

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Literatur

2.1.1 *Review* Penelitian Sejenis

Sebagai bahan perbandingan dalam penelitian ini, akan dicantumkan beberapa penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian sebagai berikut :

- 1 Jurnal oleh Agung Wahyudi, Program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga tahun 2016 dengan judul “Identitas Virtual Dan Penggunaan Tagar Pada Pengguna Media Sosial Instagram Salatiga”. Dalam penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwa identitas virtual para pengguna Instagram dapat dibangun terutama dengan penggunaan tagar. Dengan penggunaan tagar mereka dapat saling memberikan like dan komentar pada postingan.
- 2 Jurnal oleh Muhammad Lutfiansyah, Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tahun 2016 dengan judul “Konstruksi Identitas Remaja Pada Media Sosial (Studi di Desa Karang Kedawang, Sooko, Mojokerto)” . Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa remaja Mojokerto khususnya di Desa Karang Kedawang menggunakan media sosial dengan banyak faktor semisal menggunakan karena

memang lagi tren di kalangan anak muda, atau semisal lingkungan tempat dimana dia sering berinteraksi menggunakan media sosial. Dengan memposting di media sosial remaja lebih bisa mengekspresikan apa yang mereka inginkan tanpa rasa takut dan membuat kesalahan saat mereka menuliskan atau memposting sesuatu di media sosial, dimana penggunaanya bebas menuliskan dan mengekspresikan apa yang mereka inginkan.

- 3 Jurnal oleh Arisai Olga Hakase Pasaribu, Program studi Hubungan Masyarakat, Universitas Sumatra Utara tahun 2014 dengan judul “Konstruksi Identitas Diri Remaja Pengguna Media Instagram di Kota Medan”. Menyatakan bahwa para remaja menggunakan Instagram akibat pengaruh rekan sebaya mereka “ikut-ikutan”. Mereka menggunakan media sosial instagram untuk sekedar mengabadikan foto terbaik dan digunakan setiap waktu luang.

Adapun perbandingan dengan peneliti kerjakan yaitu sebagai berikut.

Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis

NO	Judul	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3
1	Judul	Identitas Virtual Dan Penggunaan Tagar Pada Pengguna Media Sosial Instagram Salatiga	Konstruksi Identitas Remaja Pada Media Sosial (Studi di Desa Karang Kedawang, Sooko, Mojokerto)	Konstruksi Identitas Diri Remaja Pengguna Media Instagram di Kota Medan
2	Oleh	Agung Wahyudi	Muhammad Lutfiansyah	Arisai Olga Hakase Pasaribu
3	Metode	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif
4	Teori	Manuel Castells	Tanda Baudrillard	Manuel Castells
5	Hasil	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Bahwa identitas virtual para pengguna Instagram dapat dibangun terutama dengan pengguna tagar.	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Bahwa remaja Mojokerto khususnya di Desa Karang Kedawang menggunakan media sosial	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Bahwa para remaja menggunakan Instagram akibat pengaruh rekan sebaya mereka “ikut – ikutan”. Mereka menggunakan media

		Dengan penggunaan tagar mereka dapat saling memberikan like dan komentar pada postingan.	dengan banyak faktor semisal menggunakan karena memang lagi tren di kalangan anak muda, atau semisal lingkungan tempat dimana dia sering berinteraksi menggunakan media sosial.	sosial instagram untuk sekedar mengabdikan foto terbaik dan digunakan setiap waktu luang.
6	Perbandingan	Perbedaan dengan yang dimiliki peneliti adalah objek penelitian dan teori yang digunakan.	Perbedaan dengan yang dimiliki peneliti adalah objek penelitian dan teori yang digunakan.	Perbedaan dengan yang dimiliki peneliti adalah teori yang digunakan.

2.2. Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gestur tubuh, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut dengan komunikasi nonverbal.

Komunikasi berasal dari bahasa latin yakni *communis* yang berarti sama. *Communico*, *Communicatio* atau *Communicare* yang berarti membuat sama. Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampaian pesan dan orang yang menerima pesan. Oleh sebab itu, komunikasi bergantung pada kemampuan kita untuk dapat memahami satu dengan yang lainnya.

Komunikasi merupakan suatu bagian yang paling penting dalam kehidupan sehari – hari. Tidak dapat dipungkiri bahwa manusia sudah melakukan komunikasi dilingkungannya ketika mereka terlahir. Menurut A.W. Widjaja (2002) dalam buku berjudul *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*, yaitu: “Dapat diartikan bahwa komunikasi adalah hubungan kontrak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok”.

Terlihat jelas bahwa komunikasi merupakan inti dari semua hubungan sosial Manusia yang merupakan makhluk sosial yang memiliki rasa ingin tahu, ingin maju dan berkembang membutuhkan komunikasi sebagai saran atau alat untuk mencapai segala keinginannya baik rasa ingin tahu, ingin maju, dan berkembang. Komunikasi juga merupakan salah satu alat berinteraksi makhluk hidup khususnya manusia. Dalam pergaulan hidup manusia, masing-masing individu satu sama lain beraneka ragam itu terjadi interaksi, saling mempengaruhi demi kepentingan dan keuntungan pribadi masing-masing. Maka dari situlah terjadi saling mengungkapkan pikiran dan perasaan dalam bentuk percakapan.

