, media massa, *text book*,

dan masih banyak lagi. Penulis akan menabahkan sumber informasi atau data yang diperlukan dalam penelitian ini untuk mendukung aspek validitas data yang dihasilkan. Penulis mencari data dari buku-buku atau jurnal yang membahas mengenai psikologi remaja, citra diri, dan kebutuhan sosial manusia dan sebagainya.

3. Dokumentasi

Salah satu sumber data diperoleh dari hasil wawancara oleh narasumber Mahasiswa Universitas Bakrie sejumlah 3 orang yaitu bernama Alif Farhan usia 20 tahun jurusan Teknik Informatika angkatan 2016, lalu Dhea Andita usia 20 tahun, jurusan Ilmu Komunikasi 2016, dan Azhar Cikal Rahayu 2016. Wawancara ialah salah satu dari teknik pengumpulan data kualitatif. Dalam penelitian dilakukan wawancara dengan pertanyaan, sehingga responden dapat memberikan informasi yang tidak terbatas dan mendalam dari berbagai perspektif. Semua wawancara dibuat transkrip dan disimpan dalam file teks.

3.4 Metode Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman, terdapat tiga teknik analisis data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Proses ini berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul.

1. Reduksi

Data Reduksi data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Reduksi tidak perlu diartikan sebagai kuantifikasi data

2. Penyajian

Data Penyajian data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan

kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan dan bagan.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan.

3.5 Teknik Pengujian Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis triangulasi sumber. Peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penelitian yang ingin diteliti. Dalam hal ini, sumber yang peneliti gunakan adalah informan yang merupakan Mahasiswa aktif Universitas Bakrie.

3.6 Keterbatasan Penelitian

Adapun dalam penyusunan penelitian ini, terdapat keterbatasan penelitian yang mana fokus peneliti hanya pada mahasiswa Universitas Bakrie pengguna aktif Instagram. Lalu, dalam penelitian ini juga menjelaskan bagaimana proses pembentukan citra diri (*self-image*) pada karakteristik usia remaja melalui Instagram sebagai mediumnya, namun tidak membahas secara keseluruhan dari proses pembentukan diri dalam diri karakteristik usia remaja. Citra diri (*self-image*) termasuk dalam bagian komponen kognitif dari konsep diri, dimana ada komponen afektif yang disebut penghargaan diri (*self-esteem*), dengan kata lain dalam penelitian ini hanya fokus pada bagaimana proses pembentukan komponen kognitif diri pada karakteristik usia remaja mahasiswa Universitas Bakrie.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pembentukan Citra Diri

Menggunakan Instagram sudah menjadi hal yang *kekinian* di kalangan masyarakat terutama pada mahasiswa Universitas Bakrie, dengan melalui wawancara mahasiswa, dapat diketahui bahwa Instagram dapat menimbulkan pembentukan citra, dengan semua fasilitas yang telah disediakan Instagram kini banyak alasan mengapa mahasiswa Universitas Bakrie tertarik untuk menggunakan media sosial Instagram sebagai *tools* untuk membentuk citra diri mereka. Media sosial Instagram ini dapat memenuhi kebutuhan pemiliknya, seperti yang dijelaskan oleh mahasiswa Universitas Bakrie yang mengatakan bahwa mereka menggunakan media sosial Instagram untuk kebutuhan akan informasi, personal, sosialisasi, serta untuk hiburan.

Penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi, sekaligus *tools* yang digunakan oleh mahasiswa Universitas Bakrie tentunya berkaitan dengan citra dari orang yang memiliki Instagram sekaligus pengguna aktif. Citra diri yang tercermin dan nampak bisa baik ataupun buruk. Pengertian citra adalah “seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu obyek. Sikap dan tindakan orang terhadap suatu obyek sangat ditentukan oleh citra obyek tersebut” (Kotler,2000:18).

Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang meliputi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu (Ardiyanto, 2005: 87). Dengan menggunakan media sosial Instagram, menurut informan yang bernama Alif Farhan usia 20 tahun jurusan Teknik Informatika angkatan 2016, lalu Dhea Andita usia 20 tahun, jurusan Ilmu Komunikasi 2016, dan Azhar Cikal Rahayu 2016. Ada beberapa latar belakang yang mendorong mereka untuk menggunakan Instagram seperti kebutuhan informasi, integratif personal, integratif sosial dan hiburan sebagai pelepas penat.

