

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Dalam kehidupannya manusia adalah makhluk sosial. Artinya dalam memenuhi kebutuhannya, manusia harus berhubungan dengan orang lain dan lingkungannya. Dalam usahanya memenuhi kebutuhannya tersebut dapat dilakukan apabila kedua belah pihak mengadakan suatu komunikasi atau mengadakan hubungan dengan masyarakat atau lingkungan sekitarnya.

Komunikasi menurut **Arifin** (dalam **Ruslan**) dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas**, memiliki pengertian sebagai berikut:

Bahwa komunikasi merupakan sebagian dari proses sosial karena banyak dikaitkan dengan terjadinya perubahan sosial, misalnya mampu mempengaruhi atau mengubah sikap tindak , prilaku dan pola fikir masyarakat, terutama dalam menerima gagasan, informasi dan teknologi baru. (1998:87)

Berdasarkan definisi diatas bahwa komunikasi bisa membawa kepada perubahan sosial berupa sikap, dan perilaku melalui informasi dan teknologi.

Begitu banyak ahli berpendapat tentang definisi komunikasi salah satunya seperti yang dituliskan sebelumnya. Definisi berikut dijelaskan oleh salah satu ahli yang dijuluki sebagai “Bapak Ilmu Komunikasi” yaitu **Harold Laswell** yang dijelaskan oleh **Mulyana** dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** bahwa:

“ (Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan- pertanyaan berikut)

“Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?” Atau Siapa Mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana”(2007:69)

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam komunikasi ada beberapa unsur dalam proses komunikasi yaitu siapa yang mengatakan (Komunikator/sumber), mengatakan apa (pesan), dengan saluran apa (Media/bertatap muka), kepada siapa (Komunikan/penerima pesan), dengan pengaruh bagaimana (Efek).

Effendy dalam bukunya **Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi** menjelaskan bahwa **“Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antara manusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran, perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya”(2003:28).** Jadi, menurut pendapat diatas, komunikasi adalah pengungkapan pikiran atau perasaan seseorang kepada oranglain dengan menggunakan bahasa baik verbal maupun non verbal.

2.1.1 Tujuan Komunikasi

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan dari tujuan komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan komunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan bicara serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut.

Tujuan komunikasi menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi dan Teknik Komunikasi** bahwa terdapat tujuan komunikasi yang meliputi:

a. Mengubah sikap (*to change the attitude*)

Mengubah sikap disini adalah bagian dari komunikasi, untuk mengubah sikap komunikan melalui pesan yang disampaikan oleh komunikator, sehingga komunikan dapat mengubah sikapnya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.

- b. Mengubah opini/ pendapat/ pandangan (*to change the opinion*) mengubah opini, dimaksudkan pada diri komunikan terjadi adanya perubahan opini/ pandangan/ mengenai sesuatu hal, yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.
- c. Mengubah perilaku (*to change the behavior*) Dengan adanya komunikasi tersebut, diharapkan dapat merubah perilaku, tentunya perilaku komunikan agar sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.
- d. Mengubah masyarakat (*to change the society*) Mengubah masyarakat yaitu dimana cakupannya lebih luas, diharapkan dengan komunikasi tersebut dapat merubah pola hidup masyarakat sesuai dengan keinginan komunikator. (1993:55)

Jadi dapat disimpulkan tujuan komunikasi itu adalah mengharapakan perubahan sikap, perubahan pendapat, perubahan perilaku, perubahan sosial. Serta tujuan utama adalah agar semua pesan yang disampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan dan menghasilkan umpan balik.

2.1.2 Konteks Komunikasi

Komunikasi bisa diklasifikasikan berdasarkan konteksnya. Untuk mengetahui komunikasi berdasarkan konteksnya para ahli melihat hal tersebut berdasarkan tingkat atau level. Tingkat atau level bisa diketahui dari jumlah pelaku yang terlibat dalam komunikasi. Menurut **Mulyana** dalam buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mengatakan bahwa:

Terdapat empat tingkat komunikasi yang disepakati banyak pakar, yaitu: komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi dan komunikasi massa. Beberapa pakar lain lain menambahkan komunikasi

intrapribadi, diadik (komunikasi dua orang) dan komunikasi publik (pidato didepan khalayak). (2007:80)

Jika dilihat dari uraian diatas, tingkatan komunikasi tersebut dimulai dari yang jumlahnya sedikit hingga yang jumlahnya banyak. Misalnya komunikasi antarpribadi, pelaku yang terlibat dua orang atau lebih, komunikasi kelompok yang terlibat tiga orang atau lebih dan yang paling banyak pelakunya adalah komunikasi massa. Semakin tinggi tingkatannya tentunya prosesnya pun semakin kompleks dan beragam.

Sejumlah konteks komunikasi diatas yang dilihat dari tingkatannya, biasanya terdapat dalam kegiatan- kegiatan komunikasi yang terorganisir: oleh **Effendy** dalam bukunya **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi**, komunikasi yang terjadi didalam kegiatan yang terorganisir disebut sebagai metode komunikasi. Metode komunikasi meliputi kegiatan- kegiatan yang terorganisir sebagai berikut:

a. Jurnalisme/ jurnalistik (*journalism*), b. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*), c. Periklanan (*advertising*), d. Propaganda, e. Perang urat syaraf (*psychological warfare*), f. Perpustakaan, g. Lain- lain. (2003:56)

Dari sejumlah kegiatan komunikasi yang disebutkan diatas, jurnalistik merupakan bagian yang akan menjadi fokus penelitian. Karena dalam kegiatan jurnalistik sangat memerlukan media, dalam penelitian ini media yang digunakan berupa media sosial yaitu Instagram.

