

**PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
PEMBENTUKAN CITRA DIRI**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi**



RISKI YANTI WULANDARI PUTRI


1111003035

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE JAKARTA**

2016

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Riski Yanti Wulandari Putri
NIM : 1111003035
Tanda Tangan : 
Tanggal : 14 September 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan untuk:

Nama : Riski Yanti Wulandari Putri
NIM : 1111003035
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap
Pembentukan Citra Diri

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi kepada program studi Ilmu Komunikasi, fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dianingtyas Putri, S.Sos., M.Si
Penguji 1 : Dr. Tuti Widiastuti, S.Sos., M.Si
Penguji 2 : Ananda Fortunisa, S.E., M.Si.



(*[Signature]*)
(*[Signature]*)
(*[Signature]*)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 14 September 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT, karena atas izin dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tugas akhir ini ditulis sebagai prasyarat untuk menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) di program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulis menyadari tanpa bantuan dan bimbingan dari pihak terkait, penelitian ini akan sulit untuk diselesaikan. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, kedua pasangan dari abang dan kakak penulis (Abang Diles, Kak Ocha, Abang Adi, Kak Ayu) atas dukungan, dorongan dan bimbingannya selama ini kepada penulis terutama pada saat-saat menyelesaikan penelitian penulis.
2. Ibu Dianingtyas Putri dan Ibu Mirana Hanasthasia selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran dalam membantu penulis menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Ibu Suharyanti selaku pembimbing akademik penulis, Ibu Tuti Widiastuti dan Ibu Ananda selaku penguji penulis serta para dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang baik di luar maupun di dalam kelas telah banyak memberikan ilmu serta bimbingan yang pada akhirnya membantu penulis untuk bisa menyelesaikan penelitian ini.
4. Kepada kak Tubagus Mansyur Amin atas dukungan, dorongan dan kesabarannya terhadap penulis selama membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Kepada teman-teman terdekat penulis, Elisa Uti, Marseila, Nurul, Nelly, Pitto, Intan, Dea, Inez, Tannya, Novia, Atikah, Farah, Bunga dan Qella yang selalu membantu dan mendorong penulis untuk segera menyelesaikan penelitian ini.
6. Kepada rekan-rekan Ilmu Komunikasi angkatan 2011 khususnya *Corporate Communication* 2011 yang saling mendukung satu sama lain dan membantu penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Kepada semua informan penulis yang sudah bersedia untuk penulis wawancarai agar terselesaikannya penelitian ini.
8. Juga kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu disini. Tanpa bantuan dari kalian semua, maka penelitian ini tidak akan pernah terwujud.

Akhir kata, penulis berharap agar segala kebaikan kalian semuanya dapat dibalas oleh Allah SWT dengan pahala yang berlipat ganda. Semoga tugas akhir ini dapat membawa banyak manfaat untuk kedepannya.

Jakarta, 2 September 2016


Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riski Yanti Wulandari Putri
NIM : 1111003035
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non-exclusive Royalty Free-Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

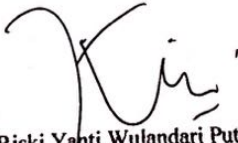
**“PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
PEMBENTUKAN CITRA DIRI”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencatumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 14 September 2016

Yang menyatakan,


(Riski Yanti Wulandari Putri)

Nama : Riski Yanti Wulandari Putri

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap
Pembentukan Citra Diri

ABSTRAK

Penelitian ini dibuat untuk mengetahui penggunaan media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri. Media sosial Instagram adalah salah satu media yang banyak di mininati masyarakat dunia, khususnya Indonesia. Dengan adanya media sosial instagram ini pengguna nya hanya menampilkan foto dan video pada akun instagram. Kenyataan tersebut membuat instagram menjadi medium untuk membentuk citra diri agar diri pengguna instagram ini dapat di lihat oleh orang lain di luar lingkungan utama pengguna dan dapat diinterpretasikan oleh orang lain. Dengan memanfaatkan fasilitas yang ada pada media sosial instagram, maka akan adanya potensi hubungan yang kuat antara penggunaan media sosial instagram dengan pembentukan citra diri seseorang. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif. Dari hasil penelitian didapatkan kesimpulan bahwa: (1) Pada fitur-fitur yang terdapat dalam instagram informan penulis menggunakan fitur-fitur yang ada tersebut untuk membantu pembentukan citra diri dalam media sosial instagram. (2) Pada dimensi citra diri dan aspek citra diri informan penulis menggunakannya sebagai pendukung pembentukan citra diri dalam media sosial instagram. (3) Penggunaan media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri dipandang cukup penting bagi pengguna instagram dan pengamat media sosial.

Kata kunci: Media Sosial, Instagram, Citra Diri,

Name : Riski Yanti Wulandari Putri
Course Study : Communication
Research title : *The Use of Social Media Instagram to Personal Branding Formation*

ABSTRAK

This research was created to find out the use of social media instagram to personal branding formation on recruitment job. Social media instagram is one of the popular media in the world community especially Indonesia. With the existent of social media instagram people who used instagram can only show their photo and video on their instagram account. With that reality instagram become a medium to created personal branding so everyone can recognize you as a person you shown on your instagram. By using the facilities of social media instagram, then it will have a strong potential relationship between social media instagram user with someone personal branding. In this research, the author uses descriptive qualitative method. The results of this research it was concluded that: (1) On the features contained in instagram, informant use existing features to help formation of personal branding in social media instagram. (2) On the dimension of personal branding and aspects of personal branding informant use it as a supporting to build personal branding in social media instagram. (3) The use of social media instagram to personal branding formation is quite important for instagram users and the media analyst said so too.