Komunikasi merupakan aktivitas manusia yang sangat penting bukan hanya dalam kehidupan berorganisasi saja, namun dalam kehidupan sehari-hari juga, tetapi komunikasi merupakan hal yang esensial dalam kehidupan. Komunikasi dapat dilakukan dengan cara berinteraksi langsung sampai lewat sebuah media. Dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat dan mengubah cara berkomunikasi secara drastis. Komunikasi tidak terbatas pada kata-kata saja tetapi bisa berbentuk interaksi seperti senyum, anggukan kepala, dan gerak tubuh. Dengan diterimanya pengertian yang komunikator sampaikan kepada komunikan maka komunikasi akan berjalan efektif.

Hovland berpendapat yang dikutip oleh Effendy (2005). Dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik menjelaskan bahwa: “Komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap”

Menurut kutipan di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah upaya yang terstruktur secara tegas dalam menyampaikan informasi baik secara langsung maupun tidak langsung.

2.2.1.1. Tujuan Komunikasi

Effendy (2003) dalam bukunya Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi menyebutkan tujuan – tujuan komunikasi sebagai berikut:

1. Mengubah Sikap (*to change a attitude*)
Setiap pesan baik itu berupa berita atau informasi yang disampaikan secara luas baik secara antar personal dapat merubah sikap sasarnya secara bertahap.
2. Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
Perubahan pendapat memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan akhirnya supaya masyarakat mau merubah pendaoat dan persepsinya terhadap tujuan informasi yang disampaikan.
3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
Pada tahap perubahan perilaku komunikasi berperan secara sistematis sehingga masuk kedalam perilaku seseorang.
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*)
Perubahan sosial dan partisipasi sosial. Memberikan berbagai informasi pada masyarakat yang tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi yang disampaikan.

Komunikasi memiliki pengaruh yang besar bagi si penerima pesan atau informasi. Pesan yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan tersebut dapat mengubah sikap, opini atau pendapat, perilaku bahkan mengubah masyarakat dengan informasi yang telah diberikan oleh sang penyampai pesan atau komunikator.

2.2.1.2. Karakteristik Komunikasi

Berdasarkan definisi-definisi tentang komunikasi, dapat diperoleh gambaran bahwa komunikasi mempunyai beberapa karakteristik menurut Riswandi (2009) sebagai berikut:

1. Komunikasi adalah suatu proses.
2. Komunikasi adalah upaya yang disengaja dan mempunyai tujuan.
3. Komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerja sama dari perilaku yang terlibat.
4. Komunikasi bersifat simbolis.
5. Komunikasi bersifat transaksional.
6. Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu.
7. Menurut kutipan diatas komunikasi adalah suatu

Proses yang menyampaikan pesan bersifat simbolis, transaksional serta menembus faktor ruang dan waktu yang disengaja dan mempunyai tujuan.

Menurut Harold D. Lasswell dalam Nurudin (2008:15), fungsi komunikasi ialah sebagai berikut:

1. Penjagaan/pengawasan lingkungan (*surveillance of the enviroment*). Fungsi ini dijalankan oleh para diplomat, etase dan koresponden luar negeri sebagai usaha menjadi lingkungan.
2. Menghubungkan bagian-bagian yang terpisahkan dari masyarakat untuk menanggapi lingkungan (*correlation of the part of society in responding to the enviroment*). Fungsi ini diperankan oleh para editor, wartawan, dan juru bicara sebagai penghubung respon internal.
3. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi (*transmission of the social heritage*). Fungsi ini adalah para pendidik di dalam pendidikan formal atau informal karena terlibat mewariskan adat kebiasaan, nilai dari generasi ke generasi.

Selain fungsi di atas, Charles R. Wright menambahkan fungsi lain yaitu *entertainment* (hiburan) yang menunjukkan pada tindakan-tindakan komunikatif yang terutama dimaksudkan untuk menghibur dengan tindakan efek-efek instrumental yang dimiliki.

2.2.1.3. Unsur Komunikasi

Komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek unsur-unsur ini bisa disebut komponen atau elemen komunikasi.

Menurut Laswell dalam buku Mulyana (2007) dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, cara terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah menjawab pertanyaan “*Who Says What In Which To Whom With What Effect*”.

1. Sumber (*source*)
Nama lain dari sumber adalah sender, communicator, speaker, encoder atau originator. Merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa saja berupa individu kelompok, organisasi perusahaan bahkan negara.
2. Pesan (*Message*)
Merupakan seperangkat symbol verbal atau nonverbal yang mewakili perasaan nilai, gagasan atau maksud dari sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima.
3. Saluran (*Channel*)
Merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran pun merujuk pada bentuk pesan dari cara penyajian pesan.
4. Penerima (*Receiver*)
Nama lain dari penerima adalah desitination, communicator, decoder, audience, listener dan interpreter dimana penerima merupakan orang yang menerima pesan

dari sumber.