2.2 Media

Media adalah sarana penyampaian termasuk didalamnya adalah media penyiaran (TV dan Radio), media cetak (surat kabar dan majalah), surat langsung, iklan outdoor dan media pendukung lainnya. Media erat kaitannya dengan iklan sehingga pola pikir masyarakat mengatakan media adalah tempat untuk beriklan. Dengan media penyampaian komunikasi seperti penawaran produk dapat disampaikan langsung kepada konsumen. Media dapat berupa media konvensional seperti radio, TV, *billboard*, poster, koran dan majalah tetapi juga dapat berupa media *online*.

Media juga mempunyai kekuatan dan kelemahan, hal ini sangat berpengaruh terhadap komunikasi yang mereka bawa. Menurut **Duncan** pada bukunya yang berjudul *Principle of Advertising and IMC* berikut ini adalah kekuatan dan kelemahan masing-masing media (2005: 349).

Tabel 2.1 Kekuatan dan Kelemahan Media

Media	Kekuatan	Kelemahan
Koran	<ul style="list-style-type: none"> • Berwujud • Biaya produksi rendah • <i>Short lead time</i> • Reader Habit 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Media waste (mass audience)</i> • Menurunkan jumlah pembaca
Majalah	<ul style="list-style-type: none"> • Target yang selektif • Reproduksi kualitas tinggi 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Long lead time</i> • <i>Low mass reach</i> • Biaya produksi tinggi

	<ul style="list-style-type: none"> • Tahan Lama 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Low frequency</i>
Televisi	<ul style="list-style-type: none"> • Lokal dan Nasional • <i>Targeted Cable channels</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya produksi tinggi • Mengganggu
Radio	<ul style="list-style-type: none"> • Target yang selektif • Biaya produksi yang rendah 	<ul style="list-style-type: none"> • Jangkauan terbatas • Terbatas pada suara saja
<i>Outdoor</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Lokal • Langsung 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Low attention</i> • Reputasi buruk • Terbatas pada jangkauan wilayah
<i>Direct mail</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Sangat selektif • Hasil dapat diukur 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Long lead time</i> • Biaya per pesan yang tinggi
<i>Internet</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya rendah 	<ul style="list-style-type: none"> • Jangkauan terbatas
<i>Telemarketing</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Personalisasi • Interaksi langsung • Hasil dapat diukur 	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya tinggi • mengganggu

2.2.1 Media Baru (*New Media*)

Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi, khususnya teknologi komunikasi telah menggeser kehebatan media massa yang selama ini menjadi

primadona diantara media lainnya sebagai media penyampai pesan. Kehadiran internet ditengah- tengah kehidupan masyarakat merupakan awal dari munculnya Media baru (*New Media*).

Menurut **Martin Lister** dalam bukunya *New Media a critical introduction* bahwa:

Istilah *new media* atau media baru lambat laun mulai dikenal pada tahun 1980. Dunia media dan komunikasi mulai terlihat berbeda dengan hadirnya media baru ini, tidak terbatas pada satu sektor atau elemen tertentu. Dalam pengertian ini, munculnya ‘media baru’ sebagai semacam fenomena yang dilihat dari sisi sosial, teknologi, dan perubahan budaya.(2009:10)

Proses kemajuan terhadap media ini bersifat sentral bagi pemahaman tentang mediamorfosis. Menurut **Fidler** dalam bukunya **Mediamorfosis** menyatakan :

Mediamorfosis adalah transformasi media komunikasi, yang biasanya ditimbulkan akibat hubungan timbal balik yang rumit antara berbagai kebutuhan yang dirasakan, tekanan persaingan dan politik, serta berbagai inovasi sosial dan teknologi. (2003:35)

Media baru tidak muncul begitu saja dan terlepas dari yang lain, semuanya muncul secara bertahap dari metamorfosis media terdahulu. Ketika bentuk-bentuk yang lebih baru muncul, bentuk- bentuk terdahulu cenderung beradaptasi dan terus berkembang bukan mati.

Media baru ini sesungguhnya merujuk pada berbagai perubahan mendalam media produksi, distribusi dan penggunaan. Ini adalah perubahan teknologi, tekstual, konvensional dan budaya. Mengingat hal ini, tetap diakui bahwa sejak

pertengahan 1980-an sejumlah konsep kedepan yang menawarkan untuk menentukan karakteristik kunci dari bidang media baru secara keseluruhan.

Istilah utama dalam wacana tentang media baru ini adalah digital, interaktif, *hypertextual*, jaringan dan stimulasi. Beberapa contoh seperti internet, *website*, komputer, multimedia, permainan komputer, CD-ROOMS, dan DVD. Media baru bukanlah televisi, film, majalah, buku atau publikasi berbasis kertas. Sudah jelaslah bahwa *new media* atau media baru adalah media yang berbasis teknologi komputer, kemajuan teknologinya baik dari segi *hardware* dan *software*.

Media baru juga merupakan bagian dari *cyberculture*, implikasi dari perkembangan teknologi dunia maya sebagai perpanjangan indera manusia menyebabkan lahirnya perilaku baru/ sosiologi, dan budaya yang berhubungan dengan penggunaan teknologi dunia maya.

Menurut **Soleh Soemirat** dalam bukunya **Dasar- dasar *Public Relations*** mengatakan bahwa:

Media baru yang sangat fenomenal dan diminati oleh banyak orang diseluruh penjuru dunia adalah internet. Internet merupakan jaringan longgar dari jaringan komputer yang menjangkau jutaan orang diseluruh dunia. (2002:122)

Pada mulanya internet dikembangkan oleh Pentagon, pada tahun 1960-an internet merupakan sistem hubungan jarak jauh dari berbagai jaringan komputer, yang dihubungkan melalui modem dan jalur telepon.

