

**KONSEP DIRI MAHASISWA SEBAGAI PENGGUNA AKTIF MEDIA  
SOSIAL SNAPCHAT  
(Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Konsep Diri Mahasiswa  
FISIP USU Sebagai Pengguna Aktif  
Media Sosial Snapchat)**

**SKRIPSI**

Oleh:

**YOLANDA HARAHAHAP**  
NPM: 1303110184

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Public Relations**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2017**

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

*Bismillahirrohmanirrohim*

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

Nama Lengkap : **YOLANDA HARAHAHAP**  
NP M : **1303110184**  
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**  
Judul Skripsi : **KONSEP DIRI MAHASISWA SEBAGAI PENGGUNA AKTIF MEDIA SOSIAL SNAPCHAT (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Konsep Diri Mahasiswa FISIP USU Sebagai Pengguna Aktif Media Sosial Snapchat)**

Medan, 1 April 2017

Pembimbing I




**ABRAR ADHANI, S.Sos., M.IKom**

Pembimbing II



**Dr. ARTFIN SALEH, M.SP**

Disetujui Oleh  
Ketua Program Studi



**NURHASANAH NASUTION, M.IKom**



Dekan,

**Drs. TASRIF SYAM, M.Si**

# BERITA ACARA PENGESAHAN

*Bismillahirrahmanirrahim*

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

Nama Lengkap : **YOLANDA HARAHAP**  
N P M : 1303110184  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pada hari, tanggal : Sabtu, 1 April 2017  
W a k t u : Pukul 08.00 WIB s/d selesai

## TIM PENGUJI

PENGUJI I : **RUDIANTO, S.Sos., M.Si** (.....)  
PENGUJI II : **NURHASANAH NASUTION, M.I.Kom** (.....)  
PEMBIMBING I : **ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom** (.....)  
PEMBIMBING II : **Dr. ARIFIN SALEH, M.SP** (.....)

## PANITIA PENGUJI

Ketua,

**Drs. TASRIF SYAM, M.Si**



Sekretaris

**Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom**

## PERNYATAAN

### *Bismilahirrohmaniirrohim*

Dengan ini saya, **YOLANDA HARAHAHAP**, NPM 1303110184, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

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

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

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

Medan, 1 April 2017

Yang menyatakan,



**YOLANDA HARAHAHAP**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
 Website : <http://www.umsu.ac.id> Email : [rektord@umsu.ac.id](mailto:rektord@umsu.ac.id)

*UIN* *Cerdas & Terpercaya*

Salah satu surat ini agar disebutkan  
 dan tanggalnya

Sk-5

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama lengkap : **YOLANDA HARAHAP**  
 N P M : **1303110184**  
 Jurusan : **Ilmu Komunikasi**  
 Judul Skripsi : **Konsep Diri Mahasiswa Sebagai Pengguna Aktif Media Sosial Snapchat (Studi deskriptif kualitatif konsep diri Mahasiswa FISIP USU sebagai pengguna Aktif Media Sosial Snapchat)**

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	9/1/2017	Revisi Bab I, Bab II, Bab III setelah seminar proposal	J
2.	20/1/2017	Diskusi Penguatan Daftar wawancara.	J
3.	23/1/2017	Acc Daftar wawancara	J
4.	26/1/2017	Bimbingan hasil wawancara	J
5.	2/2/2017	Revisi Bab IV (Hasil Penelitian)	J
6.	6/2/2017	Revisi Bab IV (Pembahasan)	J
7.	13/2/2017	Bimbingan Bab V (kesimpulan dan saran)	J
8.	10/3/2017	Revisi Sistematika Bab I, II, III, IV, dan V	J
9.	14/3/2017	ACC Menuju sidang <del>akhir</del> Mesa Hissaw	J

Media Sosial Snapchat

Medan, 14 Maret ..... 2017..

Dekan,

Ketua Jurusan,

Pembimbing ke-3

(Nurhasanah Nopriani)

(ABRAR ADHANI)

**KONSEP DIRI MAHASISWA SEBAGAI PENGGUNA AKTIF  
MEDIA SOSIAL SNAPCHAT  
(Studi Deskriptif Kualitatif Konsep Diri Mahasiswa FISIP USU Sebagai  
Pengguna Aktif Media Sosial Snapchat)**

**Oleh :**

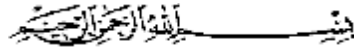
**YOLANDA HARAHAHAP (1303110184)**

***ABSTRAK***

Penelitian ini berjudul Konsep Diri Mahasiswa Sebagai Pengguna Aktif Media Sosial Snapchat (Studi Deskriptif Kualitatif Konsep Diri Mahasiswa FISIP USU Sebagai Pengguna Aktif Media Sosial Snapchat). Konsep diri merupakan pandangan atau penilaian tentang diri sendiri baik secara fisik, psikologis, maupun sosial. Pandangan atau penilaian tentang diri sendiri ini, dirasakan melalui proses interaksi sosial yang dilakukan seseorang dalam kesehariannya. Interaksi sosial yang dilakukan seseorang di era sekarang, tidak lepas dari penggunaan media sosial. Penelitian ini menggunakan media sosial Snapchat sebagai objek untuk diteliti. Tujuan penelitian untuk mengetahui dan memahami konsep diri yang ditunjukkan Mahasiswa FISIP USU sebagai pengguna aktif media sosial Snapchat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan observasi. Hasil penelitian ini adalah Snapchat berperan sebagai media dalam menunjukkan konsep diri mahasiswa. Mahasiswa membentuk citra diri yang mereka inginkan saat mengupload video atau foto kesehariannya melalui media sosial Snapchat. Terdapat tiga motif mahasiswa dalam penggunaan Snapchat, yakni motif sharing, motif ekspresi diri, dan motif populer. Konsep diri mahasiswa terbagi menjadi dua kelompok, yaitu konsep diri yang memiliki sikap real dan konsep diri ideal. Mahasiswa mampu bersikap ganda dalam kehidupan sehari-hari dengan kehidupan di media sosial mereka.

