

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berjalannya waktu terwujudlah sebuah media sosial terbaru yaitu Facebook, Twitter, atau Instagram. Di era globalisasi sekarang ini rasanya hampir semua orang pernah setidaknya-tidaknya mendengar kata tersebut entah itu dalam percakapan sehari-hari ataupun melalui TV, radio dan berbagai macam media komunikasi lainnya. Facebook, Twitter, dan Instagram merupakan macam-macam media sosial yang populer di era ini.

Media sosial atau yang kerap disebut "sosmed" sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat sekarang ini. Kehadiran media sosial memudahkan arus lalu lintas informasi mengenai apa saja dengan mudah menyebar kepada setiap orang. Kondisi tersebut mengubah cara berkomunikasi masyarakat. Jika dahulu perkenalan selalu diiringi dengan pertukaran kartu nama atau nomor telepon, maka saat ini setiap kali bertemu orang baru, orang-orang justru cenderung untuk bertukar alamat akun atau membuat pertemanan di media sosial. Penggunaan

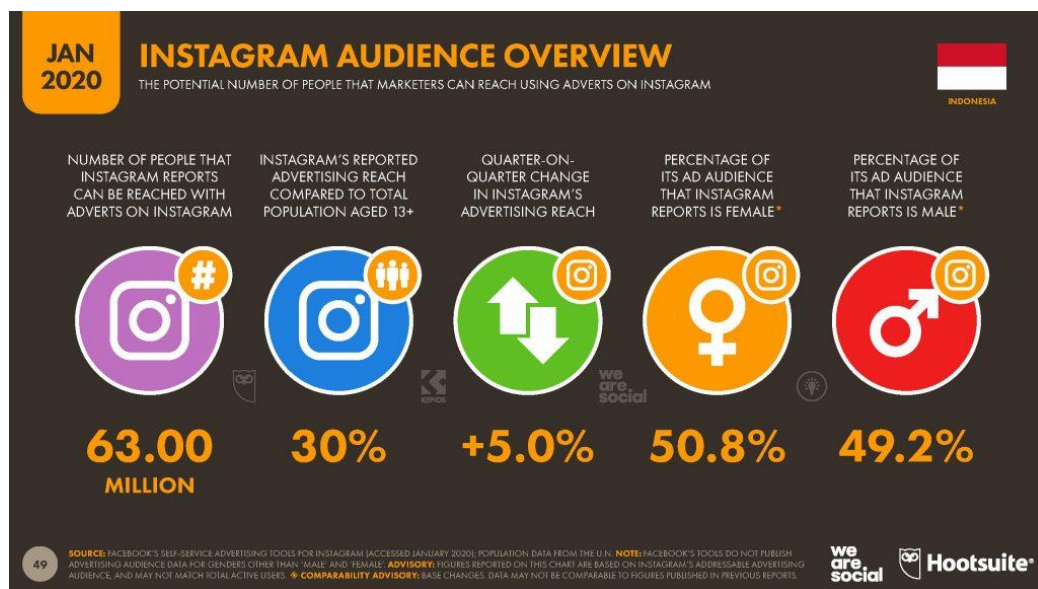
media saat ini lebih banyak digunakan untuk menunjukkan eksistensi diri yang berlebihan hingga terkadang tidak ada batas antara kehidupan nyata dan kehidupan di dunia maya.

Seiring dengan perkembangan internet dan teknologi pada telepon genggam yang maju pesat, pertumbuhan media sosial pun juga ikut maju dengan pesat. Kini mengakses akun media sosial dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah telepon genggam pintar (smartphone). Dengan smartphone para pengguna media sosial dapat mengakses akunnya dengan jaringan internet tanpa biaya besar, dan tanpa perlu bantuan orang lain

Dengan begitu mudahnya cara untuk mengakses media sosial, maka penggunaannya pun menjadi sangat banyak, bukan hanya dari kalangan orang dewasa melainkan merambah remaja bahkan anak-anak. Di Indonesia, “menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika Indonesia pada akhir tahun 2014, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 82 juta dan 80% diantaranya adalah kelompok usia remaja” (Kementrian Komunikasi dan Informatika Republika Indonesia, 2016). Fakta tersebut tentu saja sejalan dengan apa yang kita jumpai sehari-hari. Saat ini rasanya nyaris tidak ada lagi remaja yang tidak memiliki akun di media sosial. Secara perlahan-lahan kecanggihan teknologi media sosial yang berkembang saat ini mampu mengubah pandangan remaja tentang bagaimana mereka mengekspresikan dirinya dan bagaimana dirinya membangun kepribadiannya.

Salah satu media sosial yang sedang diminati oleh para remaja adalah Instagram. Instagram dianggap sebagai media sosial yang paling fresh oleh para

remaja karena media sosial ini lebih fokus dengan foto dan video yang berdurasi pendek dibanding dengan media sosial lain yang berfokus pada kicauan, perkataan atau status sehingga instagram lebih mudah digunakan dan dinikmati, ditambah artis lokal maupun mancanegara serta klub-klub olahraga internasional saat ini telah memiliki akun serta aktif di instagram sehingga para remaja dapat mengetahui kegiatan idolanya melalui foto dan video yang diunggah di Instagram, dan pengguna media sosial Instagram di Indonesia cukup banyak entah itu laki-laki atau perempuan dan bisa kita lihat tingkatan pengguna Indonesia dalam menggunakan media sosial Instagram yaitu terbesar ke-4.



Gambar 1.1.1

Pengguna Instagram Di Indonesia

(Hootsuite, 2020)

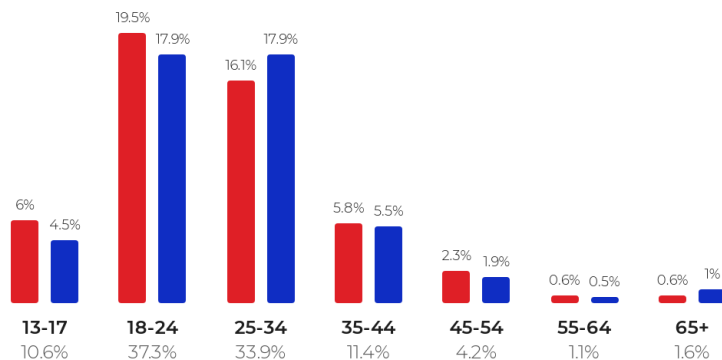
Instagram users in Indonesia
November 2019



61 610 000

50.8%
women

49.2%
men



NapoleonCat.

Source: NapoleonCat.com

Gambar 1.1.2

Tingkat Pengguna Instagram Indonesia Di Dunia

(Napoleon Cat, 2019)

Penggunaan Instagram menjadi aktivitas yang menarik dikalangan remaja. Seperti yang dikutip dalam artikel psychology today berjudul “4 things teen want and need from media social” waktu yang dihabiskan remaja saat ini sebagian besar adalah untuk bermain media sosial dibandingkan untuk belajar dan berkumpul bersama keluarga. Sedangkan untuk alasan mereka menggemari media sosial adalah untuk mendapat perhatian, meminta pendapat, dan menumbuhkan citra mereka. Layaknya sebuah diari, banyak dari mereka yang menjadikan media sosial Instagram sebagai tempat membagi kegiatan, kesenangan hingga keluh kesah. Tapi berbeda dengan diari yang bersifat tertutup dan hanya bisa dilihat oleh pemiliknya,

berbagi di Instagram maupun media sosial lainnya bersifat terbuka dan dapat dilihat oleh jutaan pasang mata dari seluruh dunia. Tidak ada batas-batas maupun privasi di dalamnya, apapun yang kita bagikan akan dapat dilihat oleh orang lain, begitu pula sebaliknya apapun yang dibagikan oleh orang lain dapat kita lihat.

Dampak yang muncul dari penggunaan media sosial ini adalah penggunanya rentan akan frustrasi dan mudah iri dengan orang lain, temuan itu dimuat dalam penelitian berjudul *A Tool to Help or Harm ? Online Social Media Use and Adult Mental Health in Indonesia* yang secara khusus menyoroti gangguan kesehatan mental akibat penggunaan media sosial di Indonesia.

Penelitian yang dimulai sejak tahun 2016 ini menggunakan data dari Indonesia Family Survey (IFLS) pada tahun 2014 yang mempresentasikan 83 persen populasi di seluruh Indonesia.