Internet merupakan suatu sumber informasi yang sangat besar. Namun hal tersebut tergantung dari apa yang dilihat oleh dipengguna internet dari keanekaragaman sumber informasi yang tersedia. Dengan ditemukannya mesin

pencari (*Search Engine*) seperti *google*, *yahoo*, maka hal tersebut menjadi semakin mudah untuk dilakukan. Pada tahun 1990, seorang ilmuwan Eropa mengembangkan *World Wide Web* (WWW) atau biasa yang kita kenal dengan *website*. *Website* merupakan halaman- halaman informasi yang berbentuk teks, grafik, dan *hypertext*. Informasi yang diletakkan di WWW disebut *homepage*. Setiap *homepage* mempunyai alamatnya sendiri- sendiri. Informasi yang disajikan dalam *website* bukan hanya berupa teks, tetapi juga berupa menggambar bahkan multimedia.

Internet menjadi sebuah revolusi dari komunikasi yang sangat luas dan mendalam serta memberikan banyak kemudahan bagi individu maupun organisasi dalam menyampaikan dan menerima informasi dalam waktu yang lebih cepat dan lebih luas jangkauannya.

Pakar media baru **John Pavlik** dan **Shawn McIntosh** dalam **Cutlip** , **Center**, dan **Broom** pada buku *Effective Public Relations* mengatakan tentang “Konvergensi Media” yaitu:

Menyatukan telekomunikasi, komputer, dan media dalam lingkungan digital. Konvergensi dan perubahan yang dihasilkan telah mengubah banyak aspek dasar dari media massa dan komunikasi. (2007:287)

Dari pengertian di atas dikatakan bahwa media baru adalah perpaduan antara telekomunikasi, komputer dan media dalam bentuk digital. Perpaduan unsur- unsur tersebut telah mengubah banyak aspek dasar dari media massa dan komunikasi. Jika dikatakan dengan menggunakan media massa pesan akan bisa disampaikan secara luas, maka media baru bisa menyiarkannya secara lebih luas

lagi menembus ruang dan waktu dan tidak hanya sekedar aspek penyiaran yang akan dihasilkan tetapi media baru mampu membentuk sebuah jaringan.

2.2.2 Media Sosial

Media sosial adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial, yang bersifat interaktif. Media sosial berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari yang sebelumnya bersifat *broadcast media monologue* (satu ke banyak audiens) ke *social media dialogue* (banyak audiens ke banyak audiens). Media sosial juga mendukung terciptanya demokratisasi informasi dan ilmu pengetahuan, yang mengubah perilaku audiens dari yang sebelumnya pengonsumsi konten beralih ke pemroduksi konten.

Media sosial merupakan salah satu produk dari kemunculan *new media*. Didalam media sosial individu – individu maupun kelompok saling berinteraksi secara *online* melalui jaringan internet. Semenjak kemunculannya, media sosial tidak hanya digunakan oleh individu tetapi juga mulai digunakan oleh organisasi atau perusahaan- perusahaan besar maupun kecil untuk melakukan komunikasi dengan publiknya.

Media sosial dalam buku *Communication In Our Lives*, oleh **Julia T Woods** dikatakan bahwa: *Blogs open new possibilities for interacting and building community* (2009:316). Yang dimaksud oleh Julia adalah Media sosial membangun banyak kemungkinan mengenai interaksi didalamnya dan juga kemampuan untuk membuat sebuah komunitas yang baru.

Solis dalam bukunya *Engage The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*

menjabarkan pengertian media sosial sebagai berikut:

Social Media is ...

- a. A platform for the socialization of media.*
- b. The online tools that facilitate conversations.*
- c. Connections between friends, peers, and influencers.*
- d. Collaborations.*
- e. The redistribution of influence.*
- f. A call for humanizing personal and audiences, and the stories that link them together.*
- g. Compassionate.*
- h. Words, pictures, video, chatter, audio, and also experiences, observation, opinions, news, and insights.*
- i. An opportunity and a privilege.*

(Media sosial adalah a. Sebuah platform untuk media sosialisasi, b. Alat online yang memfasilitasi percakapan, c. Koneksi antara teman, rekan-rekan dan influencer, d. Kolaborasi, e. Redistribusi pengaruh, f. Sebuah panggilan untuk memanusiakan personal, penonton, dan cerita-cerita yang menghubungkan mereka bersama-sama, g. Pengasih, h. Kata-kata, gambar, video, obrolan, audio, dan juga pengalaman, pengamatan, opini berita, dan wawasan, i. Kesempatan dan hak istimewa). (2010:36)

Dalam definisi di atas menjabarkan beberapa unsur dalam media sosial, mulai dari fungsi media sosial hingga apa saja yang ada didalamnya. Di dalamnya tentunya terdapat pesan atau informasi yang disebutkan dalam definisi di atas adalah selain berupa gambar atau video juga berupa pengalaman, pengamatan, opini, berita dan wawasan yang dapat disebarluaskan kepada individu lain yang terjaring dalam media sosial yang sama.

Media sosial memiliki aliran informasi yang tidak terbatas, namun hal tersebut bisa memicu kebosanan, dikarenakan kejenuhan akan banyaknya

informasi yang diterima, sehingga pada titik puncak manusia akan mencari bentuk media sosial yang bentuknya berbeda.

Media sosial dapat tampil dalam banyak bentuk, seperti wiki, *podcast*, forum di Internet atau forum diskusi. Teknologi seperti *e-mail*, pesan instan, VoIP dan *photosharing* adalah alat yang sering digunakan. Isinya dapat berbentuk grafik, teks, foto, audio, dan video. Contoh media sosial termasuk *Youtube* (Tempat berbagi video dan jaringan sosial), *Facebook* (Jejaring sosial), *Twitter* (Jejaring Sosial), *Instagram* (Tempat berbagi foto dan video dan jaringan sosial), *Google* (Jejaring sosial dan mesin pencari) , *MySpace* (Jejaring Sosial), dan lain-lainnya.