5. Efek (*Effect*)

Efek merupakan yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut. Unsur komunikasi itu selalu ada disaat manusia sedang berkomunikasi dimulai dari siapa yang menyampaikan pesan, apa isi pesannya, melalui media atau saluran apa, kepada siapa dan menimbulkan efek.

Menurut penjelasan diatas menjelaskan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

2.2.1.4. Komunikasi Interpersonal

Meskipun komunikasi interpersonal merupakan kegiatan yang sangat dominan dalam kehidupan sehari-hari, namun tidaklah mudah memberikan definisi yang dapat diterima semua pihak. Sebagaimana layaknya konsep-konsep dalam ilmu sosial lainnya, komunikasi interpersonal juga mempunyai banyak definisi sesuai dengan persepsi ahli-ahli komunikasi yang memberikan batasan pengertian.

Menurut Agus M Hardjana (2003) mengatakan,

“Komunikasi interpersonal adalah interaksi tatap muka antar dua atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung”.

Pendapat senada dikemukakan oleh Deddy Mulyana (2008) bahwa,

“Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun non verbal”.

Mengacu beberapa contoh definisi yang telah dikemukakan oleh para ahli perlu ditarik benang merah dari beberapa definisi yang telah diuraikan tersebut. Menurut Suranto Aw (2011) terdapat unsur hakikat yang senantiasa muncul baik tersurat maupun tersirat dalam definisi-definisi itu, di antaranya:

1. Komunikasi interpersonal pada hakikatnya adalah suatu proses, kata lain dari proses, ada yang menyebut sebagai sebuah transaksi dan interaksi, mengenai gagasan, ide, pesan, simbol, informasi, atau message.
2. Pesan tersebut tidak ada dengan sendirinya, melainkan diciptakan dan dikirimkan oleh seorang komunikator atau sumber informasi. Komunikator ini mengirim pesan kepada komunikan atau penerima informasi (*receiver*).
3. Komunikasi interpersonal dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung.
4. Penyampaian pesan dapat dilakukan baik secara lisan maupun tertulis.
5. Komunikasi interpersonal tatap muka memungkinkan balikan atau respon dapat diketahui dengan segera (*instant feedback*), artinya penerima pesan dapat dengan segera memberi tanggapan atas pesan-pesan yang telah diterima dari sumber.

Secara sederhana dapat dikemukakan suatu asumsi bahwa proses komunikasi interpersonal akan terjadi apabila ada pengirim menyampaikan informasi berupa lambang verbal maupun non verbal kepada penerima dengan menggunakan medium suara (*human voice*), maupun dengan medium tulisan.

Sutanto Aw (2011) mengatakan “Bahwa dalam proses komunikasi interpersonal terdapat komponen-komponen komunikasi yang secara intergratif, saling berperan sesuai dengan karakteristik komponen itu sendiri”, di antaranya:

1. Sumber/komunikator
2. *Encoding*
3. Pesan
4. Saluran
5. Penerima/Komunikasikan
6. *Decoding*
7. Respon
8. Gangguan
9. *Noise*

2.2.1.5. Komunikasi Verbal dan Nonverbal

Komunikasi terbagi menjadi dua yakni komunikasi verbal dan nonverbal. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai seperangkat simbol, dengan aturan, untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Sedangkan komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Sedangkan komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal. Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis. Secara teoritis komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan. Namun dalam kenyataannya kedua jenis ini saling menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari-hari.

Komunikasi nonverbal merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari komunikasi verbal. Pesan-pesan nonverbal seringkali mengikuti proses komunikasi verbal. Menurut Leathers,

“Komunikasi nonverbal diklasifikasikan menjadi 3 bagian, yaitu: pesan non-verbal visual (meliputi kinetik atau gerak tubuh, proksemik atau penggunaan ruangan personal dan sosial, artifaktual seperti pakaian, kosmetik), pesan nonverbal auditif (meliputi paralinguistik), dan pesan nonverbal nonvisual nonauditif atau tidak berupa kata-kata, tidak terlihat, dan tidak terdengar (meliputi sentuhan dan penciuman)” Rakhmat (2000).

1. Fungsi Komunikasi Nonverbal

Fungsi Komunikasi pada umumnya menurut Deddy Mulyana (2010) dalam bukunya Ilmu Komunikasi suatu pengantar mengutip Kerangka berpikir William I. Gordon mengenai fungsi-fungsi komunikasi yang dibagi menjadi empat bagian, yaitu:

a) Fungsi Komunikasi Sosial

Komunikasi itu penting membangun konsep diri kita, aktualisasi diri. Kelangsungan hidup untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan. Pembentukan konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita dan itu hanya bisa diperoleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Pertanyaan eksistensi diri orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang

disebut aktualisasi diri atau pertanyaan eksistensi diri. Ketika berbicara, kita sebenarnya menyatakan bahwa kita ada.

b) Fungsi Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi kita) melalui pesan-pesan non verbal.

c) Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual sering dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dalam acara tersebut orang mengucapkan kata-kata dan menampilkan perilaku yang bersifat simbolik.

d) Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga menghibur (persuasif). Suatu peristiwa komunikasi sesungguhnya seringkali mempunyai fungsi-fungsi tumpang tindih, meskipun salah satu fungsinya sangat menonjol dan mendominasi.

