

**PERANAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PEMBENTUKAN
CITRA DIRI PADA ANGGOTA PASKIBRA RAKSANA MEDAN**

SKRIPSI

Oleh:

LISA RAHAYU

NPM: 1403110088

Program Studi Ilmu Komunikasi



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2018

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai bimbingan diberikan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama : LISA RAHAYU
NPM : 1403110088
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PERANAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM
PEMBENTUKAN CITRA DIRI PADA ANGGOTA PASKIBRA
RAKSANA MEDAN

Medan, 19 Oktober 2018

PEMBIMBING


MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom

DISETUJUI OLEH
KETUA PROGRAM STUDI


NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom.

DEKAN


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : LISA RAHAYU
NPM : 1403110088
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, Tanggal : Jum'at, 19 oktober 2018
Waktu : 08.00 Wib

TIM PENGUJI

PENGUJI I : RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom

PENGUJI II : Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si

PENGUJI III : MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom

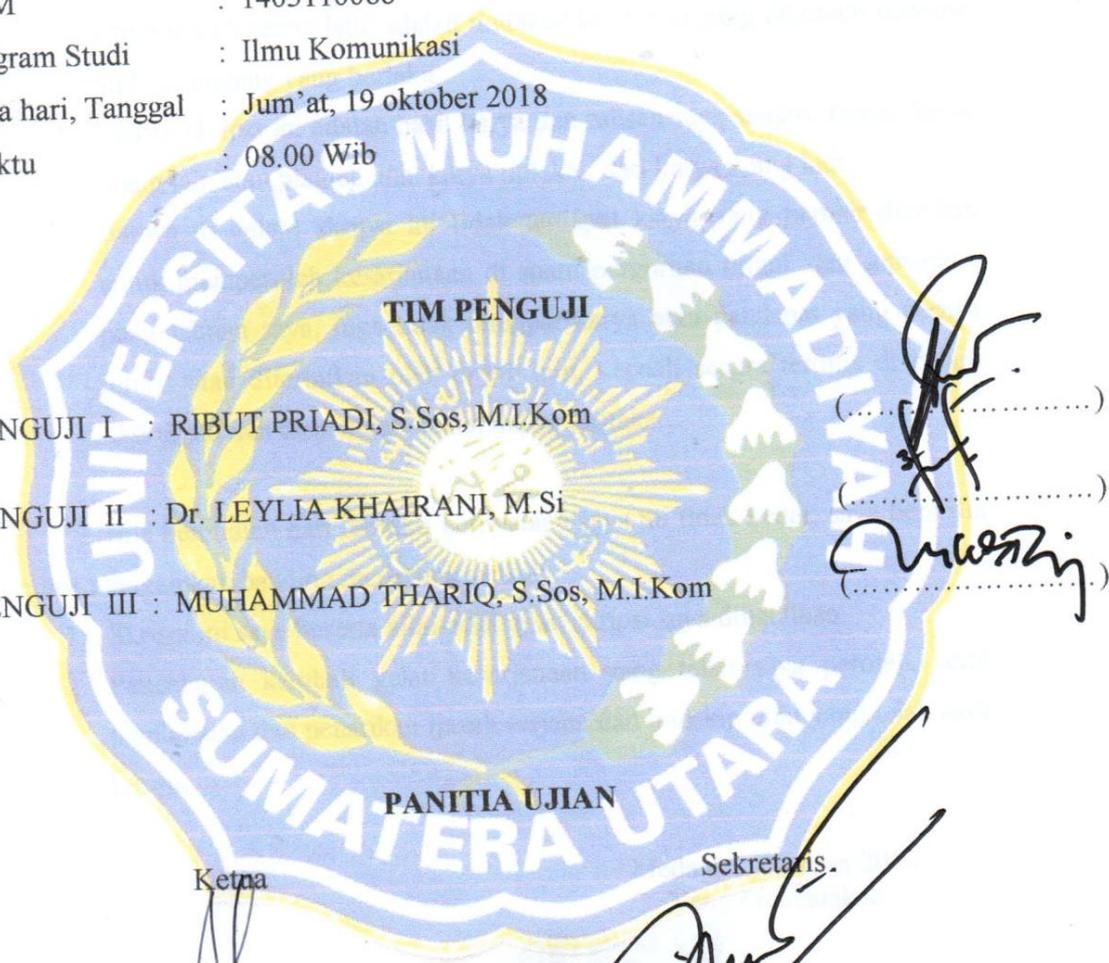
PANITIA UJIAN

Ketua

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP

Sekretaris.

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom



PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, LISA RAHAYU, NPM 1403110088, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dengan segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau mengambil karya ilmiah orang lain, adalah tindakan kejahatan yang dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis di dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi ini saya beserta nilai-nilai ujian skripsi saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, Oktober 2018
Yang Menyatakan



LISA RAHAYU
NPM. 1403110088

ABSTRAK

PERANAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PEMBENTUKAN CITRA DIRI PADA ANGGOTA PASKIBRA RAKSANA MEDAN

Oleh

Lisa Rahayu

1403110088

Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana pembentukan citra diri yang dilakukan oleh para siswa/i yang tergabung dalam organisasi PASRADAN (Paskibra Raksana Medan). Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, maksudnya ialah penelitian ini berfokus pada mengemukakan pendapat atau gambaran dan pemahaman mengenai bagaimana dan mengapa suatu gejala terjadi melalui wawancara mendalam dengan para narasumber. Jumlah narasumber dalam penelitian ini adalah 2 (dua) orang. Proses pengumpulan data diambil dari observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan narasumber.

Didalam penelitian ini, peneliti menemukan sejumlah gambaran tentang citra diri yang ditampilkan oleh siswi anggota PASRADAN. Adapun citra yang ditampilkan oleh anggota PASRADAN ialah *The Wish Image* yaitu citra yang sesuai dengan keinginannya. Terbukti dengan postingan-postingan yang di-*upload* kedalam media sosial *Instagram* oleh masing siswa/i anggota PASRADAN karena ingin mendapatkan nilai yang positif sesuai dengan keinginannya.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbi ‘alamin, puji dan syukur tak henti penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-NYA kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat kelulusan dalam mencapai jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi dengan judul skripsi “Peranan Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Citra Diri Pada Anggota PASKIBRA Raksana Medan”. Shalawat dan seiring salam tidak lupa penulis persembahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah memperjuangkan dan menuntun kita kejalan yang benar. Dari ketidaktahuan hingga menjadi ummat-Nya yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Seiring dengan seselainya skripsi ini, berarti telah selesai pula perjuangan penulis di program perkuliahan Strata Satu (S1) guna mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis telah mencurahkan segala usaha dan kemampuan yang penulis miliki untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya yang diharapkan kelak dapat berguna bagi pembaca. Untuk itu, melalui lembaran kertas ini penulis ingin mengutarakan rasa terimakasih yang begitu mendalam kepada kedua orang tua penulis yaitu Ayahanda Bpk.Suyadi dan Ibunda tercinta Ibu Surya Ningsih yang selalu memberikan arahan positif dan semangat yang memotivasi penulis untuk terus berjuang, yang selalu mrawat,mendidik, dan menyayangi penulis

dengan sepenuh hati serta tak henti-hentinya berdoa sepanjang hari demi kesuksesan anak-anak yang dicintainya.

Selain ungkapan terimakasih kepada orangtua, penulis juga tidak lupa menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada suami tercinta Taufik Asyari Pulungan yang senantiasa membantu dan menemani selama proses pembuatan skripsi ini.
2. Keluarga besar penulis yang selalu antusias dengan perkembangan tugas akhir penulis yaitu Keluarga besar Hj.Paijem Anim.
3. Bapak Drs. Agussani, M.AP. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr.Arifin Saleh, S.Sos., M.Sp. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Drs. Zulfahmi, M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Muhammad Thariq., S.Sos., M.I.Kom. selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan dan masukan serta motivasi dalam kelancaran penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh bapak/ibu dosen dan Pegawai Biro Jurusan yang selama ini telah mendidik penulis selama masa perkuliahan berlangsung.
9. Bapak Edison Manurung selaku Pembina Organisasi PASRADAN.

10. Untuk adik-adikku tersayang para Junior di Organisasi PASRADAN yang telah banyak membantu dalam proses penelitian ini.
11. Untuk sahabat seperjuangan saya Arief, Wira, Wahyu, Reza, Yuli, Meiske, Debbi dan Evi yang selama ini saling memberi dukungan agar dapat mencapai masa depan bersama.
12. Seluruh teman-teman tersayang di kelas IKO Malam Stambuk 2014
13. Dan seluruh pihak yang telah ikut membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu. Kalian adalah yang terbaik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis sangat mengharapkan adanya masukan berupa kritik dan saran yang membangun penulis guna menciptakan suatu karya yang jauh lebih baik lagi.

Akhir kata, penulis menyimpan harapan besar terhadap skripsi ini agar menjadi sesuatu yang berguna bagi para pembacanya. Semoga kita semua selalu dalam lindungan Allah SWT dari segala ancaman dan marabahaya. Aamiin yaa rabbal ‘alamin.

Medan, Oktober 2018

Penulis,

Lisa Rahayu

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DDAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Rumusan Masalah	7
1.3.Pembatasan Masalah	8
1.4.Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6.Sistematika Penulisan	9
BAB II URAIAN TEORITIS	
2.1.Media Sosial	10
2.2.Instagram	15
2.3.Citra Diri	26
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1.Jenis Penelitian	36
3.2.Kerangka Konsep	36
3.3.Definisi Konsep	37
3.4. Kategorisasi	39
3.5.Narasumber.....	39
3.6.Teknik Analisis Data	41
3.7.Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.8.Lokasi Penelitian	45
3.9.Deskripsi Singkat Objek Penelitian.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1.Hasil Penellitian	49
4.2.Pembahasan	58

BAB V PENUTUP

5.1.Kesimpulan	61
5.2.Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	16
Gambar 1.2.	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	39
-----------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.LATAR BELAKANG MASALAH

Teknologi adalah pengembangan dan aplikasi dari alat, mesin, material dan proses yang membantu manusia dalam menyelesaikan masalahnya. Salah satu teknologi yang berkembang pesat saat ini adalah teknologi komputer atau yang terkenal dengan istilah teknologi informasi. Salah satu produk dari teknologi informasi yang sangat populer saat ini adalah media sosial.

Media sosial adalah salah satu perkembangan teknologi yang memiliki andil besar dalam memberikan kemudahan bagi manusia untuk berkomunikasi dan bersosialisasi. Diawali dengan era *Friendster* dan *MySpace*, era *Facebook* dan *Twitter*, serta yang terbaru *Google Plus*, media ini memicu banyak perubahan manusia dalam bersosialisasi. Hal ini sesuai dengan tujuan awal mengapa media sosial dibuat yaitu memungkinkan kita untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain di seluruh dunia untuk mencari teman baru, pasangan hidup, berbisnis, bahkan berpolitik.

Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Saat teknologi internet dan *mobile phone* semakin maju, maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses facebook atau twitter misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Media sosial adalah sebuah tempat untuk bersosialisasi, berbaur dan bergabung dengan orang lain. Kata sosial media menjadi populer ketika *Facebook* dan *Twitter* mulai dikenal oleh kalangan pengguna internet, hal ini yang kemudian membuat sosial media dan internet menjadi tidak terpisahkan. Tidak heran, jika mendengar kata sosial media maka pikiran orang-orang tentu akan langsung tertuju pada *Facebook*, *Twitter*, *Path*, *Youtube* dan *Instagram*. Kini *instagram* menjadi aplikasi sosial media yang paling banyak diunduh dan digunakan di Indonesia karena daya tarik yang dimilikinya.

Pada tahun 2016, terdapat 4 sosial media yang paling sering digunakan yaitu *Facebook*, *Instagram*, disusul dengan *Twitter* dan *Path*. Kompasiana.com (6 Januari 2017). Berkat kemajuan zaman yang semakin pesat serta kemunculan telepon pintar atau *smartphone*, para pengguna internet dan aplikasi sosial media dimudahkan dengan adanya tampilan-tampilan pendukung yang hampir sama dengan komputer sehingga mereka dapat mengakses internet dimanapun dan kapanpun dari *smartphone* yang mereka miliki.

Instagram merupakan aplikasi yang memfokuskan diri pada pengalaman untuk berbagi foto dan video berdurasi pendek ke jejaring sosial melalui perangkat *mobile*. Hingga saat ini *Instagram* sudah memiliki 100 juta pengguna aktif setiap bulannya, dengan jumlah 40 juta foto di *share* setiap harinya. Fokus pada pengalaman berbagi foto kepada teman dengan menghadirkan berbagai pilihan *filter* menjadikan *Instagram* sangat populer. Tampilan yang menarik dan sederhana juga pilihan yang beragam menjadikan aplikasi ini portofolio untuk koleksi-koleksi foto. Terhitung 20 *filter* dapat dipilih untuk menampilkan hasil foto yang lebih baik dan kreatif.

Meski *Facebook* menempati peringkat pertama sebagai media sosial yang paling banyak diunduh dan digunakan sejak kemunculannya, namun *instagram* memiliki daya tarik tersendiri karena memiliki fitur yang lebih lengkap dan wadah untuk berkreatifitas yang lebih luas. Fitur-fitur yang terdapat dalam aplikasi *Instagram* yaitu foto, video, siaran langsung dan *instagram stories*, sedangkan *facebook* hanya memiliki fitur siaran langsung, foto, video dan tampilan status atau artikel yang cenderung lebih membosankan.

Dengan tampilan seperti yang diuraikan diatas, tak heran jika banyak masyarakat yang tertarik sehingga menggunakan media sosial *Instagram*. Masyarakat yang mengikuti dan menggunakan media sosial tersebut menunjukkan berbagai aktivitas kesehariannya dengan mengabadikan dan mengunggah setiap moment ke media sosial *Instagram* miliknya. Melalui gaya foto dan captionnya lah yang nantinya akan dapat menunjukkan karakter dari pengguna dan juga bagaimana seseorang menggambarkan sosok atau jati diri yang diinginkannya.

Seseorang pasti memiliki berbagai motivasi dalam menggunakan media sosial. Sekedar untuk berkomunikasi dengan orang lain, untuk mencari tahu perkembangan sesuatu, untuk berbagi informasi maupun untuk mengikuti salah satu yang menjadi trend saat ini yaitu menggunakan media sosial sebagai bentuk eksistensi diri.

Baik secara sadar ataupun tidak, secara tidak langsung kita akan menunjukkan pencitraan diri melalui media sosial *Instagram* kita. Citra diri merupakan pandangan yang kita buat tentang diri kita sendiri. Artinya gambaran umum tentang diri kita, seperti kumpulan foto dalam berbagai situasi saat bersama orang lain maupun sendiri, pada waktu dahulu ataupun sekarang. Citra diri juga merupakan kesimpulan dari pandangan kita dalam berbagai peran. Menurut G. Sach dalam Ardianto dan Soemirat (2012 : 171) citra adalah pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok-kelompok yang berbeda. Sedangkan menurut Katz dalam Ardianto dan Soemirat (2012 : 113), citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas.

Media sosial memberikan kesempatan bagi setiap orang untuk menjadi pembuat pesan tanpa melihat latar belakang budaya, usia, status sosial, bahkan gender. Tidak mengherankan jika media sosial sangat digandrungi oleh kalangan remaja ataupun dewasa. Karena selain dengan kecanggihannya *Instagram* dapat membantu kepada pengguna untuk menampilkan citra dirinya baik dari segi positif maupun negatif. Pemilik profil atau pengguna di media sosial secara aktif menggunakan profilnya sebagai ajang mengekspresikan diri.

Citra diri dapat dibangun oleh remaja melalui internet atau media sosial. Remaja sudah tidak asing lagi dalam penggunaan internet untuk bermain media sosial, terutama remaja di daerah perkotaan. Infrastruktur jaringan internet yang memadai serta fasilitas yang dimiliki memudahkan remaja kota dalam mengakses internet.

Untuk memperoleh apresiasi positif dari orang lain, banyak orang yang kemudian melakukan upaya manipulasi citra khususnya para remaja. Manipulasi citra diri yang dilakukan di Instagram adalah dengan cara mengedit imaji visual diri seseorang melalui foto. Cara anak muda mengedit foto berupa manipulasi background, manipulasi fisik dengan memutihkan kulit atau memberikan filter pada wajah, manipulasi produk merek tertentu, dan manipulasi tag location. Melalui modifikasi diri, anak muda ingin dipandang seakan-akan sempurna dan memiliki citra kekinian yang dinilai positif oleh kalangannya.

Citra diri positif seseorang membuat dirinya berharga di mata orang lain. Contohnya antara lain citra tentang kejujuran, ketegasan, wibawa, dan sikap tanpa kompromi dengan ketidakadilan. Orang yang memiliki citra diri seperti itu relatif mudah untuk mencapai tujuan yang diinginkannya. Simpati orang lain selalu tertuju padanya. Akibat lanjutannya citra diri memacu antusias hidup yang bersangkutan. Citra diri merupakan gambaran yang kita buat tentang diri kita sendiri.

Para remaja yang dikenal dengan segala sifat keinginahuannya yang besar dan menginginkan adanya pengakuan dari orang lain tentang dirinya tentu tidak

akan segan-segan untuk menunjukkan siapa dirinya kepada orang lain. Remaja yang termasuk ke dalam sebuah organisasi tentu juga memiliki cara untuk memberikan citra pada dirinya agar lebih mudah dikenal oleh orang lain. Salah satunya adalah siswa/I yang tergabung dalam keanggotaan organisasi PASRADAN (Paskibra Raksana Medan).

Para remaja khususnya siswa/I tentu ingin dikenal sebagai sosok yang aktif dan bersosialisasi dengan baik pada remaja seumurannya. Mereka dikenal sebagai sosok yang penuh dengan imajinasi dan kekreatifitasannya yang tinggi sehingga dapat menciptakan atau dapat membentuk suatu opini atau pendapat yang positif sesuai dengan keinginannya.

Paskibraka adalah singkatan dari Pasukan Pengibar Bendera Pusaka dengan tugas utamanya mengibarkan duplikat bendera pusaka dalam upacara peringatan proklamasi kemerdekaan Indonesia di 3 tempat, yakni tingkat Kabupaten/Kota (Kantor Bupati/Wali Kota), Provinsi (Kantor Gubernur), dan Nasional (Istana Merdeka). Anggotanya berasal dari pelajar SMA Sederajat kelas 1 atau 2. Penyeleksian anggotanya biasanya dilakukan sekitar bulan April untuk persiapan pengibaran pada 17 Agustus.

Selama waktu seleksi sampai 16 Agustus, seorang anggota calon Paskibraka dinamakan "CAPASKA" atau Calon Paskibraka. Pada waktu penugasan 17 Agustus, anggota dinamakan "PASKIBRAKA", dan setelah 17 Agustus, dinamakan "PURNA PASKIBRAKA".

Dengan kemajuan teknologi saat ini, tentu masyarakat tidak ingin ketinggalan untuk mengekspresikan diri didalamnya, khususnya para siswa/i yang memiliki tingkat kreatifitas dan imajinasi yang tinggi. Para siswa/i anggota Paskibra Raksana Medan terkenal dengan karakter sifatnya yang *open minded*, imajinatif, kreatif, mandiri dan berwawasan luas.

Berdasarkan uraian di atas yang menjelaskan bahwa akun *Instagram* mampu memberikan citra pada diri penggunanya. Karena itu, hal inilah yang melatarbelakangi peneliti memilih siswa/i terutama siswa/i anggota Paskibra Raksana Medan sebagai objek dalam penelitian. Karena siswa/i anggota Paskibra Raksana Medan adalah murid-murid yang berbeda gaya dari murid lainnya sehingga akan menampilkan citra diri yang lebih menarik dalam lingkungannya masing-masing.

Atas dasar itulah, peneliti ingin mengetahui bagaimana pencitraan diri para anggota Paskibra Raksana Medan sebagai pengguna *instagram* aktif. Sesuai dengan pertanyaan tersebut, maka peneliti memilih judul penelitian yaitu “Peranan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Citra Diri pada Anggota Paskibra Raksana Medan”.

1.2.RUMUSAN MASALAH

Modernisasi telah menciptakan kecanggihan teknologi yang kemudian digunakan oleh masyarakat sebagai tempat untuk membentuk pencitraan dirinya. Kecanggihan teknologi salah satunya ditunjukkan dengan munculnya media virtual. Media virtual *Instagram* telah banyak diakses oleh anak muda, khususnya

di kalangan siswa/i anggota PASKIBRA Raksana Medan dan dijadikan sebagai tempat untuk memamerkan citra diri mereka.

Oleh karena itu, maka perumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah “ bagaimana peranan media sosial media Instagram dalam pemebentukan citra diri pada anggota Paskibra Raksana Medan”.

1.3.PEMBATASAN MASALAH

Pembatasan masalah merupakan fokus dari suatu penelitian, agar penelitian ini tidak terlalu meluas maka penelitian ini dibatasi pada pembentukan citra diri para anggota PASKIBRA Raksana Medan dalam media sosial *instagram*.

1.4.TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini yang pertama untuk mengetahui citra diri yang ingin dibentuk oleh remaja. Kemudian untuk mengetahui bagaimana upaya anak muda memanfaatkan media sosial dalam membangun citra dirinya.