Responden penelitian ini adalah 22,423 orang dewasa yang berusia diatas 20 tahun dari 9,987 rumah tangga, mereka yang tinggal di wilayah urban memiliki kemungkinan mengalami gangguan kesehatan mental lebih tinggi di banding mereka yang hidup di desa (Pertiwi, 2019).

Para remaja yang masih berada dalam rentang usia 12-17 tahun yang duduk di bangku SMP dan SMA biasanya masih labil dan cenderung memiliki rasa penasaran yang tinggi. Mereka belum dapat membedakan mana yang baik dan mana yang buruk, mana yang boleh dilihat mana yang tidak boleh dilihat. Asalkan hal tersebut menarik perhatian mereka, maka mereka akan melihatnya.

Di sisi lain, kebutuhan sosialisasi remaja juga sangat tinggi, paling tidak kebutuhan untuk diterima oleh teman sebaya. Sehingga, ia bisa berinteraksi,

bergaul, dan berbaur, dan berkembang bersama teman-teman sebayanya. Remaja biasanya takut tereliminasi dalam pergaulan sesama remaja, karena dapat termarginalkan dalam proses yang tengah berlangsung (Asmani, 2012). Dan media sosial menjadi salah satu bentuk perilaku mereka untuk bergaul dan tidak termarginalkan oleh teman sebayanya. Remaja biasanya akan menyerap segala macam informasi sebagai bagian dari pencarian jati diri untuk membentuk kepribadiannya.

Di sisi lain, nampaknya masih banyak orang tua yang kesulitan untuk mengawasi penggunaan media sosial pada anak-anaknya. Salah satu kesulitan orang tua dalam mengawasi penggunaan media sosial pada anaknya terjadi karena untuk mengakses sebuah media sosial, sang anak hanya memerlukan sebuah smartphone, dan benda tersebut dapat mereka bawa kemana saja, sehingga ketika orang tua sedang tidak bersama anaknya maka pengawasan pun menjadi tidak ada sama sekali. Sedangkan apabila mereka melarang anaknya untuk memiliki media sosial, maka bisa diartikan mereka mengekang atau menutup anaknya dari pergaulan modern ini.

Untuk pengalaman komunikasi yang tidak menyenangkan yang dirasakan oleh pengguna instagram berasal dari lingkungan teman-teman nya ketika melakukan interaksi sosial. Hal ini berupa suatu komentar negatif atau penolakan yang terkadang tidak di terima oleh teman-teman pengguna instagram ataupun perubahan perubahan pada pengguna instagram yang mulai berubah.

Penyampaian komentar negatif yang dilakukan teman sepermainan pengguna instagram secara langsung (verbal) atau menggunakan komunikasi

antarpersonal, beberapa terdapat mengomentari postingan informan melalui direct message. Disampaikan oleh beberapa pengguna instagram, komentar negatif yang disampaikan oleh teman-temannya terkadang membuat sakit hati.

Terdapat sebuah temuan yang mengaitkan dengan konsep komunikasi pembelajaran, yaitu perubahan sikap dan perilaku yang dihasilkan pengguna instagram setelah adanya proses belajar dari membaca caption-caption atau video-video akun instagram sepertihalnya tutorial akun yang mengenai mata pelajaran umum, memotivasi hidup, dakwah islam, cara memasak, dan lain lain.

Berdasarkan penjelasan di atas, tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial terutama Instagram telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan remaja masa kini. Hal tersebut tentunya membuat Instagram memiliki peran yang besar dalam pembentukan kepribadian para remaja saat ini. Remaja yang baik diharapkan memiliki kepribadian yang matang agar dimasa depan mereka akan menjadi orang yang berguna bagi Nusa dan Bangsa. Dari masalah tersebut, penulis tertarik untuk meneliti peran Instagram dalam pembentukan kepribadian yang matang pada remaja. Maka dari itu, penulis tertarik untuk meneliti dan membahas permasalahan tersebut menjadi sebuah skripsi dengan judul **“Komunikasi Visual Instagram Dalam Pembentukan Mental Anak Remaja Kota Bandung”**

1.2 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana foto dalam instagram dalam pembentukan mental anak remaja kota bandung ?

2. Bagaimana video dalam instagram dalam pembentukan mental anak remaja kota bandung ?
3. Bagaimana poster dalam instagram dalam pembentukan mental anak remaja kota bandung ?

1.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif serta membatasi penelitian guna mendapatkan data yang relevan dari objek yang diteliti sehingga tidak keluar dari apa yang sudah diteliti oleh penulis, penelitian ini sendiri difokuskan pada “Interaksi Simbolik Pengguna Media Sosial Instagram Kota Bandung” yang mana memperlihatkan bagaimana society, mind dan makna berpengaruh terhadap pengguna media sosial anak remaja kota bandung, penulis mengambil subjek penelitiannya yaitu anak remaja kota bandung.

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui foto dalam instagram dalam membentuk mental anak remaja kota Bandung
2. Untuk mengetahui video dalam instagram dalam membentuk mental anak remaja kota Bandung
3. Untuk mengetahui poster dalam instagram dalam membentuk mental anak remaja kota Bandung

1.4.2 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Untuk memberikan pemahaman tentang foto, poster dan video penggunaan media sosial Instagram pada pembentukan anak remaja kota Bandung

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi masyarakat sebagai bahan bacaan serta pengetahuan masyarakat seputar peran media sosial *Instagram* dalam membentuk kepribadian yang matang pada remaja
- b. Bagi para orang tua sebagai sarana masukan yang menambah pengetahuan para orang tua, terutama orang tua yang memiliki anak remaja usia 12-17 tahun yang aktif di media sosial *Instagram* agar dapat menentukan Batasan-batasan terhadap penggunaan media sosial kepada anaknya dengan bijak.
- c. Bagi para remaja sebagai bahan bacaan yang menambah pengetahuan mereka tentang peran dari media sosial yang mereka gunakan sehingga para remaja tersebut dapat menggunakan media sosial Instagram untuk hal-hal yang positif
- d. Bagi penulis sebagai sarana memperluas pengetahuan tentang hal-hal positif dan negatif dari penggunaan sosial media agar lebih bijak dalam penggunaannya

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Literatur

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa kajian literatur sebagai pendukung data-data yang didapatkan mengenai penelitian tersebut, antara lain :

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Untuk dapat mempertegas peta dan posisi penelitian yang akan dilakukan maka peneliti melakukan tinjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan. Adapun penelitian-penelitian tersebut menjadi relevan bagi peneliti ketika konteks yang diteliti adalah peran penggunaan media sosial *Instagram* pada pembentukan mental anak remaja kota Bandung. Adapun dari hasil tinjauan yang dilakukan , peneliti menemukan penelitian yang bisa menjadi acuan seperti berikut :

Table 2.1 Review Penelitian

NO	Nama Peneliti/ Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode	Teori	Persamaan	Perbedaan
----	---------------------------------------	------------------	--------	-------	-----------	-----------

1	Ikhsan Tila Mahendra – Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah	PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBENTUK KEPRIBADIAN REMAJA USIA 12-17 TAHUN DI KELURAHAN KEBALEN KECAMATAN BABELAN KABUPATEN BEKASI	.Metode Deksriptif Kualitatif	Teori Media Sosial	Persamaannya berada di peran media sosial instagramnya,	perbedaan penelitian berada pada saya meneliti mengenai dampak Kesehatan mental anak remaja, sedangkan penelitian beliau terhadap kepribadiannya
2	Tri Ermayani – FKIP Universitas Muhammadiyah Purworejo / 2017	PEMBENTUKAN KARAKTER REMAJA MELALUI KETERAMPILAN HIDUP	Metode Deskriptif Kualitatif	Teori Psikologis Analitik	Persamaan penelitian bisa dilihat mengenai persoalan remaja,	perbedaan penelitian disini dari segi saya peneliti menggunakan media sosial <i>Instagram</i> namun peneliti yang terdahulu

						menggunakan keterampilan hidup.
3	Bangkit Ary Pratama & Defie Septiana Sari – Poltekkes Bhakti Mulia Sukoharkjo/ 2020	DAMPAK SOSIAL INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KESEHATAN MENTAL BERUPA SIKAP APATIS DI SMP KABUPATEN SUKOHARJO	Metode Kualitatif	Teori Intensitas Pengguna an Media Sosial	Persamaannya berada di peran media sosial instagramnya,	perbedaan penelitian berada pada saya meneliti mengenai dampak Kesehatan mental anak remaja, sedangkan penelitian beliau terhadap kepribadiannya

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Definisi Komunikasi

Definisi komunikasi diambil dari bahasa latin communication, yang bersumber dari istilah “communis” yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Dalam kehidupan sehari-hari

selain menjadi makhluk individu, manusia juga sebagai makhluk sosial yang sangat membutuhkan interaksi dengan orang lain. Dari interaksi itulah terjadi komunikasi untuk menyampaikan pesan, saling bertukar informasi dengan orang lain untuk tujuan tertentu.