Sedangkan menurut Pearson (2019) komunikasi nonverbal memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Repetisi atau pengulangan terjadi pada ketika verbal memiliki arti yang sama dengan nonverbal, yaitu untuk mengulangi kembali maksud yang disampaikan dari komunikasi verbal. Menganggukkan kepala ketika mengatakan “Ya” atau menggelengkan kepala ketika mengatakan “Tidak”.
2. Aksentuansi atau tekanan adalah penggunaan isyarat nonverbal untuk memperkuat makna verbal. Misalnya, menggunakan gerakan tangan, nada suara yang melambat ketika berpidato.
3. Disini komunikasi nonverbal memiliki fungsi untuk melengkapi pesan verbal.

Tetapi komplemen berbeda dengan substitusi. Verbal dan kode nonverbal saling menambahkan makna satu sama lain. Nada suara, gestur dan gerakan tubuh dapat mengindikasikan perasaan seseorang yang melengkapi pesan verbal.

4. Kontradiksi

Kontradiksi dapat terjadi ketika pesan verbal dan nonverbal bertentangan. Seringkali fungsi ini terjadi secara tidak sengaja. Fungsi kontradiksi ini biasanya digunakan

pada saat menyindir atau humor. Pesan verbalnya menyatakan satu makna, tetapi bahasa nonverbalnya menyatakan perasaan yang dirasakan sebenarnya. Seperti misalnya seseorang memuji prestasi temannya tetapi sambil mencibirkan bibir.

5. Subtitusi

Komunikasi nonverbalnya disini memiliki fungsi untuk menyampaikan pesan pada saat seseorang tidak menggunakan bahasa verbal. Pada beberapa kejadian, pesan nonverbal yang dimaksudkan dalam fungsi sangat jelas. Misalnya, seseorang memuji sesuatu hanya dengan mengacungkan jempol tanpa menggunakan sepatah kata.

2.2.2 New Media

New media digunakan untuk mendeskripsikan konten yang tersedia menggunakan berbagai bentuk komunikasi elektronik yang dimungkinkan melalui penggunaan teknologi komputer. Umumnya, frase new media ini menggambarkan konten yang tersedia sesuai permintaan melalui internet. Konten ini dapat dilihat di perangkat apa pun dan memberikan cara bagi orang – orang untuk dapat berinteraksi dengan konten secara real-time dengan menyertakan komentar pengguna dan memudahkan orang untuk berbagai konten secara online dan social dengan teman dan rekan kerja.

Umumnya format bagi media baru adalah bentuk media yang bersifat komputasi dan mengandalkan komputer untuk redistribusi. Beberapa contoh

new media adalah animasi komputer, interface komputer, instalasi komputer interaktif, situs web, dan dunia maya. New media juga sering kali diskontraskan dengan old media, seperti televisi, radio, dan media cetak, meskipun para ahli dalam studi komunikasi dan media mengkritik perbedaan yang tidak fleksibel berdasarkan cara lama dan kebaruan.

Media baru lahir dari pesatnya perkembangan teknologi yang sering digunakan manusia. Disadari atau tidak, new media telah memberi banyak manfaat bagi kehidupan manusia saat ini. Secara harfiah, new diartikan baru, sedangkan media berarti alat yang digunakan komunikator untuk mengirim pesan kepada komunikan. Jadi bisa dimaknai bahwa new media adalah alat baru yang digunakan komunikator untuk mengirim pesan kepada komunikan.

Format new media tidak mencakup program televisi siaran analog, film fitur, majalah, atau buku kecuali media tersebut mengandung teknologi yang memungkinkan proses generatif atau interaktif digital. Meski ada perbedaan old dan new media yang tidak disetujui oleh beberapa orang, teori mengenai new media tetap ada dan berkembang. Ketahui apa saja mengenai teori new media semakin meluas saat ini.

Manfaat new media disini karena media baru lahir dari pesatnya perkembangan teknologi yang sering digunakan manusia. Disadari atau tidak, new media telah memberi banyak manfaat bagi kehidupan manusia saat ini. Berikut beberapa manfaat new media.

Selain informasi, media baru juga memberi kemudahan kepada manusia, berupa akses mendapatkan kebutuhan yang lebih cepat dan mudah. Contohnya transaksi jual beli lewat internet, membeli barang di online shop, dan sebagainya.

Media baru juga dapat dimanfaatkan sebagai media hiburan, seperti bermain game online, menggunakan media sosial, menonton video serta mendengarkan lagu secara online, dan lain sebagainya. Manfaat lain dari new media adalah efisiensi dalam berkomunikasi. Dengan memanfaatkan media baru, manusia bisa saling berkomunikasi meskipun berbeda lokasi dan zona waktunya.