1.5.MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi setiap orang:

1. Secara Akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan memperkaya bahan referensi, bahan penelitian serta sumber bacaan di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).
2. Secara Praktis, peneliti sangat berharap jika penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca khususnya remaja yang ada di Kota Medan tentang berbagai macam cara yang dilakukan untuk membangun citra diri di sosial media *instagram*.

3. Semoga dapat menambah wawasan bagi pembaca dan dapat dijadikan sebagai bahan dasar refensi untuk penelitian sejenisnya.

1.6.SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian

BAB II : URAIAN TEORITRIS

Berisikan teori yang berkaitan dengan penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisikan tentang metode penelitian yang digunakan, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisikan tentang analisis dan hasil dari proses pengolahan data.

BAB V : PENUTUP

Kesimpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. MEDIA SOSIAL

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial (*Social Media*) adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara *online* di dunia maya (internet). Para pengguna (user) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (sharing), dan membangun jaringan (*networking*). Media sosial turut menyebabkan perubahan pada media massa. Hal ini dapat dilihat dari esensi isi pesan media sosial yang bersifat personal dan *private* berada pada media global. (Hedi, 2011 :44) . Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*"

Berikut ini adalah definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian:

1. Boyd (2009) menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang kemungkinan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generatedcontent* (UGC) dimana konten

dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.

2. Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.
3. Meike dan Young (2012) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antar komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.
4. Menurut Prahastiwi Utari (2011 : 49), media sosial adalah sebuah media online dimana para pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi informasi, menciptakan konten isi yang ingin disampaikan kepada orang lain, memberi komentar terhadap masukan yang diterima dan seterusnya.

Dari berbagai definisi atau pernyataan diatas, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa media sosial adalah “medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual”.

Media sosial tentu tidak sama dengan interaksi tatap muka atau secara langsung, namun media sosial memberikan bentuk–bentuk baru dalam interaksi yang membawa orang kembali ke dalam kontak pribadi mereka dalam cara–cara yang tidak dapat dilakukan sebelumnya

2. Karakteristik Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu *platform* yang muncul di media siber. karena itu, melihat media sosial yang ada tidak jauh berbeda dengan karakteristik yang dimiliki oleh media siber.

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media siber lainnya. Ada batasan-batasan dan ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial.

Secara khusus, sesuai namanya media sosial memiliki fungsi untuk mendukung interaksi sosial penggunaannya. Dalam konteks ini, media sosial bisa digunakan untuk mempertahankan dan mengembangkan relasi atau interaksi sosial yang sudah ada dan bisa digunakan untuk mendapatkan teman –teman baru.

Menurut Melisa dan Anis (2011 : 146 –152), media sosial memiliki karakteristik interaksi media yang berbeda dengan interaksi media lain, yaitu :

1. Karakteristik ruang dan waktu: dalam media sosial, interaksi yang dihadirkan merupakan interaksi termediasi dan interaksi

termediasi semu. Interaksi ini memiliki perbedaan konteks dan bisa dilakukan pada ruang dan waktu yang lebih luas.

2. Ragam syarat simbolis: pada media konvensional, isyarat simbolis dipertukarkan dalam interaksi tatap muka banyak yang tidak tertangkap. Namun dengan kemunculan media sosial, simbol-simbol tebal yang terkadang sulit dimengerti bisa tergantikan. Dalam media sosial muncul *emoticons* atau *icon* wajah yang menggambarkan ekspresi tertentu.
3. Sasaran komunikasi: media sosial memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk mengontrol sasaran komunikasinya melalui *setting-an privacy*. Pengguna dapat memilih siapa saja yang bisa melihat informasi tertentu dalam profilnya, siapa saja yang bisa mengomentari statusnya, bahkan siapa saja yang boleh melihat foto-foto yang diunggahnya.
4. Dialogis atau monologis: secara umum, sebagian besar aktifitas di *Instagram* bersifat dialogis karena setiap kegiatan yang dilakukan bisa dikomentari atau diberi *emoticon love*. Namun hal ini bisa dibuat monolog dengan meningkatkan pengaturan *privacy*-nya sehingga hanya si pemilik akun yang dapat membaca dan melihat.

3. Jenis Media Sosial

Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial, yaitu:

a. Proyek kolaborasi

Situs web mengizinkan usernya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun menghapus konten-konten yang ada di dalam situs web.

b. Blog dan microblog

User lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah.

c. Konten

Para user dari pengguna situs web ini saling meng-*share* konten-konten media, baik seperti video, *ebook*, gambar, dan lain-lain.

d. Situs jejaring sosial

Aplikasi yang mengizinkan user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto-foto. contoh facebook

e. *Virtual game world*

ialah dunia virtual sebagai tempat untuk mengreplikasikan lingkungan 3D, di mana user bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contohnya gim daring.

f. *Virtual social world*

Dunia virtual yang di mana penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti virtual game world, berinteraksi dengan yang lain. Namun, Virtual Social World lebih bebas, dan lebih ke arah kehidupan

2.2.INSTAGRAM

a. Pengertian Instagram

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

Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS 7.0 atau yang terbaru, telepon genggam Android apapun dengan sistem operasi versi 2.2 (Froyo) ke atas, dan Windows Phone 8. Aplikasi ini dapat diunggah melalui Apple App Store dan Google Play.

Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". *Instagram* juga dapat

menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram merupakan lakuran dari kata instan dan telegram.



Gambar 1.1. Logo Instagram

Kecenderungan orang yang “latah” dalam menggunakan media sosial ialah asal membuat akun namun memperlakukannya sama seperti kebanyakan media sosial lain. Jadi, misalnya ia sudah terbiasa bermain *Facebook*, maka ia secara tak sadar menggunakan media lain seperti *Instagram* dengan kebiasaan serupa. Kalau persoalannya adalah media sosial sebagai alat narsis, hampir setiap orang, baik sadar maupun tak sadar berulang kali mempraktikkannya. Justru dengan sejumlah

keistimewaan yang telah disediakan oleh aplikasi seperti *Instagram* itulah, setiap pengguna bisa memanfaatkannya untuk tujuan tertentu.

b. Fitur-fitur dalam Instagram.

Berikut ini adalah berbagai macam fitur yang ada di dalam aplikasi media social *Instagram*:

1. Pengikut

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

2. Mengunggah Foto

Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera yang ada di dalam aplikasi ataupun foto-foto yang ada di dalam album handphone tersebut.

3. Kamera

Foto yang telah diambil melalui aplikasi Instagram dapat disimpan di dalam aplikasi tersebut. Penggunaan kamera melalui Instagram juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh sang pengguna. Ada juga efek kamera *tilt-shift* yang fungsinya adalah untuk memfokuskan sebuah foto pada satu titik tertentu. Setelah foto diambil melalui kamera di dalam Instagram, foto tersebut juga dapat diputar arahnya sesuai dengan keinginan para pengguna.

Foto-foto yang akan diunggah melalui Instagram tidak terbatas atas jumlah tertentu, namun Instagram memiliki keterbatasan ukuran untuk foto. Ukuran yang digunakan di dalam Instagram adalah dengan rasio 3:2 atau hanya sebatas berbentuk kotak saja. Para pengguna hanya dapat mengunggah foto dengan format itu saja, atau harus menyunting foto tersebut terlebih dahulu untuk menyesuaikan format yang ada. Setelah para pengguna memilih sebuah foto untuk diunggah di dalam Instagram, maka pengguna akan dibawa ke halaman selanjutnya untuk menyunting foto tersebut.

4. Efek foto

Pada versi awalnya, Instagram memiliki 15 efek foto yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting fotonya. Efek tersebut terdiri dari: X-Pro II, Lomo-fi, Earlybird, Sutro, Toaster, Brannan, Inkwel, Walden, Hefe, Apollo, Poprocket,

Nashville, Gotham, 1977, dan Lord Kelvin. Pada tanggal 20 September 2011, Instagram telah menambahkan 4 buah efek terbaru, yaitu Valencia, Amaro, Rise, Hudson, dan menghapus 3 efek, Apollo, Poprocket, dan Gotham. Dalam pengaplikasian efek, para pengguna juga dapat menghilangkan bingkai-bingkai foto yang sudah termasuk di dalam efek tersebut.

Fitur lainnya yang ada pada bagian penyuntingan adalah *tilt-shift* yang fungsinya sama dengan efek kamera melalui Instagram, yaitu untuk memfokuskan satu titik pada sebuah foto, dan sekelilingnya menjadi buram. Dalam penggunaannya aplikasi *tilt-shift* memiliki 2 bentuk, yaitu persegi panjang dan bulat. Kedua bentuk tersebut dapat diatur besar dan kecilnya dengan titik fokus yang diinginkan. *Tilt-shift* juga mengatur rupa foto di sekeliling titik fokus tersebut, sehingga para pengguna dapat mengatur tingkat keburaman pada sekeliling titik fokus di dalam foto tersebut.

5. Judul foto (Caption)

Setelah foto tersebut disunting, maka foto akan dibawa ke halaman selanjutnya, dan foto tersebut akan diunggah ke dalam Instagram ataupun ke jejaringan sosial lainnya. Di dalamnya tidak hanya ada pilihan untuk mengunggah pada jejaring sosial atau tidak, tetapi juga untuk memasukkan judul foto, dan menambahkan lokasi foto tersebut. Sebelum mengunggah sebuah foto, para pengguna dapat memasukkan judul untuk menamai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada dipikiran

para pengguna. Judul-judul tersebut dapat digunakan pengguna untuk menyinggung pengguna Instagram lainnya dengan mencantumkan nama akun dari orang tersebut. Para pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut, sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut di dalam sebuah kategori.

6. Arroba

Seperti *Twitter* dan juga *Facebook*, *Instagram* juga memiliki fitur yang dapat digunakan penggunanya untuk menyinggung pengguna lainnya dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun Instagram dari pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya di dalam judul foto, melainkan juga pada bagian komentar foto. Pada dasarnya penyinggungan pengguna yang lainnya dimaksudkan untuk berkomunikasi dengan pengguna yang telah disinggung tersebut.

7. Label foto

Sebuah label dalam Instagram adalah sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan "kata kunci". Bila para pengguna memberikan label pada sebuah foto, maka foto tersebut dapat lebih mudah untuk ditemukan. Label itu sendiri dapat digunakan di dalam segala bentuk komunikasi yang bersangkutan dengan foto itu sendiri. Para pengguna dapat memasukkan namanya sendiri, tempat pengambilan foto tersebut, untuk

memberitakan sebuah acara, untuk menandakan bahwa foto tersebut mengikuti sebuah lomba, atau untuk menandakan bahwa foto tersebut dihasilkan oleh anggota komunitas Instagram. Foto yang telah diunggah dapat dicantumkan label yang sesuai dengan informasi yang bersangkutan dengan foto. Pada saat ini, label adalah cara yang terbaik jika pengguna hendak mempromosikan foto di dalam Instagram.