Berikut pengertiannya:

1. Kebutuhan Informasi:
 - a. Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat, dan dunia.
 - b. Mencari bimbingan berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan
 - c. Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.
 - d. Belajar, sarana pendidikan
 - e. Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

2. Integratif Personal
 - a. Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi
 - b. Menemukan model perilaku.
 - c. Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media
 - d. Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

3. Integratif Sosial
 - a. Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain..
 - b. Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
 - c. Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial.
 - d. Memperoleh teman selain dari manusia.
 - e. Membantu menjalankan peran sosial.
 - f. Memungkinkan diri untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman, dan masyarakat.

4. Hiburan Pelepasan Penat
 - a. Melepaskan diri dari permasalahan.
 - b. Bersantai
 - c. Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis
 - d. Mengisi waktu luang
 - e. Penyaluran emosi

4.2 Data Penelitian Wawancara

1. Alif Farhan, 20 Tahun. Program Studi Teknik Informatika 2016.

Pertanyaan	Jawaban
1. Sejak kapan tau Instagram?	Sejak SMA dan tahu dari temen
2. Mengapa suka pakai Instagram?	Banyak fiturnya, dan nyaman aja gitu
3. Biasanya buka instagram kalo lagi ngapain? Sering atau karena ada yang mau diupload aja?	Biasanya kalo lagi ada waktu luang dan ngerasa bosan. Iya sering buka Instagram juga
4. Sering posting foto/video seperti apa?	Kalo upload melalui <i>Instastory</i> biasanya tentang <i>Football</i> , berita terkini yg saya anggep penting sama <i>random stuff</i>
5. Kalau untuk selera <i>fashion</i> seperti apa sih yang menunjukkan “ini saya banget” dan terinspirasi dari siapa ya kalo boleh tau?	<i>Casual simple</i> sih palingan, lagi terinspirasi sama karakter film yaitu Clay Jensen dari film <i>13 reason why</i> .
6. Bisa tolong kasih tahu kelemahan dan kelebihan Kamu?	Kelebihan saya itu tanggung jawab, kuat akan komitmen dan peduli. Kelemahannya malas, dan moody-an.
7. Bagaimana kamu bisa menerima kelemahan kamu?	Jujur sih, saya tidak pernah mempermasalahakan kelemahan saya, jadi biasa aja.
8. Lalu tindakan seperti apa yang kamu lakukan untuk mengembangkan potensi diri sendiri?	Biasanya belajar dari orang-orang sekitar seperti dari keluarga dan teman, tentang gimana caranya mengelola <i>time management</i> , gimana caranya menghadapi masalah dari yang kecil sampai besar
9. Tujuan kamu pakai instagram apa?	Untuk nambah temen, cari informasi terkini, <i>share</i> info-info yang <i>urgent</i> , gitu-gitu aja
10. Dapat <i>followers</i> banyak, pujian banyak itu tujuan utama Kamu menggunakan Instagram?	Oh, enggak kok
11. Dalam penggunaan Instagram tersebut, citra diri seperti apa sih yang Kamu harapkan dari pandangan orang lain yang melihat/mengomentari dan menyukai hasil postingan Kamu?	Citra diri seperti manusia sewajarnya yang gak melewati batas norma dan citra diri yang menyenangkan

Dari hasil wawancara dengan Alif Farhan, dapat disimpulkan bahwa Alif menggunakan Instagram dengan tujuan integratif personal dan sosial untuk

membantu dirinya dalam membentuk proses citra diri yang positif terutama menyenangkan, dan hubungan antar keduanya sangat kuat, lalu hal tersebut didukung dari *instastory* yang biasanya di *update* melalui media sosial Instagram.