**Kata kunci : Konsep diri, Mahasiswa FISIP USU, Snapchat**

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbli'alamin, segala puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah S.W.T yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat beriring salam kita hadiahkan kepada junjungan kita Baginda Nabi Muhammad S.A.W yang telah membawa umat dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh ilmu pengetahuan dan teknologi seperti sekarang ini.

Skripsi ini berjudul “Konsep Diri Mahasiswa Sebagai Pengguna Aktif Media Sosial Snapchat” diajukan penulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang Strata 1 (S-1) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak terutama dari kedua orang tua yang saya cintai dan sayangi, **Tetty Winda** dan **Harun Harahap** yang telah memberikan begitu besar kasih sayang kepada penulis serta bantuan moril dan material selama penulis menjalankan pendidikan hingga saat ini. Dan terima kasih kepada kakak tercinta **Olivia Meyola** dan **Jessica Octaria** yang telah memberikan arahan, harapan, dan semangatnya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan penulis juga mengucapkan terima kasih atas bantuan dan sarannya kepada :

1. **Bapak Dr. Agussani, M.AP** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. **Bapak Drs. Tasrif Syam, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. **Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom** selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. **Bapak Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom** selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak **Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom** selaku Pembimbing I yang telah banyak membantu memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak **Dr. Arifin Saleh, M.SP** selaku Pembimbing II yang juga telah banyak membantu memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik dan membantu penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
8. Buat teman-teman Mahasiswa FISIP USU **Dian Rahma Sari Lubis, Ayu Ladila, Giezla Muttaqien, dan Astari Ramadhani** yang telah bersedia menjadi informan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.



9. Buat Oma-Opa **Zaitun** dan **Sofyan Harahap** yang telah mencurahkan perhatian dan kasih sayangnya selama ini kepada penulis.
10. Buat teman seperjuangan **Wirta Rezky Ariani, Ahsanul Hikmah, dan Anugra Pratama Siregar, dan Muhammad Hasbi Ash Siddiqin**. Pertemanan yang positif, penulis bersyukur bisa kenal kalian. Akhirnya kita bisa wisuda sama-sama.
11. Buat seluruh teman-teman **IKO Public Relations A3 Malam** yang namanya tidak bisa disebutkan satu per satu. Kelas paling solid se-umsu, terima kasih untuk semua kehangatan, kebersamaan, dan perjuangan yang telah kita lalui bersama selama perkuliahan ini. Salam sukses untuk kita semua.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh sempurna dari yang diharapkan. Oleh karenanya, kritik dan saran yang bersifat membangun dari segenap pembaca akan penulis terima dengan sepenuh hati. Dengan bantuan dan dukungan yang telah penulis dapatkan, akhirnya dengan menyerahkan diri dan senantiasa memohon petunjuk dan perlindungan dari ALLAH S.W.T semoga amalan dan perbuatan baik tersebut mendapat imbalan yang baik pula. Amin Ya Rabbal'alam.

Medan, 15 Maret 2017

Penulis,

Yolanda Harahap

## DAFTAR ISI

<i>ABSTRAK</i> .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pembatasan Masalah .....	8
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II URAIAN TEORITIS.....	10
A. Komunikasi.....	10
1. Model Komunikasi .....	10
2. Proses Komunikasi .....	11
3. Elemen – Elemen Komunikasi .....	12
4. Fungsi Komunikasi.....	14
5. Tujuan Komunikasi .....	15
6. Teknik Komunikasi .....	15
7. Hambatan Komunikasi .....	15
8. Media Komunikasi .....	16
B. Komunikasi Massa .....	17
1. Komponen Komunikasi Massa.....	17
2. Fungsi Komunikasi Massa .....	19
3. Karakteristik Komunikasi Massa.....	20
C. Komunikasi Antarpribadi .....	22

1.	Model Komunikasi Antarpribadi.....	24
2.	Ciri-Ciri Komunikasi Antarpribadi .....	24
3.	Proses Komunikasi Antarpribadi.....	25
4.	Fungsi dan Keampuhan Komunikasi Antarpribadi .....	27
5.	Konsep Diri dalam Komunikasi Antarpribadi.....	27
D.	Konsep Diri .....	29
1.	Pengertian Konsep Diri .....	29
2.	Dimensi-Dimensi Dalam Konsep Diri .....	31
3.	Perkembangan Konsep Diri.....	34
4.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsep Diri .....	35
5.	Konsep Diri Real dan Konsep Diri Ideal.....	36
6.	Eksistensi Diri.....	38
E.	Mahasiswa.....	39
1.	Pengertian Mahasiswa .....	39
2.	Karakteristik Perkembangan Mahasiswa.....	40
F.	Teori New Media.....	42
1.	Pengertian New Media .....	42
2.	Kelebihan dan Manfaat <i>New Media</i> .....	43
G.	Media Sosial Snapchat .....	44
1.	Fitur – Fitur Snapchat.....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....		48
A.	Jenis Penelitian .....	48
B.	Kerangka Konsep .....	49
C.	Definisi Konsep.....	49
1.	Konsep Real.....	49
2.	Mahasiswa .....	50
3.	Media Sosial Snapchat.....	50
4.	<i>Realtime</i> , bebas, dan aman secara privasi.....	50
5.	Konsep Diri Ideal.....	52
D.	Kategorisasi .....	52