2.3 Instagram

2.3.1 Pengertian Instagram

Instagram menjadi media sosial dengan peningkatan jumlah pengguna aktif terbesar dalam 4 tahun terakhir. Jumlah pengguna aktif Instagram melonjak 23 persen dari 130 juta pengguna pada Juni 2013 menjadi 150 juta per bulan pada kuartal keempat tahun lalu. Nama Instagram sendiri berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “**insta**” berasal dari kata “**instan**”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “**gram**” berasal dari kata “**telegram**”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.

Pengertian Instagram menurut **Atmoko** dalam bukunya **Instagram Handbook** adalah seperti berikut:

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. (2012:4)

Instagram adalah aplikasi layanan berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk berfoto dan memberi filter lalu menyebarkan di sosial media seperti facebook, twitter, dan lainnya.

Michel "Mike" Krieger (lahir 4 Maret 1986) adalah pengusaha Brasil dan insinyur perangkat lunak, yang mungkin paling dikenal sebagai *co-founder* Instagram, bersama Kevin Systrom. Lahir di Sao Paulo, Sao Paulo, Brasil, Krieger pindah ke California pada tahun 2004 untuk menghadiri Stanford University. Di Stanford, di mana ia belajar sistem simbol, ia bertemu Kevin Systrom. Keduanya mendirikan Instagram di 2010. Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS 3.1.2 atau yang terbaru dan telepon kamera Android apapun dengan sistem operasi 2.2 (Froyo) atau yang terbaru. Aplikasi ini tersebar melalui Apple App Store dan Google Play.

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

yang ada di dalam Instagram, dapat menggunakan teman-teman mereka yang juga menggunakan Instagram atau membagikan unggahan fotonya melalui jejaring sosial seperti Twitter dan juga Facebook.

2.3.2 Sejarah Instagram

Pada tahun 2010 perusahaan Burbn, Inc adalah sebuah perusahaan startup yang berfokus khusus untuk pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada awalnya mereka hanya fokus di HTML5 mobile. Dalam perkembangannya kedua CEO Mike Krieger dan Kevin Systrom memutuskan untuk lebih fokus pada satu bagian saja.

Setelah mencari ide selama satu minggu mereka akhirnya membuat versi pertama dari Burbn. Awalnya masih kurang sempurna tetapi semakin lama semakin baik hasilnya. Setelah sudah selesai aplikasi ini terdapat di dalam iphone tetapi di dalamnya terlalu banyak fitur-fitur, mereka berusaha untuk mengurangi beberapa fitur yang ada namun karena sulit mereka akhirnya memulai kembali dari awal dan memfokuskan kepada foto, komentar dan kemampuan untuk menyukai foto-foto yang ada. Itulah yang akhirnya menjadi Instagram. Pada tanggal 9 April 2012, dengan perkiraan nilai \$1 miliar situs jejaring sosial Facebook mengambil alih Instagram.

2.4 Eksistensi Diri

2.4.1 Pengertian Eksistensi Diri

Eksistensi berasal dari bahasa Inggris "*exist*" yang berarti ada, terdapat hidup atau dirasakan keberadaannya. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia

eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan.

Sedangkan **Abidin Zaenal** berpendapat bahwa eksistensi adalah:

Suatu proses yang dinamis, suatu “menjadi” atau “mengada”. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *existere*, yang artinya keluar dari, “melampaui” atau “mengatasi”. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasi potensi- potensinya.(2007:16)

Eksistensi menurut peneliti ada akan keberadaan seseorang yang bergau dalam lingkungan masyarakat, bisa dikatakan ingin diakui keberadaannya khususnya dalam segi sosial. Karena pada dasarnya manusia akan mengalami perubahan dari masa sekarang sampai masa yang akan datang baik dari segi bahasa, perilaku, tindakan.

Dalam pandangan psikologi eksistensial, **Chaplin** pada bukunya **Kamus Lengkap Psikologi** mengatakan bahwa:

Eksistensi adalah sebuah pandangan mengenai keberadaan manusia, situasinya dalam dunia, kebebasannya memilih tujuan kehidupan dan berusaha memahani arti kehidupannya sendiri. (2000:177)

Aliran psikologi ini menekankan bahwa unsur eksistensi punya hak lebih tinggi dan harus lebih diutamakan daripada esensi dan bahwa kebebasan memilih adalah terpenting dan tertinggi melebihi determinisme.

Selain itu, dalam pandangan psikologi eksistensial menurut **Boss** dan **Binswanger** yang dikutip **Calvin** dan **Landzey** mengatakan bahwa:

Eksistensi diri adalah keberadaan manusia berkaitan dengan bagaimana cara manusia itu meng”ada” dalam dunia sesuai dengan identitas dirinya. Orang dapat memilih untuk hidup secara autentik maupun tidak autentik dalam

rangka mewujudkan apa yang diyakini sebagai nasibnya dan menjadi dasar hidup dalam dunia. (1993:123)

Lebih lanjut dikatakan bahwa bentuk- bentuk sikap dan perilaku hidup baik secara autentik maupun tidak autentik merupakan sebuah usaha penyesuaian diri terhadap lingkungan maupun kondisi- kondisi yang mempengaruhi keberadaan individu tersebut. Apabila orang memilih hidup secara tidak autentik maka orang tersebut akan mengalami rasa bersalah sebagai suatu eksistensial yang tidak dapat diatasi dan bersifat fundamental, dimana untuk membebaskan diri dari rasa bersalah ini biasanya orang rela menghadapi kematian sebagai usaha penyesuaian diri yang terakhir dalam mewujudkan eksistensinya.