2.2.3 Media sosial

Menurut Kottler dan Keller, media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, video dan informasi dengan orang lain. Taprial dan Kanwar mendefinisikan media sosial ialah media yang digunakan seseorang untuk menjadi sosial, atau mendapatkan daring sosial dengan berbagai isi, berita, foto dan lain-lain dengan orang lain.

Media sosial adalah proses interaksi antara individu dengan menciptakan, membagikan, menukarkan dan memodifikasi ide atau gagasan dalam bentuk komunikasi virtual atau jaringan. Media sosial merupakan sesuatu yang dapat menciptakan bermacam-macam bentuk komunikasi dan informasi bagi semua yang menggunakannya. Media sosial selalu memberikan bermacam kemudahan yang menjadikannya nyaman

berlama-lama di media sosial.

Akar komunikasi digital bersamaan dengan asal usul internet modern dan pengertian media sosial saat ini dipelopori oleh munculnya Advanced Research Projects Agency Network (Arpanet) yang dilakukan pada tahun 1969. Jaringan digital ini diciptakan oleh Departemen Pertahanan AS untuk menghubungkan para ilmuwan dari empat universitas untuk saling berbagi perangkat lunak, perangkat keras, dan data lainnya.

Kemudian, pada tahun 1987, National Science Foundation meluncurkan jaringan digital nasional yang lebih kuat dengan nama NSFNET. Setelah berjalan selama satu dekade, tepatnya pada tahun 1997, National Science Foundation meluncurkan platform media sosial pertamanya kepada publik.

Sosial media memiliki dampak besar pada kehidupan kita saat ini. Seseorang yang awalnya “kecil” bisa seketika menjadi besar dengan Media sosial, begitupun sebaliknya orang “besar” dalam sedetik bisa menjadi “kecil” dengan Media sosial.

Apabila kita dapat memanfaatkan media sosial, banyak sekali manfaat yang kita dapat, sebagai media pemasaran, dagang, mencari koneksi, memperluas pertemanan, dll. Tapi apabila kita yang dimanfaatkan oleh Media sosial baik secara langsung ataupun tidak langsung, tidak sedikit pula kerugian yang akan di dapat seperti kecanduan, sulit bergaul di dunia nyata, autis, dll.

Orang yang pintar dapat memanfaatkan media sosial ini untuk mempermudah hidupnya, mempermudah dia belajar, mencari kerja, mengirim tugas, mencari informasi, berbelanja, dll. Media sosial menambahkan kamus baru dalam pembendaharaan kita yakni selain mengenal dunia nyata kita juga sekarang mengenal “dunia maya”. Dunia bebas tanpa batasan yang berisi orang-orang dari dunia nyata. Setiap orang bisa jadi apapun dan siapapun di dunia maya. Seseorang bisa menjadi sangat berbeda kehidupannya antara di dunia nyata dengan dunia maya, hal ini terlihat terutama dalam jejaring sosial.

Dari tahun ke tahun banyak media sosial yang berkembang dengan signifikan dan muncul dengan karakteristik serta keunikannya masing-masing. Mempermudah komunikasi dan mendapatkan informasi ialah tujuan dari penggunaan media sosial. Hampir semua lapisan masyarakat saat ini terhubung ke media sosial..

2.2.4 Instagram

Instagram adalah layanan jejaring sosial berbagai foto dan video yang dimiliki oleh perusahaan Amerika, meta Platforms. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah media yang dapat diedit dengan filter atau diatur dengan tagar dan penandaan geografis.

Instagram merupakan salah satu bentuk hasil dari kemajuan internet dan tergolong salah satu media sosial yang cukup digandrungi oleh khalayak masa kini. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya pengguna instagram pada setiap tahunnya. Terhitung pada April 2017 lalu, Instagram

mengumumkan bahwa pengguna aktif bulannya telah mencapai kisaran 800 juta akun dan angka tersebut lebih banyak dibandingkan tahun sebelumnya.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram pada dasarnya memang merupakan sarana mempertunjukkan sesuatu, maka dari itu kemunculan efek dibalik sarana ini memunculkan banyak hal dan kultur baru. Salah satu dalam sebuah artikel yang dikeluarkan oleh Kumaran mengatakan bahwa Psikolog klinis Lisa Orban mengatakan bahwa sejatinya, kita semua memang tak bisa menghindar dari dorongan pamer dalam diri kita sendiri, ada banyak alasan mengapa banyak orang memilih mengunggah foto hadiah atau barang yang telah mereka beli atau mereka terima dari temannya. Media sosial merupakan medium yang diciptakan untuk membantu orang terhubung satu sama lain, dan banyak orang menggunakannya untuk berbagi.