E.	Informan .....	54
F.	Teknik Pengumpulan Data .....	55
G.	Teknik Analisis Data .....	57
H.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	59
I.	Deskripsi Lokasi Penelitian.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		62
A.	Penyajian Data.....	62
B.	Hasil Penelitian.....	63
1.	Profil Informan .....	63
2.	Analisis Data.....	67
2.1	Motif Penggunaan Snapchat di Kalangan Mahasiswa.....	68
2.2	Mahasiswa Mengakui Media Sosial Snapchat Membantu Dalam Membentuk Konsep Diri.....	72
2.3	Bentuk Konsep Diri Mahasiswa Pengguna Snapchat.....	73
C.	Pembahasan Data.....	76
BAB V PENUTUP.....		79
A.	Kesimpulan.....	79
B.	Saran .....	80
DAFTAR PUSTAKA		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	
Penetrasi Pengguna Internet Indonesia.....	2
Tabel 1.2	
Perilaku Pengguna Internet Indonesia.....	3
Tabel 2.1	
Teori Johari Window.....	26
Tabel 3.1	
Kerangka Konseptual Penelitian.....	49
Tabel 3.2	
Kategorisasi Penelitian.....	53
Tabel 3.3	
Teknik Analisis Data Strategi Deskriptif Kualitatif.....	58
Tabel 4.1	
Motif Pengguna Aktif Snapchat.....	71
Tabel 4.2	
Konsep Diri Mahasiswa Pengguna Aktif Snapchat.....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik USU.....	60
Gambar 4.1	
Profile Snapchat DR.....	64
Gambar 4.2	
Profile Snapchat AL.....	65
Gambar 4.3	
Profile Snapchat GM.....	66
Gambar 4.4	
Profile Snapchat AR.....	67

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Ilmu pengetahuan mendekatkan manusia dengan teknologi. Dunia digital yang kian meluas tak bisa lepas dari pengaruh keberadaan internet yang semakin berkembang pesat. Sebagai produk teknologi, maka internet dapat memunculkan jenis interaksi sosial baru yang berbeda dengan interaksi sosial sebelumnya (Alyusi, 2016:1). Televisi dan radio sebagai media konvensional sudah mulai ditinggalkan. Kecepatan informasi melalui internet mengalahkan eksistensi televisi dan radio sebagai media konvensional. Selain sebagai sarana mencari informasi, internet hadir sebagai media yang interaktif. Masyarakat mulai kurang ketertarikan pada media konvensional yang dianggap pasif.

Kemajuan informasi dan komunikasi tidak lepas dari kemajuan teknologi. Fenomena ini menjadi konsumsi di berbagai negara, baik negara maju maupun berkembang. Salah satunya Indonesia, kini remaja Indonesia tidak lepas dari pengaruh hadirnya internet.

Hadirnya internet membawa remaja Indonesia merasakan manfaat baru khususnya kemudahan dalam berinteraksi secara online dengan orang lain. Gadget seperti kebutuhan pokok yang lazim dimiliki remaja Indonesia demi mendukung kehidupan sosialnya. Dalam menjalin interaksi dengan orang lain melalui gadget, remaja sekarang terhubung dengan berbagai platform jejaring sosial yang disebut dengan media sosial.

Pengguna internet di Indonesia di tahun 2016 mencapai 132,7 juta pengguna. Angka ini menunjukkan kenaikan yang pesat dari 88 juta pengguna di tahun 2014. Data tersebut juga menggambarkan bahwa pengguna internet di Indonesia melampaui jumlah setengah penduduk Indonesia yang berjumlah 256,2 juta penduduk. Pengguna internet di Indonesia dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut.

**Tabel 1.1 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia**

<b>NO</b>	<b>PULAU DI INDONESIA</b>	<b>PENGGUNA INTERNET (dalam jutaan)</b>	<b>PERSENTASE</b>
1	SUMATERA	20.752.185	15,7 %
2	JAWA	86.339.350	65 %
3	BALI & NUSA	6.148.796	4,7 %
4	KALIMANTAN	7.685.992	5,8 %
5	SULAWESI	8.454.592	6,3 %
6	MALUKU DAN PAPUA	3.330.596	2,5 %
	Total	132.711.511	100 %

Sumber : Hasil Survey APJII, 2016

Hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2016 tersebut menunjukkan media sosial sebagai posisi pertama menjadi jenis konten internet yang paling banyak diakses pengguna internet di Indonesia. Internet menjadi budaya baru bagi mayoritas masyarakat Indonesia. Media sosial dengan kemudahannya menjadi incaran pengguna internet Indonesia.



Dilihat dari jumlah 132,7 juta penduduk pengguna internet di Indonesia, ada sekitar 97,4% persen atau 129,2 juta pengguna internet Indonesia yang lebih memilih media sosial untuk jenis konten yang dikunjungi.