Menurut **Smith** dalam bukunya yang berjudul *What Matters Most: Hal- hal yang paling utama* mengatakan bahwa:

Eksistensi diri merupakan suatu kondisi dimana seseorang dengan kemampuannya dapat menemukan makna dalam kehidupan. Makna merupakan sebuah kepenuhan atau eksistensi dari nilai- nilai batiniah yang paling utama dalam menjalani kehidupan. Adapun nilai- nilai batiniah yang dibicarakan adalah nilai- nilai mendasar seperti sikap menghormati manusia, sikap menghormati sesama dan perlunya bekerjasama serta bekerja bersama secara harmonis demi kebaikan bersama. (2003:21)

Sedangkan pandangan **Frank** (dikutip **Schutz**) dalam bukunya *Psychotherapy and Existentialism* tentang eksistensi diri adalah

Eksistensi diri adalah berarti menjadi manusia sepenuhnya, dimana individu semakin mampu mengatasi dirinya sendiri dan memberi tujuan hidup supaya menjadi manusia sepenuhnya. (1991:145)

Eksistensi diri adalah kebutuhan manusia akan arti. Individu meskipun harus tunduk pada kondisi- kondisi dari luar dirinya, namun pada dasarnya dalam

memberikan tanggapan terhadap kondisi- kondisi tersebut individu bebas. Individu bebas mengambil sikap untuk menemukan arti hidup.

2.4.2 Faktor- Faktor Yang Memengaruhi Eksistensi Diri

Pengalaman individu, seperti membagikan foto dan video kedalam sebuah media sosial Instagram, perlu diperhatikan karena bisa mempengaruhi faktor-faktor yang mempengaruhi eksistensi. Menurut **Frankl** dalam bukunya *Psychotherapy and Existentialism* dikutip oleh **Schutz** Ada tiga faktor yang mempengaruhi hakikat dari eksistensi manusia, yakni:

a. Spiritualitas

Menurut **Frankl** (dikutip **Schutz, 1991:145**), faktor spiritualitas tidak dapat direduksikan ataupun diterangkan dengan istilah- istilah material. Meskipun spiritualitas dapat dipengaruhi oleh dunia material, namun ia tidak disebabkan atau dihasilkan oleh dunia material itu.

b. Kebebasan

Kebebasan dalam menemukan arti merupakan sesuatu yang penting dalam menemukan eksistensi diri. Kebebasan ini mengandung arti bahwa individu tidak didikte oleh faktor- faktor non spiritual atau kondisi-kondisi dari lingkungan. Individu memiliki kebebasan untuk memilih bagaimana akan bertingkah laku jika ingin menjadi sehat secara psikologis. Dengan demikian, individu yang tidak memiliki kebebasan akan menjadi neurotis dan hal tersebut akan menghambat pemenuhan potensi- potensi diri yang pada akhirnya mengganggu pencapaian eksistensi hidup.

c. Tanggung Jawab

Tanggung jawab merupakan pilihan atas konsekuensi yang harus individu hadapi. Untuk menggambarkan tanggung jawab individu, **Frankl** (dikutip **Schutz, 1991:145**) menggambarkan sebagai berikut “hiduplah seolah- olah anda hidup untuk kedua kalinya, dan bertindak salah untuk pertama kalinya kira- kira demikian anda bertindak sekarang. (1991:145)

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti menyimpulkan bahwa faktor- faktor yang mempengaruhi pencapaian eksistensi adalah faktor spiritual, faktor kebebasan, dan faktor tanggung jawab.

2.4.3 Ciri- ciri dari individu yang memiliki eksistensi diri

Menurut **Frankl** dalam bukunya yang berjudul *Phychotherapy and Existentialsm* dan **Smith** dalam bukunya *What Matters Most: Hal- hal yang paling utama*, ciri- ciri individu yang memiliki Eksistensi diantaranya:

- a. Kesadaran diri yaitu kemampuan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan diri sendiri, apa yang mampu dilakukan, dan bagaimana cara melakukannya.**
- b. Kepercayaan diri yaitu kemampuan individu untuk melihat sisi positif dari suatu peristiwa.**
- c. Harga diri yaitu bagaimana individu memfokuskan pada orang yang dilayani atau individu bekerja.**
- d. Kesadaran akan mendesak yaitu kesadaran mengenai pentingnya peran yang ada dalam dirinya untuk segera direalisasikan.**
- e. Kesadaran yang kuat akan misi pribadi yaitu visi tentang apa yang perlu dilakukan dan semangat serta fokus dalam melakukannya.**
- f. Daya tarik pribadi yaitu sesuatu yang menjadi daya tarik individu sehingga dapat mempengaruhi penilaian orang lain terhadap dirinya.**
- g. Kesadaran dan rasa hormat akan keunikan diri yaitu tidak membanding- bandingkan diri dengan orang lain, atau mengkuatirkan apa yang tidak dimiliki diri. Fokusnya adalah pada siapa dirinya.**
- h. Konsistensi terhadap kehidupan yaitu tidak terombang- ambing dengan setiap ide atau peluang baru atau perubahan kejadian.**
- i. Ketenangan dan kedamaian yaitu tetap berkepala dingin meskipun sedang menghadapi banyak masalah. (1967:15-22) (2003:54-57)**

Berdasarkan uraian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa ciri- ciri individu yang memiliki eksistensi diri adalah kesadaran diri, kepercayaan diri, harga diri, kesadaran akan kemendesakan, kesadaran yang kuat akan misi pribadi, daya tarik

pribadi, kesadaran dan rasa hormat akan keunikan diri sendiri, konsistensi terhadap kehidupan diri sendiri, ketenangan dan kedamaian. Selain itu juga ada ciri- ciri eksistensi yang lain menurut Smith yang tidak dimasukkan dalam penelitian karena tidak mendukung pendapat Frankl. Adapun ciri eksistensi dari Smith yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini adalah menetapkan sasaran yang berorientasi pada tindakan.

