

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1. Kajian Literatur**

##### **2.1.1. Review Penelitian Sejenis**

Dijadikan untuk bahan perbandingan guna mendukung penelitian yang dilakukan penulis. Penulis menampilkan hasil dari penelitian yang terdahulu yang bisa dikatakan relevan dengan judul penelitian dari penulis. Disini peneliti mendapatkan beberapa penelitian sejenis, yaitu :

1. Firda Widia Utami, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan, KONSEP DIRI PENGGUNA GARNIER MICELLAR CLEANSING WATER DI KALANGAN MAHASISWA (Studi Kasus Pada Mahasiswi FISIP Universitas Pasundan Bandung). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tujuan orang – orang menggunakan Garnier Micellar Cleansing Water.
2. Dina Triwidayanti, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Univeristas Bhayangkara Jakarta Raya, KONSEP DIRI PEMIMPIN WANITA DALAM ORGANISASI KEPOLISIAN DI HUMAS POLDA METRO JAYA. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep diri pemimpin Wanita dalam organisasi kepolisian.

3. Lutfia Uli Nuha, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, KONSEP DIRI REMAJA PEREMPUAN OBESITAS DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Fenomenologi Mengenai Konsep Diri Remaja Perempuan Obesitas Di Media Sosial Instagram). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep diri remaja perempuan obesitas di media sosial Instagram

Untuk lebih jelasnya peneliti membuat tabel matriks penelitian terdahulu sebagai berikut :

**Tabel 2.1**

Nama dan Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metode penelitian	Persamaan	Perbedaan
Firda Widia Utami, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan, KONSEP DIRI PENGGUNA GARNIER MICELLAR CLEANSING WATER DI	Teori Konsep Diri Elizabeth Hurlock	Kualitatif	Persamaan dari penelitian ini adalah teori dan metode penelitian yang dilakukan sama	Perbedaan dari penelitian ini adalah subjek dalam penelitian ini membahas Konsep Diri Pengguna Garnier Micellar Cleansing

<p>KALANGAN MAHASISWA (Studi Kasus Pada Mahasiswa FISIP Universitas Pasundan Bandung)</p>				<p>Water Di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswi FISIP Universitas Pasundan Bandung).</p>
<p>Dina Triwidayanti, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, KONSEP DIRI PEMIMPIN WANITA DI HUMAS POLDA METRO JAYA.</p>	<p>Fenomenologi</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Persamaan dari penelitian ini adalah metode penelitian yang dilakukan sama</p>	<p>Perbedaan dari penelitian ini adalah subjek dalam penelitian ini membahas Konsep Diri Pemimpin Wanita Di Humas Polda Metro Jaya dan teori yang</p>

				digunakan pun berbeda.
Lutfia Uli Nuha, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Pdjadjaran, Konsep Diri Remaja Perempuan Obesitas Di Media Instagram (Studi Fenomenologi Mengenai Konsep Diri Remaja Perempuan Obesitas Di Media Sosial Instagram)	Fenomenologi	Kualitatif	Persamaan dari penelitian ini adalah metode penelitian yang dilakukan sama	Perbedaan dari penelitian ini adalah subjek dalam penelitian ini membahas Konsep Diri Remaja Perempuan Di Media Sosial Instagram (Studi Fenomenologi Mengenai Konsep Diri Remaja Perempuan Obesitas Di

				Media Sosial Instagram) dan teori yang digunakan pun berbeda.
--	--	--	--	---

**Sumber : Matriks Penelitian Terdahulu**

## **2.2. Kerangka Konseptual**

### **2.2.1. Komunikasi**

#### **2.2.1.1. Pengertian Komunikasi**

Secara umum komunikasi adalah kegiatan manusia untuk saling memahami suatu pesan yang diberikan oleh seseorang (komunikator) kepada lawan bicaranya (komunikan) dan bisa dikatakan juga bahwa komunikasi adalah suatu proses pengoperan informasi dari satu orang ke orang lain, dari satu orang ke sebuah kelompok (kecil) ataupun ke kelompok (besar). Pengertian komunikasi itu sendiri tidak semudah yang kita lihat dikarenakan setiap ahli memberikan pengertian menurut apa yang mereka pahami. Pengertian yang diberikan ada yang panjang dan aja juga yang singkat, ada yang sederhana ada juga dibuat berbeda. Salah satu contohnya, ketika para ahli filsafat memberikan definisi dengan menekankan aspek arti (meaning) dan signifikan pesan, didalam perkumpulan psikolog bisa terlihat hubungan sebab akibat dari sebuah komunikasi dengan individu, setiap ahli

sosiologi dan antropologi mengatakan komunikasi bisa dipakai pada konteks masyarakat dan budaya, setiap ahli ilmu politik melihat komunikasi dalam hubungannya dengan pengaruh bisa ditimbulkan kepada masalah-masalah pemerintahan.

Menurut Carl I. Hovland dari Universitas Yale, menjelaskan komunikasi itu merumuskan secara tegas azas-azas pemberian informasi serta pembentukan pendapat serta sikap dengan melalui sebuah proses untuk mengubah perilaku seseorang. Charless E. Osgood di Universitas Illinois mempelajari studi empirik arti pesan. Paul F. Lazarsfeld dengan teman-temannya di Universitas Columbis mempelajari Komunikasi antarpribadi (personal) dalam kaitannya dengan komunikasi massa.

Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *Communico* yang artinya membagi (Cherry dalam Stuart, 1983).

Agar bisa memahami penjelasan komunikasi secara singkat, ini adalah paradigma yang dibuat oleh Harold D. Laswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”.

Lain halnya dengan Donald Byker dan Bren J Anderson, menurut mereka komunikasi itu berbagi informasi antara dua orang atau lebih. Sedangkan menurut

Steven, komunikasi bisa terjadi kapan saja, maka dari itu akan menimbulkan reaksi terhadap suatu objek atau stimuli. Apakah itu datang dari seseorang atau dari lingkungan sekitarnya.

Menurut Everett M. Rogers ahli sosiologi pedesaan Amerika yang sudah banyak memberikan perhatian kepada studi riset komunikasi, khususnya pada penyebaran inovasi membuat definisi sebagai berikut :

Komunikasi itu sebuah tahap dimana ide bisa digantikan dari sumber ke penerima lainnya, dengan maksud adanya perubahan tingkah laku.

Lalu pengertian ini dikembangkan kembali oleh Rogers D. Lawrence Kincaid(1981) dengan memunculkan sebuah pengertian baru yang menjelaskan :

Komunikasi itu sebuah proses dua orang atau lebih dapat melakukan dengan memberi informasi kepada satu sama lain, dan akhirnya bisa saling memberi pengertian yang berarti.

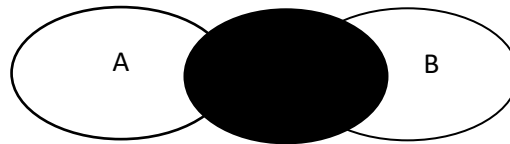
Lalu Rogers mencoba untuk mengelompokkan sebuah hubungan yang mempunyai hakikat dengan melakukan pergantian informasi yang ada, dimana ia menginginkan adanya perubahan suatau sikap maupun tingkah laku dan kebersamaan dalam menciptakan pengertian dari orang-orang yang ikut serta terhadap proses komunikasi ini.

Definisi yang dijelaskan diatas belum mewakili semua definisi komunikasi yang telah dibuat oleh banyak pakar. Tetapi sudah dapat gambaran seperti apa yang telah dikatakan oleh Shannon dan Weaver (1949) bahwa komunikasi itu adalah

bentuk dari interaksi manusia yang sama-sama memberi pengaruh satu sama lainnya, baik disengaja tahu pun tidak disengaja.