Perilaku pengguna internet di Indonesia dapat dilihat pada tabel 1.2 di bawah ini.

**Tabel 1.2 Perilaku Pengguna Internet Indonesia**

NO	JENIS KONTEN	JUMLAH	PERSENTASE
1	MEDIA SOSIAL	129,2 JUTA	97,4 %
2	HIBURAN	128,4 JUTA	96,8 %
3	BERITA	127,9 JUTA	96,4 %
4	PENDIDIKAN	124,4 JUTA	93,8 %
5	KOMERSIAL	123,5 JUTA	93,1 %
6	LAYANAN PUBLIK	121,5 JUTA	91,6 %

Sumber : Hasil Survey APJII 2016.

Media sosial memberikan tempat bagi seseorang untuk mempresentasikan dirinya kepada khalayak. Media sosial sebagai produk budaya baru kian digemari karena kemudahannya. Media baru disini adalah media yang muncul dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Orang-orang kerap memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk menunjukkan identitas dirinya.

Hal yang sering kita lihat contohnya, menunjukkan identitas sosial dengan simbol-simbol tertentu melalui posan yang mereka tampilkan di media sosial. Selain menunjukkan identitas, media sosial juga digunakan untuk mengembangkan hubungan pribadi dengan orang lain. Ketika seseorang berbicara

mengenai identitas dirinya, hal ini berkaitan dengan konsep diri. Konsep diri disini menjadi suatu identitas yang membedakan seseorang dengan yang lainnya.

Branden (1983) dalam bukunya *Honoring The Self* mendefinisikan konsep diri sebagai pikiran, keyakinan, dan kesan seseorang tentang sifat dan karakteristik dirinya, keterbatasan dan kapabilitasnya, serta kewajiban dan aset-aset yang dimilikinya (Rahman, 2014:62). Menurut Agustiani (2009:138) konsep diri merupakan gambaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya, yang dibentuk melalui pengalaman-pengalaman yang diperoleh dari interaksi dengan lingkungan.

Snapchat menjadi salah satu platform media sosial yang terkenal saat ini. Mahasiswa Stanford University yakni Evan Spiegel, Reggie Brown, dan Bobby Murphy adalah sosok yang melahirkan ide Snapchat ini. Snapchat adalah aplikasi jejaring sosial yang bisa digunakan pengguna untuk berbagi foto dan video. Namun, pesan foto dan video tersebut akan terhapus secara otomatis dalam beberapa detik.

Menurut Bloomberg, Snapchat menerima lebih dari 7 miliar unggahan video dari 100 juta penggunanya setiap hari. Hal ini berbeda jauh dengan Facebook yang hanya menerima 8 miliar unggahan, dengan 1,5 miliar penggunanya. Snapchat memiliki keunikan tersendiri dibanding platform media sosial lainnya. Interaksi yang terjalin melalui Snapchat hanya terjadi ketika seseorang memasukkan pengguna lainnya menjadi daftar “My Friend”, istilah pertemanan di media sosial ini.

Salah satu karakteristik komunikasi interpersonal menurut Richard L. Weaver yaitu komunikasi interpersonal tidak harus dilakukan secara tatap muka (Budyatna dan Ganiem, 2011:15). Hal tersebut mengartikan bahwa dengan tidak bertatap muka pun, komunikasi bisa terjalin dengan bantuan media tertentu, salah satunya media sosial. Internet hadir dengan segala manfaatnya, sebelum adanya media sosial, bertukar informasi sudah terasa mudah dengan hadirnya surat elektronik atau email.

Berbicara mengenai media sosial, Snapchat dengan keunikannya menjadi platform jejaring sosial yang paling aman dan mudah digunakan. Berbeda dengan media sosial lainnya, postingan di snapchat bersifat *real time*. Artinya, postingan direkam secara langsung pada waktu yang sama di *gadget* yang sama. Hal ini berbeda dengan Instagram, Youtube, Twitter, dan Facebook yang postingannya tidak dapat diketahui kapan *moment* itu “sebenarnya” diambil. Menurut peneliti hal ini tentunya membuat pertemanan di Snapchat terasa begitu dekat dan postingan yang ditampilkan terasa lebih apa adanya.

Hal yang menarik dari Snapchat adalah, unggahan foto maupun video dari pengguna memiliki sifat sementara atau tidak permanen. Jika pengguna berbagi dengan mengunggah foto maupun video, momen yang mereka bagi tersebut akan hilang dengan waktu yang disesuaikan oleh pengguna. Foto maupun video tersebut akan musnah dalam maksimal waktu 10 detik.

Hal ini tentunya menjadi keunggulan maupun bumerang bagi Snapchat. Tidak ada kekhawatiran bagi pengguna dalam mengepos konten atau video pada akunnya. Pengguna tidak perlu khawatir jika konten yang ia unggah akan

meninggalkan jejak digital. Namun hal ini tidak berlaku jika ada pihak ketiga merekamnya dari gadget lain. Namun tentu saja, Snapchat yang bersifat realtime rawan untuk disalah gunakan jika tidak menggunakannya dengan bijak.

Hal ini menjadikan Snapchat erat kaitannya dengan konsep diri. Snapchat sebagai produk media baru memberi kemudahan untuk menjalin interaksi lebih dekat. Proses interaksi dengan orang lain dan mendapat umpam balik dalam proses interaksi tersebut, berdampak pada perkembangan konsep diri.