2.4.4 Pencapaian Eksistensi Diri

Pandangan **Frankl** (dikutip **Schultz**) dalam buku *Phychotherapy and Existentialism* tentang kesehatan psikologis “**Menekankan pentingnya kemauan akan arti** “(1991:145) . Dalam sistem kepribadian yang dikembangkan **Frankl** menekankan pentingnya arti eksistensi diri dan kebutuhan mencari arti,serta teknik-teknik terapeutis yang khusus untuk menemukan arti dalam kehidupan.

Teori tentang kodrat manusia yang berasal dari *logotherapy* dibangun atas tiga tiang : kebebasan kemauan ,kemauan akan arti ,dan arti kehidupan.**Frankl** dalam bukunya *Phychotherapy and Existentialism* berpendapat bahwa “**Meskipun manusia tunduk pada kondisi-kondisi dari luar yang mempengaruhi kehidupannya,namun manusia bebas memilih reaksi kondisi-kondisi tersebut**” (1967:34).

Kemauan akan arti dan arti kehidupan adalah kebutuhan manusia yang terus menerus mencari arti eksistensi diri.Semakin individu mampu mengatasi diri sendiri,memb eri diri sendiri pada suatu tujuan semakin individu menjadi manusia sepenuhnya. Arti yang individu cari memerlukan tanggung jawab pribadi. Tidak orang atau sesuatu yang lain dapat memberi pengertian tentang arti dan maksud

dalam kehidupan individu, tetapi individu harus menemukan caranya sendiri untuk menghadapi kondisi-kondisi eksistensi diri secara bebas dan bertanggung jawab sampai dapat menemukan suatu maksud dalam kondisi-kondisi yang di hadapi. Individu tidak dapat merespon kondisi-kondisi ini dengan berbicara dan berkontemplasi, melainkan dengan perbuatan – perbuatan , yang mengungkapkan dengan jelas arti yang diperoleh dalam kehidupan individu tersebut.

Oleh Frankl kekurangan arti dalam kehidupan disebut dengan *noogenic neurosis*, yang suatu keadaan yang bercirikan tanpa arti, tanpa maksud, tanpa tujuan, dan hampa. Hal tersebut menyebabkan individu tidak lagi merasakan kehidupan yang penuh bergairah, dan kondisi ini disebut dengan kekosongan eksistensial.

Untuk mengatasi *noogenic neurosis*, melalui *logotherapy* berusaha untuk memberi arti kembali kehidupan dengan memberi kepada dunia lewat suatu ciptaan, dengan suatu yang individu ambil dari dunia dalam pengalaman, dengan sikap yang diambil terhadap penderitaan.

Mencari arti dapat merupakan tugas yang membingungkan bahkan akan dapat menambah ketegangan batin. Namun suatu kepribadian yang sehat mengandung tingkat tegangan tertentu antara apa yang telah dicapai atau diselesaikan dan apa yang harus dicapai atau diselesaikan, merupakan suatu jurang pemisah antara siapa individu dan bagaimana seharusnya individu.

Frankl dalam bukunya yang berjudul *Psychotherapy and Existentialism* mengatakan bahwa:

Pencapaian eksistensi diri merupakan upaya untuk mencapai nilai- nilai yang dituju seperti arti kehidupan,

dimana nilai- nilai itu berubah- ubah dan fleksibel sehingga individu dapat menyesuaikan diri dengan bermacam- macam situasi dimana individu akan menyadari kemampuan diri sendiri. (1967:36)

Menurut **Frankl** ada tiga sistem nilai yang fundamental berhubungan dengan tiga cara memberi arti pada kehidupan, diantaranya:

- a. **Nilai- nilai daya cipta**
Nilai yang diwujudkan dalam aktivitas yang kreatif dan produktif. Artinya diberikan kepada kehidupan melalui tindakan yang menciptakan suatu hasil yang kelihatan atau dengan melayani orang- orang lain yang merupakan suatu ungkapan individu.
- b. **Nilai Pengalaman**
Nilai ini menyangkut penerimaan dari dunia. Nilai pengalaman diungkapkan dengan menyerahkan diri sendiri kepada keindahan dalam dunia alam atau seni. Frankl mengemukakan bahwa ada kemungkinan memenuhi arti dalam kehidupan dengan mengalami beberapa segi kehidupan secara intensif, walaupun individu tidak melakukan suatu tindakan yang positif. Frankl juga mengatakan bahwa satu momen puncak dari nilai pengalaman dapat mengisi seluruh kehidupan seseorang dengan arti. Penekanannya pada intensitas yang individu alami terhadap hal- hal yang individu miliki.
- c. **Nilai Sikap**
Nilai ini menekankan pada bagaimana secara rasional individu memberikan respon kepada kondisi- kondisi yang sama sekali mengecewakan dan destruktif serta menimbulkan keputus asaan, untuk dapat menerimanya. Nilai- nilai sikap sebagai cara memberi arti bagi kehidupan akan memberikan harapan bahwa kehidupan manusia, meskipun dalam keadaan- keadaan gawat dapat bercirikan arti dan maksud. (1967:37)

Sejauh individu sadar bahwa dirinya diwajibkan untuk menyadari nilai- nilai maka hal tersebut akan membawa konsekuensi bahwa tanggung jawab individu untuk memelihara kesehatan psikologis merupakan hal yang tidak terelakkan.