#### **2.2.1.2. Prinsip Komunikasi**

Kesamaan dalam berkomunikasi dapat diibaratkan dua buah lingkaran yang bertindihan satu dengan lainnya. Daerah yang bertindihan ini disebut kerangka pengalaman (*field of experience*). Yang menunjukkan adanya persamaan antara A dan B dalam hal tertentu, misalnya seperti bahasa atau simbol.



**Gambar 2.1**

#### **Sumber : Pengantar Ilmu Komunikasi : Model Prinsip Komunikasi**

Dari gambar di atas, kita dapat menarik tiga prinsip dasar komunikasi, yakni:

- a) Komunikasi akan dapat terjadi jika ada pergantian pengalaman yang serupa antara pihak yang terlibat pada proses komunikasi (*sharing similar experiences*).
- b) Apabila daerah tumpang tindih (*the field of experience*) tersebar dan menutupi lingkaran A atau B, dan akan membentuk satu lingkaran yang serupa, akan semakin besar terbentuknya suatu proses komunikasi yang (efektif).



- c) Tapi jika daerah tumpeng tindh semakin kecil dan sentuhan nya menjauh dari kedua lingkaran, atau cenderung mengurung lingkaran, makan komunikaai akan terbatas. Dan besar kemungkinannya akan gagal dalam menciptakan suatu komunikasi efektif.
- d) Dua lingkaran ini tidak akan bisa untuk saling menutupi secara menyeluruh (100%) dikarenakan didalam komunikasi antar manusia, tidak ada manusia yang mempunyai perilaku, karakter dan sifat yang sama di dunia ini, walaupun kedua manusia ini dilahirkan secara kembar.

### **2.2.1.3. Unsur-Unsur Komunikasi**

Pada kegiatan dalam berkomunikasi sebenarnya tidak bisa lepas dari unsur yang dapat membuat komunikasi itu sendiri berjalan baik. Hafied Cangara (1998) mengemukakan unsur komunikasi itu terbagi menjadi beberapa bagian. Unsur komunikasi menurut Cangara yaitu :

- a) Sumber

Sumber sebagai pengirim komunikasi akan melibatkan suatu peristiwa.

- b) Pesan

Terdapat pesan yang diberikan dari pengirim ke penerima.

- c) Media

Pada hal ini media sebagai alat untuk mengirim pesan dari sumber ke penerima.

d) Penerima

Pihak penerima adalah pihak yang dituju dalam pengiriman pesan dari sumber.

e) Efek

Efek yang dimaksud adanya perbedaan dari yang dipikirkan, dirasakan yang dilaksanakan oleh penerima sebelum dan setelah menerima pesan.

f) Umpan Balik

Salah satu bentuk pengaruh dari penerima pesan disebut sebagai umpan balik.

g) Lingkungan

Pada lingkungan ini menjelaskan hal-hal khusus yang bisa memberi pengaruh terhadap komunikasi.

Komunikasi itu sendiri adalah sebuah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan maksud tujuan agar dapat mempengaruhi perilaku atau pengetahuan seseorang. Dari pengertian komunikasi ini, bisa disimpulkan bahwa proses komunikasi tidak akan berjalan dengan baik apabila tidak ada pendukung unsur-unsurnya seperti; pengirim (*source*), pesan (*message*), saluran/media (*channel*), penerima (*receiver*), dan efek (*effect*). Unsur-unsur ini bisa dikatakan sebagai elemen komunikasi.

### **2.3. Definisi Komunikasi Massa**

Pada hakikatnya komunikasi massa bisa dijabarkan melalui dua sudut pandang, yaitu dengan bagaimana seseorang menciptakan pesan dengan

menyebarkan pesan tersebut melalui sebuah media di suatu pihak, dan bagaimana cara seseorang menemukan pesan yang terkait pada pihak yang lainnya. Komunikasi massa bisa dijelaskan sebagai suatu komunikasi yang menggunakan media massa. Secara umum, penggunaan komunikasi ini banyak sekali seperti, memberikan informasi, hiburan dan bisa juga untuk kepentingan-kepentingan khusus. Media massa itu sendiri merupakan sarana utama dalam sistem komunikasi massa. Sasaran penyebaran pesan-pesan yang terdapat pada media massa yaitu adalah khalayak komunikasi massa. Pada media massa khalayaknya itu terbagi menjadi beberapa macam individu dan kelompok yang berbedar yang tersebar luas. Media massa biasanya menargetkan khalayaknya untuk produk yang dihasilkannya (pesan) dengan segmentasi khalayak tertentu.

Pesan-pesan yang ada dalam komunikasi massa itu mengalir dari sumber kepada penerima pesan tersebut. pesan ini biasanya mengandung suatu hal atau tanda berisikan makna pesan. Pada tanda ini terdapat ide, gagasan, perasaan dan tujuan tertentu lainnya dari partisipan komunikasinya. Komunikasi massa memiliki system, dimana Bahasa dijadikan salah satu lambang utama untuk membungkus pesan-pesan yang diberikan kepada khalayak. Karena bahasa adalah lambang pesan yang sering kali digunakan dalam berkomunikasi antar sesama manusia. Tidak ada aturan dalam pesan-pesan komunikasi massa di media massa itu sendiri. Pada penyampaian pesan di komunikasi massa itu bersifat satu arah, walaupun bisa dikerjakan khalayak melalui umpan balik, tetapi kesempatan yang didapatkan sangat sedikit apabila disandingkan terhadap umpan balik yang terdapat di system komunikasi yang lain.

Komunikasi massa itu sendiri bisa terjadi pada hal sosial yang khusus. Dan bisa memunculkan umpan balik yang terjadi diantara media massa dan masyarakat. Media massa ini sendiri adalah ciri terpenting yang dapat menjadi pembeda dari komunikasi massa dan system komunikasi yang lain. Terlebih lagi, komunikasi ini sendiri khalayaknya luas tidak harus berada pada suatu lokasi yang sama tetapi sebuah ikatan yang bisa saling bersatu karena saling menerima sebuah pesan melalui media massa dengan waktu sama.

Terdapat beberapa tokoh yang mendefinisikan komunikasi massa itu sendiri. Salah satunya adalah Severin (1979) menurut Severin dalam komunikasi massa terdapat dua faktor yang bisa mempengaruhi komunikasi massa baik untuk komunikator maupun komunikannya, yaitu terdapat pada bidang pengalaman (*field of experience*) dan juga kerangka rujukan (*frame of reference*). Manusia pasti mempunyai pengalaman berbeda. Dengan adanya hal yang beda ini bisa memberikan pengaruh proses komunikasi dan sikap komunikasi yang dilakukan dalam berkehidupan sosial. Maka dari itu, pengalaman bisa dikatakan mempunyai sifat yang unik, khas dan subyektif. Pada komunikasi itu terlibat pembicaraan berkenaan pengalaman partisipannya. Perbedaan ini yang membuat perbedaan reaksi-reaksi yang di pertukarkan.

Pendapat kedua mengenai definisi komunikasi massa di jelaskan oleh Gerbner, komunikasi massa sebagai produksi dan distribusi yang berdasarkan teknologi dan lembaga suatu arus pesan dan paling besar oleh seseorang dalam masyarakat industri. Sistem komunikasi massa ini harus mempunyai perangkat komunikasi yang bisa membantu proses produksi, reproduksi, dan pemasaran

media massa. Media yang memproduksi pesan ini akan disebar ke khalayak besar secara berkelanjutan pada waktu yang tetap.