Kaitan konsep diri dengan snapchat adalah sifat dari snapchat itu sendiri yang menurut hemat peneliti memberikan ruang bebas bagi seseorang untuk lebih menunjukkan atau merekonstruksi identitas dirinya. Snapchat yang bersifat *realtime*, bebas, tanpa aturan, dan aman dari segi privasi, memberikan kebebasan bagi penggunanya dalam mengunggah apa saja yang diinginkan. Pengguna yang biasanya menjaga *image* nya di media sosial lain, memungkinkan untuk lebih sedikit bersikap terbuka di media sosial Snapchat tersebut.

Berbagai penelitian mengenai konsep diri dan media sosial pernah dilakukan. Salah satunya Naishya Indria Zatalini (2015). Ia membahas “Twitter dan Konsep Diri”. Melalui penelitian dengan pendekatan kualitatif tersebut. Naishya menghasilkan kesimpulan bahwa Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah mahasiswa sebagai pengguna twitter memiliki karakteristik yang terlihat dari masing-masing profil twitternya.

Namun penelitian tersebut hanya membahas sebatas bentuk konsep diri yang ditunjukkan dari penggunaan media sosial, yakni konsep diri positif ataupun

konsep diri negatif. Padahal, dapat dikembangkan lebih dalam bahwa media sosial tak hanya menunjukkan konsep diri para penggunanya, melainkan dapat juga dijadikan sarana dalam membentuk konsep diri yang baru.

Snapchat dengan keunikannya kian digandrungi oleh kalangan remaja, tak terkecuali mahasiswa. Mahasiswa dengan interaksi sosialnya yang tinggi, kini memiliki alternatif untuk berbagi melalui platform media sosial yang lebih intim.

Snapchat sendiri memiliki sejumlah fitur menarik yang mejadi favorit bagi mahasiswa. Apalagi fitur di Snapchat yang memungkinkan penggunanya bisa berbagi pesan “rahasia” disana. Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Sumatera Utara misalnya. Dari hasil wawancara sederhana peneliti, mereka kini lebih nyaman saat berinteraksi melalui media sosial Snapchat. Pengguna dalam Snapchat lebih bebas untuk bersikap konyol atau mengeluarkan guyonannya, karena konten yang mereka unggah bisa di atur sekian detik untuk tampil dan bisa di atur juga untuk hilang dalam 24 jam. Privasi yang ditawarkan oleh Snapchat inilah yang menjadi alasan Snapchat kian menjadi favorit.

Pemilihan Mahasiswa FISIP USU disini didasari bahwa cukupnya mereka mendapat pengetahuan mengenai perkembangan media baru maupun konsep diri. Peneliti ingin mengetahui bagaimana mereka tanggap dan menceritakan kembali pengalaman saat menggunakan media sosial Snapchat ini.

Beberapa uraian peneliti mengenai latar belakang penelitian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Konsep Diri Mahasiswa FISIP USU Sebagai Pengguna Aktif Media Sosial Snapchat”.

### **B. Pembatasan Masalah**

Pembatasan penelitian diperlukan untuk menghindari ruang lingkup yang terlalu luas dalam penelitian. Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Mahasiswa (perempuan) usia 18-25 tahun yang merupakan Mahasiswa FISIP USU
- b. Informan memiliki akun Snapchat dan memiliki lebih dari 1000 jumlah story di akun Snapchat.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut : “Bagaimana konsep diri Mahasiswa FISIP USU sebagai pengguna aktif media sosial Snapchat?”.

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui konsep diri Mahasiswa FISIP USU sebagai pengguna aktif di media sosial Snapchat.

## **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah :

- a. Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat disumbangkan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi dalam rangka memperkaya khasanah penelitian dan sumber bacaan.
- b. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya penelitian khususnya kajian tentang penggunaan media sosial.
- c. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada berbagai pihak dalam menilai konsep diri pengguna media sosial khususnya pengguna media sosial Snapchat.

## **F. Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari beberapa sub-bab dengan uraian masing masing dengan substansi sebagai berikut: Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat penelitian dan Sistematika Penulisan.

### **BAB II : URAIAN TEORITIS**

Bab ini menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Pada bab ini pula dimungkinkan mengajukan lebih dari satu teori atau data sekunder/tersier untuk membahas permasalahan yang menjadi topik skripsi, sepanjang teori-teori data sekunder.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini mengungkapkan rancangan penelitian, prosedur penelitian, sampel, unit analisis, informan penelitian, teknik pengumpulan dan analisis data, dan metode ujinya.

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN**

Bab ini menguagikan tentang Hasil Penelitian dan Pembahasan.

#### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini terdiri dari simpulan dan saran.



## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **A. Komunikasi**

Definisi komunikasi dapat diartikan berbeda-beda, tergantung kemanfaatannya. Hal ini mengisyaratkan bahwa tidak definisi yang benar maupun salah. Sebuah model atau teori sekalipun, manfaatnya harus dilihat apakah bisa menjelaskan sebuah fenomena ataupun tidak. Berbagai macam definisi komunikasi bisa kita lihat dari berbagai sumber. Komunikasi bisa diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari seseorang kepada seseorang juga, dalam arti sempit. Atau dalam arti luas, komunikasi adalah proses berbagi pengalaman antar individu melalui media tertentu dan efek tertentu.