Ilmu komunikasi sebagai ilmu pengetahuan sosial yang bersifat multidisipliner, tidak bisa menghindari prespektif dari beberapa ahli yang tertarik pada kajian komunikasi menjadi semakin banyak dan beragam. Masing-masing mempunyai penekanan arti, cakupan, konteks, yang berbeda satu sama lain, tetapi pada dasarnya saling melengkapi dan menyempurnakan makna komunikasi sejalan dengan perkembangan ilmu komunikasi.

Menurut Dance, 1976 dalam bukunya *Human Communication Theory* terdapat 126 definisi tentang komunikasi yang diberikan oleh beberapa ahli. Dalam buku Sasa Djuarsa Sendjaja. Pengantar ilmu komunikasi dijabarkan tujuh definisi yang mewakili sudut pandang dan konteks pengertian komunikasi.

Menurut Rogers, seorang pakar sosiologi Pedesaan Amerika membuat definisi komunikasi:

Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi terhadap satu sama lain yang pada gilirannya akan tiba saling pengertian yang mendalam (Canggara, 2004)

Dalam pengertian diatas berarti dapat kita tarik beberapa kesimpulan yakni bahwasannya komunikasi adalah proses, komunikasi dilakukan oleh dua orang atau lebih, komunikasi adalah pertukaran antara satu sama lain dan komunikasi berujung

pada saling pengertian. Yang semuanya akan saya uraikan dalam sebuah pembahasan singkat di bawah ini.

Sedangkan menurut Forsdale seorang ahli komunikasi dan pendidikan berpendapat bahwa komunikasi adalah :

“Communication is the process by which a system is established, maintained, and altered by means of shared signal that operate according to rules. Komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat dipelihara, didirikan dan diubah”.

Pada definisi ini komunikasi juga dipandang sebagai suatu proses. Kata signal maksudnya adalah sinyal yang berupa verbal dan non verbal yang mempunyai aturan tertentu. Dengan adanya aturan ini menjadikan orang yang menerima sinyal yang telah mengetahui aturannya akan dapat memahami maksud dari signal yang diterimanya.

Selanjutnya Forsdale mengatakan, bahwa pemberian sinyal dalam komunikasi dapat dilakukan dengan maksud tertentu atau dengan disadari dan dapat juga terjadi tanpa disadari. Kalau kita bandingkan dengan definisi pertama, definisi Forsdale ini kelihatannya lebih umum dari definisi pertama yang mengatakan komunikasi hanya terjadi dengan penuh kesadaran sedangkan pada Forsdale dapat dalam kondisi sadar maupun tidak sadar. Begitu pula dalam ruang lingkungannya, kalau definisi pertama lebih menekankan komunikasi hanya diantara manusia, tetapi pada definisi kedua komunikasi baik diantara manusia maupun komunikasi dalam sistem kehidupan binatang.

Definisi komunikasi secara umum adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam diri seseorang dan atau di antara dua atau lebih dengan tujuan tertentu. Definisi tersebut memberikan beberapa pengertian pokok yaitu komunikasi adalah suatu proses mengenai pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan.

2.2.1.1 Komponen Komunikasi

Berdasarkan pengertian komunikasi diatas, jika dilakukan analisis dengan cermat, ditentukanlah komponen komunikasi yang menjadi unsur-unsur utama untuk terjadinya proses komunikasi. Dilihat dari prosesnya, komunikasi dapat dibedakan atas komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal.

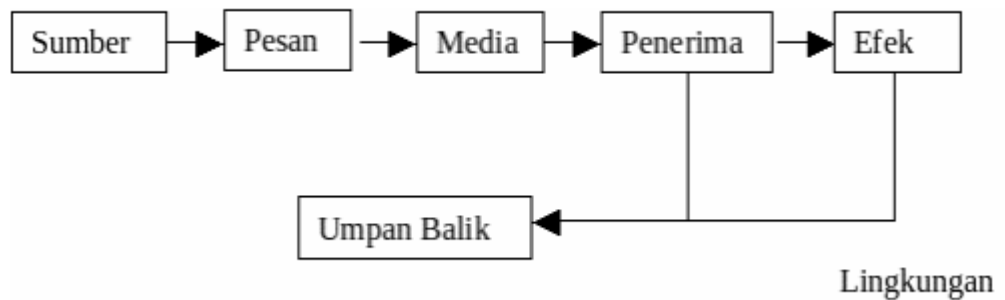
Dalam buku *Dinamika Komunikasi* menyatakan bahwa :

“Komunikasi verbal adalah komunikasi dengan menggunakan bahasa, baik bahasa tulis maupun bahasa lisan. Sedangkan komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan isyarat, gerak-gerik, gambar, lambang, mimik dan lain sebagainya” (Effendy & Uchjana, *Ilmu Komunikasi dan Praktek*, 2000)

Kedua jenis komunikasi inilah yang digunakan seseorang untuk berkomunikasi dengan individu lainnya untuk mencapai keberhasilan komunikasi atau kesamaan dan persepsi, ataupun untuk mempengaruhi orang lain.

2.2.1.2 Unsur Komunikasi

Gambar 2.2
Unsur Komunikasi



Sumber : (Muhammad, 1995)

1) Sumber

Pengirim pesan adalah individu atau orang yang mengirim pesan. Pesan atau informasi yang akan dikirimkan berasal dari otak si pengirim pesan. Oleh sebab itu sebelum pengirim mengirimkan pesan, si pengirim harus menciptakan dulu pesan yang akan dikirimkannya. Menciptakan pesan adalah menentukan arti apa yang akan dikirimkan kemudian menyandikan arti tersebut ke dalam suatu pesan. Sesudah itu baru dikirim melalui saluran.

2) Pesan

Pesan adalah informasi yang akan dikirimkan kepada si penerima. Pesan ini dapat berupa verbal maupun non verbal. Pesan secara verbal dapat secara tertulis seperti surat, buku, majalah, memo, sedangkan pesan yang secara lisan dapat berupa, percakapan tatap muka, percakapan melalui telepon, radio dan sebagainya. Pesan yang nonverbal dapat berupa isyarat, gerakan badan, ekspresi muka, dan nada suara.

3) Media

Media atau saluran adalah jalan yang dilalui pesan dari si pengirim dengan si penerima. Media yang biasa dalam komunikasi adalah gelombang cahaya dan suara yang dapat kita lihat dan kita dengar. Akan tetapi alat dengan apa cahaya atau suara itu berpindah mungkin berbeda-beda. Kita dapat menggunakan bermacam-macam alat untuk menyampaikan pesan seperti buku, radio, film, televisi, surat kabar tetapi saluran pokoknya adalah gelombang suara dan cahaya. Di samping itu kita juga dapat menerima pesan melalui alat indera penciuman, alat pengecap, dan peraba.

4) Penerima Pesan

Penerima pesan adalah yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya.

5) Efek

Efek adalah respons terhadap pesan yang diterima yang dikirimkan kepada si pengirim pesan. Dengan diberikannya reaksi ini kepada si pengirim, pengirim akan dapat mengetahui apakah pesan yang dikirimkan tersebut diinterpretasikan sama dengan apa yang dimaksudkan oleh si pengirim. Bila arti pesan yang dimaksudkan oleh si pengirim diinterpretasikan sama oleh si penerima berarti komunikasi tersebut efektif.

Seringkali respons yang diberikan tidak seperti apa yang diharapkan oleh si pengirim karena si penerima pesan kurang tepat dalam menginterpretasikan pesan. Hal ini disebabkan oleh adanya faktor-faktor dalam diri si penerima yang mempengaruhi dalam pemberian arti pesan.