Pendapat yang terakhir yaitu dari Maletzke, mendefinisikan komunikasi massa itu sebagai pernyataan yang bebas melalui media penyebaran teknis tidak langsung dengan searah pada public yang menyebar. Sifat kebebasan ini akan bisa dijangkau oleh masyarakat heterogen dan bisa tersebar luas. Komunikasi massa ini sendiri tentu berbeda dengan komunikasi yang lain di karenakan pesan-pesan dari media massa ini harus disusun terlebih dahulu lalu diolah oleh lembaga media sebelum sampai kepada khalayak.

#### **2.3.1.1. Karakteristik Komunikasi Massa**

Pada komunikasi massa bisa dikelompokkan dalam beberapa jumlah isu seperti sejarah komunikasi, praktek jurnalisme, hukum media dan efek media. Pada komunikasi massa tentu mempunyai karakteristik, karakteristik komunikasi massa ini dijelaskan oleh beberapa ahli yaitu Wright, karakteristik tersebut adalah sebagai berikut :

- a) Diarahkan pada khalayak yang relatif lebih besar, heterogen dan anonim.
- b) Pesan-pesannya mewakili usaha banyak orang yang berbeda dan disampaikan secara terbuka.
- c) Dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak dan bersifat sekaligus.
- d) Komunikatornya cenderung berada pada organisasi yang kompleks, yang melibatkan biaya besar dan bekerja melalui suatu organisasi yang rumit.

Pendapat kedua tentang karakteristik komunikasi massa dijelaskan oleh Elizabeth N. Naumann, karakteristik nya yaitu :

- a) Sifatnya tidak langsung, pesan yang ada di komunikasi massa disampaikan melalui sebuah media teknis.
- b) Komunikasi massa bersifat satu arah, tidak ada interaksi antara peserta komunikasi (media dan khalayak).
- c) Pesan-pesan komunikasi massa bersifat terbuka untuk publik dan tidak ada pembatas dan anonim.
- d) Mempunyai publik atau khalayak yang tersebar.

#### **2.3.1.2. Efek Komunikasi Massa**

Komunikasi massa memiliki efek, salah satu ahli mengutarakan efek komunikasi massa yaitu Schramm dalam bukunya *How Communication Works*, yang mana telah dikutip oleh Wiryanto (2004, 89-90) menggolongkan efek komunikasi massa dalam efek khusus dan efek umum, yaitu sebagai berikut :

- a) Efek Umum

Pada efek umum ini sebenarnya terkait pada efek dasar yang bisa terjadi akibat adanya pesan-pesan yang disebarkan lewat media massa. Schram mengatakan bahwa komunikasi itu memiliki efek yang mengembang. Secara umum, komunikasi yang dilakukan lewat media massa itu memberikan suatu arti, dimana dengan adanya media massa maka tercipta masyarakat yang modern. Dengan adanya efek ini yang terjadi secara rutin dan terus menerus maka hal ini sudah dikatakan sebagai efek yang sangat dasar, dan membutuhkan waktu

yang lama untuk terciptanya proses dari efek ini. Karena adanya terpaan media massa ini, akan muncul perubahan - perubahan yang tidak terduga.

b) Efek Khusus

Efek yang dirasakan pada hal ini adalah timbulnya individu – individu dalam mass audience dengan perilaku dari mereka masing – masing dalam menerima pesan dari media massa. Lembaga komunikasi mengembangkan *encoding* secara berkelompok, tetapi setelah dikomunikasikan, yang terjadi adalah *decoding* secara perorangan.

Selain itu, menurut Liliweri (2011,hal.39) menjelaskan bahwa efek dari komunikasi massa itu ada tiga, yaitu :

a) Efek Kognitif

Pesan yang ada pada komunikasi massa bisa membuat konsumen berubah baik dalam hal pengetahuan, pendapat atau suatu pandangan terhadap suatu yang telah didapat. Efek ini berkaitan dengan pengiriman pengetahuan, keterampilan informasi dan juga kepercayaan.

b) Efek Afektif

Pesan yang terjadi pada komunikasi massa ini akan menimbulkan perubahan perasaan konsumen dimana bisa menjadi marah ataupun kurang senang terhadap suatu hal akibat dari membaca surat kabar, mendengar radio, dll. efek

afektif ini berkaitan dengan rasa emosi, sikap maupun nilai yang dimiliki masyarakat.

c) Efek Konatif

Pada pesan konatif ini bisa berakibat pada seseorang saat ingin melakukan sesuatu. Efek ini berhubungan dengan perilaku yang nyata terdiri dari tindakan dan kebiasaan perilaku.

### **2.3.1.3. Teori Komunikasi Massa**

Sebenarnya, penjelasan teori dari Turner (1998) adalah “cerita tentang bagaimana dan mengapa sesuatu itu terjadi. Setiap pakar memulai dengan dasar dari sebuah asumsi keseluruhan, yang di dalamnya terdapat keseluruhan bidang sosial yang terbentuk melalui kegiatan manusia, dengan mengutarakan landasan kepastian, proses dan juga sifat dasar yang dapat menjelaskan pasang surut suatu kejadian dalam proses yang lebih khusus. Selain itu, menurut seorang ahli yang bernama Wilbur Schramm (1954), pada komunikasi massa harus ada tiga unsur yang dibutuhkan, yaitu : sumber (source), pesan (message), dan sasaran (destination).

Dennis McQuail (1987) menjelaskan terdapat beberapa jenis teori-teori komunikasi massa yaitu :

a) Teori Ilmu Pengetahuan Sosial (Social Scientific Theory)

Teori ini didasarkan penjelasan-penjelasan saling terkait dengan sifat dasar, cara kerja, dan juga pengaruh komunikasi massa yang berasal dari observasi sistematis dan memiliki sifat yang objektif. Teori ini bersumber dari



kenyataan sebuah media dan teori ini bergantung kepada ilmu sosial. Sebagai salah satu contoh, adanya hubungan televisi dengan perilaku agresif.

b) Teori Normatif (Normative Theory)

Teori ini bersangkutan kepada suatu masalah, dimana seharusnya media mempunyai peran saat semua nilai sosial mau diterapkan dan diraih sesuai dengan sifat dasar nilai-nilai sosial. Teori ini mempunyai peran yang sangat penting karena bisa membentuk institusi media. Dan media memiliki pengaruh yang besar karena bisa membantu public media, organisasi, dan pelaksana organisasi itu sendiri sesuai apa yang diharapkan.

c) Teori Praktis

Teori ini pada awalnya dikembangkan seorang praktisi media. teori ini menjelaskan apa tujuan media, cara kerja dan berharap bisa sejalan dengan prinsip ilmu pengetahuan sosial yang sifatnya abstrak, dan bagaimana cara mencapai suatu sasaran tertentu. Suatu teori bisa dikatakan teori praktis jika dapat menemukan sebuah jawaban dari suatu masalah. Contohnya “Apa yang bisa menyenangkan public?” “Faktor apa saja yang bisa membuahkan hasil?” “Berita seperti apa yang berharga atau memiliki nilai berita (news value)?” “Bagaimana tanggung jawab wartawan dan media dalam situasi tertentu?”

d) Teori Akal Sehat (Commonsense Theory)

Teori ini merupakan pengetahuan (dan gagasan) yang dimiliki setiap orang dengan begitu saja atau dengan pengalaman langsung dengan masyarakat.

#### **2.3.1.4. Fungsi Komunikasi Massa**

Menurut Wilbur Schramm, komunikasi massa itu fungsinya untuk decoder, interpreter, dan encoder. Komunikasi massa mendecode lingkungan yang ada disekitar kita, kemudian memantau suatu bahaya yang kemungkinan bisa timbul, dan mengawasi terjadinya persetujuan dan juga efek dari hiburan. Komunikasi massa menggambarkan hal-hal yang di-decode agar dapat mengambil kebijakan atau suatu efek, menjaga berlangsungnya interaksi serta membantu masyarakat menikmati kehidupannya. Komunikasi massa meng-encode pesan-pesan yang dibangun oleh masyarakat yang satu dengan masyarakat yang lainnya dan menyampaikan kebudayaan yang baru kepada masyarakat. Komunikasi massa ini mempunyai peluang kemampuan untuk memperluas pandangan, pendengaran dalam jarak yang tidak terbatas, dan bisa melipat gandakan suara maupun kata-kata secara luas.