8. Perlombaan

Sebagai sebuah media untuk mengunggah foto, salah satu kegunaan dari Instagram adalah sebagai ajang lomba fotografi. Di dalam perlombaan ini, para penyelenggara lomba menggunakan tanda label untuk menandakan bahwa foto yang telah diunggah tersebut telah mengikuti lomba tersebut. Sebuah perlombaan foto melalui Instagram adalah salah satu cara untuk membuat sebuah produk lebih dikenal oleh masyarakat luas. Penyelenggara juga memberikan jangka waktu tertentu agar makin banyak pengguna dari Instagram yang mengikuti perlombaan tersebut. Pada umumnya, perlombaan yang diadakan melalui Instagram ini tidak hanya memberikan hadiah, melainkan juga dengan menjadi pemenang maka akan lebih dikenal lagi di dalam dunia Instagram oleh para pengguna lainnya. Hal ini memungkinkan pengikut dari pengguna Instagram tersebut akan bertambah banyak.

9. Publikasi kegiatan sosial

Sebagaimana kegunaan media sosial lainnya, *Instagram* menjadi sebuah media untuk memberitahukan suatu kegiatan sosial dalam cakupan lokal ataupun mancanegara. Cara yang digunakan untuk mengikuti hal ini adalah dengan menggunakan label *Instagram*. Dengan menggunakan label yang membahas mengenai kegiatan sosial, maka makin banyak masyarakat yang mengikuti hal tersebut. Dengan demikian *Instagram* menjadi salah satu alat promosi yang baik dalam menyampaikan sebuah kegiatan itu. Contohnya seperti pada label #prayforpalu yang dapat menarik perhatian para masyarakat internasional untuk membantu bencana alam yang terjadi di Palu beberapa waktu lalu.

10. Publikasi organisasi

Di dalam *Instagram* juga banyak organisasi-organisasi yang mempublikasikan produk mereka. Contohnya saja seperti Starbucks, Red Bull, Burberry, ataupun Levi's. Banyak dari produk-produk tersebut yang sudah menggunakan media sosial untuk memperkenalkan produk-produk terbarunya kepada masyarakat, hal ini dikarenakan agar mereka tidak harus mengeluarkan biaya sepersen pun untuk melakukan promosi tersebut. Tidak hanya itu saja, produsen tersebut dapat berinteraksi secara langsung dengan para konsumen mereka melalui *Instagram*. Hal ini juga dimanfaatkan oleh para produsen untuk mendapatkan konsumen lebih banyak lagi, terlebih lagi

bila mereka ingin mendekati konsumen yang belum pernah menggunakan produk mereka. Selain organisasi bersifat perniagaan, organisasi jenis lainnya juga dapat menggunakan Instagram untuk tujuan politik ataupun bidang lainnya.

11. Geotagging

Setelah memasukkan judul foto tersebut, bagian selanjutnya adalah bagian Geotag. Bagian ini akan muncul ketika para pengguna iDevice mengaktifkan GPS mereka di dalam iDevice mereka. Dengan demikian aplikasi *Instagram* tersebut dapat mendeteksi lokasi para pengguna *Instagram* tersebut berada. Geotagging sendiri adalah identifikasi metadata geografis dalam situs web ataupun foto. Dengan Geotag, para pengguna dapat terdeteksi lokasi mereka telah mengambil foto tersebut atau tempat foto tersebut telah diunggah.

12. Jejaring sosial

Dalam berbagi foto, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya di dalam *Instagram* saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya seperti *Facebook*, *Twitter* atau media social lainnya yang tersedia di halaman *Instagram* untuk membagi foto tersebut.

c. Kelebihan Instagram

Instagram merupakan media sosial yang banyak diminati oleh para pengguna saat ini, karena selain cara penggunaannya instan dan mudah *instagram* juga menampilkan banyak kelebihan. Menurut Jubilee (2012 : 8) kelebihan *Instagram* seperti :

- 1) Tidak berbayar untuk menggunakan *Instagram*, tidak perlu membayar hanya cukup mendownload atau dapat juga membuka situsnya.
- 2) Banyak digunakan seperti yang telah dipaparkan sejak dikeluarkan pada tahun 2012, pengguna *Instagram* di Indonesia semakin banyak hingga saat ini.
- 3) Mudah digunakan, kemudahan yang ditawarkan *Instagram* menjadikannya media yang cepat menarik minat masyarakat untuk menggunakannya. Memposting foto atau video, mem-*follow*, mengomentari, memberi *like* hingga *searching* sesuai *hashtag* pun dapat dilakukan dengan sangat mudah.
- 4) Promosi yang mudah dengan menggunakan *Instagram* dapat melakukan berbagai cara promosi dengan sangat mudah. Misalnya dengan menggunakan *hashtag*, menggunakan jasa *edroement*, atau juga metode *paid promote*.
- 5) Koneksi Dengan Sosial media Lain, kelebihan *instagram* yang memberikan koneksi dengan beberapa sosial media lain, membuat

kemudahan tersendiri karena tidak perlu berulang-ulang untuk memposting ke media lain.

d. Kelemahan Instagram

Dari kelebihan yang telah diuraikan di atas, *Instagram* juga mempunyai kelemahan, yaitu :

1. Harus Update Secara berkala: Hampir sama seperti *twitter*, *Instagram* memiliki *timeline* yang juga berjalan sangat cepat. Hal ini membuat para penggunanya harus sesering mungkin melakukan posting foto.
2. Spamming: Kemudahan yang diberikan *instagram* dalam hal berinteraksi, membuat sosial media ini sangat rawan terkena spam. Namun, para pengguna dapat menanganinya dengan memberlakukan *private* pada akun pengguna.
3. Persaingan yang ketat: Karena peminat *instagram* saat ini semakin banyak, tidak dapat dipungkiri jika banyak pengguna yang semakin kreatif dalam memilih dan mengedit postingan mereka agar lebih menarik minat pengguna lain untuk mengikuti (follow) akun mereka.

2.3. Citra Diri

a. Pengertian Citra Diri

Citra diri merupakan suatu unsure penting untuk menunjukkan siapa diri kita sebenarnya. Citra diri seseorang terbentuk dari perjalanan pengalaman masa lalu, keberhasilan dan kegagalan, pengetahuan yang dimilikinya, dan bagaimana orang lain telah menilainya secara objektif. Kita sering melihat diri kita seperti orang lain melihat kita.

Menurut Rahmat dalam Ardianto (2015 : 28), citra adalah peta kita tentang dunia. Tanpa citra kita akan selalu berada dalam suasana yang tidak pasti. Citra adalah gambaran tentang realita namun tidak harus selalu sesuai dengan realitas. Citra adalah dunia menurut persepsi kita.

Citra diri adalah sikap seseorang terhadap hubungan secara sadar mencakup persepsi dan perasaan tentang ukuran, bentuk, fungsi, penampilan dan potensi yang secara berkesinambungan mencakup masa lalu dan saat ini dimodifikasi dengan persepsi dan pengalaman yang baru (Jalaludin Rahmat, 2015 : 51).

Citra diri merupakan persepsi seseorang mengenai keberadaan fisik dan karakteristiknya, seperti rasa humor, hubungannya dengan orang lain, apa yang dimilikinya, serta kreasi-kreasinya (Louden dan Biua). Setiap orang akan mempunyai citra tentang dirinya sendiri, baik tentang citra diri sebenarnya (*real self*) maupun citra diri yang diinginkan (*ideal self*). Kemampuan yang dimiliki, keadaan lingkungan, dan sikap serta pendapat

pribadinya akan mempengaruhi seseorang dalam membentuk citra dirinya (Burns).

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa citra merupakan gambaran umum tentang diri kita pandangan kita tentang watak kepribadian yang kita rasa, persepsi atau gambaran mengenai sesuatu yang ada dalam pikiran orang lain untuk menentukan sikap dirinya terhadap diri sendiri maupun orang lain

b. Pembentukan Citra Diri

Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan-pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu objek dapat diketahui dari sikapnya terhadap objek tersebut. Semua sikap bersumber pada organisasi kognitif pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki. Tidak ada teori sikap atau aksi sosial yang tidak didasarkan pada penyelidikan tentang dasar-dasar kognitif. Efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk dari pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Citra diri adalah kesan mengenai diri kita, kesan dari diri seseorang yang di bentuk dari apa yang anda miliki dan di lihat oleh orang lain. Sebenarnya, ketika kita berbicara mengenai citra diri, kita juga harus mengetahui bagaimana suatu keadaan diri dimana orang lain dapat menerima kita.

Dalam arti yang positif adalah bagaimana kita menjual, apakah pada seseorang, organisasi dan masih banyak lagi lainnya.

Citra diri dapat di lihat dari beberapa faktor fisik yang di lihat pertama kalinya diri kita di muka umum, namun selanjutnya banyak faktor yang perlu di pertimbangkan, bukan hanya pola pandang berdasarkan kasat mata saja. Kriteria yang harus di teliti secara mendalam rangka pengenalan diri di mulai dari tinjauan terhadap penampilan fisik, sifat, pekerjaan, dan status social.

Menurut Ardianto dan Soemirat (2012 : 116) terbentuknya citra diri terdiri dari empat aspek yaitu :

- 1) Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya.
- 2) Kognisi yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsang tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup, sehingga dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.
- 3) Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.

- 4) Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpresepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu.

Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu untuk mengetahui bagaimana citra seseorang di masyarakat.

c. Jenis-jenis Citra Diri

Menurut Frank Jefkins dalam Ardianto dan Soemirat (2015 : 117) jenis – jenis citra diri adalah, sebagai berikut :

- 1) *Mirror Image* (cerminan citra) yaitu bagaimana dugaan (citra) manajemen terhadap publik eksternal dalam melihat perusahaannya.
- 2) *The Current Image* (citra yang masih hangat) yaitu citra yang terdapat pada publik eksternal, yang berdasarkan pengalaman dan pemahaman publik eksternal, dan biasanya citra ini bertentangan
- 3) *The Wish Image* (citra yang diinginkan) yaitu sesuatu yang menginginkan pencapaian prestasi tertentu.
- 4) *The Multiple Image* (citra yang berlapis) yaitu individu tertetu yang dapat membentuk citra tertentu namun belum tentu sesuai dengan keseragaman citra sesuai perusahaan atau organisasi.

d. Media Citra Diri

Terdapat berbagai karakteristik yang menjadi konteks media baru. Gane dan Beer (Ruslan, 2005 : 71) mengulas tentang salah satu

karakteristik dari media baru, yakni *archive* atau penyimpanan arsip. Archive dalam media baru harus dipahami dalam kerangka teknologi komunikasi yang mengubah cara dalam menghasilkan, mengakses, hingga menaruh informasi itu sendiri. Istilah ini berbeda dengan arsip yang selama ini dipahami sebagai sebuah kumpulan dokumen yang memuat informasi tertentu, disimpan di sebuah tempat, bisa memuat foto, film maupun suara. Arsip yang dimaksud tidak sekedar dipandang sebagai dokumen resmi tertentu semata yang disimpan melainkan internet dengan jaringan, distribusi informasi, dan mediasi antara manusia – mesin menjadi tempat penyimpanan data, yang kebanyakan memuat citra diri.