2.2.1.3 Model Komunikasi

Model komunikasi yang digambarkan secara sederhana bagi proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan yang lainnya.

Model komunikasi yang digunakan oleh praktikan adalah model komunikasi Laswell. Model komunikasi ini dikemukakan oleh Laswell (Forsdale 1981). Seorang ahli ilmu politik dari Yalei University yang dikutip Muhammadiyah dalam bukunya Komunikasi Organisasi. Model komunikasi ini terdapat lima persyaratan yang perlu dipertanyakan dan dijawab dalam melihat proses komunikasi adalah :

Tabel 2.2.1

Model Komunikasi Laswell

<i>Who</i>	<i>Say What</i>	<i>In Which Channel</i>	<i>To Whom</i>	<i>With What Effect</i>
<i>Communicator</i>	<i>Message</i>	<i>Medium</i>	<i>Communication</i>	<i>Effect</i>

Sumber : (Muhammad, 1995, p. 6)

1) *Who* (Siapa)

Menunjuk kepada siapa orang mengambil inisiatif untuk menilai komunikasi dan dapat berupa seseorang atau kelompok orang dalam suatu organisasi.

2) *Say What* (Mengatakan Apa)

Berhubungan dengan ini komunikasi atau apa yang disampaikan komunikasi tersebut.

3) *In Which Channel* (Dalam Media Apa)

Media atau alat komunikasi apa yang digunakan dalam proses penyampaian komunikasi tersebut.

4) *To Whom* (Kepada Siapa)

Siapa yang menjadi audience atau penerima dan komunikasi.

5) *With What Effect* (Apa Efeknya)

Apa efek dari komunikasi tersebut.

2.2.1.4 Proses Komunikasi

Sebagai suatu proses, komunikasi mempunyai persamaan dengan bagaimana seseorang mengekspresikan perasaannya terhadap hal-hal yang berlawanan (kontradiktif) yang sama (selaras, serasi), serta melewati proses menulis, mendengar, dan mempertukarkan informasi.

Menurut Effendy proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yaitu :

- 1) Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang umumnya bahasa, tetapi dalam situasi-situasi komunikasi tertentu dapat dipergunakan berupa kial (gesture), yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna, dan lain-lain sebagainya.
- 2) Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama (Effendy & Uchjana, Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi, 2003).

2.2.1.5 Fungsi Komunikasi

Effendy menyatakan bahwa terdapat empat fungsi komunikasi, yaitu :

- 1) Menginformasikan (*to inform*)
- 2) Mendidik (*to educate*)
- 3) Menghibur (*to entertaint*)
- 4) Mempengaruhi (*to influence*) (Effendy & Uchana, Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek, 2005)

Dari uraian diatas tentang fungsi komunikasi yang telah dijelaskan, maka berkomunikasi memiliki fungsi untuk menyampaikan informasi (to inform), dengan komunikasi, komunikator dapat menyampaikan informasi kepada komunikan. Serta terjadi pertukaran informasi antara komunikator dan komunikan. Mendidik (to educate), komunikasi sebagai sarana untuk mendidik, dalam arti bagaimana komunikasi secara formal maupun informal bekerja untuk memberikan atau betukar pengetahuan dapat terpenuhi. Menghibur (to entertain) komunikasi menciptakan interaksi antara komunikator dan komunikan. Interaksi tersebut menimbulkan reaksi interaktif yang dapat menghibur baik terjadi pada komunikator maupun komunikan. Mempengaruhi (to influence), komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi, terdapat upaya untuk mempengaruhi komunikasi melalui isi pesan yang dikirim oleh komunikator.

2.2.1.6 Tujuan Komunikasi

Berikut tujuan komunikasi menurut Effendy adalah :

- 1) Perubahan Sikap (*Attitude Change*)
- 2) Perubahan Pendapat (*Opinion Change*)
- 3) Perubahan Sosial (*Social Change*)

Dari empat poin yang dikemukakan oleh Effendy, dapat disimpulkan bahwa komunikasi bertujuan untuk merubah sikap, pendapat, perilaku dan pada perubahan sosial masyarakat. Sedangkan fungsi dari komunikasi adalah sebagai penyampaian informasi yang utama, mendidik, menghibur dan yang terakhir mempengaruhi orang lain dalam bersikap dan bertindak.

2.2.1.7 Prinsip-Prinsip Komunikasi

Terdapat 12 prinsip komunikasi yaitu :

- 1) Komunikasi adalah suatu proses simbolik
- 2) Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi
- 3) Komunikasi punya dimensi isi dan dimensi komunikasi
- 4) Komunikasi itu berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan
- 5) Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu
- 6) Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi.
- 7) Komunikasi itu bersifat sistemik.
- 8) Semakin mirip latar belakang sosial budaya semakin efektiflah
- 9) Komunikasi bersifat nonsekuensial.
- 10) Komunikasi bersifat prosesual, dinamis dan transaksional.
- 11) Komunikasi bersifat irreversibel.
- 12) Komunikasi bukan panacea untuk menyelesaikan berbagai masalah.

(Deddy, 2005)

2.2.2 New Media

Era informasi merupakan sebuah era yang mana media komunikasi telah menjadi pusat dari hampir semua yang kita lakukan. Alat untuk pengiriman,

transmisi, dan menerima informasi selalu menempati tempat penting dalam aktivitas manusia. Teknologi komunikasi memiliki dampak luas terhadap kehidupan pribadi dan profesional, kelompok dan organisasi kita, dan masyarakat seluruh dunia. Media baru muncul hampir di setiap aspek kegiatan sosial dan profesional pada saat ini. Dalam industri hiburan berbagai perangkat seperti, televisi kabel, telekomunikasi, video game, layanan internet, rekaman dan pemutar ulang, telah sangat memperluas dan memperbanyak tempat rekreasi bagi kita (Ruben, D, & Stewart, 1998).

Sebutan media baru/new media ini merupakan pengistilahan untuk menggambarkan karakteristik media yang berbeda dari yang telah ada selama ini. Media seperti televisi, radio, majalah, Koran digolongkan jadi media lama/ old media, dan media internet yang mengandung muatan interaktif digolongkan sebagai media baru/ new media. Sehingga pengistilahan ini bukan lah berarti kemudian media lama menjadi hilang digantikan media baru, namun ini merupakan pengistilahan untuk menggambarkan karakteristik yang muncul saja (Watie & Setya, 2011).

Media baru (new media) yang dibahas disini adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagai ciri yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Rossler (McQuail & Denis, 2011) mengatakan secara umum, media baru telah disambut (termasuk media lama) dengan ketertarikan yang kuat, positif, dan bahkan pengharapan serta perkiraan yang bersifat eforia, serta perkiraan yang berlebihan mengenai signifikansi mereka. Media

baru atau new media merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008).

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan, pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang world wide web (www) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.

Definisi lain mengemukakan, media baru 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).

Selama tahun 2000, internet telah memasuki fase yang disebut web 2.0. (web two point-oh), dimana sebuah menjadi lebih interaktif dan telah menjadi area untuk semua orang, tidak hanya milik beberapa pihak saja. Semua orang saat ini

dapat langsung mengambil peran dan menaruh apapun ke dalam internet. Perkembangan web 2.0 sebagai platform telah mengubah sifat interaktivitas di web dan membuka alam semesta bagi pengguna media.

Internet adalah salah satu bentuk dari media baru (new media). Internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk dikembangkan kedepannya. Internet memiliki kemampuan untuk mengkode, menyimpan, memanipulasi dan menerima pesan. 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 terhubung secara intensional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet (McQuail & Dennis, 2009)

2.2.3 Komunikasi Visual

Komunikasi visual secara harfiah juga bisa diartikan sebagai proses transformasi ide dan informasi dalam bentuk yang dapat dibaca dan ditanggapi (secara visual). Sementara itu kata visual sendiri bermakna segala sesuatu yang dapat dilihat dan direspon oleh indra penglihatan kita yaitu mata. Berasal dari kata latin videre yang artinya melihat yang kemudian dimasukkan kedalam bahasa inggris yaitu visual. Komunikasi visual disebut dengan bahasa isyarat (language of gesture).

Menurut Michael kroeger, visual communication adalah latihan teori dan konsep melalui visual dengan menggunakan warna, bentuk, garis, dan penjajaran (juxtaposition). Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaianya.