Komunikasi massa secara umum juga mempunyai fungsi yang dijelaskan oleh Charles R. Wright :

a. **Surveillance**

Berfungsi untuk pengumpulan dan penyebaran informasi terkait kejadian-kejadian yang ada dilingkungan, baik dari luar ataupun dari masyarakat. Fungsi ini berhubungan dengan Handling of News (Penangan Berita). Penanganan berita dalam arti luas berarti jurnalisme.

b. Correlation

Terdapat kegunaan interpretasi pesan dan berkaitan dengan lingkungan, tingkah laku dalam menanggapi suatu peristiwa. Kegunaan ini disebut juga sebagai kegunaan editorial.

c. Transmission

Memiliki kegunaan memberikan informasi, nilai serta norma sosial budaya dari generasi satu ke generasi lainnya dan bisa juga satu anggota kepada penduduk yang baru. Kegunaan ini bisa diarahkan untuk kegunaan Pendidikan.

d. Entertainment

Mengarah kepada peristiwa komunikatif dan bisa dikatakan sebagai memberi hiburan dan tidak berharap untuk mendapatkan suatu efek khusus.

Fungsi komunikasi massa menurut Harold D Laswell yaitu :

a. Pengawasan Lingkungan

Fungsi komunikasi massa ini untuk mengamati lingkungan yang terjadi di suatu lingkungan baik dari dalam maupun luar.

b. Kolerasi antar Bagian Masyarakat Dalam Menanggapi Lingkungan

Fungsi komunikasi massa ini untuk menyatukan bagian dari masyarakat agar sesuai dengan lingkungannya.

c. Transmisi Warisan Sosial dari Suatu Generasi ke Generasi Berikutnya

Fungsi komunikasi massa ini untuk penerusan sosial dari satu generasi ke generasi berikutnya.

d. Hiburan

Fungsi komunikasi massa ini untuk hiburan yang berkaitan dengan hiburan massa.

#### **2.4. New Media**

Definisi *new media* secara khusus mengarah pada teknologi komputer yang mengkhuskan bentuk dan konteks suatu budaya yang teknologi gunakan, seperti dalam film, seni, perdagangan, sains dan diatas itu semua internet. Sedangkan *digital media* adalah kecenderungan pada kebebasan teknologi itu sendiri sebagai karakteristik sebuah medium, atau merefleksikan teknologi digital (Dewdney and Ride. 2006,hal.8-20)

Pada dasarnya *new media* adalah suatu jenis media yang memakai teknologi digital seperti media sosial dan pengguna internet. Dalam *new media* jumlah audiens yang ada jauh lebih besar dibandingkan dengan media tradisonal seperti surat kabar. Istilah *new media* ini berkaitan dengan media digital, sehingga *new media* dipahami sebagai media yang menggunakan teknologi dan internet. *New media* dianggap sebagai salah satu bentuk komunikasi multimedia dan digital yang terjadi melalui komputer, dekstop dan laptop, telepon, tablet, dan lain-lain.

Salah satu komponen dari *new media* itu adalah internet, dimana internet bisa mengakses informasi dimanapun kita berada. Menurut Lister dalam bukunya yang berjudul *New Media : A Critical Introduction*, terdapat beberapa karakteristik dari new media, yaitu seperti *digitaly*, *interactivity*, *hypertextual*, *networked*, *virtual*, dan *simulated*. Dalam konsep *digitaly* semua bentuk proses pemasukan data

akan diubah kedalam bentuk angka. Lalu data tersebut akan berubah seperti diagram, foto, video, grafik, teks tertulis. Setelah data tersebut disimpan menggunakan internet maka selanjutnya data akan diterima dalam bentuk *hard copy*. Untuk konsep *interactivity* masyarakat dituntut untuk bisa aktif dalam menggunakan atau mengakses media yang ada. Kita diarahkan untuk lebih baik menjadi pengguna (user) dibandingkan menjadi pelihat (viewer). Untuk konsep *hypertextual* ini adalah suatu jaringan yang telah disusun yang ada di media yang berguna untuk masuk ke suatu hal yang ada didalam internet. *Networked* sendiri konsepnya adalah untuk jaringan untuk mengakses informasi agar mempermudah khalayaknya. Dan untuk konsep *virtual*, new media menjelaskan bahwa khalayaknya bisa berinteraksi secara langsung untuk menanggapi suatu informasi. Dan yang terakhir untuk konsep *simulated* yaitu menjelaskan bagaimana new media ingin mensimulasi kebiasaan khalayaknya dalam mencari atau bertukar informasi.

#### **2.4.1. Pandangan New Media**

Di zaman sekarang salah satu bagian dari masyarakat adalah internet dan handphone, dimana ini adalah pelengkap kebutuhan manusia. Semakin cepat berkembangnya zaman, maka semakin cepat pula perkembangan dari new media itu sendiri. Karena new media merupakan perkembangan baru dari media-media yang telah digunakan manusia.

Dalam pandangan dari new media itu sendiri bisa memberi pengaruh positif maupun negatif tergantung dari pengguna nya itu sendiri. Dari sisi positifnya,

dengan adanya new media manusia bisa melakukan interaksi secara baik, namun kalau dilihat dari sisi negatif sangat mudah pengaruh dunia luar masuk melalui internet. Jadi dengan adanya new media ini harus diikuti dengan norma dan kebijakan dari pengguna. Diharapkan dengan adanya internet dan media yang disediakan seperti smartphone bisa digunakan sebaik mungkin oleh penggunanya.

#### **2.4.2. Manfaat New Media**

##### a) Bidang Pendidikan

Dalam bidang ini tentunya sangat berguna bagi pelajar dan mahasiswa dimana bisa mencari bahan-bahan untuk belajar dan menggali informasi yang berkaitan dengan seputar pelajaran. Pelajar atau mahasiswa bisa mengurangi pengeluaran dalam biaya seperti tidak membeli buku, tapi bisa men-download buku digital yang tersedia di internet. Dimana ini akan lebih praktis karena file atau data yang dibutuhkan bisa disimpan melalui laptop, handphone tanpa harus membawa buku yang banyak.

##### b) Bidang Sosial

Dalam bidang ini tentu sangat berguna bagi penggunanya. Seperti dalam penggunaan media sosial seperti instagram, facebook, twitter, whatsapp dan aplikasi lainnya, dimana memudahkan manusia dalam melakukan interaksi satu sama lain. Membuat manusia saling terhubung dengan baik, dimana pun kita berada, perbedaan waktu sekalipun tidak menjadi masalah dengan adanya internet, dimana internet ini lah bagian dari new media itu sendiri.

### c) Bidang Kerjaan

Dalam bidang ini sangat diuntungkan bagi orang-orang yang ingin mencari pekerjaan. Dengan adanya new media, masyarakat bisa mencari info terkait lowongan pekerjaan, tanpa harus ribet dengan membeli sebuah koran atau mendaftar pekerjaan langsung ke tempat perusahaan yang berkaitan. Karena dengan perkembangan new media itu sendiri, biasanya perusahaan memiliki website sendiri bagi orang yang ingin mencari atau mendaftar kerja.