Penelitian kekinian terhadap komunikasi semestinya sudah merambah pada perkembangan teknologi komunikasi yang telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat dan fokusnya tidak hanya kepada pesan atau konten semata. Holmes (2005 : 2), melihat bahwa pada kenyataan setiap hari individu selalu bersentuhan dengan teknologi dan saat ini hidup kita dalam masyarakat informasi Hubungan secara fisik atau *interface* antar individu di era media baru ini tidak lagi mendominasi, melainkan telah diwakili oleh perangkat teknologi komunikasi. Bahkan dalam perkembangan dunia maya saat ini, kehadiran individu sebagai objek bisa diwakili dengan animasi sesuai dengan keinginan individu tersebut. Di dalam internet siapapun bisa menjadi siapa atau apa saja yang diinginkannya, itulah pencitraan dirinya secara virtual.

e. Faktor-faktor yang mempengaruhi Citra Diri

Citra diri dipengaruhi pengalaman masa lalu beserta sukses dan kegagalannya dan pemikiran tentang citra diri ideal menurut seseorang. Orang yang mampu menerima keadaan fisik atau raganya akan memiliki citra diri yang positif dan orang yang tidak menerima keadaan fisik dan raganya akan memiliki citra diri yang negatif.

Menurut Mowen and Minor bahwa citra diri seseorang dipengaruhi oleh persepsi orang lain terhadap diri orang tersebut. Seseorang harus menjadi seperti apa yang dipersepsikan oleh orang lain jika ingin dipandang seperti apa yang diinginkan oleh orang-orang lain.

Factor-faktor yang mempengaruhi citra diri yaitu:

- a. Faktor intrinsik meliputi kematangan fungsi organis dan perubahan-perubahan hormonal yang meningkatkan.
- b. Faktor ekstrinsik seperti kegiatan teman kelompok sebaya, lingkungan social , internal, dan eksternal.

Citra diri seseorang menjadi tinggi atau rendah dipengaruhi oleh faktor intrinsik dan ekstrinsik. Dijelaskan oleh Haryono bahwa faktor intrinsik pada individu misalnya kepercayaan diri, persepsi terhadap suatu objek, dan kemampuan menghadapi realitas. Sedangkan faktor ekstrinsik disebabkan oleh teman-teman kelompok, keluarga, dan hubungan sosial.

f. Citra Diri Positif dan Negatif

a. Citra diri positif

Citra diri positif adalah anggapan atau gambaran seseorang tentang dirinya sendiri yang bersifat positif. Umumnya sejak anak-anak, orang tua mereka telah menanamkan nilai-nilai positif kedalam pikiran si anak. Tidak semua orang yang hidup dari kalangan rakyat miskin mempunyai citra diri negatif. Diantara mereka ada orang yang ditanamkan oleh orang tuanya nilai-nilai positif dengan ucapan yang membangun semangat. misalnya “Kalian harus meraih kemenangan, kalian harus menjadi orang kaya, kalian harus memperbaiki keadaan kita” dan lain sebagainya.

Inilah yang menyebabkan munculnya orang-orang besar dan sukses dari kalangan petani, buruh atau orang miskin di desa maupun kota.

Orang yang mempunyai citra diri positif mempunyai semangat hidup dan semangat juang yang tinggi. Ia mempunyai cita-cita dan gambaran yang jelas tentang masa depannya. Ia yakin dan optimis apa yang dicita-citakannya itu akan tercapai. Ia tidak takut gagal atau ditertawakan orang dalam mencoba hal-hal yang baru.

Ia merasakan dirinya penuh semangat, optimis dan yakin pada setiap yang dikerjakannya. Ia merasa lingkungan dan semua orang berpihak padanya. Ia tidak gentar menghadapi berbagai

halangan dan rintangan. Ia yakin kemenangan berpihak padanya. Citra diri positif menjadi blueprint kehidupannya, dunia seolah olah tunduk padanya, sukses demi sukses diraihny seiring dengan berjalannya waktu. Masalah dan kesulitan tidak pernah bisa mengalahkannya. Inilah type pemimpin dunia dan orang orang yang meraih sukses dalam segala bidang kehidupan didunia ini.

Adapun ciri-ciri dari citra diri positif adalah:

- 1) Memiliki rasa percaya diri yang kuat.
- 2) Berorientasi pada ambisi yang kuat dan mampu menentukan sasaran hidup.
- 3) Terorganisir dengan baik dan efisien (tidak terombang-ambing tanpa tujuan hidup)
- 4) Bersikap mampu.
- 5) Memiliki kepribadian yang menyenangkan
- 6) Mampu mengendalikan diri
- 7) Segera bangkit dari kegagalan dan tidak berlarut dalam duka yang berkepanjangan.

b. Citra Diri Negatif

Citra diri negatif adalah gambaran serta anggapan seseorang tentang dirinya sendiri yang bersifat negatif .Citra diri negatif tertanam didalam diri seseorang akibat pangaruh lingkungan , orang lain atau pengalaman masa lalu yang membekas dalam dirinya. Di daerah yang

lingkungan hidupnya miskin para orang tua sering menanamkan fikiran negatif kepada putra putrinya.

Ketika seorang anak menyampaikan cita-cita atau keinginannya kepada orang tuanya maka orang tuanya mengatakan: “ Kita ini orang susah, orang melarat, kita tidak mungkin mendapatkan apa yang kau inginkan itu. Kita tidak pantas mendapatkan semua itu. Cukup saja kita hidup seperti ini”. Jika ucapan orang tuanya yang berulang –ulang itu terekam dan tertanam dalam fikiran bawah sadar sianak secara mendalam.maka ucapan itu telah membentuk citra diri sianak. Ia telah membuat gambaran dan batasan batasan tentang dirinya bahwa ia adalah orang miskin, susah dan melarat , tidak mungkin mencapai sukses atau keberhasilan dalam hidup.

Batasan-batasan ini akan menjadi *blueprint* kehidupannya untuk selanjutnya. Ia tidak akan pernah mampu melampaui batasan itu. Jika ada orang yang memberinya modal usaha , atau mengajaknya berbisnis pasti akan selalu mengalami kegagalan. Apapun usaha dan bisnis yang digelutinya akan mengalami kehancuran selama citra diri negatif itu masih tertanam dalam fikiran bawah sadarnya. Untuk mencapai sukses dan keberhasilan dalam hidup ia harus mengubah citra dirinya , dan ini bukan pekerjaan mudah. Mengubah citra diri yang telah tertanam dalam diri seseorang membutuhkan usaha yang gigih dan sungguh sungguh.

Ciri-ciri dari citra diri negatif yaitu:

- 1) Merasa rendah diri.
- 2) Kurang memiliki dorongan dan semangat hidup.
- 3) Lebih suka menunda waktu.
- 4) Bersifat pesimis dan tidak dapat mengendalikan emosi.
- 5) Pemalu dan penyendiri (karena selalu mendapat kritik, hinaan, dan ejekan dari orang lain)
- 6) Hanya memiliki kepuasan sendiri.
- 7) Selalu merasa khawatir jika nantinya akan berbuat salah dan ditertawakan oleh orang lain.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. JENIS PENELITIAN

Jenis penelitian yang peneliti gunakan termasuk dalam kategori penelitian kualitatif. Yang berarti bahwa penelitian kualitatif berfokus pada mengemukakan gambaran atau pemahaman mengenai bagaimana dan mengapa suatu gejala komunikasi terjadi (Pawito, 2007 : 35).

Metode deskriptif merupakan metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, Sehingga berkehendak mengadakan akumulasi data dasar. Tujuannya yaitu untuk menggambarkan sifat atau keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab–sebab dari suatu gejala tertentu. Dengan cara saling berinteraksi satu sama lain untuk mendapatkan segala informasi terkait dari kasus atau fenomena yang saat ini sedang terjadi di kalangan remaja.

Dalam konteks ini, penulis mengemukakan peranan instagram dalam proses pembentukan citra diri pada remaja khususnya para anggota PASKIBRA Raksana Medan.

3.2. Kerangka Konsep

Menurut John W. Best, teori pada dasarnya berisi penggambaran hubungan sebab akibat diantara variable–variable. Suatu teori di dalam dirinya

terkandung keunggulan untuk bisa menjelaskan suatu gejala dan teori juga berkekuatan untuk memprediksi sesuatu gejala.

Teori dapat diartikan sebagai seperangkat konsep dan definisi yang saling berhubungan yang mencerminkan suatu pandangan sistematis mengenai fenomena dengan menerangkan hubungan antar variable, dengan tujuan untuk menerangkan dan meramalkan fenomena.

Menurut pendapat Sumardi Suryabrata , “Teori–teori, konsep–konsep merupakan landasan teoritis bagi penelitian yang akan dilakukan”. Landasan ini perlu ditegakkan agar penelitian itu mempunyai dasar yang kokoh, dan bukan sekedar perbuatan coba–coba (*Trial and Error*). Untuk mendapatkan informasi mengenai berbagai hal tersebut di atas, seseorang harus melakukan penelaahan kepustakaan. Oleh karena itu, sumber bacaan merupakan bagian dari penelitian yang esensial.

3.3. Definisi Konsep

Konsep atau anggitan adalah abstrak, entitas mental yang *universal* menunjuk pada kategori atau kelas dari suatu entitas, kejadian atau hubungan. Istilah konsep berasal dari bahasa latin *conceptum*, artinya sesuatu yang dipahami. Aristoteles dalam "*The classical theory of concepts*" menyatakan bahwa konsep merupakan penyusun utama dalam pembentukan pengetahuan ilmiah dan filsafat pemikiran manusia. Konsep merupakan abstraksi suatu ide atau gambaran mental, yang dinyatakan dalam suatu kata atau simbol. Konsep dinyatakan juga sebagai bagian dari pengetahuan yang dibangun dari berbagai macam karakteristik

Konsep memiliki lima unsur, yaitu:

1. Nama

Konsep diwakili suatu kata tunggal yang merepresentasikan ide atau gagasan-gagasan.