Komunikasi visual adalah suatu proses penyampaian pesan dimana lambang-lambang yang dikirimkan komunikator hanya ditangkap oleh komunikan semata-mata hanya melalui indra penglihatan. Bentuk komunikasi seperti ini bisa bersifat langsung (sebagaimana dua orang tuna rungu saling bercengkrama menggunakan bahasa isyarat), namun sebagian besar menggunakan media perantara yang lazim disebut media komunikasi visual (Bandung, 2008). Komunikasi melalui penglihatan adalah sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan. Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaianya. (Wikipedia, 2019)

Komunikasi visual biasanya diasosiasikan dengan seni rupa, simbol, fotografi, tipografi lukisan, desain grafis, ilustrasi, dan lain-lain. Konsep komunikasi visual adalah memadukan unsur-unsur desain grafis seperti kreatifitas, estetika, efisiensi, dan komunikatif untuk menciptakan suatu media yang dapat menarik perhatian, juga menciptakan media komunikasi yang efektif agar dapat diapresiasi oleh komunikan atau orang lain. Dan komunikasi visual merupakan payung dari berbagai kegiatan komunikasi yang menggunakan unsur rupa (visual)

pada berbagai media seperti percetakan atau grafika, marka grafis, papan reklame, televisi, film atau video, internet, serta yang lainnya.

Masyarakat saat ini berbasis multimedia. Gambar selalu dapat menarik perhatian karena point of interest sangat mencolok sehingga pesan yang ingin disampaikan mudah dipahami. Masyarakat sangat tangkap dengan informasi yang diterima tidak terlalu berat atau informasi berat yang dikemas ringan. Dengan demikian komunikasi visual menjawab kebutuhan masyarakat karena informasi yang disampaikan bisa jadi bernilai tinggi, namun dikemas lebih sederhana, menarik, dan modern.

Pentingnya simbol dalam komunikasi visual :

Simbol adalah suatu rangsangan yang mengandung makna dan nilai yang dipelajari bagi manusia dan respon manusia terhadap simbol adalah dalam pengertian makna dan nilai alih-alih dalam stimulasi fisik dari alat indera. Makna suatu simbol bukanlah pertama-tama ciri fisiknya, namun apa yang dapat orang lakukan mengenai simbol tersebut dengan kata lain sebagaimana dikatakan Shibutani makna pertama-tama merupakan properti perilaku dan kedua merupakan properti objek.

Suatu simbol disebut signifikan memiliki makna bila simbol itu membangkitkan pada individu yang menyampaikan respon yang sama seperti yang juga diciptakan oleh pembuat simbol dan orang lain yang mempunyai respon sama. Kemampuan manusia sangat unik untuk melakukan komunikasi simbolik karena manusia memiliki syaraf yang mampu menyimpan makna dan nilai jutaan simbol.

Adapun tujuan desain komunikasi visual antara lain: identifikasi (mengarahkan pada pengenalan identitas), informasi (memberikan pengetahuan baru), promosi (provokasi/hasutan), persuasif, propaganda (berhubungan dengan pencitraan). (Pradekso & Widgdo, 2013)

Desain termasuk unsur yang sangat penting agar pesan komunikasi visual dapat tersampaikan secara efektif. Adapun Fungsi Desain Komunikasi Visual yaitu :

a. Sarana Identifikasi

Fungsi dasar yang utama dari desain komunikasi visual adalah sebagai sarana identifikasi. Identitas seseorang dapat mengatakan tentang siapa orang itu, atau dari mana asalnya. Demikian juga dengan suatu benda atau produk, jika mempunyai identitas akan dapat mencerminkan kualitas produk itu dan mudah dikenali, baik oleh produsennya maupun konsumennya. Kita akan lebih mudah membeli minyak goreng dengan menyebutkan merek X ukuran Y liter daripada hanya mengatakan membeli minyak goreng saja. Atau kita akan membeli minyak goreng merek X karena logonya berkesan bening, bersih, dan sehat

b. Sarana Informasi dan Instruksi

Sebagai sarana informasi dan instruksi, desain komunikasi visual bertujuan menunjukkan hubungan antara suatu hal dengan hal yang lain dalam petunjuk arah, posisi dan skala. Informasi akan berguna apabila dikomunikasikan kepada orang yang tepat, pada waktu dan tempat yang

tepat, dalam bentuk yang dapat dimengerti, dan dipresentasikan secara logis dan konsisten. Dan bersifat informatif dan komunikatif.

c. Sarana Presentasi dan Promosi

Tujuan dari desain komunikasi visual sebagai sarana presentasi dan promosi adalah untuk menyampaikan pesan, mendapatkan perhatian dari mata (secara visual) dan membuat pesan tersebut dapat diingat. Seperti gambar resiko merokok pada bungkus rokok. Perlunya penggunaan gambar dan kata-kata yang bersifat persuasif dan menarik. (Walgito, 1980)

2.2.4 Psikologi Komunikasi

Pengertian Psikologi Komunikasi Psikologi berasal dari perkataan Yunani “psyche” yang artinya jiwa, dan “logos” yang artinya ilmu pengetahuan. Komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara, dan diubah. Pada definisi ini komunikasi juga dipandang sebagai proses. Kata signal maksudnya adalah signal yang berupa verbal dan nonverbal yang mempunyai aturan tertentu. (Ahmadi, 1998)

Mencermati definisi di atas yang telah dikemukakan oleh para praktisi maupun ahli, dapat disimpulkan bahwa komunikasi, bagaimanapun bentuk kontekstualnya, adalah peristiwa psikologis dalam diri masing-masing peserta komunikasi. Dengan kata lain, psikologi mencoba menganalisa seluruh komponen yang terlibat dalam proses komunikasi. Pada diri komunikan, psikologi menganalisa karakteristik manusia komunikan serta faktor-faktor internal maupun

eksternal yang mempengaruhi perilaku komunikasinya. Pada diri komunikator, psikologi melacak sifat-sifatnya dan bertanya: apa yang menyebabkan satu sumber komunikasi berhasil dalam mempengaruhi orang lain, sementara sumber komunikasi yang lain tidak.

Raymond S. Ross mendefinisikan komunikasi sebagai 'a transaccional process involving cognitive sorting, selecting, and sharing of symbol in such away as to help another elicit from his own experiences a meaning or responses similar to that intended by the source.' (proses transaksional yang meliputi pemisahan, dan pemilihan bersama lambang secara kognitif, begitu rupa sehingga membantu orang lain untuk mengeluarkan dari pengalamannya sendiri arti atau respons yang sama dengan yang dimaksud oleh sumber.

Pengertian di atas menunjukkan makna komunikasi sebagaimana yang digunakan dalam dunia psikologi. Bila diperhatikan, dalam dunia psikologi, komunikasi mempunyai makna yang luas, meliputi segala penyampaian energi, gelombang suara, tanda di antara tempat, sistem atau organisme. Kata komunikasi sendiri dipergunakan sebagai proses, sebagai pesan, sebagai pengaruh, atau secara khusus sebagai pesan pasien dalam psikoterapi. Jadi psikologi menyebut komunikasi pada penyampaian energi dan alat-alat indera ke otak, pada peristiwa penerimaan dan pengolahan informasi, pada proses saling pengaruh diantara berbagai sistem dalam diri organisme dan di antara organisme.

2.2.5 Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagai foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak instamatic dan Polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak.

Instagram berasal dari 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 didalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diditerima dengan cepat. Oleh karena itu Instagram merupakan lakuran dari kata instan dan telegram.

Diikuti dari Wikipedia.org terdapat banyak fitur instagram yang dimiliki dengan berbeda fungsi di setiap masing-masing fitur :

1. Pengikut

Sistem sosial didalam Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari fotofoto yang telah di

unggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi termasuk unsur yang penting dalam fitur ini, serta jumlah tanda suka dari pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi populer atau tidak

2. Mengunggah Foto

Instagram adalah sebagai tempat untuk berbagi foto kepada pengguna lainnya dengan cara mengunggah foto yang ada di galeri maupun melalui kamera (salah satu fitur di Instagram).