## **2.5. Media Sosial**

Media sosial dikatakan sebagai suatu media online dan yang menggunakannya dapat bergabung, membagikan, dan melahirkan sebuah isi seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Dan ada yang menjelaskan jika media sosial itu bisa memberi dukungan interaksi sosial dan juga media sosial itu sendiri yang memakai teknologi berbasis web yang bisa membuat perubahan sebuah komunikasi dan berubah menjadi dialog interaktif. Menurut Michael Cross, media sosial bisa diartikan dengan :

Media sosial bisa dikatakan sebagai suatu penjelasan dan bisa digambarkan dengan jenis-jenis teknologi dan digunakan agar bisa mengikat orang-orang kedalan sebuah penggabungan, bisa melakukan pertukaran informasi, dan juga melakukan interaksi dengan pesan yang berbasis web. Karena mengalami perkembangan dri internet, maka jenis teknologi maupun fitur yang ada bisa berubah. Dengan perubahan ini yang menjadikan media sosial jadi hypernym

dibandingkan suatu referensi tertentu dengan macam penggunaan atau rancangan.  
(Cross,2013)

Melalui sebuah media sosial penggunanya bisa mendapatkan informasi secara update hanya dengan meng-scroll ponsel pribadi. Bukan hanya itu saja, dengan memanfaatkan jaringan internet, penggunanya bisa merasakan kemudahan. Dan akhirnya media sosial memiliki fungsi-fungsi yang pastinya bermanfaat untuk kehidupan sehari-hari. Terdapat banyak sekali jenis media sosial yang ada saat ini, seperti: instagram, facebook, twitter, whatsapp, blog, dan line.

## **2.6. Instagram**

*Instagram* secara sederhana dapat dijelaskan sebagai aplikasi mobile berbasis IOS, android dan windows phone dimana pengguna bisa membidik , mengedit, mem-posting foto naupun video ke halaman *instagram*. Nama *instagram* diambil dari kata “insta” yang asalnya instan dan “gram” yang asalnya telegram, jadi *instagram* adalah gabungan dari katan instan dan telegram. *Instagram* dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang akan disampaikan dapat diterima dengan cepat.

Saya membaca dari suatu artikel dengan judul Penggunaan Instagram Sebagai Bentuk Eksistensi Diri dan diunggah oleh Muhithiana Prasetyani, dengan adanya instagram sangat memberi pengaruh kepada masyarakatnya dengan adanya perubahan perilaku manusia akan kesadaran dirinya untuk menampilkan berbagai hal yang di dokumentasikan kedalam bentuk sebuah foto. Perubahan yang terjadi



bisa perubahan fisik, perubahan emosional yang kemudian tercermin pada sikap maupun perilakunya.

Dengan semakin meningkatnya pengguna instagram serta instagaram bisa digunakan secara mobile di perangkat bergerak seperti telepon genggam ataupun komputer tablet, kelebihan ini akan menjadikan siapapun dengan mudah mengakses instagram dimanapun dan kapanpun. Dengan semakin pesatnya pengguna instagram sehingga banyak saat sekarang ini pembisnis melihat aplikasi ini karena kemudahan untuk banyak mengupload foto produk dan user juga dapat dengan mudah memberi komentar.

### **2.6.1. Fitur-Fitur Instagram**

Fitur-fitur instagram ini saya ambil dari skripsi *Personal Branding Pejabat Publik Di Media Sosial (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PERSONAL BRANDING HARNOJOYO MELALUI AKUN INSTAGRAM PRIBADI @HARNO.JOYO)*. Lusi Harianti 14530056,2019. Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Fitur-fitur instagram adalah sebagai berikut:

#### *1) Hastag*

Sebuah hastag dimana kata yang ditampilkan dengan symbol #. Fitur pagar ini sangat berguna dikarenakan membantu para pemakainya bisa menemukan foto-foto yang ada pada Instagram dengan hastag khusus.

2) Lokasi/geotag

Smartphone sudah melengkap fitur geotag dan dapat digunakan agar bisa tahu lokasi dan saat mengambil suatu gambar.

3) *Follow*

Sebuah system yang bisa mengikuti sebuah akun penggunanya dan mempunyai pengikut di instagram.

4) *Share*

Kejejingan sosial lain, juga tidak hanya dapat membaginya dalam instagram saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya.

5) *Like*

Suatu tanda agar penggunanya bisa menyukai suatu foto yang sudah diupload oleh pengguna yang lain.

6) Komentar

Biasanya berisikan suatu saran, pujian maupun sebuah kritik.

7) *Mention*

Bisa mengaitkan pengguna yang satu dengan pengguna lainnya pada kolom komentar yang berisikan foto, agar dapat berkomunikasi.

Selain itu terdapat beberapa tambahan mengenai fitur instagram saat ini, yaitu:

a) *Instagram Reels*

Fitur instagram ini diciptakan sebagai saingan dari popularitas tiktok yang saat ini sedang naik daun. Penggunanya bisa merekam video dengan

duraasi 15 detik, kemudian penggunaanya bisa mengedit video tersebut dengan menambahkan efek, musik seperti layaknya tiktok.

b) *IGTV Preview*

Fitur instagran IGTV ini mulai diperlakukan seperti postingan instagram seperti biasa, didalam IGTV penggunaanya bisa mengunggah video dengan durasi lebih lama dan bisa menarik followers lainnya untuk mengikuti akun instagram penggunaanya atau hanya sekedar menonton video tersebut.

c) *Dark Mode*

Pada fitur instagram ini penggunaan dark mode bisa membantu penggunaanya dalam menghemat daya baterai handphone. Tetapi untuk menggunakan fitur dark mode pada instagram tidak bisa langsung dari aplikasi instagram, melainkan melalui pengaturan umum yang ada di handphone.

d) *Close Friends*

Fitur instagram ini mempunyai tujuan tertentu yang berguna untuk “followers eksklusif”. Biasanya fitur ini digunakan apabila penggunaanya ingin mengunggah postingan yang bersifat pribadi yang hanya bisa dilihat oleh akun yang dimasukkan dalam *close friends* seseorang.

e) *InstaStory*

Pada fitur ini penggunaanya bisa mengunggah foto maupun video yang ingin dibagikan pada instagram penggunaanya. Postingan yang diunggah

bisa dilihat oleh follower nya bahkan pengguna instagram lainnya apabila instagram yang bersangkutan tidak di privasi.

f) *Insta Live*

Fitur instagram ini berguna untuk melakukan siaran langsung dimana pengguna akun instagram bisa berinteraksi dengan followersnya melalui sebuah kolom komentar maupun melakukan siaran langsung bersama. Biasanya jika seseorang sedang melakukan live makan akan muncul pemberitahuan pada halaman instagram followersya.

### **2.6.2. Akun Kedua (Second Account)**

Instagram membuat pengumuman bahwa penggunaan akun instagram bisa digunakan lebih dari satu akun dengan cepat, hal ini dijelaskan pada bulan februari tahun 2016. Pihak instagram menjelaskan bahwa penggunanya bisa menggunakan hingga lima akun dalam satu perangkat. Penggunanya bisa bergantian menggunakan akun yang lain tanpa harus log out dari akun instagram yang sebelumnya (Apriliana,2019). Banyak dari pengguna instagram membuat akun baru untuk memenuhi beberapa kebutuhannya. Salah sataunya adalah membuat *second account* (bukan akun utama) dimana pengguna nya membuat second account ini digunakan secara aktif dengan tujuan khusus. Hal ini berbeda dengan *fake account*, dimana biasanya pada *second account* ini tidak memalsukan isi akun tetapi digunakan untuk mengekspresikan dengan menunjukkan hal-hal yang bersifat pribadi kepada teman terdekat mereka (Dewi & Janitra, 2018). Biasanya

pada second account memiliki ciri-ciri seperti jumlah *followers* yang sedikit, akun *instagram* dikunci dan biasanya *username* akun nya unik.