2. Contoh-contoh Positif dan Negatif

Menganalisis dan membandingkan contoh-contoh positif dan contoh-contoh negatif beserta karakteristiknya.

3. Karakteristik Pokok

Karakteristik menciptakan aturan dan menentukan suatu contoh termasuk dalam kategori konsep atau bukan konsep.

4. Rentangan Karakteristik

Suatu konsep berhubungan dengan konsep-konsep lainnya dan mempunyai rentangan karakteristik yang membatasi konsep tersebut

3.4. Kategorisasi

Agar memperjelas konsep dalam penelitian ini, maka penulis akan membuat kategorisasi sebagai berikut:

KONSEP	KATEGORISASI
Media Sosial Instagram	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konten Dalam Intagram 2. Fitur Instagram (Foto dan Video)
Terbentuknya Citra Diri	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi 2. Kognisi 3. Motivasi 4. Sikap 5. Citra Positif dan Persentasi Diri

Tabel 1.1.Kategorisasi Penelitian.

3.5. Narasumber

Proses teknik sampling yang akan dilakukan dalam penelitian kualitatif ialah untuk menjangkau informasi sebanyak mungkin dari berbagai narasumber guna mendapatkan informasi terbaik yang sesuai dengan tema dan tujuan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, sangat berkaitan erat dengan faktor-faktor kontekstual. Dalam penelitian kualitatif sampel yang digunakan ialah sampel bertujuan (*Purposive Sample*). (Moleong 2012:224).

Adapun tujuan dalam pengambilan sampel antara lain :

- a. Populasi terlalu banyak atau jangkauan terlalu luas sehingga tidak memungkinkan dilakukan pengambilan data pada seluruh populasi.
- b. Keterbatasan tenaga, waktu, dan biaya.
- c. Adanya asumsi bahwa seluruh populasi seragam sehingga bisa diwakili oleh sampel.

Dengan mengetahui tujuan dalam pengambilan sampel tersebut perlu juga kita mengetahui beragam tahapan yang harus dilakukan dalam pengambilan sampel, yaitu:

- a. Mendefinisikan populasi yang akan diamati
- b. Menentukan kerangka sampel dan kumpulan semua peristiwa yang mungkin
- c. Menentukan teknik atau metode sampling yang tepat
- d. Melakukan pengambilan sampel (pengumpulan data)
- e. Melakukan pemeriksaan ulang pada proses sampling

Adapun narasumber dalam penelitian ini adalah:

1. Dea Ariani Waruwu sebagai anggota PASRADAN yang duduk di kelas 1 SMA.
2. Lira Natasya Pratiwi anggota PASRADAN yang menjabat sebagai Sekretaris Umum .

3.6. Teknik Analisis Data

Analisis data bertujuan untuk menyusun data dalam cara yang bermakna sehingga dapat dipahami. Pengertian analisis data kualitatif menurut (Bogdan & Biklen, 1982) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Analisis data kualitatif menurut (Seiddel, 1998) sebagai berikut :

1. Mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberi kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri.
2. Mengumpulkan, memilah-milah, mengklarifikasi, mensintesiskan, membuat ikstisar, dan membuat indeksinya.
3. Berpikir, dengan jalan membuat agar kategori data itu mempunyai makna, mencari dan menentukan pola dan hubungan-hubungan, dan membuat temuan-temuan umum.

Dalam hal ini, data yang nantinya diperoleh dari narasumber kemudian akan disajikan secara deskriptif dan akan dianalisis secara kualitatif, sehingga akan mendapatkan jawaban, gambaran, dan kesimpulan atas permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini.

Cara-cara yang harus dilakukan dalam mempermudah proses analisis data adalah sebagai berikut :

a) Reduksi Data

Merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, fokus terhadap hal-hal yang penting serta mencari tema dan polanya (Sugiyono,2007:92).

b) Penyajian Data

Penyajian data dilakukan melalui proses pencatatan, pengetikan, dan penyuntingan lalu kemudian disusun menjadi bentuk teks.

c) Kesimpulan

Dalam penarikan kesimpulan harus berdasarkan oleh data, fakta dan informasi yang berhasil ditemukan oleh peneliti selama proses berlangsungnya wawancara lapangan.

3.7. Teknik Pengumpulan Data.

Menurut Lexy J. Moleong, penelitian kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah, yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti (Herdiansyah, 2010: 9). Untuk itulah, maka seorang peneliti kualitatif hendaknya memiliki kemampuan *brain, skill/ability, bravery* atau keberanian, tidak hedonis dan selalu menjaga *networking*, dan memiliki rasa ingin tau yang besar atau *openminded*. Penelitian yang dilakukan oleh penulis untuk mengumpulkan data dan informasi adalah dengan menggunakan teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*).

Terdapat 5 (lima) tahapan sebagai patokan dalam penelitian yang diuraikan sebagai berikut:

1. Mengangkat Permasalahan : Permasalahan yang biasanya diangkat dalam penelitian ini adalah bersifat unik, khas, memiliki daya tarik tertentu, spesifik, dan terkadang sangat bersifat individual (karena beberapa penelitian kualitatif yang dilaksanakan memang bukan untuk kepentingan generalisasi).
2. Memunculkan pertanyaan penelitian : Pertanyaan merupakan ciri khas dari penelitian kualitatif. Adalah sebagai *spirit* yang fungsinya sama penting seperti hipotesis dalam penelitian kuantitatif.
3. Mengumpulkan data yang relevan : Data dalam penelitian kualitatif pada umumnya berupa kumpulan kata, kalimat, pernyataan, atau uraian yang mendalam.
4. Melakukan analisis data : Analisis data merupakan langkah berikutnya setelah data relevan diperoleh.
5. Menjawab pertanyaan penelitian : Tahap ini adalah tahapan terakhir dalam penelitian kualitatif. Dalam menjawab pertanyaan, peneliti dapat menggunakan gaya menulis yang lebih bebas, seperti narasi atau *storytelling*. Sehingga dalam menjawab pertanyaan penelitian dapat lebih menarik untuk dibaca.

Untuk mendapatkan informasi dan data serta keterangan yang diperlukan dalam penelitian kualitatif maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data Primer, yaitu data dan informasi yang didapatkan melalui penelitian secara langsung ke lokasi penelitian guna mencari dan melengkapi informasi-informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Adapun teknik pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti dalam pencarian data adalah sebagai berikut:

- Interview (Wawancara)

Wawancara menurut Nazir (1998) ialah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan interview guide (panduan wawancara). Walaupun wawancara adalah proses percakapan yang berbentuk tanya jawab dengan tatap muka, wawancara adalah suatu proses pengumpulan data untuk suatu penelitian. Beberapa hal dapat membedakan wawancara dengan percakapan sehari-hari adalah antara lain:

- a. Pewawancara dan responden biasanya belum saling kenal-mengenal sebelumnya.
- b. Responden selalu menjawab pertanyaan.
- c. Pewawancara selalu bertanya.
- d. Pewawancara tidak menjuruskan pertanyaan kepada suatu jawaban, tetapi harus selalu bersifat netral.

- e. Pertanyaan yang ditanyakan mengikuti panduan yang telah dibuat sebelumnya.
- f. Pertanyaan panduan tersebut dinamakan interview guide

Wawancara digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan-permasalahan yang harus diteliti. Selain itu wawancara juga digunakan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

- b. Pengumpulan Data Sekunder yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dari catatan-catatan atau dokumen. Karena dalam hal ini peneliti tidak secara langsung mengambil data sendiri tetapi meneliti dan memanfaatkan data atau dokumen yang dihasilkan oleh pihak-pihak lain. Hal ini dilakukan melalui studi kepustakaan yaitu mengumpulkan buku-buku karya ilmiah yang memiliki relevansi dengan masalah yang sedang diteliti.

3.8. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat akan berlangsungnya wawancara secara terbuka bersama dengan narasumber yang telah dipilih, dengan menggunakan daftar pertanyaan wawancara atau *interview* guide yang nantinya akan digunakan sebagai panduan dalam tanya jawab bersama narasumber.

Penelitian akan dilakukan di YP. Raksana Medan yang beralamat di Jalan Gajah Mada No.20 Petisah Tengah, Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara, Indonesia. Objek yang akan dijadikan bahan penelitian ini adalah para siswa/i yang tergabung dalam keanggotaan PASKIBRA Raksana Medan.

3.9. Deskripsi Singkat Objek Penelitian

PASKIBRA RAKSANA MEDAN (PASRADAN) adalah sebuah organisasi yang berada dalam ruang lingkup YP. Raksana Medan. Organisasi ini terbentuk secara resmi pada tanggal 15 Maret 2003. Didirikan oleh 5 orang sekawan Siswa/I yang disebut sebagai “Perintis” diantaranya yaitu:

1. Fadly
2. Rudy
3. Deby
4. Ika
5. Dina



Gambar 1.2. Lambang Organisasi PASRADAN.

Lambang PASRADAN memiliki arti yaitu:

1. Tiga (3) orang penderek bendera yang berarti tugas utama seorang PASKIBRA.
2. Bentuk segi lima yang melambangkan Pancasila.
3. Bintang yang merupakan arti dari sila pertama “Ketuhanan Yang Maha Esa”.
4. Tali simpul yang melambangkan arti persaudaraan dari alumni sampai junior dan anggota antar anggota.

Arti dari lambang PASRADAN:

1. Kuning Mas melambangkan kemuliaan.
2. Merah melambangkan keberanian.
3. Putih melambangkan kesucian
4. Biru melambangkan kesejukan.
5. Hitam melambangkan ketegasan.

VISI dan MISI PASRADAN:

A. VISI

1. Mengangkat nama baik PASRADAN
2. Menjadikan nama PASRADAN *is the best* di Kota Medan.

B. MISI

1. Mengirimkan sedikitnya satu putra dan satu putrid ke PASKIBRA Tingkat Daerah (PASDA)

Setiap siswa/I yang berhasil lolos menjadi anggota PASRADAN adalah siswa/I terbaik yang telah memenuhi persyaratan untuk menjadi anggota. Diantaranya mereka harus memiliki tinggi badan yang ideal, untuk wanita 160cm dan untuk pria 165cm , memiliki fisik yang kuat, berwawasan luas, dan memiliki kreatifitas yang tinggi.

Para anggota dibekali dengan didikan yang akan melatih mereka menjadi pribadi yang mandiri dan kuat. Setiap anggota dituntut untuk menjadi pelajar yang bijak, berwibawa dan bertanggung jawab atas tugas-tugas yang diberikan serta dituntut untuk selalu menjaga nama baik diri sendiri maupun organisasi dimanapun mereka berada.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

A. Analisa Data

Dalam penelitian ini, penulis akan menguraikan data dan hasil penelitian tentang permasalahan yang telah dirumuskan yakni bagaimana peranan Instagram dalam pembentukan citra diri pada Anggota PASKIBRA Raksana Medan.