Sampai batas tertentu, setiap makhluk dapat dikatakan melakukan komunikasi dalam pengertian berbagi pengalaman (Mulyana, 2015:46).

#### **1. Model Komunikasi**

Telah lahir ratusan model komunikasi yang telah dibuat oleh para pakar Ilmu Komunikasi. Latar belakang keilmuan yang berbeda, paradigma yang digunakan dalam menyusun suatu model, kondisi lingkungan zaman, menjadi alasan banyaknya ragam suatu model komunikasi tersebut.

Lasswell's Model yang dianggap oleh para pakar komunikasi sebagai salah satu teori komunikasi yang paling awal dalam perkembangan teori komunikasi, menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan : *Who Says What In Which Channel To*

*Whom With What Effect* (Siapa Mengatakan Apa Melalui Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa). Jawaban bagi pertanyaan paradigmatis Lasswell tersebut merupakan unsur-unsur proses komunikasi, yaitu *Communicator* (Komunikator), *Message* (Pesan), *Media* (Media), *Receiver* (Komunikas/Penerima), dan *Effect* (Efek) (Effendy, 2003:253).

Model lain yang dikenal lebih luas adalah model David K. Berlo, yang ia kemukakan pada tahun 1960. Model ini dikenal dengan model SMCR, kepanjangan dari Source (sumber), Message (pesan), Channel (saluran), dan Receiver (penerima) (Mulyana, 2015:162). Source atau sumber yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengguna aktif Snapchat yang memiliki usia 18-25 tahun. Konten video maupun foto yang dibagikan oleh pengguna aktif Snapchat ini adalah message nya. Channel atau saluran dalam penelitian ini adalah Snapchat. Adapun yang menjadi receiver atau penerima dalam penelitian ini adalah pengguna yang menjadi daftar teman oleh akun pengguna.

## **2. Proses Komunikasi**

Penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan adalah gambaran telah terjadinya suatu proses komunikasi. Ketika proses ini terjadi, pesan yang disampaikan meliputi dua aspek, yaitu pikiran yang menghasilkan suatu pesan, dan lambang yang menghasilkan suatu bahasa.

Komunikator “mengemas” dan “membungkus” pikiran dengan bahasa yang dilakukannya, yang dalam komunikasi dinamakan encoding. Hasil encoding itu kemudian dikirimkan kepada komunikan. Proses dalam diri komunikan dalam membuka kemasan atau bungkus pesan tadi dalam komunikasi disebut

decoding (Effendy, 2003 : 32). Hal ini mengungkapkan bahwa, proses komunikasi akan terjadi jika komunikan mengerti isi pesan dari komunikator. Komunikasi pun tidak terjadi, jika komunikan tidak mengerti isi pesan dari komunikator.

### **3. Elemen – Elemen Komunikasi**

Elemen-elemen komunikasi selalu dilibatkan dalam setiap peristiwa komunikasi. Baik komunikasi intrapersonal, interpersonal, komunikasi kelompok, maupun komunikasi massa.

Menurut Joseph Dominick (Morissan, 2013:17) setiap peristiwa komunikasi akan melibatkan delapan elemen komunikasi sebagai berikut:

#### a) Sumber

Menurut Hovland (Morissan, 2013:17), karakteristik sumber berperan dalam memengaruhi penerimaan awal pada pihak penerima pesan namun memiliki efek minimal dalam jangka panjang. Sumber atau komunikator bisa jadi adalah individu, kelompok, atau bahkan organisasi.

#### b) *Enkoding*

*Enkoding* adalah proses yang terjadi di otak untuk menghasilkan pesan. *Enkoding* dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan sumber untuk menerjemahkan pikiran dan ide-idenya ke dalam suatu bentuk yang dapat diterima oleh indra pihak pertama. *Enkoding* dalam proses komunikasi dapat berlangsung satu kali namun dapat terjadi berkali-kali.

c) Pesan

Pesan adalah hasil dari proses enkoding yang dapat dirasakan atau diterima oleh indra. Pesan dapat ditujukan kepada satu individu saja atau kepada jutaan individu.

d) Saluran

Saluran atau channel adalah jalan yang dilalui pesan untuk sampai kepada penerima. Pesan terkadang membutuhkan lebih dari satu saluran untuk dapat mencapai penerimanya. Misalnya, suara penyiar di stasiun radio menggunakan saluran gelombang elektromagnetik untuk mencapai pesawat radio penerima yang kemudian mengubahnya menjadi gelombang suara yang merambat melalui udara sebelum mencapai telinga pendengarnya.

e) *Dekoding*

*Dekoding* adalah kegiatan untuk menerjemahkan atau menginterpretasikan pesan-pesan fisik ke dalam suatu bentuk yang memiliki arti bagi penerima. Ada pesan yang tidak dapat didekoding karena pihak yang melakukan *encoding* (*encoder*) meletakkan pesan di saluran yang salah. Misalnya, panggilan telepon tidak akan pernah bisa di decoding oleh seseorang yang tuli. Pesan melalui e-mail tidak akan pernah bisa diterima oleh orang yang tidak memiliki komputer.

f) Penerima

Penerima sering pula disebut dengan “komunikan”. Penerima dapat berupa satu individu, satu kelompok, lembaga atau bahkan suatu kumpulan besar manusia yang tidak saling mengenal.

g) Umpan Balik

Umpan balik menjadi tempat perputaran arah dari arus komunikasi. Umpan balik atau *feedback* adalah tanggapan atau respons dari penerima pesan yang membentuk dan mengubah pesan berikut yang akan disampaikan sumber.

h) Gangguan

Gangguan dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang mengintervensi proses pengiriman pesan. Setidaknya terdapat tiga jenis gangguan dalam komunikasi yaitu: gangguan semantik, gangguan mekanik, dan gangguan lingkungan.