Meskipun sering dipuji karena kesuksesan dan pengaruhnya, Instagram juga dikritik karena berdampak negatif pada kesehatan mental remaja, perubahan kebijakan dan antarmuka, dugaan penyensoran, hingga konten ilegal maupun konten tidak pantas yang diunggah pengguna. Pengguna aplikasi ini semakin berkembang pesat karena keunggulan yang ditawarkan dari berbagai fitur aplikasi Instagram. Keunggulan itu berupa kemudahan saat pengunggahan foto. Foto yang diunggah bisa diperoleh melalui kamera

ataupun di album ponsel. Instagram dapat langsung menggunakan efek-efek untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki. Adapun beberapa kelebihan dari Instagram sendiri yaitu beberapa diantaranya adalah :

- a. Instagram merupakan penghubung dengan beberapa jaringan saluran yang sangat luas ketika seseorang meletakkan profil Instagram dalam situs mereka dan seseorang akan langsung dapat menemukan galeri yang langsung dipenuhi identitas dan bahkan produk yang dijual.
- b. Dapat menarik lalu lintas yang terlibat, melibatkan banyak komunitas dan membangun kembali seperti tersambung pada Youtube, Facebook dan lainnya, foto-foto yang saling terkait akan membangun jaringannya yang lebih luas.

2.2.4.1. 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. Masa remaja mempunyai ciri-ciri tertentu yang membedakan dengan periode sebelum dan sesudahnya. Ciri-ciri remaja 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. Orterrieth mengatakan bahwa, struktur psikis dari remaja ialah kelanjutan dari perkembangan masa pubertas.

b. Periode Mencari Identitas Diri

Tugas penting menghadapi 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.

2.3. Kerangka Teoritis

Pembahasan mengenai penelitian dengan judul “Instagram Sebagai Pembentukan Identitas Diri Di Kalangan Mahasiswa” akan dijelaskan menggunakan teori Dramaturgi. Istilah Dramaturgi pertama kali diperkenalkan oleh Erving Goffman, salah seorang sosiolog paling berpengaruh pada abad 20. Pengertian mengenai dramaturgi dijelaskan oleh Erving Goffman dalam bukunya yang berjudul *The Presentation Of Self In Everyday Life* yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian Kualitatif* (2018), Goffman menjelaskan bahwa ketika orang – orang berinteraksi mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang diterima orang lain, ia menyebut upaya itu sebagai “pengelolaan kesan“ (*impression management*), yakni digunakan aktor untuk memupuk kesan – kesan tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Goffman, segala sesuatu yang terbuka mengenai diri kita sendiri dapat digunakan untuk memberi tahu orang lain siapa kita. Kebanyakan aktivitas manusia digunakan untuk presentasi diri, termasuk pakaian yang kita pakai, tempat tinggal, cara kita melengkapinya, cara kita berjalan maupun berbicara, pekerjaan yang kita lakukan dan cara kita untuk menghabiskan waktu luang kita. Goffman menyebutkan bahwa aktivitas untuk mempengaruhi orang lain itu sebagai sebuah

pertunjukan (*performance*). Sebagai pertunjukan itu mungkin kita perhitungkan untuk memperoleh respons tertentu, sebagai lainnya kurang kita perhitungkan dan lebih mudah kita lakukan karena pertunjukan itu tampak alami, tetapi pada dasarnya kita tetap ingin meyakinkan orang lain agar menganggap kita sebagai orang yang ingin kita tunjukan.

Dalam perspektif Dramaturgi, Goffman mengansumsikan bahwa kehidupan ini ibarat sebuah teater, interaksi sosial yang mirip dengan pertunjukan diatas panggung, yang menampilkan peran – peran yang dimainkan para aktof. Perlu diketahui bahwa Goffman menyebut diri (manusia) dengan aktof dan orang di sekitar adalah *audiens* (penonton) karena menurutnya dalam kehidupan ini manusia adalah aktor yang memerankan suatu karakter di atas panggung.

Menurut Goffman, kehidupan sosial itu dapat dibagi menjadi wilayah depan yaitu (*front stage*) dan wilayah belakang yaitu (*back stage*). Wilayah depan merujuk pada peristiwa sosial yang memungkinkan individu bergaya atau menampilkan peran formalnya. Mereka seperti memainkan sebuah peran di atas sandiwara di hadapan khalayak penonton. Sedangkan wilayah belakang ibarat panggung sandiwara bagian belakang (*back stage*) atau kamar rias tempat pemain (aktor) bersantai, istirahat, mempersiapkan diri atau berlatih memainkan perannya di panggung depan. Goffman membagi dua wilayah dan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Front Stage* (Panggung Depan)

Panggung depan adalah ruang publik yang digunakan seseorang atau sekelompok orang untuk memberikan kesan kepada orang lain melalui

pengelolaan kesan (*management of impression*). (Mulyana, 2008:57)

Di panggung inilah seorang aktor mencoba menampilkan dirinya melalui peran-peran tertentu yang dipilih dalam berjalan proses interaksi sosial dengan khalayak.

Menurut peneliti penjelasan diatas adalah seorang aktor harus bisa memosisikan dirinya dan menyesuaikan dirinya sebaik mungkin karena ketika aktor sedang berada di atas panggung harus bisa menampilkan yang terbaik untuk memberikan kesan yang baik di depan panggung.

2. *Back Stage* (Panggung Belakang)

Panggung belakang adalah wilayah dimana seorang aktor dapat menampilkan wajah aslinya, dipanggung ini juga seorang aktor menunjukkan kepribadian aslinya pada lingkungan maupun masyarakat sekitar. (Mulyana, 2008:58).