Di era media sosial seperti sekarang ini, membuat *second account* sudah menjadi suatu kebutuhan bagi anak muda karena untuk mengurangi tekanan yang diberikan masyarakat untuk mereka. Selain itu, dalam *second account* tersebut mereka bisa menjadi diri sendiri tanpa banyak orang yang tahu dan tanpa adanya komentar negatif. Ada tiga alasan seseorang membuat *second account* di media sosial yaitu :

a) Membuat akun khusus untuk teman dekat saja

Biasanya para pengguna *second account* ini hanya membagikan sebuah postingan baik itu foto ataupun video yang dimana tidak bisa dibagikan didalam akun utama (*first account*) karena biasanya postingan ini bersifat pribadi jadi hanya diperuntukkan kepada teman dekat saja.

b) Menikmati hal-hal yang disukai

Dengan mengabadikan moment yang mereka sukai kedalam *second account* ini dan tidak ingin banyak orang yang tahu untuk menghindari *bully* maupun komen negatif.

c) Untuk hidup yang lebih nyata

Di *second account* biasanya oara penggunanya akan lebih fokus terhadap diri mereka dan hal-hal yang mereka sukai. Tidak terpaku akan sebuah *like* dan *comment* dalam postingan mereka, sehingga membuat

penggunanya bisa menjadi diri sendiri tanpa adanya penilaian dari orang-orang yang tidak dekat dengannya.

## **2.7. Kerangka Teoritis**

### **2.7.1. Konsep Diri**

Konsep diri adalah sebuah gambaran seorang individu tentang dirinya, biasanya dibentuk dari suatu pengalaman yang di dapatkan dari interaksi dengan lingkungan. Biasanya pandangan diri ataupun konsep diri seseorang itu berkaitan dengan fisik, karakteristik, dan motivasi diri.

Dalam konsep diri seseorang, tidak hanya terdapat sebuah kekuatan tetapi terdapat juga suatu kelemahan bahkan kegagalan tentang dirinya. Bisa diartikan dengan mudah bahwa konsep diri itu suatu penilaian, pandangan seseorang atau individu terhadap diri sendiri.

Inti dari kepribadian dalam diri seseorang adalah adanya sebuah konsep diri. Adanya peranan penting dalam kepribadian individu ini yang akan mengarahkan perkembangan perilaku seseorang dalam kehidupannya. Salah satu seorang ahli bernama Atwater membagi konsep diri menjadi tiga bentuk, yaitu:

- *Body image*, kesadaran seseorang melihat tubuh dan dirinya sendiri
- *Ideal self*, harapan dan cita-cita seseorang tentang dirinya sendiri
- *Social self*, bagaimana ia berpikir orang lain melihat dirinya

Penjelasan tentang konsep diri lainnya dijelaskan oleh Cooley di tahun 1902 (Burns, 1979). Masyarakat dimasukkan kedalam pengaruh yang penting untuk

membentuk konsep diri menurut Cooley. Umpan balik yang diinterpretasikan orang-orang dengan subjektif adalah sumber terpenting untuk mengenali diri. Bisa dikatakan, bahwa konsep diri itu hasil dari penelitian tentang diri sendiri juga pendapat orang lain tentang diri sendiri.

Cooley berfikir lalu diteruskan oleh George H. Mead pada tahun 1934 (Johnson & Medinnus, 1974). Mead mengatakan konsep diri itu bergantung kepada sebuah komunitas sosial yang dimasuki (Burns, 1979). Dari adanya interaksi sosial pada individu bisa melihat seperti apa reaksi kepada dirinya dari orang lain. Maka dari itu, tiap orang bisa melakukan antisipasi dari reaksi orang lain dengan menunjukkan sikap yang patut dan tiap orang bisa mempelajari cara lingkungan membereikan reaksi kepadanya. Mead (dalam Wyse, 2004), menulis bahwa konsep diri terbentuk atas dasar perbandingan sosial yang dilakukan oleh individu. Yang dimaksud dengan perbandingan sosial adalah, ketika seseorang membandingkan dirinya dengan yang lain dan memamkain informasi itu untuk membentuk konsep diri mengenai diri kita.

Elizabeth Hurlock menyebutkan tiga komponen yang bisa mendukung teori yang dijelaskan oleh William Fitts yang dikutip dari (Rizki Dara Kurota Ayunin, 2019) yaitu :

1. *Perceptual* : gambaran yang dimiliki oleh seseorang tentang penampilan fisiknya dan juga bagaimana impresi yang dibuat individu kepada orang lain. Gambaran fisik yang ada termasuk daya tarik fisik serta daya tarik seksual yang dimiliki individu, pengertian akan pentingnya anggota tubuh

yang dimilikinya. Komponen ini lebih sering disebut sebagai konsep diri fisik.

2. *Conceptual* : konsepsi seorang akan karakteristik uniknya, kemampuannya dan kekurangannya, latar belakang, asal usul dirinya dan masa depannya. Komponen ini dibentuk dari kualitas penyesuaian diri individu dalam hidupnya seperti kepercayaan diri, kejujuran, kemandirian, keberanian dan segala hal yang mungkin berlawanan dengan nilai tersebut, sehingga sering direferensi sebagai konsep diri psikologis dan komponen terakhir.
3. *Attitudinal* : dimana konsep ini melibatkan bagaimana individu menimbang perasaannya tentang dirinya sendiri menyangkut dengan sikap individu saat ini dan juga harapan di masa akan datang. Komponen ini juga membantu individu menilai kepantasan posisi dirinya dalam kehidupan dan sikap tentang kepercayaan diri, harga diri dan rasa malu. Sejalan dengan perkembangan individu menuju kedewasaan maka *attitudinal* akan mencakup kepercayaan, keyakinan, nilai, prinsip, aspirasi dan komitmen yang akan membentuk filosofi hidup individu. (Rizki Dara Kurota Ayunin, 2019)

Penjelasan yang berada diatas bahwa konsep diri dan penilaian William James, maka Elizabeth Hurlock memaparkan ada empat representasi konsep diri individu yaitu *basic self concept*, *transitory self concept*, *social self concept*, dan *ideal self concept*.

1. *Basic self concept* merupakan konsep yang dimiliki seseorang tentang dirinya yang sebenarnya. Dalam hal ini termasuk persepsi dirinya akan



penampilan fisik, pengenalan akan kemampuan serta kekurangan diri, peran yang dimilikinya serta status hidupnya, dan nilai yang dianut dirinya, kepercayaan dan aspirasinya. Konsep diri ini cenderung realistis, dimana individu melihat diri sendiri apa adanya bukan sebagai diri yang dimimpikan atau didambakan individu.

2. *Transitory self concept* adalah jenis konsep diri ini dapat menjadi hal yang mendukung diri dan dapat menjadi hal yang merugikan diri sendiri. Dampak yang ditimbulkan sangat tergantung pada situasi yang sedang dialami oleh individu tersebut. Seseorang yang merasa bahagia, diterima oleh masyarakat dan telah meraih apa yang diinginkannya akan memiliki konsep diri transit yang lebih baik dari *basic self concept* karena sementara individu melihat dirinya mencapai harapannya, perubahan pada diri dan pencapaian diri akan menimbulkan dampak negatif bagi konsep diri, dan individu akan melihat dirinya sebagai kegagalan.
3. *Social self concept* adalah konsep diri sosial yang didasarkan pada cara seseorang individu menginterpretasikan tentang pandangan orang lain terhadap dirinya. Konsep diri sosial berjalan dengan waktu yang dapat berkembang menjadi konsep diri dasar bila seseorang individu mempercayai bahwa dirinya seperti yang dikatakan orang lain. Jenis konsep diri ini akan membawa dampak positif atau negatif sangat tergantung pada bagaimana masyarakat menyikapi dan memperlakukan seorang individu dalam kehidupan. Karena konsep diri sosial ini didapatkan dari interaksi sosial.