#### **4. Fungsi Komunikasi**

Rudolph F. Verderber mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi. *Pertama*, fungsi sosial, yakni untuk tujuan kesenangan, untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan. *Kedua*, fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu, seperti: apa yang akan kita makan

pagi hari, apakah kita akan kuliah atau tidak, atau bagaimana belajar untuk menghadapi tes (Morissan, 2013:5).

## **5. Tujuan Komunikasi**

Menurut Effendy (2003:55) tujuan komunikasi adalah sebagai berikut :

- a) Mengubah sikap (*to change the attitude*)
- b) Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
- c) Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
- d) Mengubah masyarakat (*to change the society*)

## **6. Teknik Komunikasi**

Menurut Effendy (2003:55) berdasarkan keterampilan berkomunikasi yang dilakukan komunikator, teknik komunikasi diklasifikasikan menjadi komunikasi informatif, komunikasi persuasif, komunikasi perwasif, komunikasi koersif, komunikasi instruktif, dan hubungan manusiawi.

## **7. Hambatan Komunikasi**

Komunikasi tidak mudah untuk dilakukan secara efektif. Ada banyak hambatan yang bisa merusak proses komunikasi. Beberapa pakar komunikasi menyatakan bahwa individu tidak mungkin melakukan komunikasi yang benar-benar efektif. Menurut Effendy (2003:47-49) berikut beberapa hal yang merupakan hambatan komunikasi :

- a) Gangguan, menurut sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai gangguan mekanik dan gangguan semantik.

- b) Kepentingan, orang akan hanya memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan kepentingannya. Kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan.
- c) Motivasi terpendam, semakin sesuai komunikasi dengan motivasi seseorang semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan. Sebaliknya, komunikasi akan mengabaikan suatu komunikasi yang tak sesuai dengan motivasinya.
- d) Prasangka, merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi suatu kegiatan komunikasi. Dalam prasangka, emosi memaksa kita untuk menarik kesimpulan tanpa menggunakan pikiran yang rasional. Emosi seringkali membutakan pikiran dan pandangan kita terhadap fakta yang nyata bagaimanapun, oleh karena sekali prasangka itu sudah mencekam; maka seseorang tak akan dapat berfikir secara objektif dan segala apa yang dilihatnya selalu akan dinilai secara negatif.

## **8. Media Komunikasi**

Pemikiran McLuhan yang paling terkenal sekaligus yang paling banyak menimbulkan perdebatan mengenai maknanya adalah ungkapannya yang menyebutkan bahwa “media adalah pesan” (*the medium is the message*). Dengan kata lain, ia ingin menjelaskan bahwa media atau saluran komunikasi memiliki kekuatan dan memberikan pengaruhnya kepada masyarakat, dan bukan isi pesannya (Morissan, 2013:493).

Isi pesan yang diterima seseorang melalui Snapchat melalui video atau foto sebenarnya tidak menjadi alasan utama dalam penggunaan media sosial

Snapchat ini. Alasan utama dalam penggunaan Snapchat ini adalah “menggunakan Snapchat” itu sendiri.

## **B. Komunikasi Massa**

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Ardianto, 2004:3), yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa.

Menurut Mulyana (2015:83) komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang tersebar yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen.

### **1. Komponen Komunikasi Massa**

Proses komunikasi massa lebih kompleks, karena setiap komponennya mempunyai karakteristik tertentu adalah sebagai berikut (Ardianto, 2004:36-42).

#### **a. Komunikator**

Dalam komunikasi massa produknya bukan merupakan karya langsung seseorang, tetapi dibuat melalui usaha-usaha yang terorganisasikan dari beberapa partisipan, diproduksi secara massal, dan didistribusikan kepada massa.



b. Pesan

Sesuai dengan karakteristik dari pesan komunikasi massa yaitu bersifat umum, maka pesan harus diketahui oleh setiap orang. Penataan pesan bergantung pada sifat media yang berbeda antara satu sama lainnya.

c. Media

Media yang dimaksud dalam proses komunikasi massa yaitu media massa yang memiliki ciri khas, mempunyai kemampuan untuk memikat perhatian khalayak secara serempak (*simultaneous*) dan serentak (*instananeous*).

d. Khalayak

Khalayak yang dituju oleh komunikasi massa adalah massa atau sejumlah besar khalayak. Karena banyaknya jumlah khalayak serta sifatnya yang anonim dan heterogen, maka sangat penting bagi media untuk memperhatikan khalayak.

e. Filter dan Regulator Komunikasi Massa

Dalam komunikasi massa pesan yang disampaikan media pada umumnya ditujukan kepada massa (khalayak) yang heterogen. Khalayak yang heterogen ini akan menerima pesan melalui media sesuai dengan latar belakang sosial, ekonomi, pendidikan, agama, usia, budaya. Oleh karena itu, pesan tersebut akan di filter (disaring) oleh khalayak yang menerimanya.

f. *Gatekeeper* (Penjaga Gawang)

Dalam proses perjalanannya sebuah pesan dari sumber media massa kepada penerimanya, *gatekeeper* ikut terlibat di dalamnya. *Gatekeeper* dapat berupa seseorang atau satu kelompok yang dilalui suatu pesan dalam perjalanannya dari sumber kepada penerima.