3. Kamera

Instagram juga menyediakan fitur kamera di dalamnya. Foto yang diambil melalui kamera dalam Instagram juga dapat diputar arahnya sesuai dengan keinginan penggunanya. Foto-foto yang diunggah tidak terbatas atas jumlah tertentu, namun memiliki keterbatasan ukuran. Ukuran yang digunakan adalah dengan rasio 3:2 atau sebatas bentuk kotak saja. Setelah pengguna memilih sebuah foto untuk diunggah, maka pengguna akan dibawa kehalaman selanjutnya untuk menyunting foto tersebut.

4. Efek Foto

Mulanya Instagram memiliki 15 efek foto yang dapat digunakan oleh pengguna. Adapun efek tersebut terdiri dari: X-Pro II, Lomo-fi, Earlybird, Susto, Toaster, Brannan, Inkwel, Walden, Hefe, Apollo, Poprocket, Nashville, Gotham, 1997, dan Lord Kelvin. Kemudian Instagram menambahkan 4 efek baru yaitu: Valencia, Amora, Rise, Hudson, dan menghapus 3 efek, Apollo, Poprocket, dan Gotham. Fitur lainnya yang ada pada bagian penyuntingan adalah tilt-shift yang berfungsi untuk

memfokuskan satu titik pada sebuah foto dan sekelilingnya menjadi buram. Dalam penggunaannya aplikasi tilt-shift memiliki 2 bentuk, yaitu persegi panjang dan bulat, kedua bentuk tersebut dapat diatur besar kecilnya dengan titik fokus yang diinginkan. Tilt-shift juga mengatur rupa foto di sekeliling titik fokus tersebut, sehingga para pengguna dapat mengatur tingkat keburaman pada sekeliling titik fokus di dalam foto tersebut.

5. Judul Foto

Setelah penyuntingan foto, maka foto akan dibawa ke laman selanjutnya kemudian foto tersebut akan diunggah. Sebelum mengunggah foto pengguna dapat memasukkan judul untuk menamai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada di pikirkan oleh pengguna. Pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut dalam sebuah katagori antara lain :

- Arroba

Seperti facebook dan twitter, Instagram juga memiliki fitur untuk menyinggung pengguna lain dengan memasukkan tanda arroba (@) kemudian memasukkan nama akun Instagram dari pengguna yang ingin di singgung. Pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya dalam foto, namun juga dapat juga menyinggung dalam kolom komentar.

- Label Foto

Label dalam Instagram merupakan sebuah kode yang memudahkan pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan kata kunci.

Label dapat digunakan dalam segala bentuk komunikasi yang bersangkutan dengan foto tersebut. Pengguna dapat memasukkan namanya sendiri, lokasi pengambilan foto, untuk menginformasikan sebuah acara, untuk menandakan sebuah lomba, atau menandakan bahwa foto tersebut merupakan sebuah komunitas. Foto yang telah diunggah dapat dicantumkan label yang sesuai dengan informasi yang berkaitan dengan foto.

- Geotagging

Geotagging adalah identifikasi metadata geografis dalam situs web ataupun foto dengan geotag, pengguna dapat mendeteksi lokasi tempat pengambilan foto. Bagian geotag akan muncul ketika para pengguna Instagram mengaktifkan gps mereka.

6. Tanda Suka

Fitur ini berfungsi sebagai penanda bahwa pengguna lain menyukai foto yang telah diunggah. Jumlah pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting untuk membuat foto menjadi terkenal. Bila foto tersebut terkenal, maka secara langsung foto tersebut masuk kedalam halaman populer.

7. Peraturan *Instagram*

Ada beberapa peraturan yang tersedia dalam Instagram agar pengguna tidak mengunggah foto yang tidak sesuai dengan peraturan. Seperti pelarangan untuk mengunggah foto-foto yang berbau pornografi, dan juga mengunggah foto pengguna lain tanpa meminta izin terlebih dahulu. Bila ada salah satu foto dari akun yang terlihat sama oleh pengguna lain, maka pengguna

tersebut memiliki hak untuk menandai foto tersebut dengan bendera atau melaporkannya kepada pihak Instagram.

2.2.6 Remaja

Masa remaja merupakan bagian dari fase perkembangan dalam kehidupan seorang individu. Masa yang merupakan periode transisi dari masa anak ke dewasa ini ditandai dengan percepatan perkembangan fisik, mental, emosional, sosial dan berlangsung pada dekade kedua masa kehidupan. Salzman (dalam Yusuf, 2009) mengemukakan, bahwa remaja merupakan masa perkembangan sikap tergantung (dependence) terhadap orangtua ke arah kemandirian (independence), minat-minat seksual, perenungan diri, dan perhatian terhadap nilai-nilai estetika dan isu-isu moral. Remaja adalah suatu usia dimana individu menjadi terintegrasi ke dalam masyarakat dewasa, suatu usia dimana anak tidak merasa bahwa dirinya berada dibawah tingkat orang yang lebih tua melainkan merasa sama atau paling tidak sejajar. Remaja ada di antara anak dan orang dewasa. Oleh karena itu remaja sering dikenal dengan fase “mencari jati diri”. Remaja masih belum mampu menguasai dan memfungsikan secara maksimal fungsi fisik maupun psikisnya. Remaja adalah pangsa pasar potensial di mata produsen karena meskipun mereka belum memiliki penghasilan, tetapi remaja termasuk kelompok konsumtif bahkan melebihi kelompok yang berpenghasilan tetap. Hal ini disebabkan oleh adanya perasaan optimis dalam kehidupan finansial mereka dan oleh sikap permisif dari orang tua terhadap anaknya untuk mengkonsumsi barang melebihi zamannya.

2.2.6.1 Ciri-Ciri Umum Remaja

Masa remaja mempunyai ciri-ciri tertentu yang membedakan dengan periode sebelum dan sesudahnya. Ciri-ciri remaja menurut Hurlock (2003) (dalam Yusuf, 2009), antara lain:

a. Sebagai Periode Peralihan

Peralihan berarti terputus atau berubah dari apa yang pernah terjadi sebelumnya. Peralihan adalah proses perkembangan dari satu tahap ke tahap berikutnya. Apa yang tertinggal dari satu tahap akan memberikan dampak di masa akan datang. Osterrieth mengatakan bahwa, struktur psikis dari remaja ialah kelanjutan dari perkembangan masa pubertas.

b. Periode Mencari Identitas Diri

Tugas penting yang dihadapi oleh para remaja ialah mengembangkan sense of individual identity, yaitu menemukan jawaban dari pertanyaan mengenai dirinya, mencakup keputusan, dan standar tindakan. Semua dievaluasi secara pribadi atau orang lain. Persepsi identitas diri remaja berkembang secara perlahan melalui pengulangan identifikasi saat masa kanak-kanak. Mencari identitas diri dan mengangkat harga diri mengarahkan remaja untuk memakai simbol status harga diri, seperti mobil, pakaian, ataupun eksis di media sosial seperti instagram, facebook, twitter dan lain- lain. Remaja akan mensintesis ke dalam berbagai peran dan membentuk satu identitas diri yang bisa diterimanya secara personal oleh kelompoknya.

Menurut Kupperschmidt (2000) (dalam Putra, 2016) Generasi adalah sekelompok orang yang memiliki kesamaan tahun lahir, umur, lokasi dan juga pengalaman

historis atau kejadian-kejadian dalam individu tersebut yang sama yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan mereka. Jadi, dapat dikatakan pula bahwa generasi adalah sekelompok individu yang mengalami peristiwa – peristiwa yang sama dalam kurun waktu yang sama pula.

a) *Veteran Generation* atau *Silent Generation* (lahir antara 1925-1945)

Veteran Generation atau sering juga disebut sebagai *silent generation* adalah generasi yang konservatif dan disiplin (W & N, 1991)

b) Generasi Baby Boomer (lahir antara 1946 – 1959)

Generasi ini percaya pada adanya peluang, dan seringkali terlalu idealis untuk membuat perubahan positif didunia. Mereka juga kompetitif dan mencari cara untuk melakukan perubahan dari sistem yang sudah ada. Punya rasa optimis yang tinggi, pekerja keras yang menginginkan penghargaan secara personal, percaya pada perubahan dan perkembangan diri sendiri

c) Generasi X (lahir antara 1960 – 1979)