4. *Ideal self concept* adalah konsep diri yang terbentuk dari persepsi akan apa yang diaspirasikan oleh seseorang dan apa yang seorang inginkan. Konsep diri ini mungkin terhubung dengan gambaran fisik diri, gambaran psikologi diri atau keduanya. (Hurlock 1974,hal.70)

Menurut Nashori (2000,hal.52) konsep diri terdiri dari tiga jenis, yang dijelaskan sebagai berikut :

1. Konsep diri fisik, yaitu cara seseorang dalam memandang dirinya dari sudut pandang fisik, kesehatan, penampilan luar dan gerak motoriknya. Konsep diri seseorang dianggap positif apabila ia memiliki pandangan yang positif terhadap kondisi fisiknya, penampilannya, kondisi kesehatannya, kulitnya, tampan atau cantiknya, serta ukuran tubuh yang ideal. Dianggap sebagai konsep diri yang negatif apabila ia memandang rendah atau memandang sebelah mata kondisi yang melekat pada fisiknya, penampilannya, kondisi kesehatannya, kulitnya, tampan atau cantiknya, serta ukuran tubuh yang ideal.
2. Konsep diri pribadi, yaitu cara seseorang menilai kemampuan yang ada pada dirinya dan menggambarkan identitas dirinya. Konsep diri seseorang dapat dianggap positif apabila ia memandang dirinya sebagai pribadi yang penuh kebahagiaan, memiliki optimis dalam menjalani hidup, mampu mengontrol diri sendiri. Dapat dianggap sebagai konsep diri negatif apabila ia memandang dirinya sebagai individu yang tidak pernah merasakan kebahagiaan, pesimis dalam menjalani kehidupan, kurang memiliki kontrol

terhadap dirinya sendiri, dan potensi diri yang tidak ditumbuh kembangkan secara optimal.

3. Konsep diri sosial, yaitu persepsi, pikiran, perasaan dan evaluasi seseorang terhadap kecenderungan sosial yang ada pada dirinya sendiri, berkaitan dengan kapasitasnya dalam berhubungan dengan dunia luar dirinya, perasaan mampu dan berharga dalam lingkup interaksi sosialnya. Konsep diri dapat dianggap positif apabila ia merasa sebagai pribadi yang hangat, penuh keramahan, memiliki minat terhadap orang lain, memiliki sifat empati, supel, merasa diperhatikan, memiliki sikap tenggang rasa, peduli akan nasib orang lain, dan aktif dalam berbagai kegiatan sosial di lingkungannya. Dapat dianggap sebagai konsep diri yang negatif apabila ia merasa tidak berminat dengan keberadaan orang lain, acuh tak acuh, tidak memiliki empati terhadap orang lain, tidak ramah, kurang peduli terhadap perasaan dan nasib orang lain dan jarang atau bahkan tidak pernah melibatkan diri dalam aktivitas sosial (Nashori, 2000)

Maka dari itu konsep diri dapat dipengaruhi oleh perilaku komunikasi dikarenakan konsep diri dapat memberi pengaruh kepada pesan apakah diri kita bersedia untuk membuka diri, dan bagaimana bisa memberika persepsi pesan, juga apa saja yang di ingat. Konsep diri memberi pengaruh kepada penyandian pesan. Dalam penelitian ini focus utamanya adalah bagaimana konsep diri seseorang yang menggunakan atau membuat akun kedua (second account) dan dari penjelasan diatas, peneliti ingin memakai teori Konsep Diri dari Elizabeth Hurlock.

## **2.7.2. Nilai-Nilai Budaya**

### **2.7.2.1. Pengertian Nilai**

Nilai adalah sebuah alat yang menunjukkan alasan mendasar bahwa “cara pelaksanaan atau keadaan akhir tertentu lebih disukai secara sosial dibandingkan cara pelaksanaan atau keadaan akhir yang berlawanan”. Nilai adalah sesuatu yang baik yang selalu diinginkan, dicita-citakan dan dianggap penting oleh seluruh manusia sebagai anggota masyarakat, karena itu sesuatu dikatakan memiliki nilai apabila berguna dan berharga nilai kebenaran, nilai estetika, baik nilai moral, dan nilai agama(Elly Setiadi, 2006,hal.31). Nilai merupakan kualitas ketentuan yang bermakna bagi kehidupan manusia perorangan, masyarakat, bangsa dan negara. Kehadiran nilai dalam kehidupan manusia dapat menimbulkan aksi dan reaksi, sehingga manusia akan menerima atau menolak kehadirannya(Joko Tripasetya, 2008,hal.18).

### **2.7.2.2 Pengertian Budaya**

Budaya adalah keseluruhan sikap dan pola perilaku serta pengetahuan yang merupakan suatu kebiasaan yang diwariskan dan dimiliki oleh suatu anggota masyarakat tertentu. Budaya memengaruhi banyak aspek kehidupan diantaranya agama, adat istiadat, politik, bahasa, pakaian, bangunan, hingga karya seni. Budaya suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sekelompok orang, dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya juga merupakan suatu pola hidup yang menyeluruh yang bersifat kompleks, abstrak dan luas juga banyak aspek

budaya turut menentukan perilaku komunikatif (Supartono Widyosiswoyo, 2009, hal.25).

### **2.7.2.3. Pengertian Nilai Budaya**

Nilai budaya merupakan konsep abstrak mengenai masalah besar dan bersifat umum yang sangat penting serta bernilai bagi kehidupan masyarakat. Nilai budaya itu menjadi acuan tingkah laku sebagian besar anggota masyarakat yang bersangkutan, berada dalam alam pikiran mereka dan sulit untuk diterangkan secara rasional. Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa nilai budaya adalah sebagai konsepsi umum yang terorganisasi, mempengaruhi perilaku yang berhubungan dengan alam, kedudukan manusia dengan alam, hubungan manusia tentang hal yang diinginkan dengan hal yang tidak diinginkan berkaitan dengan lingkungan dan sesama manusia.

### **2.7.3. Teori Elizabeth Hurlock**

Konsep diri menurut Elizabeth Hurlock mengatakan kalau konsep diri itu adalah suatu hal terpenting bagi diri seseorang dikarenakan konsep diri dari seseorang itu adalah sebuah kerangka acuan (*frame of reference*) dalam melakukan interaksi dengan lingkungannya. Fitts mengatakan kalau konsep diri itu memberi pengaruh yang kuat atas tingkah laku seseorang. Apabila sudah memahami konsep diri yang dimiliki orang lain, kita bisa mengatasi tingkah laku orang tersebut.