Back Stage adalah keadaan dimana kita berada di belakang panggung. Dengan kondisi bahwa tidak ada penonton. Bagian belakang adalah *the self*, yaitu semua kegiatan yang tersembunyi untuk melengkapi keberhasilan acting atau penampilan diri yang ada pada *front stage*. Sehingga kita dapat berperilaku bebas tanpa memperdulikan plot perilaku bagaimana yang harus kita bawakan, dipanggung belakang inilah aktor bersikap lebih bijaksana dan menghilangkan kesan ketika berada di panggung depan.

Menurut peneliti penjelasan diatas adalah seorang aktor menjadi pribadi dirinya sendiri ketika sedang berada di belakang panggung, tentu hal yang berbeda ketika sedang berada di belakang panggung bisa lebih santai

dan menjadi dirinya sendiri.

3. Presentasi Diri

Menurut Erving Goffman setiap individu membuat keputusan untuk mempresentasikan dirinya melalui pengelolaan kesan dan melanjutkan pertunjukan untuk memastikan bahwa citra atau bayangan tersebut terbentuk dalam teori dramaturgi. Sedangkan menurut tokoh yang lain presentasi diri merupakan suatu upaya untuk mengungkapkan siapa diri kita sebenarnya dan suatu upaya agar orang lain mempercayai diri kita.

(Gilovich, Keltner & Nisbett, 2006).

Pada penjelasan diatas menjelaskan bahwa presentasi diri merupakan Tindakan yang dilakukan untuk menampilkan dirinya di depan public agar tercapainya citra diri yang diharapkan.

2.4. Kerangka Pemikiran

Penyebab yang menjadi dasar pemikiran peneliti untuk menjadikan mahasiswa sebagai objek penelitian ini adalah karena dalam kebanyakan mahasiswa pada umur mereka saat ini sedang mencari identitas diri mereka dalam suatu lingkungan (kampus). Sehingga mereka ingin memberikan ciri khas tersendiri yang membedakan diri mereka dengan individu lainnya yang berada di lingkungan yang sama salah satunya dengan cara gaya hidup.

Pada saat ini Instagram sebagai pembentukan identitas diri ini sedang ramai sekali oleh para mahasiswa, karena mereka bisa berperan sebagai pembeda dari individu lainnya walaupun disisi lain mereka seperti terpaksa karena harga dari

pakaian yang mereka beli masih terbilang mahal dan tidak sesuai dengan ekonomi mahasiswa tersebut. Maka dari itu mereka memiliki sisi dimana selain berada dilingkungan kampus mereka hanya akan bersikap seperti biasa saja tidak terlalu memperdulikan terhadap gaya hidup dari pernyataan tersebut. Sementara itu dalam ruang lingkup media sosial, mendapatkan Membicarakan masalah remaja rasakan tak akan lepas dari beberapa aspek yang melekat pada mereka yang rata – rata masih berusia belasan tahun. Mulai dari kondisi emosi yang masih labil, semangat berkarya yang sangat tinggi serta keinginan untuk bisa tampil eksis dan ingin diakui oleh lingkungannya.

Dalam teori perbedaan generasi menurut Kupperschmidt (2000) (dalam Putra, 2016) generasi dibagi menjadi 3 yaitu Veteran Generation atau Silent Generation (1925 – 1945), Generasi Baby Boom (1946 – 1959), Generasi X (lahir antara 1960 – 1979), Generasi Y (lahir antara tahun 1980 – 1996), Generasi Z (lahir antara 1997 – 2010) dan Generasi Alpha (lahir tahun 2011 – 2025). Dalam penelitian ini menggunakan rujukan Generasi Z atau iGeneration. Generasi Z merupakan generasi yang biasanya disebut dengan generasi internet atau iGeneration. Generasi lebih banyak berhubungan sosial lewat dunia maya.

Komunikasi merupakan aktivitas manusia yang sangat penting bukan hanya dalam kehidupan berorganisasi saja, namun dalam kehidupan sehari-hari juga, tetapi komunikasi merupakan hal yang esensial dalam kehidupan. Komunikasi dapat dilakukan dengan cara berinteraksi langsung sampai lewat sebuah media. Dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat dan mengubah cara berkomunikasi secara drastis. Komunikasi tidak terbatas pada kata-kata saja tetapi bisa berbentuk

interaksi seperti senyum, anggukan kepala, dan gerak tubuh. Dengan diterimanya pengertian yang komunikator sampaikan kepada komunikan maka komunikasi akan berjalan efektif.