Generasi X adalah generasi yang lahir pada tahun-tahun awal dari perkembangan teknologi dan informasi seperti penggunaan PC (personal Computer), video games, TV kabel dan internet. Generasi X ini mampu beradaptasi dan mampu menerima perubahan dengan cukup baik sehingga dapat dikatakan sebagai generasi yang tanggung, yang memiliki karakter. Ciri/Karakteristik : Banyak akal, independen, butuh kenyamanan emosional, lebih suka sesuatu yang informal dan punya kemampuan usaha/berdagang dibandingkan baby boomers. Kehidupan antara pekerjaan dan personal balance, mengembangkan kesempatan

yang dipunyai, menyukai hubungan pekerjaan yang positif dan menyukai kebebasan dan punya ruang untuk berkembang.

d) Generasi Y atau generasi Millennial (lahir antara tahun 1980 – 1994)

Generasi Y dikenal dengan sebutan generasi millennial atau milenium. Generasi Y ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instant seperti email, SMS, instant messaging dan lain-lain. Hal ini dikarenakan generasi Y merupakan generasi yang tumbuh pada era internet booming (Lyons, 2004) (dalam Putra, 2016). Tidak hanya itu saja, generasi Y ini lebih terbuka dalam pandangan politik dan ekonomi, sehingga mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya. Ciri/Karakteristik: Lebih berkomitmen terhadap perusahaan, pekerjaan merupakan salah satu prioritas, tapi bukan prioritas utama, menyukai peraturan yang tidak berbelit-belit, menyukai keterbukaan dan transparansi. Dalam pekerjaan, team orientation fokusnya. Menyukai feedback dan juga suka tantangan baru yang menantang yang membuat diri mereka harus pushed their limits.

e) Generasi Z (lahir antara 1995-2010)

Generasi Z disebut juga iGeneration, generasi net atau generasi internet merupakan generasi yang paling muda yang baru memasuki angkatan kerja. Generasi ini biasanya disebut dengan generasi internet atau Igeneration. Generasi Z lebih banyak berhubungan sosial lewat dunia maya. Sejak kecil, generasi ini sudah banyak dikenalkan oleh teknologi dan sangat akrab dengan smartphone dan dikategorikan sebagai generasi yang kreatif. Ciri/Karakteristik : Lebih menyukai kegiatan sosial dibandingkan generasi sebelumnya, lebih suka di perusahaan start up, multi tasking, sangat menyukai teknologi dan ahli dalam mengoperasikan

teknologi tersebut, peduli terhadap lingkungan, mudah terpengaruh terhadap lingkungan mengenai produk ataupun merek, pintar dan mudah untuk menangkap informasi secara cepat.

f) Generasi Alpha (lahir tahun 2011-2015)

Generasi yang lahir sesudah generasi Z, lahir dari generasi X akhir dan Y. Generasi yang sangat terdidik karena masuk sekolah lebih awal dan banyak belajar, rata-rata memiliki orang tua yang kaya dengan sedikit. Melihat dari banyaknya pimpinan baik itu negara maupun perusahaan, generasi X masih mendominasi. Sementara itu generasi Y masih menggeliat, mencari keamanan dalam bidang pekerjaan maupun pribadi, tidak dipungkiri beberapa sudah menjadi pimpinan sebuah perusahaan sejak usia muda. Generasi Z yang merupakan keturunan dari generasi X dan Y, sekarang ini merupakan anak-anak muda yang rata-rata masih mencari jati diri, beberapa di antaranya sudah mempunyai penghasilan sendiri yang cukup besar terutama dari bidang seni.

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Teori Interaksi Simbolik

Teori interaksi simbolik memfokuskan perhatiannya pada cara-cara yang digunakan manusia untuk membentuk makna dan struktur masyarakat melalui percakapan (Morissan, Teori Komunikasi-Individu Hingga Massa, 2013). Interaksi simbolik merupakan suatu Gerakan dari pemikiran yang dibangun oleh George Herbert Mead. Teori ini melihat realitas sosial diciptakan manusia melalui interaksi

makna-makna yang disampaikan secara simbolik. Symbol-simbol ini tercipta dari esensi budaya di dalam diri manusia yang saling berhubungan.

Menurut Mead (1934), diri dan dunia secara sosial tak terhindarkan saling terikat (Upton P. , 2012). Mead juga menjelaskan bahwa secara sosial seseorang dapat melakukan Tindakan kepada dirinya sendiri, seperti juga kepada orang lain (Nurhadi, Teori Teori Komunikasi dalam perspektif penelitian kualitatif, 2015). Dimana seseorang dapat memuji dirinya, menyalahkan dirinya sendiri, bahkan menghukum dirinya oleh dirinya sendiri. Dengan kata lain, seseorang dapat menjadikan dirinya sebagai objek dari tindakannya sendiri. Karena diri terbentuk dengan cara yang sama sebagai objek, melalui proses interaksi sosial Bersama orang lain.

Interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek manusia. Artinya, perilaku manusia harus dilihat sebagai proses terbentuk dan diatur dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka. Dengan sebuah symbol-simbol, manusia mempresentasikan apa yang mereka maksudkan untuk berinteraksi dengan sesamanya, dan juga pengaruh yang ditimbulkan penafsiran diatas symbol-simbol ini terhadap perilaku pihak-pihak yang terlibat dalam interaksi sosial (Nurhadi, teori teori komunikasi dalam perspektif penelitian kualitatif, 2015)

2.3.1.1 Asumsi Dasar Teori Interaksi Simbolik

Dalam teori interaksi simbolik Blummer mengemukakan tiga premis sebagai berikut ;

- a. Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka. Pentingnya makna bagi perilaku manusia adalah manusia bertindak terhadap orang lain berdasarkan makna-makna yang diberikan orang lain terhadap mereka.
- b. Makna tersebut berasal dari interaksi sosial seseorang dengan sesamanya atau orang lain. Bahasa atau komunikasi melalui symbol-simbol merupakan isyarat yang mempunyai arti khusus yang muncul terhadap individu orang lain yang memiliki arti yang sama dengan isyarat atau symbol-simbol akan terjadi pemikiran (*mind*). Sehingga dari sini, manusia mampu membayangkan dirinya secara sadar dengan tindakannya dari padangan orang lain, hal ini menyebabkan manusia dapat membentuk perilakunya secara sengaja dengan maksud menghadirkan respons tertentu dari pihak lain, (Nurhadi, teori teori komunikasi dalam perspektif penelitian kualitatif, 2015)
- c. Makna-makna tersebut disempurnakan disaat proses interaksi sosial berlangsung. Individu dapat mencapai perkembangan diri yang menyeluruh melalui interaksinya dengan orang lain.

2.3.1.2 Konsep Pemikiran Interaksi Simbolik

Terdapat tiga konsep penting dalam teori yang dikemukakan Mead ini yaitu Masyarakat (*Society*), diri (*Self*), dan pikiran (*Mind*) (Morissan, Teori Komunikasi-Individu Hingga Massa, 2013)

Hal yang mendasar dalam teori ini adalah pentingnya makna dalam perilaku manusia. Pentingnya konsep diri, dan hubungan antara individu dengan masyarakat.

Tiga konsep penting yang dikemukakan Mead yang pertama adalah masyarakat, disini masyarakat merupakan sebuah jaringan interaksi sosial dimana anggota masyarakat memberikan makna terhadap tindakan orang lain dengan menggunakan symbol. Keadaan saling mempengaruhi antara menanggapi orang lain dan menanggapi diri sendiri merupakan sebuah konsep penting dalam teori ini.

Konsep yang kedua adalah diri, diri pada intinya adalah struktur sosial yang hanya dapat terbentuk melalui pengalaman-pengalaman sosial (Upton P. , 2012). Individu berinteraksi dengan individu lainnya sehingga menghasilkan suatu ide tertentu mengenai diri. Kita memiliki diri karena kita menanggapi diri kita sebagai suatu objek. Satu satunya agar menjadi suatu objek dengan cara memberikannya nama dan menunjukannya secara simbolik.

Selain menggunakan perspektif orang lain dalam melihat diri kita juga perlu memiliki konsep diri. Konsep diri merupakan gambaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya, yang dibentuk melalui pengalaman-pengalaman yang diperoleh dari interaksi dengan lingkungan (Agustiani, 2009)

Konsep yang terakhir adalah pikiran, dalam interaksi teori simbolik, pikiran merupakan suatu proses dari kegiatan interaksi dengan diri anda sendiri. Kemampuan berinteraksi yang berkembang Bersama-sama dengan diri menjadi hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia karena menjadi bagian dari setiap tindakan.