Hasil penelitian ini diperoleh melalui teknik wawancara secara mendalam bersama para informan sebagai bentuk pencarian data dan informasi terkait permasalahan yang ingin diteliti. Peneliti juga melakukan dokumentasi setelah berlangsungnya wawancara bersama para narasumber di tempat lokasi wawancara, tepatnya gedung SMA Swasta Raksana Medan.

Penelitian berfokus kepada siswi anggota PASRADAN yang aktif mengupdate aktifitas kesehariannya di akun media sosial instagram miliknya baik berupa foto selfie, wefie, ataupun mereka yang sering mengabadikan moment-moment secara langsungnya melalui fitur terbaru instagraam yaitu instastory.

Penelitian ini akan melalui tahapan-tahapan wawancara terbuka dan terarah agar dapat menghasilkan data-data yang deskriptif baik lisan maupun tulisan.

B. Proses Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data, peneliti langsung melakukan penelitian dilokasi yang telah ditetapkan dan bertatap muka langsung bersama para anggota PASRADAN di SMA Swasta Raksana Medan.

Sebelum melakukan proses wawancara kepada para narasumber, peneliti terlebih dahulu meminta izin dan persetujuan kepada Pembina organisasi PASRADAN untuk melakukan penelitian di organisasi tersebut.

Setelah mendapatkan izin dan memberikan surat permohonan riset yang telah dikeluarkan oleh pihak kampus UMSU yang ditujukan kepada Pembina Organisasi PASRADAN, peneliti langsung menuju ke lokasi penelitian dan tidak lupa kembali meminta persetujuan kepada para siswi anggota PASRADAN yang menjadi narasumber dalam penelitian ini.

Namun, sangat disayangkan bahwa ternyata pihak organisasi tidak dapat mengeluarkan surat balasan penelitian dikarenakan peraturan kepala sekolah yang telah berubah sehingga tidak mengizinkan kepada setiap organisasi untuk mengeluarkan surat apapun atas nama organisasi.

Berdasarkan data yang berhasil diperoleh melalui wawancara dengan 2 (dua) orang narasumber atau responden dapat diperoleh beberapa informasi yang berkaitan dengan penelitian. Jawaban-jawaban atas pertanyaan yang diajukan kepada narasumber terkait dengan Peranan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Citra Diri Pada Anggota PASKIBRA Raksana Medan akan dianalisis oleh penulis sebagai bentuk hasil dan pembahasan pada penelitian.

Peneliti lalu memberikan dan mengajak informan untuk menjawab *interview guide* sebagai langkah awal dalam penelitian ini terhadap para anggota PASRADAN yang menggunakan *Instagram*. *Interview guide* (daftar wawancara) merupakan serangkaian pertanyaan yang akan diajukan guna mendapatkan informasi terkait dengan perilaku dan sikap dalam membentuk citra yang biasa ditunjukkan oleh responden selama menggunakan media sosial *Instagram*.

C. Penyajian Data

Berikut adalah penyajian data yang peneliti kumpulkan dari hasil wawancara mendalam bersama narasumber:

Wawancara Kepada Anggota PASRADAN

Nama : Dea Ariani Waruwu

Akun Instagram : @deaeriawar

Jabatan : Anggota PASRADAN angkatan 17

1. Seberapa sering menggunakan Instagram?

Berdasarkan pertanyaan tersebut, Saudari Dea menjelaskan bahwa dirinya hanya mengakses instagram selama 5 jam dalam sehari jika ada waktu luang setelah menyelesaikan tugas-tugas yang berkaitan dengan mata pelajaran disekolah.

2. Seberapa sering posting (mengunggah) foto?

Berdasarkan pertanyaan tersebut, Saudari Dea mengungkapkan bahwa dirinya lebih mengatur jarak setiap postingan agar tidak menimbulkan *spam* di akun orang lain. Biasanya ia memposting hanya setiap seminggu sekali atau hanya dua postingan dalam satu minggu saja.

3. Apakah saat posting foto juga disertai, membuat caption, tag serta hashtag?

Menanggapi pertanyaan ini, adinda Dea pun menjelaskan bahwa dirinya memang selalu menyertakan caption disetiap postingannya tetapi tidak menyertakan tag ataupun hastag agar setiap postingannya terlihat lebih simple dan tidak “alay”.

4. Apakah saat posting sering melakukan koneksi dengan media sosial lain?

Berdasarkan pertanyaan tersebut, Saudari Dea menjelaskan bahwa dirinya selalu mengkoneksikan akun Instagram miliknya dengan Facebook agar memperkecil adanya kemungkinan peretasan atau lupa password dikemudian hari.

5. Fitur-fitur apa saja yang paling dominan dan sering digunakan dalam Instagram?

Instagram memiliki beragam fitur yang dapat kita manfaatkan guna untuk memperindah tampilan beranda ataupun akun kita dan setiap orang memiliki minat dan kesenangannya masing-masing. Adinda Dea menjelaskan bahwa dirinya lebih sering menggunakan fitur Instastory dan upload foto daripada mengupload video.

6. Bagaimana bentuk pengungkapan diri dan kemudian memposting konten dan fitur?

Menanggapi pertanyaan tersebut, Dea menyebutkan bahwa ia lebih senang menunjukkan foto-foto yang ceria dan yang lebih memperlihatkan bahwa dia adalah anak perempuan yang selalu menjaga auratnya. Hingga bisa lebih mendapat pengakuan positif dari para pengikutnya di Instagram.

7. Bagaimana cara memberikan keyakinan diri dan informasi yang cukup kepada orang lain?

Berdasarkan pertanyaan tersebut, Dea menyampaikan bahwa dalam menyampaikan suatu pesan ia selalu menggunakan konten-konten yang simple disertai dengan caption yang singkat agar mudah dimengerti oleh orang lain yang melihat postingannya.

8. Bagaimana melihat dan memposting konten yang berhubungan dengan minat dan motivasi pribadi?

Menanggapi pertanyaan tersebut, Dea menjelaskan bahwa dirinya lebih tertarik terhadap memposting potret diri sendiri bersama teman-teman dan keluarga agar menimbulkan persepsi hangat yang orang lain lihat tentang dirinya.

9. Bagaimana melihat dan memposting konten yang berhubungan dengan minat dan sikap?

Menurut Dea, dirinya lebih menyukai tentang sesuatu yang bersifat tenang atau “kalem” sehingga ia lebih tertarik terhadap postingan yang disertai dengan caption kata-kata yang positif dan memotivasi orang lain.

10. Bagaimana melihat dan memposting konten agar dapat menciptakan kesan positif?

Menanggapi pertanyaan ini, antusiasme Dea meningkat untuk menjelaskan pendapatnya. Menurutnya, agar mendapatkan penilaian positif dari orang lain hendaknya kita selalu memperhatikan konten-konten ataupun postingan kita serta kata-kata yang hendak digunakan untuk membuat caption. Dan dia memilih untuk membuat kata-kata yang ceria dan penuh semangat. Sehingga menimbulkan kesan *friendly*.

11. Bagaimana menggunakan simbol dan teks yang digunakan untuk memperkenalkan diri?

Berdasarkan pertanyaan tersebut, Dea menjelaskan bahwa dirinya selalu menggunakan *emoticon smile* untuk menggambarkan bahwa dirinya adalah orang yang selalu ceria dan bahagia

Wawancara kepada anggota PASRADAN

Nama : Lira Natasya Pratiwi

Akun Instagram : @liranatasyapратиwi

Jabatan : Sekretaris Umum yang merupakan angkatan 15

1. Seberapa sering menggunakan Instagram?

Berdasarkan pertanyaan tersebut, Lira menjelaskan bahwa ia mengakses Instagram hanya pada saat-saat luang seperti di jam istirahat sekolah, pulang sekolah, atau setelah menyelesaikan pekerjaan rumah saja.

2. Seberapa sering posting (mengunggah) foto?

Berdasarkan pertanyaan tersebut, Lira menjelaskan bahwa dirinya memposting dalam beberapa hari sekali sesuai *mood* nya pada saat itu.

3. Apakah saat posting foto juga disertai, membuat caption, tag serta hashtag?

Menanggapi pertanyaan tersebut, Lira mengatakan kalau ia selalu menyertakan caption disetiap postingannya. Tetapi untuk tag dan hastag ia tidak menyertakannya karena terkesan terlalu “ramai”.

4. Apakah saat posting sering melakukan koneksi dengan media sosial lain?

Berdasarkan pertanyaan tersebut, Lira menjelaskan bahwa dirinya tidak menautkan akun Instagram ke media sosial apapun untuk menghindari terjadinya spam yang dapat mengganggu teman-teman di media sosial lainnya.

5. Fitur-fitur apa saja yang paling dominan dan sering digunakan dalam Instagram?

Bagi Lira, ini merupakan pertanyaan yang paling ditunggu-tunggu olehnya. Pasalnya ia tak sabar ingin memberitahukan bahwa dirinya sangat menyukai fitur yang belum lama ini diluncurkan oleh Instagram yaitu Instastory karena penggunaannya yang praktis dan dapat langsung menangkap koment yang terjadi pada saat itu juga.

6. Bagaimana bentuk pengungkapan diri dan kemudian memposting konten dan fitur?

Menanggapi hal tersebut, Lira menjelaskan bahwa dirinya sangat suka memposting segala moment dengan teman-teman di organisasi PASRADAN. Hal tersebut karena dirinya ingin dikenal sebagai salah satu anggota inti dari Paskibra Raksana Medan.

7. Bagaimana cara memberikan keyakinan diri dan informasi yang cukup kepada orang lain?

Berdasarkan pertanyaan tersebut, Lira menjelaskan untuk menyertakan setiap keterangan yang valid dalam setiap postingan agar tidak menimbulkan opini-opini publik yang dapat menimbulkan kesalahfahaman.

8. Bagaimana melihat dan memposting konten yang berhubungan dengan minat dan motivasi pribadi?

Menanggapi pertanyaan tersebut, Lira menjelaskan bahwa dirinya merupakan penggemar wisata kuliner sehingga dia mengungkapkan kalau ia selalu

memposting dan menyimpan segala sesuatu yang menyangkut tentang kuliner.

9. Bagaimana melihat dan memposting konten yang berhubungan dengan minat dan sikap?

Menurutnya, Lira adalah seorang anak perempuan yang selalu menampilkan kesan lucu dan penggila makanan. Jadi ia selalu mengkait-kaitkan setiap konten yang ia posting dengan sebuah makanan.