Key words: Social Media, Instagram, Personal branding.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Terhadap Penelitian Sebelumnya.....	9
2.2 Tinjauan Pustaka.....	16
2.2.1 <i>Public Relations</i>	16
2.2.1.1 Fungsi dan Tugas <i>Public Relations</i>	17
2.2.1.2 Citra.....	20
2.2.2 Media Massa.....	22
2.2.2.1 Pengertian Media Massa.....	22
2.2.2.2 Jenis Media Massa.....	23
2.2.2.3 Peran Media Massa.....	23
2.2.2.4 Media Sosial.....	24

2.2.2.4.1	Pengertian Media Sosial.....	24
2.2.2.4.2	Sejarah Media Sosial.....	25
2.2.2.4.3	Ciri-ciri Media Sosial.....	26
2.2.2.4.4	Jenis Media Sosial.....	26
2.2.2.4.5	Instagram.....	27
2.2.2.4.5.1	Pengertian Instagram.....	27
2.2.2.4.5.2	Fitur-fitur Instagram.....	28
2.2.2.4.5.3	Cara Menggunakan Instagram.....	34
2.2.3	Citra Diri.....	36
2.2.3.1	Pengertian Citra Diri.....	36
2.2.3.2	Dimensi Citra Diri.....	37
2.2.3.3	Aspek Citra Diri.....	38
2.2.4	Keterkaitan antara Citra Diri pada Media Sosial Instagram dalam Perekrutan Pekerjaan dan Hubungannya dengan <i>Public Relations</i>	39
2.3	Kerangka Pemikiran.....	40

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Metode Penelitian.....	41
3.2	Objek Penelitian.....	44
3.3	Definisi Konseptual dan Operasional Konsep.....	46
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.5	Teknik Analisis Data.....	54
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	56
3.7	Batasan Penelitian.....	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
4.1.1	Sejarah Media Sosial Instagram.....	58
4.1.2	Logo Instagram.....	61
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	63
4.2.1	Informan.....	63
4.2.2	Hasil Penelitian Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap	

Pemenebtukan Citra Diri dalam Perekrutan Pekerjaan.....	64
4.2.3 Pembahasan.....	97

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran.....	109
5.2.1 Saran Akademis.....	109
5.2.2 Saran Praktis.....	109

DAFTAR PUSTAKA.....	110
----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	114
----------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Perbandingan Penelitian.....	12
Tabel 3.1 Daftar Informan Penelitian.....	45
Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep.....	46
Tabel 4.1 Tentang Instagram.....	60
Tabel 4.2 Informan Penelitian.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Instagram dan Contoh <i>Postinga</i> -an di Instagram.....	6
Gambar 2.1 Tampilan Instagram.....	34
Gambar 2.2 Tampilan Profile Instagram dalam <i>Website</i>	34
Gambar 2.3 Tampilan <i>Search</i> Instagram.....	35
Gambar 2.4 Tampilan untuk <i>Follow</i> di Instagram.....	35
Gambar 2.5 Tampilan ketika mem- <i>Posting</i> Foto di Instagram.....	36
Gambar 2.6 Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian.....	40
Gambar 4.1 Pencipta Instagram.....	58
Gambar 4.2 Logo Instagram.....	61
Gambar 4.3 Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian.....	64
Gambar 4.4 <i>Screenshot</i> tampilan Instagram Saputro dengan jumlah <i>followers</i> 12k. 68	
Gambar 4.5 <i>Screenshot</i> tampilan Instagram Satya dengan jumlah <i>followers</i> 17k.....	69
Gambar 4.6 <i>Screenshot</i> Foto dan Video <i>Posting</i> -an Instagram Satya.....	70
Gambar 4.7 <i>Screenshot</i> Foto dan Video <i>Posting</i> -an Instagram Saputro.....	71
Gambar 4.8 <i>Screenshot Posting</i> -an Satya saat HUT RI ke-71.....	76
Gambar 4.9 <i>Screenshot Posting</i> -an Saputro terkait Judul Foto.....	78
Gambar 4.10 <i>Screenshot Posting</i> -an Satya terkait Judul Foto.....	79
Gambar 4.11 <i>Screenshot Posting</i> -an Satya yang berisi <i>Quotes</i>	80
Gambar 4.12 <i>Screenshot Posting</i> -an Satya terkait Arroba (@).....	82
Gambar 4.13 <i>Screenshot Posting</i> -an Satya terkait Label Foto (#).....	83
Gambar 4.14 <i>Screenshot Posting</i> -an Satya terkait Label Foto (#).....	84
Gambar 4.15 <i>Screenshot Posting</i> -an Saputro terkait Lokasi.....	87
Gambar 4.16 <i>Screenshot Posting</i> -an Satya terkait <i>Geotagging</i>	88
Gambar 4.17 <i>Screenshot Posting</i> -an Satya terkait <i>Likes</i>	89

Gambar 4.18 <i>Screenshot</i> tampilan <i>Popular</i> pada Instagram.....	91
Gambar 4.19 <i>Screenshot</i> Foto, Video dan Akun yang termasuk dalam <i>Popular</i>	92
Gambar 4.20 <i>Screenshot Posting-an</i> Satya terkait Dimensi Citra Diri.....	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Redaktur Pelaksana detik.travel.com.....	114
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Travel Blogger detik.com.....	118
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Editor motorexpert.com.....	125
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Sales Online motorexpert.com.....	128
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Pengamat Media Sosial.....	132
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Head Hunter.....	137