Maka peneliti menyimpulkan bahwa perspektif yang berkaitan dengan penelitian ini adalah teori dramaturgi sebagai berikut:

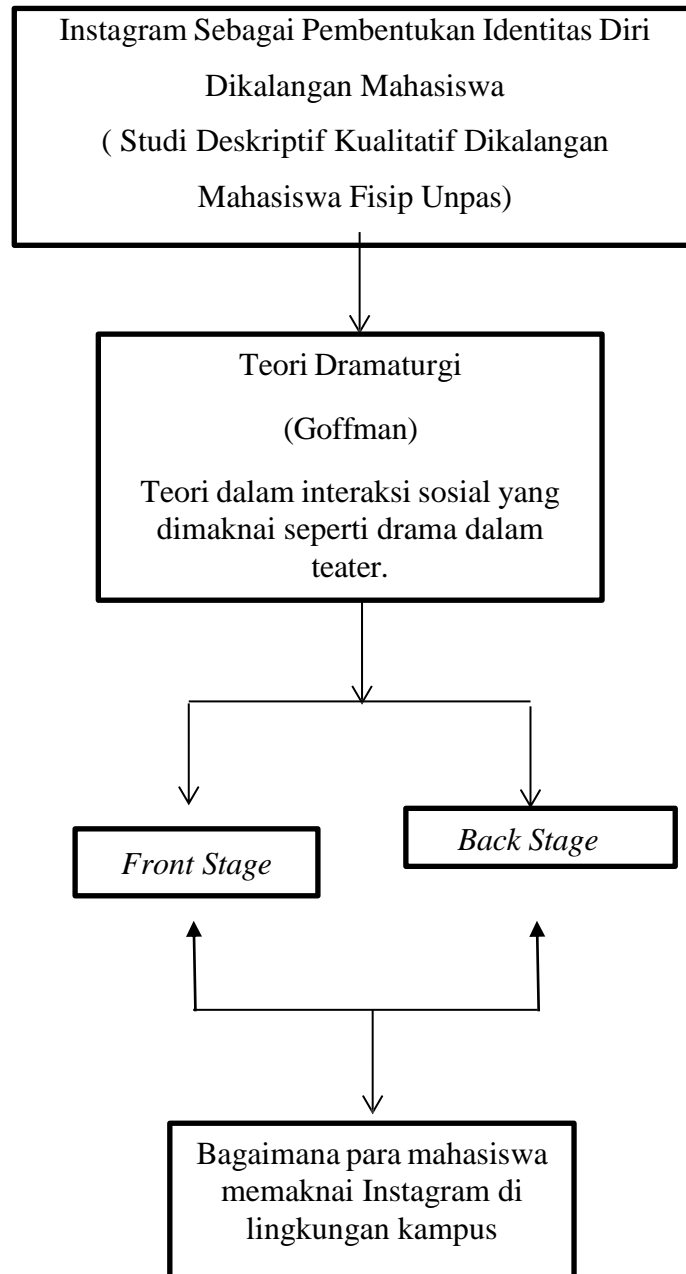
Teori dramaturgi yang dikembangkan oleh Goffman ini nantinya akan menggali berbagai perilaku dalam interaksi antar manusia dalam kehidupan sehari-hari yang menampilkan dirinya sendiri dengan karakter orang lain yang berusaha ditampilkan sebagai sebuah drama sehingga adanya manipulasi dalam menunjukkan dirinya. Perspektif Dramaturgi yang berada dalam bukunya tersebut yaitu "*Presentation Of Self In Everyday Life*". Goffman mengansumsikan bahwa kehidupan ini ibarat sebuah teater, interaksi sosial yang mirip dengan pertunjukan diatas panggung, yang menampilkan peran – peran yang dimainkan para aktor. Perlu diketahui bahwa Goffman menyebut diri (manusia) dengan aktor dan orang di sekitar adalah audiens (penonton) karena menurutnya dalam kehidupan ini manusia adalah aktor yang memerankan suatu karakter di atas panggung. Menurut peneliti penjelasan diatas adalah seorang aktor menjadi pribadi dirinya sendiri ketika sedang berada di belakang panggung, tentu hal yang berbeda ketika sedang berada di belakang panggung bisa lebih santai dan menjadi dirinya sendiri.

Dramaturgi memiliki sejarah panjang, mulai dari era klasik hingga teori yang dikemukakan oleh Erving Goffman :

Dramaturgi sebagai penyusun naskah drama, Dramaturgi awalnya adalah penyusun penulis naskah drama atau penyusun drama. Dramaturgi mulai muncul

di intitusi teater Eropa pada abad ke-18. Salah satu penulis lakon ternama dari Jerman pada masa itu adalah G. E. Lessing. Tulisannya tentang seni panggung, sastra, dan pera teater dalam pembangunan budaya sangat berpengaruh dalam perkembangan dramaturgi.

Dramaturgi sebagai teori sosiologi, Teori dramaturgi dikemukakan oleh Erving Goffman, seorang sosiolog ternama asal Amerika, dalam bukunya *Presentation Of Self In Everyday Life* yang diterbitkan pada tahun 1959. Teori ini merupakan pendalaman dari konsep interaksi sosial yang menggambarkan interaksi sosial dalam masyarakat, seperti drama panggung. Teori ini menjelaskan bahwa interaksi sosial dimaknai sama dengan pertunjukan teater atau drama di atas panggung.

Tabel 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran

Sumber: Goffman (1959), Modifikasi Peneliti (2023)