Elizabeth Hurlock menjelaskan terdapat tiga factor komponen yang bisa membantu teori yang dijelaskan oleh William Fitts yang dikutip dari (Rizki Dara Kurota Ayunin, 2019) penjelasannya sebagai berikut :

1. *Perceptual* : gambaran yang dimiliki oleh seseorang tentang penampilan fisiknya dan juga bagaimana impresi yang dibuat individu kepada orang lain. Gambaran fisik yang ada termasuk daya tarik fisik serta daya tarik seksual yang dimiliki individu, pengertian akan pentingnya anggota tubuh yang dimilikinya. Komponen ini lebih sering disebut sebagai konsep diri fisik.
2. *Conceptual* : konsepsi seorang akan karakteristik uniknya, kemampuannya dan kekurangannya, latar belakang, asal usul, dirinya dan masa depannya. Komponen ini dibentuk dari kualitas penyesuaian diri individu dalam hidupnya seperti kepercayaan diri, kejujuran, kemandirian, keberanian dan segala hal yang mungkin berlawanan dengan nilai tersebut, sehingga sering direferensi sebagai konsep diri psikologis dan komponen terakhir.
3. *Attitudinal* : dimana komponen ini melibatkan bagaimana individu menimbang perasaannya tentang dirinya sendiri menyangkut dengan sikap individu saat ini dan juga harapan di masa akan datang. Komponen ini juga membantu individu menilai kepantasan posisi dirinya dalam kehidupan dan sikap tentang kepercayaan diri, harga diri dan rasa malu. Sejalan dengan perkembangan individu menuju kedewasaan maka komponen *attitudinal* akan mencakup kepercayaan, keyakinan, nilai, prinsip, aspirasi, dan

komitmen yang akan membentuk filosofi hidup individu. (Rizki Dara Kurota Ayunin, 2019)

## **2.8. Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran yaitu sebuah landasan dan digunakan agar bisa memecahkan sebuah masalah yang ada. Peneliti perlu menggunakan kerangka pemikiran dimana adanya teori atau pendapat para ahli yang tidak diragukan fakta maupun keabsahannya. Adanya penelitian ini, peneliti ingin memfokuskan pada Konsep Diri Pengguna *Instagram* di Kota Bandung.

Para pemakai *instagram* yang berada di Kota Bandung tentunya sangat banyak terdiri dari banyak kalangan, salah satunya adalah mahasiswa. Diantara pengguna *instagram* tersebut terdapat pengguna yang mempunyai *second account instagram*. Maka dari itu peneliti melakukan studi kasus pada pengguna *second account instagram* pada mahasiswa. Untuk saat ini tidak sedikit yang menggunakan *second account instagram* di Kota Bandung.

Akun kedua atau bisa disebut juga *second account* ini tentunya banyak kegunaan bagi penggunanya, biasanya digunakan untuk mengunggah foto maupun video dan hasil karya, untuk menyalurkan hobi, berkeluh kesah secara online, bersenang-senang dan mencari kepuasan bermedia sosial, stalking akun orang lain, menyalurkan bisnis, mengikuti akun idola dan masih banyak yang lainnya. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang membagikan foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk pemilik *instagram* sendiri. *Instagram* sebagai

media sosial berbasis gambar dan video tentu menjadi lahan yang sangat luas untuk dimanfaatkan sebagai sarana. Dalam penelitian ini, Konsep Diri Pengguna Second Account Instagram di Kota Bandung adalah menjadi subjek penelitian bagi peneliti. Teori yang akan digunakan oleh peneliti adalah Teori Konsep Diri dari Elizabeth Hurlock :

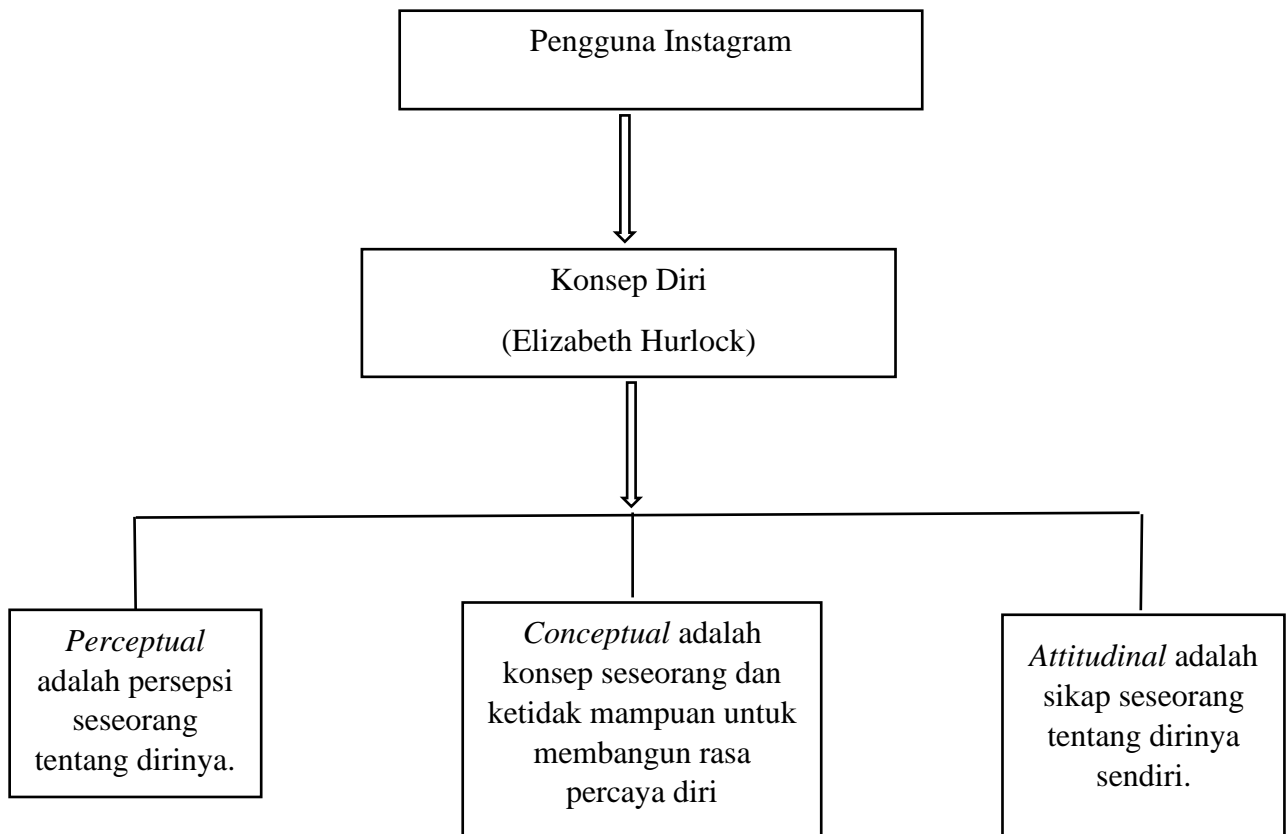
1. *Perceptual* : gambaran yang dimiliki oleh seseorang tentang penampilan fisiknya dan juga bagaimana impresi yang dibuat individu kepada orang lain. Gambaran fisik yang ada termasuk daya tarik fisik serta daya tarik seksual yang dimiliki individu, pengertian akan pentingnya anggota tubuh yang dimilikinya. Komponen ini lebih sering disebut sebagai konsep diri fisik.
2. *Conceptual* : konsepsi seorang akan karakteristik uniknya, kemampuannya dan kekurangannya, latar belakang, asal usul, dirinya dan masa depannya. Komponen ini dibentuk dari kualitas penyesuaian diri individu dalam hidupnya seperti kepercayaan diri, kejujuran, kemandirian, keberanian dan segala hal yang mungkin berlawanan dengan nilai tersebut, sehingga sering di referensi sebagai konsep diri psikologis dan komponen terakhir.
3. *Attitudinal* : dimana komponen ini melibatkan bagaimana individu menimbang perasaannya tentang dirinya sendiri menyangkut dengan sikap individu saat ini dan juga harapan di masa akan datang. Komponen ini juga membantu individu menilai kepantasan posisi dirinya dalam kehidupan dan sikap tentang kepercayaan diri, harga diri dan rasa malu. Sejalan dengan perkembangan individu menuju kedewasaan maka komponen *attitudinal*



akan mencakup kepercayaan, keyakinan, nilai, prinsip, aspirasi, dan komitmen yang akan membentuk filosofi hidup individu.

**Gambar 2.2**

*Bagan kerangka pemikiran berjudul Konsep Diri Pengguna Instagram Kota Bandung Studi Kasus Pengguna Second Account Instagram Pada Mahasiswa Fisip Unpas Bandung*



**Sumber : teori mengutip dari skripsi Rizki Dara Kurota Ayunin**