10. Bagaimana melihat dan memposting konten agar dapat menciptakan kesan positif?

Berdasarkan pertanyaan diatas, Lira menjelaskan bahwa dirinya selalu memposting konten-konten bersama anggota organisasi PASRADAN agar dirinya terlihat sebagai anak yang aktif berorganisasi dan berwawasan luas.

11. Bagaimana menggunakan simbol dan teks yang digunakan untuk memperkenalkan diri?

Berdasarkan pertanyaan tersebut, Lira menjelaskan kalau ia selalu menggunakan caption-caption yang bersifat lucu atau mengandung unsur-unsur candaan yang ditujukan kepada teman-teman di akun media sosial instagramnya.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pembahasan Narasumber Anggota PASRADAN

Selama berlangsungnya proses wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti bersama dengan dua orang narasumber yang merupakan anggota dari organisasi Paskibra Raksana Medan, peneliti sama sekali tidak mengalami kendala dalam proses tanya jawab dengan informan.

Hasil dari tanya jawab atau wawancara yang telah di deskripsikan diatas menunjukkan bahwaada berbagai macam citra positif yang ingin disampaikan oleh kedua narasumber tersebut. Hal ini dilihat dari cara mereka memandang suatu objek dengan pendapatnya sendiri.

Para remaja ini umumnya ingin dilihat sebagai sosok yang *friendly* oleh teman seusianya. Dengan cara memberikan *caption-caption* bijak ataupun “kocak” yang diharapkan dapat memotivasi atau dapat menimbulkan kesan positif bagi para pengikutnya di media sosial *instagram*.

Status mereka yang merupakan bagian dari salah satu anggota organisasi yang bersifat nasionalis ternyata memberikan efek bagi diri mereka baik secara mereka sadari ataupun tidak. Dengan status tersebut,m mereka menjadi ingin semakin dilihat sebagai sosok yang positif dan membawa pengaruh baik bagi lingkungan sekitarnya, hal tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara dan *screenshoot* yang terdapat pada lampiran yang menunjukkan berbagai kegiatan ataupun moment-moment kedekatan

mereka bersama orang-orang sekitar, khususnya opara teman-teman sebayanya yang masih dalam satu keanggotaan organisasi maupun tidak.

Dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi saat ini yang kian pesat, memberikan peluang atau kesempatan bagi para remaja dalam memperkenalkan diri mereka secara visual. Kemunculan media sosial *instagram* tentu meberikan banyak keuntungan bagi dua narasumber dalam penelitian ini diantaranya, mereka menjadi lebih mudah menunjukkan atau membentuk sebuah citra tentang dirinya.meskipun tidak sesuai dengan realita, mereka akan berhasil menimbulkan efek positi terhadap citra yang diciptakannya melalui postingan-postingan didakam fitur yang ada di *instagram*

Menurut mereka, hadirnya media sosial *instagram* sangat membantu dan dapat menambah wawasan mereka dalam membentuk citra yang sesuai dengan keinginan mereka.

4.2.2. Kesimpulan Hasil Analisis.

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan di SMA Swasta Raksana Medan pada anggota organisasi PASRADAN melalui sebuah wawancara terbuka dengan para narasumber, peneliti dapat menyimpulkan bahwa *instagram* memiliki peranan yang sangat penting bagi seseorang dalam membentuk suatu citra yang diinginkannya.

Melalui *instagram*, siapa saja bebas mengekspresikan diri mereka masing-masing sesuai dengan kondisi dan citra yang ingin mereka

tampilkan. Dengan berbagai macam fitur yang difasilitasi oleh *instagram* memudahkan para pengguna dalam mengakses beragam kebutuhan untuk informasi yang dibutuhkan oleh masing-masing *user*.

Khususnya para narasumber yang selalu ingin terlihat sebagai sosok yang disukai oleh banyak orang dengan perawakan yang selalu tampil positif. Ada beragam citra yang ditampilkan oleh setiap pengguna media sosial tersebut, baik secara positif maupun negatif. Semua hal tersebut kembali kepada diri kita ingin dikenal sebagai sosok yang mana diantara 2 hal tersebut.

BAB V

PENUTUP

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam penggunaannya, tidak jarang informasi yang disampaikan melalui media sosial Instagram (*moment*) justru menjadi bentuk kesan yang dengan sengaja diciptakan yang dapat menjadi sebuah citra diri. Hal ini dapat dianggap sebagai pencitraan diri yang dilakukan melalui media sosial *Instagram*.
2. Peneliti menemukan bagaimana para informan untuk melakukan pencitraan di media sosial Instagram. Berikut cara informan dalam membentuk citra dirinya yaitu dengan mengupload foto baik berupa *selfie*, *grubfie* hingga *wefie* bersama keluarga, teman, dan para sahabatnya yang disertakan *caption* dengan kata-kata yang menarik dan menimbulkan kesan positif terhadap diri mereka.
3. Instagram merupakan suatu aplikasi media sosial yang memiliki banyak manfaat dan kemudahan bagi para penggunanya dalam mengakses segala informasi yang berguna bagi pembentukan citra diri mereka. Dan dua dari pengguna *instagram* tersebut berhasil memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di *instagram* untuk pembentukan citra dirinya.

4. Para anggota PASRADAN tersebut adalah remaja yang sangat positif dan aktif yang selalu memberikan kesan-kesan yang membuat orang lain ingin terus berteman dengan mereka atau *friendly* dengan caranya masing-masing.

5.2. SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kepada anggota PASRADAN, maka peneliti memiliki beberapa saran dan masukan yang membangun guna meningkatkan citra yang ingin di tampilkan dalam instagram yaitu:

1. Agar para *followers* dapat melihat anggota PASRADAN yang menjadi narasumber sebagai sosok yang positif, sebaiknya narasumber lebih sering mengupload moment-moment yang menjadi kegiatan selama berada di dalam organisasi.
2. Buatlah suatu konten yang menarik tentang kekreatifitasan yang dimiliki oleh anggota PASRADAN, baik dengan konten-konten yang berhubungan dengan organisasi seperti video singkat yang telah diedit sendiri oleh narasumber untuk memperlihatkan sisi kreatif yang dimiliki.
3. *Instagram* tidak melulu harus dihiasi dengan foto-foto selfie, pengguna juga dapat memanfaatkan segala fitur yang telah disediakan untuk membangun jati diri dan karakter diri agar lebih dikenal oleh orang lain melalui pemilihan konten yang tepat.

4. Sebagai seorang remaja milenial, tentu dengan mudahnya memanfaatkan media sosial *instagram* untuk dapat mempromosikan dirinya secara virtual. Anda dapat menentukan dan menunjukkan prinsip nilai diri Anda dan kepribadian yang Anda miliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto. 2015. *Public Relation Praktis*. Jakarta : Widya Padjajaran
- Ardianto, Elvinaro dan Soleh Soemirat. 2012. *Dasar-dasar Public Relation*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Jacobsen, D.A., Eggen, P., dan Kauchak, D.2009. *Methods for Teaching (Metode-Metode Pengajaran Meningkatkan belajar siswa TK-SMA)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Kaplan, Andreas M; Michael Haenlein (2010) "*Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*". Business Horizons 53
- MADCOMS. 2010. *Menggenggam Dunia dengan Internet*. Yogyakarta : C.V Andi OFFSET.
- Moleong, Lexy.J . 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Nazir. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta : LKiS Yogyakarta
- Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Psikologi Komunikasi*. Jakarta : Remaja Rosda Karya.
- R.B Burns. 2008. *Konsep Diri (Teori, Pengukuran, Perkembangan dan perilaku)*. Jakarta : Arcan.
- Santosa, Hedi Pudjo. 2011. *Implikasi Media Sosial Pada Perkembangan Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta : Aspikom
- Utari, Prahastiwi. 2011. *Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi*. Yogyakarta : Aspikom.
- Walgito. 2002. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta : Adi.

Zainuddin, Rahman. 2006. *Sejarah Sosial Media : Dari Gutenberg sampai Internet*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.

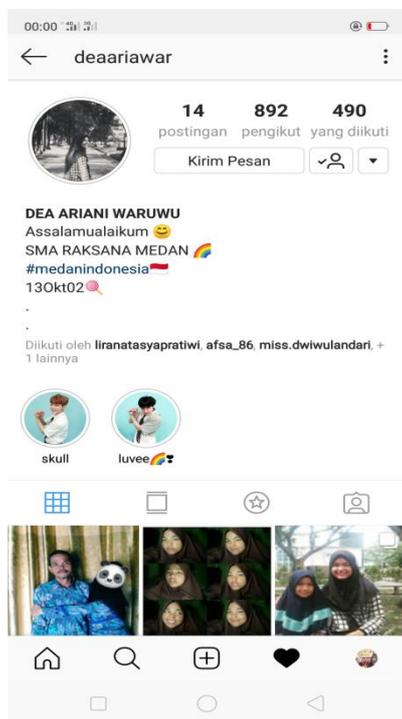
Internet :

<https://id.wikipedia.org/wiki/Paskibraka>

<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram#Sejarah>



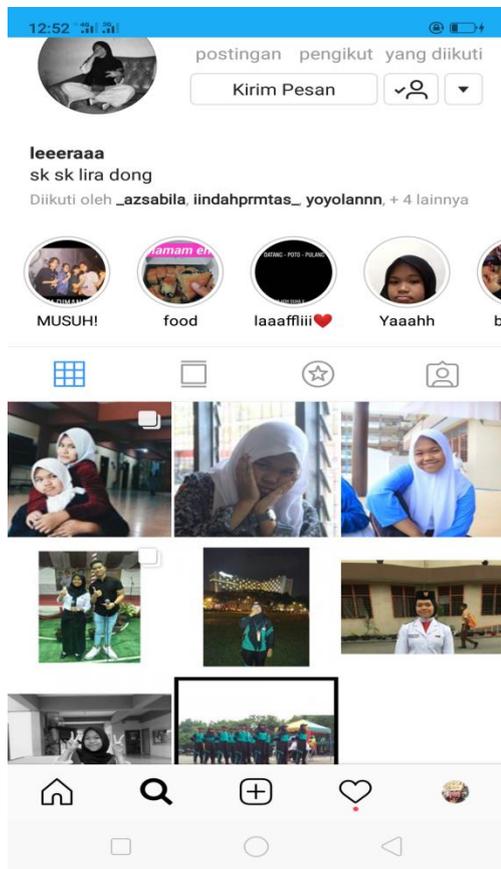
Gambar 1.1. Keakraban setelah wawancara bersama adinda Dea Ariani Waruwu.



Gambar 1.2. Screenshoot akun instagram milik adinda Dea.



Gambar 1.3. Keakraban setelah wawancara bersama adinda Lira Natasya Pratiwi.



Gambar 1.4. *Screenshoot* akun instagram milik adinda Lira