2. Dhea Andita, Ilmu Komunikasi 2016

Pertanyaan	Jawaban
1. Sejak kapan tau Instagram?	Sejak SMK
2. Mengapa suka pakai Instagram?	Karena banyak banget informasi apapun yang didapat dari Instagram, mulai dari tentang keadaan jalan di Jakarta, kesehatan, pendidikan, program beasiswa, dll.
3. Biasanya buka instagram kalo lagi apa? Sering atau karena ada yang mau diupload aja?	Kalo mau tidur, karena baru sempat buka hp dengan waktu yang cukup lama di malam hari, setelah kuliah selesai. Sering buka dan sering <i>upload</i> di <i>Instastory</i> biasanya
4. Sering posting foto/video seperti apa?	Iya sering <i>upload</i> di <i>Instastory</i> , hal yang di <i>upload</i> biasanya lagu-kagu yang lagi didengerin, terus suasana cafe yang <i>cozy</i> , <i>outfit of the day</i> , suasana-suasana yang menyenangkan gitu bareng sama temen-temen dekat, suasana kalo lagi mengerjakan sesuatu yang dikerjakan.
5. Kalau untuk selera <i>fashion</i> seperti apa sih yang menunjukkan “ini saya banget” dan terinspirasi dari siapa ya kalo boleh tau?	Untuk <i>fashion</i> saya suka tipe casual dan ala <i>vintage</i> gitu, tidak terinspirasi dari siapa-siapa aja tapi emang dari dulu suka sama selera fashion yang seperti itu dan saya pun nyaman.
6. Bisa tolong kasih tahu kelemahan dan kelebihan Kamu?	Kelebihan saya tanggung jawab, kerja keras, komitmen, selalu mau untuk berkembang, rajin, sangat aktif dan suka kegiatan dimanamana Kelemahannya saya termasuk orang yang <i>moody</i> , suka panikan, gampang banget fokusnya terbelah-belah.
7. Bagaimana kamu bisa menerima kelemahan kamu?	Biasanya sih berdoa, terus kelemahan yang jelek-jeleknya itu dicoba pelan-pelan untuk dikurangin, menerima kelemahan tetap diterima cuma presentase kelemahannya itu pelan-pelan dirubah biar jadi lebih baik
8. Lalu tindakan seperti apa yang kamu lakukan untuk mengembangkan potensi diri sendiri?	Perbanyak <i>networking</i> dengan siapa saja, contohnya dari ruang lingkup dikeluarga dan diluar rumah seperti di kampus, terus mau untuk terus belajar dan belajar, dan mau mengevaluasi diri sendiri.
9. Tujuan kamu pakai instagram apa?	Cari <i>quotes</i> penyemangat hidup, nambah teman, nambah <i>networking</i> , sama cari info-info tentang beasiswa biasanya.
10. Dapat <i>followers</i> banyak, pujian banyak itu tujuan utama Kamu menggunakan Instagram?	Wah bukan itu kok tujuan utama Saya, tapi lebih mencari inspirasi aja gitu lewat media sosial. Karna kan melalui media sosial informasi apapun itu lebih <i>up to date</i> tapi harus dilihat juga tentang kredibilitasnya.

11. Dalam penggunaan Instagram tersebut, citra diri seperti apa sih yang Kamu harapkan dari pandangan orang lain yang melihat/mengomentari dan menyukai hasil postingan Kamu?	Sosok perempuan yang <i>smart</i> , citra diri positif tentunya, penyemangat, seseorang yang menyenangkan, dengan <i>feeds</i> Instagram yang menarik juga tentunya.
---	--

Dari hasil wawancara dengan informan kedua yang bernama Dhea Andita, program studi Ilmu Komunikasi 2016, dapat disimpulkan bahwa kognitif (kebutuhan informasi) dan hiburan sebagai pelepasan penat memiliki hubungan yang kuat, dengan pembentukan citra diri Dhea Andita yang terlihat pada tujuan dan alasan menggunakan Instagram yang lebih cenderung untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan mengisi waktu luang, sekaligus didukung dengan postingan-postingan yang di *update* melalui fitur *instastory* miliknya.

3. Azhar Cikal Rahayu, 20 Tahun. Program Studi Teknik Sipil 2016.

Pertanyaan	Jawaban
1. Sejak kapan tau Instagram?	Tahu akun Instagram tahun 2014, mulai buat akunnya juga ditahun 2014.
2. Mengapa suka pakai Instagram?	Sukaa dan tertarik karena banyak informasi yang didapat, bisa mengetahui aktivitas orang terdekat dan memang bisa juga dapat teman baru
3. Biasanya buka instagram kalo lagi apa? Sering atau karena ada yang mau diupload aja?	Kalo memang lagi waktu luang
4. Sering posting foto/video seperti apa?	Paling tentang kegiatan sehari-hari, atau engga pas lagi liburan gitu
5. Kalau untuk selera <i>fashion</i> seperti apa sih yang menunjukkan “ini saya banget” dan terinspirasi dari siapa ya kalo boleh tau?	Casual, dan gak ada terinspirasi dari siapa-siapa sih sebenarnya.
6. Bisa tolong kasih tahu kelemahan dan kelebihan Kamu?	Kalo kelebihan menurut Saya sendiri yaitu orangnya penyabar, tanggung jawab, berani berkorban. Kalo kekurangan, paling teledor, malesan, orangnya santai banget gitu.