Smith dalam bukunya *What Matters Most: Hal- hal yang paling utama* mengatakan bahwa :

Nilai- nilai yang mendasari kehidupan individu adalah apa yang individu percayai sebagai yang paling utama dan yang paling tertinggi prioritasnya dalam kehidupan individu. Nilai- nilai ini berbeda bagi setiap individu. Seberapa baik individu mengidentifikasi nilai- nilai yang mendasari kehidupan manusia maka hal tersebut akan menentukan seberapa jauh individu mengenali dan memahami diri sendiri yang sesungguhnya. (2003:106)

Berkaitan dengan hal ini ada empat hukum yang mendasari nilai- nilai yang mendasari kehidupan manusia menurut **Frankl**, yakni:

- a. **Entah manusia menyadari atau tidak, manusia mempunyai nilai- nilai batiniah yang sangat mempengaruhi perilaku lahiriah manusia.**
- b. **Kecenderungan alami manusia adalah agar perbuatan manusia konsisten dengan nilai- nilai yang menggerakkan manusia.**
- c. **Dengan mengidentifikasi atau mengklasifikasikan nilai- nilai manusia, maka manusia dapat menggali kuasanya untuk meningkatkan keefektifan pribadi manusia.**
- d. **Ketika perilaku individu selaras dengan nilai- nilai kemanusiaan, maka individu tersebut akan mengalami kedamaian batiniah. Kedamaian batiniah adalah salah satu tujuan utama kehidupan manusia. (1967:42-43)**

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa pencapaian eksistensi diri merupakan upaya untuk mencapai nilai- nilai yang dituju seperti arti kehidupan, dimana nilai- nilai itu berubah- ubah dan fleksibel sehingga individu dapat menyesuaikan diri dengan bermacam- macam situasi dimana individu akan menyadari kemampuan diri sendiri.

2.4.5 Eksistensi Manusia di Dunia Maya dan Dunia Nyata

Seorang manusia memang mengakui bahwa dia itu ada didunia ini. Dia mengakui dirinya berada di dunia ini. Namun keberadaan dirinya, sebagai makhluk sosial belum tentu benar dihadapan manusia lainnya. Jadi keberadaan seseorang didunia ini, khususnya dalam kehidupan sosial harus ditunjukkan kepada orang lain bahwa benar- benar dia itu ada. Keberadaan seseorang dihadapan orang lain bisa disebut sebagai eksistensi diri manusia dalam kehidupan sosial. Menunjukkan diri seseorang bahwa dia itu ada dalam kehidupan sosial musti ada karena itu sebagai pengakuan tentang keberadaannya dilingkungan sosial. Jangan sampai keberadaannya dianggap sebagai ketiadaan bagi oranglain dalam kehidupan sosial. Jadi, walaupun diri seseorang menganggap bahwa dirinya itu ada atau eksis, namun karena lingkungannya menganggap dirinya tidak ada, maka seseorang tersebut tidak akan diakui keberadaannya. Sehingga akan muncul ungkapan bahwa “Ada dia sama dengan ketiadaannya”. Bahkan lebih jauhnya lagi, jangan sampai keberadaannya dikehidupan ini tidak diharapkan oleh lingkungan atau oranglain. Jangan sampai menjadi orang yang “Ketiadaannya lebih baik daripada keberadannya”. Zaman berubah, dunia berubah dan yang tidak berubah adalah perubahan itu sendiri. Agar kita siap dalam menghadapi dunia sekarang ini, kita memerlukan eksistensi diri. Keberadaan seseorang di hadapan orang lain bisa disebut eksistensi diri dalam kehidupan sosial. Pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial dan senang diperhatikan oleh orang lain.

Manusia membutuhkan eksistensi diri sebagai modal utama dalam menghadapi segala kemungkinan yan terjadi dalam kehidupan ini. Dan seboleh

dan selemah apapun kita , ada baiknya kita selalu mencoba untuk menjadikan diri kita eksis dan menjadi manusia yang selalu mencoba untuk merubah diri kita ke arah yang lebih baik.

Penunjukkan diri bahwa diri seseorang itu ada dalam kehidupan ini sangat penting. Sehingga keberadaannya di kehidupan ini sangat bermakna dan bermanfaat bagi kehidupan. Adanya dia dalam kehidupan tersebut sangat dinantikan oleh orang lain. Sehingga orang ini disebut sebagai orang yang baik. Ini sesuai dengan ungkapan bahwa “orang yang baik adalah orang yang memiliki manfaat bagi lingkungannya “.

2.4.5.1 Eksistensi Diri di Dunia Maya

Di dunia maya, remaja menunjukkan eksistensinya. Bahkan di Indonesia pengguna internet hingga akhir tahun 2011 sudah mencapai 48 juta orang sebagian besarnya adalah generasi muda. Pertumbuhan pengguna internet sangat cepat dan dominan oleh mereka yang berusia 15- 30 tahun. Hal ini berdasarkan survei Markplus Insight bulan Agustus- September 2011 di 11 kota besar. Remaja sangat aktif di media sosial seperti facebook, twitter dan Instagram. Mereka menunjukkan eksistensinya dengan memiliki teman atau follower yang banyak. Foto dan video mereka selalu diupdate sesering mungkin.

Apapun yang mereka lihat, dengar dan rasakan didunia nyata bisa langsung diupdate ke dunia maya. Terkadang apa yang mereka tulis, foto dan video yang di upload tidak mereka pikirkan dampaknya. Padahal bisa saja apa yang mereka share bisa menyinggung perasaan orang lain. Foto atau video yang tak pantas bisa tersebar luas. Akhirnya bisa menjadi masalah. Kasus remaja yang diberhentikan

dari sekolah karena berkomentar negatif sudah sering terjadi. Tidak semuanya negatif, banyak remaja yang eksis dengan berkarya di dunia maya. Mereka rajin mengupload foto dan video yang hasilnya bisa menginspirasi banyak orang, memberikan informasi dalam bentuk audio dan visual. Bagi mereka dunia maya bisa menjadi ajang untuk unjuk gigi dan meraih prestasi.