2.4 Kerangka Pemikiran

Yang menjadi dasar pemikiran bagi peneliti untuk menjadikan dampak dari Instagram yang mengganggu Kesehatan mental anak remaja kota Bandung sebagai objek penelitian yaitu karena semakin pesatnya perkembangan teknologi yang mengakibatkan berkembangnya konten yang sangat mudah di akses dan kurangnya batasan di bidang teknologi, serta adanya faktor media sosial yang menghambat Kesehatan mental anak remaja pada jaman sekarang.

Instagram membentuk sebuah realitas sosial dimana instagram menjadi sebuah ajang aktualisasi diri terhadap para penggunanya, peneliti menggunakan teori interaksi simbolik. Teori interaksi simbolik melihat bahwasannya yaitu manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain kepada mereka, makna diciptakan dalam interaksi antar manusia dan makna dimodifikasi melalui proses komunikasi visual. Komunikasi visual menjadi sebuah proses komunikasi dimana terdapat sebuah simbol-simbol desain grafis yang terdiri atas gambar, huruf, dan tipografi, warna, komposisi, dan *lay-out*. Semua itu dilakukan guna untuk menyampaikan sebuah pesan secara visual, audio dan atau audio visual kepada target yang dituju.

Terlihat bahwasannya interaksi simbolik tercipta adanya sebuah makna simbol yang diberikan oleh orang lain terhadap mereka dimana makna simbol tersebut tercipta melalui sebuah komunikasi visual dalam instagram yang disampaikan melalui pesan secara yang kita ketahui seperti foto, video, dan poster pada instagram. Dimana akibat makna yang diberikan oleh orang lain melalui sebuah komunikasi visual yaitu foto, video dan poster instagram menjadi sebuah

ekspektasi para pengguna instagram remaja kota bandung guna untuk menjadikan ajang aktualisasi diri yang mereka sampaikan melalui poster, video dan foto yang mereka aktualisasikan dengan harapan mendapatkan pujian atau keinginan dari para penggunanya yang diakibatkan interaksi simbolik tersebut melalui komunikasi visual.

Kecanduan dalam bermain Instagram bisa mengakibatkan anak-anak mengalami sebuah dampak negative yaitu kecemasan diri dikarenakan bermain Instagram, ambil contoh liat influencer, selebgram membuat story Instagram di beberapa tempat hits, wisata kuliner yang hits, makanan dan barang-barang yang diendorse sebagai suatu yang terkenal, banyak sekali orang ingin mengikuti kehidupan para selebgram dan influencer namun factor ekonomi yang membatasi, akibatnya sering kali remaja merasa khawatir, cemas, malu dan insecurities.

Gangguan mental pada anak, khususnya usia remaja, merupakan permasalahan serius yang memerlukan perhatian lebih. Data dari Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menunjukkan bahwa 14 persen anak remaja di negara berkembang berpikiran untuk bunuh diri. Bunuh diri merupakan penyebab kematian ketiga terbesar di dunia pada kelompok anak berusia 15-19 tahun.

Di Indonesia, gangguan mental emosional remaja juga tampak mengalami peningkatan. Berdasarkan hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2018, prevalensi gangguan mental emosional remaja usia di atas 15 tahun meningkat menjadi 9,8 persen dari yang sebelumnya 6 persen pada 2013. (Republika, 2020)

Bisa dilihat instagram tidak lagi hanya sebagai platform media sosial yang hanya sebagai media informasi berbagi namun menjadi sebuah bentuk aktualisasi

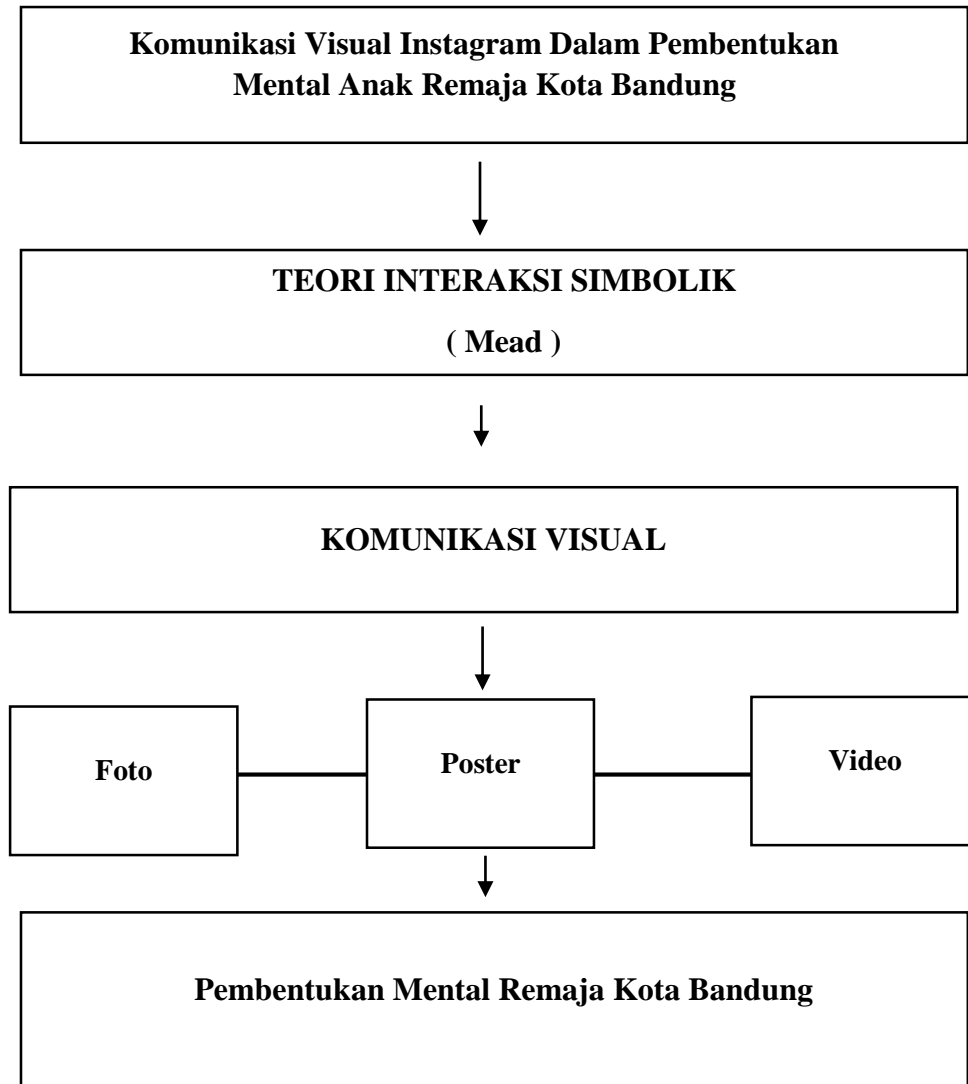
diri, interaksi simbolik memandang bahwa tindakan yang dilakukan seseorang tidak terlepas dari ekspektasi dan juga makna yang diberikan oleh orang lain terhadap kejadian, peristiwa, maupun makna benda. Seseorang dalam melakukan tindakannya tidak pernah lepas dari makna yang diberikan oleh orang lain. Seseorang dalam melakukan tindakannya tidak pernah lepas dari makna yang diberikan oleh orang lain dan keinginan untuk dimaknai oleh orang lain

Dari semua uraian konsep diatas, maka peneliti membuat sebuah model kerangka pemikiran untuk mempermudah proses penelitian dan juga dapat mempermudah pembaca dalam memahami dan mengevaluasi penelitian ini, sebagai berikut:

Dari pemaparan tersebut, maka peneliti menyimpulkan bahwa perspektif yang berkaitan dengan penelitian ini adalah teori interaksi simbolik lalu dijembatani dengan teori komunikasi visual yakni foto, video, dan poster dimana seseorang dapat memuji dirinya, menyalahkan dirinya sendiri, bahkan menghukum dirinya oleh dirinya sendiri. Dengan kata lain, seseorang dapat menjadikan dirinya sebagai objek dari tindakannya sendiri. Karena diri terbentuk dengan cara yang sama sebagai objek, melalui proses interaksi sosial Bersama orang lain.

Tabel 2.4

Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber : Modifikasi Peneliti 20