7. Bagaimana kamu bisa menerima kelemahan kamu?	Ya mungkin dengan cara ada yang mengingatkan saya, dan introspeksi diri sendiri
8. Lalu tindakan seperti apa yang kamu lakukan untuk mengembangkan potensi diri sendiri?	Menyibukkan diri, karena dari situ saya akan berpikir bagaimana caranya bisa <i>manage</i> waktu yang benar tanpa harus meninggalkan salah satu kesibukan saya, dan dapat menyelesaikannya dengan baik
9. Tujuan kamu pakai instagram apa?	Tujuannya untuk hiburan, bersosialisasi, dan cari informasi
10. Dapat <i>followers</i> banyak, pujian banyak itu tujuan utama Kamu menggunakan Instagram?	Bukan kok
11. Dalam penggunaan Instagram tersebut, citra diri seperti apa sih yang Kamu harapkan dari pandangan orang lain yang melihat/mengomentari dan menyukai hasil postingan Kamu?	Citra diri yang syukur syukur bisa jadi contoh untuk orang lain, misalnya seperti menjaga kebersihan dipuncak gunung dan buangnya ditempat yang seharusnya.

Dari hasil wawancara dengan informan ketiga yang bernama Azhar Cikal Rahayu, program studi Teknik Sipil 2016, dapat disimpulkan bahwa kognitif (kebutuhan informasi) memiliki hubungan yang kuat dengan pembentukan citra diri mahasiswa Universitas Bakrie yang bernama Azhar, yang terlihat dari tujuan menggunakan instagram sekaligus ingin dipandang orang lain sebagai seseorang yang memiliki citra positif yang bisa membuat orang tergerak untuk melakukan tindakan yang sama seperti yang dilakukan oleh Azhar.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mencari jawaban terhadap suatu permasalahan yaitu bagaimana pengguna instagram terhadap pembentukan citra diri pada mahasiswa Universitas Bakrie. Terdapat 4 kebutuhan yang mempengaruhi pengguna instagram dalam pembentukan citra diri.

1. Membuktikan bahwa terdapat kognitif (kebutuhan informasi) yang membuat pengguna membentuk citra diri. Hal-hal ini seperti kebutuhan dalam menggunakan media sosial, lalu memahami maksud dan fungsi dari penggunaan media sosial tersebut, juga kebutuhan akan informasi melalui media sosial, dan mengetahui trend yang sedang berkembang saat ini merupakan hal yang mempunyai hubungan dalam pembentukan citra diri.
2. Membuktikan bahwa terdapat Integratif Personal (pengaruh kredibilitas) dalam pembentukan citra diri, hal-hal yang meliputi kepercayaan diri, penggunaan media sosial yang bersifat pribadi, juga pengaktualisasian diri merupakan hal hal yang membentuk citra diri seseorang,

3. Membuktikan terdapat Integratif Sosial (kebutuhan sosial) yang membentuk citra diri. Hal-hal seperti kebutuhan akan hubungan yang baik, kemudahan berkomunikasi, bertukar informasi dan pemahaman akan situasi dan kondisi sekitar merupakan hal-hal yang membentuk citra diri seseorang
4. Membuktikan bahwa terdapat hiburan yang melepas penat dalam membentuk citra diri. Hal-hal yang meliputi tekanan dalam pikiran, keluh kesah, pencurahan hati, isi pikiran, dan hiburan dianggap berpengaruh dalam pembentukan citra diri. Dalam segitika hierarki kebutuhan Maslow kita dapat melihat bagaimana aspek-aspek yang berhubungan dengan pelepasan ketegangan berpengaruh terhadap pembentukan citra diri, kita dapat melihat bagaimana Maslow menyebutkan bahwa kebutuhan akan rasa aman (*safety*) pada akhirnya akan membawa seseorang kepada kebutuhan untuk aktualisasi diri (*self-actualization*) yang meliputi citra diri.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Proses Pembentukan Citra Diri Mahasiswa Universitas Bakrie Melalui Media Sosial Instagram. Peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa :

1. Membuktikan bahwa terdapat kognitif (kebutuhan informasi) yang membuat pengguna membentuk citra diri. Hal-hal ini seperti kebutuhan dalam menggunakan media sosial, lalu memahami maksud dan fungsi dari penggunaan media sosial tersebut, juga kebutuhan akan informasi melalui media sosial, dan mengetahui trend yang sedang berkembang saat ini merupakan hal yang mempunyai hubungan dalam pembentukan citra diri.
2. Membuktikan bahwa terdapat Integratif Personal (pengaruh kredibilitas) dalam pembentukan citra diri, hal-hal yang meliputi kepercayaan diri, penggunaan media sosial yang bersifat pribadi, juga pengaktualisasian diri merupakan hal hal yang membentuk citra diri seseorang,
3. Membuktikan terdapat Integratif Sosial (kebutuhan sosial) yang membentuk citra diri. Hal-hal seperti kebutuhan akan hubungan yang baik, kemudahan berkomunikasi, bertukar informasi dan pemahaman akan situasi dan kondisi sekitar merupakan hal-hal yang membentuk citra diri seseorang
4. Membuktikan bahwa terdapat hiburan yang melepas penat dalam membentuk citra diri. Hal-hal yang meliputi tekanan dalam pikiran, keluh kesah, pencurahan hati, isi fikiran, dan hiburan dianggap berpengaruh dalam pembentukan citra diri. Dalam segitika hierarki kebutuhan Maslow kita dapat melihat bagaimana aspek-aspek yang berhubungan dengan pelepasan ketegangan berpengaruh terhadap pembentukan citra diri, kita dapat melihat bagaimana Maslow menyebutkan bahwa kebutuhan akan rasa aman (*safety*) pada akhirnya akan membawa seseorang kepada kebutuhan untuk aktualisasi diri (*self- actualization*) yang meliputi citra diri.

5.2 Saran

Usai disampaikan dalam kesimpulan diatas, maka saran yang mau disampaikan adalah untuk membentuk citra diri positif, tentunya memakan proses yang tidak singkat. Dalam prosesnya sendiri terdapat beragam faktor, salah satunya adalah penggunaan media sosial. Instagram sudah diulas lebih jelas pada bab sebelumnya, bahwa pada karakteristik usia remaja merupakan usia dalam pencarian jati diri menggunakan beragam medium untuk mengemas diri mereka melalui citra diri yang mereka ingin beritahukan pada mata dunia. Menggunakan secara bijak dan melek media (media literasi) pada media sosial Instagram memberikan peranan yang besar pada proses pembentukan citra diri (*self-image*) baik positif ataupun negatif pada diri seseorang.

DAFTAR PUSTAKA

- Christine.2014. “*Hubungan Kebutuhan Informasi Siswa dengan Ketersediaan Koleksi Perpustakaan Sekolah*”. Dalam jural online
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/24161/4/Chapter%20II.pdf>
(08/01/2016).
- Dian. 2014. “*Karakter Remaja*”. Dalam jurnal online.
<http://digilib.uinsby.ac.id/1883/5/Bab%202.pdf> (03/01/2016)
- Elza, Putri. 2015. “*Konstruksi Makna Media Sosial Ask.fm Bagi Pengguna Di Kota Pekan Baru.*” Dalam Jurnal Online
<http://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/7431>. (8/12/15)
- Griffin, E.M. 2003. *A First Look at Communication Theory 5th Edition*. McGraw Hill, New York
- Macionis John J.2008. *SOCIOLOGY: Thirteenth Editio*.Boston:Pearson Education, Inc. USA.
- Meinarno,Eko dan Sarwono, Sarlito. 2009. “*Psikologi Sosial*”. Jakarta. Salemba Humanika. Indonesia
- “*Pengertian Internet Menurut Para Ahli*”. 16 September,2015.
<http://dosenit.com/jaringan-komputer/internet/pengertian-internet-menurut-ahli>. (05/01/2016)
- “*Pengertian Media Sosial*”. 2016. <http://www.bimbingan.org/pengertian-media-sosial-menurut-ahli.htm> . (05/01/2016)
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. “*Psikologi Komunikasi*”. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, cetakan ke-1. Indonesia
- Rose. 1995. “*Menggali Potensi Diri*”. Jakarta. ISBN. Indonesia
- Wood, T. Julia. 2006. *Communication Mosaic: An Introduction to the Field of Communication*,Boston: Wadsworth, Cengage Learning. hlm. USA