Di dunia maya, masalah eksistensi menjadi sesuatu kebanggaan tersendiri bagi warga dunia maya, khususnya pengguna facebook, twitter dan Instagram. Eksistensi berkaitan dengan seringnya seseorang tersambung atau berada di dunia maya tersebut. Eksistensi ini berkaitan juga dengan keberadaannya (waktu yang digunakan) di dunia maya. Semakin sering atau lama seseorang tersambung ke dunia maya, itu menunjukkan keeksistensianya di dunia maya. Namun demikian seseorang yang tersambung ke dunia maya tidak serta – merta bisa menunjukkan eksistensi dirinya di dunia maya. Karena eksistensi ini bukanlah pengakuan tentang keberadaannya oleh diri sendiri, tapi pengakuan keberadaannya di mata orang lain.

Eksistensi ini dinilai oleh orang (pihak) lain yang mengetahui keberadaannya. Jadi seseorang yang walaupun terus tersambung ke dunia maya, belum tentu mengetahui keberadaannya oleh orang lain, sehingga eksistensinya diragukan. Untuk itu, di dunia maya ini, khususnya Instagram diberikan sarana untuk menunjukkan keberadaannya, sehingga keberadaan seseorang di dunia maya tersebut bisa diketahui oleh orang (pihak) lain.

Namun dengan mencoba menggali mengenai kehidupan, kehidupan ini harus diawali dengan pikiran, impian, hati atau lamunan. Apa yang menjadi

pemikiran atau bahan pemikiran akan mempengaruhi juga perjalanan kehidupan. Apa yang dipikirkan seseorang, akan mempengaruhi perbuatan dan ucapan dalam menjalaninya. Pikiran yang ada dalam hati, dalam pikiran, dalam akal, akan dicurahkan dalam praktek kehidupan. Pikiran ini jika ditelaah akan menjurus pada keyakinan. Keyakinan yang dipegang, yang menjadi sumber pikiran dalam mengarungi kehidupan. Jadi apa yang dipikirkan seseorang akan mempengaruhi perilaku orang tersebut dalam kehidupannya.

Didunia maya, dengan mengetahui jawaban yang ditulis oleh seseorang untuk menjawab pertanyaan ini, minimal bisa membaca bagaimana perilaku atau sifat dari orang tersebut. Apalagi jika dengan menelusuri urutan jawaban seseorang tersebut, akan diketahui runtutan atau urutan pikirannya. Tapi, jawaban seseorang ini tidak mencerminkan pikiran sebenarnya. Karena melihat kondisi dunia maya yang tidak diketahui akan dibawa kemana arahnya, tidak semua orang yang menjadi warga dunia maya yang mau dan bisa mencurahkan pikiran yang sebenarnya. Jadi, dengan mengisi jawaban atas pertanyaan apa yang sedang dipikirkan, menjadi salah satu sarana bagi warga dunia maya untuk menyatakan eksistensi diri didunia maya.

2.4.5.2 Eksistensi Diri di Dunia Nyata

Didunia nyata cara menunjukkan eksistensi diri dikalkan dengan cara yang biasa maupun “luar biasa”. Cara yang biasa dilakukan dengan menunjukkan prestasi (agak jarang yang seperti ini), tampil beda, atau bertingkah untuk menarik perhatian. Cara yang luar biasa dilakukan jika mereka kurang perhatian dan kasih sayang dari orang tua atau lingkungannya. Ada yang menjadikan tawuran sebagai

rutinitas mingguan, corat- coret tembok, mabok- mabokan sampai mencoba narkoba. Kenakalan remaja hanyalah dampak dari keinginan mereka untuk eksis dilingkungannya. Hanya sayang lingkungan yang mereka pilih bukan tempat yang tepat untuk mengembangkan diri.

Keberadaan seseorang akan berarti atau bernilai jika keberadaannya tersebut diakui oleh pihak lain. Keberadaannya menjadi bermanfaat bagi pihak lain. Jadi apa yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka menunjukkan keberadaannya dalam kehidupan sosial ini, harus memiliki manfaat bagi orang (pihak) lain. Kebermanfaatan seseorang dalam hal perilaku dikehidupannya harus berangkat dari pikiran tentang kebermanfaatan dirinya bagi kehidupan. Karena perilaku seseorang akan berasal atau didasari oleh apa yang dipikirkannya. Apapun yang dilakukan oleh seseorang dalam kehidupan ini, dilandasi oleh apa yang dipikirkannya. Lebih jauhnya, dilandasi oleh apa yang diyakininya.

Jika dalam dunia maya seseorang yang berkunjung ke situs facebook ataupun Instagram dihadapkan pada pertanyaan mengenai pemikirannya, maka apakah ketika dalam kehidupan didunia nyata dihadapkan juga pada pertanyaan serupa? Mungkin saja, untuk memulai aktivitas dalam kehidupan nyata yang berarti menunjukkan eksistensi diri, maka akan lebih baik jika didahului dengan membetulkan atau menyatakan apa yang menjadi pikirannya atau keyakinannya. Sehingga dalam mengarungi kehidupan didunia nyata ini (beraktifitas) itu memiliki efek eksistensi yang baik, sehingga eksistensi atau keberadaannya dalam kehidupan nyata ini benar- benar diakui, benar- benar memiliki manfaat dalam kehidupan nyata.