## 2. Fungsi Komunikasi Massa

Adapun fungsi komunikasi massa menurut Dominick yang dikutip Ardianto dkk dalam bukunya “Komunikasi Massa Suatu Pengantar” (2004:15-18) adalah sebagai berikut:

a. *Surveillance* (Pengawasan)

Pengawasan mengacu kepada yang kita kenal sebagai peranan berita dan informasi dari media massa. Media mengambil tempat para pengawal yang mempekerjakan pengawasan.

b. *Interpretation* (Penafsiran)

Media massa tidak hanya menyajikan fakta atau data, tetapi juga informasi beserta penafsiran mengenai suatu peristiwa tertentu. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan

membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok.

*c. Linkage (Pertalian)*

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

*d. Transmission of Values (Penyebaran nilai-nilai)*

Fungsi ini juga disebut sosialisasi. Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa menyajikan penggambaran masyarakat dan dengan membaca, mendengar, dan menonton maka seseorang mempelajari bagaimana khalayak berperilaku dan nilai-nilai apa yang penting.

*e. Entertainment (Hiburan)*

Fungsi menghibur dari komunikasi massa tidak lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan melihat berita-berita ringan atau melihat tayangan-tayanganhiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

### **3. Karakteristik Komunikasi Massa**

Komunikasi massa, seperti bentuk komunikasi lainnya, memiliki ciri-ciri tersendiri. Menurut Nurudin dalam bukunya yang berjudul Pengantar Komunikasi Massa (2007 : 19), menjelaskan ciri komunikasi massa sebagai berikut:

#### **a. Komunikator dalam Komunikasi Massa Melembaga**

Komunikator dalam komunikasi massa bukan satu orang, tetapi kumpulan orang. Artinya, gabungan antarberbagai macam unsur dan bekerja sama satu sama lain dalam sebuah lembaga.

#### **b. Komunikasi dalam Komunikasi Massa Bersifat Heterogen**

Komunikator dalam komunikasi massa sifatnya heterogen/beragam. Artinya, komunikator terdiri dari beragam pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial ekonomi, jabatan yang beragam, dan memiliki agama atau kepercayaan yang berbeda pula.

#### **c. Pesannya Bersifat Umum**

Pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan kepada satu orang atau kelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain, pesan-pesannya ditujukan kepada khalayak yang plural.

#### **d. Komunikasinya Berlangsung Satu Arah**

Pada media massa, komunikasi hanya berjalan satu arah. Kita tidak bias langsung memberikan respon kepada komunikator.

e. Komunikasi Massa Menimbulkan Keserempakan

Salah satu ciri komunikasi massa selanjutnya adalah adanya keserempakan dalam proses penyebaran pesannya. Serempak berarti khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan.

f. Komunikasi Massa Mengandalkan Peralatan Teknis

Media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayaknya sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis. Peralatan teknis yang dimaksud misalnya pemancar untuk media elektronik (mekanik atau elektronik).

### **C. Komunikasi Antarpribadi**

Komunikasi antarpribadi adalah proses komunikasi yang terjadi antar seseorang kepada seseorang juga dengan yang melibatkan proses saling mempengaruhi didalamnya. Komunikasi antarpribadi ini dilakukan untuk bertukar dua hal. Dua hal ini adalah perasaan dan ketergantungan. Hubungan seseorang kepada orang lain yang bersifat emosional, berasal dari perasaan. Sementara itu, ketika seseorang membutuhkan orang lain untuk saling bertukar pendapat, meminta pertolongan, mencari teman, ataupun mempertahankan hidup, hal tersebut berasal dari ketergantungan seseorang kepada orang lain.

Hubungan antarpribadi ini memiliki karakteristik yang berbeda dari hubungan lainnya. Ketika seseorang menjalin hubungan antarpribadi dengan

orang lain, hubungan tersebut tanpa sadar tidak diciptakan untuk diakhiri berdasarkan kemauan individu.

Interaksi sosial yang terjalin di Snapchat membuat peneliti ingin mengaitkannya dengan Teori Interaksi Simbolik. Tiga konsep penting dalam Teori Interaksi Simbolik yang dikemukakan oleh George Herbert Mead ini menjadi konsep yang ingin peneliti telusuri dalam penelitian ini. Tiga konsep dalam teori tersebut adalah masyarakat, diri dan pikiran. Konsepnya yang kedua yaitu mengenai diri (*self*) menurut peneliti sangat pas kaitannya dengan permasalahan dalam penelitian ini.

Menurut Mead “diri” memiliki dua sisi yang masing-masing memiliki tugas penting, yaitu diri yang mewakili “saya” sebagai subjek (*i*) dan “saya” sebagai objek (*me*). Saya sebagai subjek adalah bagian dari diri yang bersifat menuruti dorongan hati (*impulsive*), tidak teratur, tidak langsung dan tidak dapat diperkirakan. Saya sebagai objek adalah konsep diri yang terbentuk dari pola-pola yang teratur dan konsisten yang seseorang dan orang lain pahami bersama. Saya subjek adalah tenaga pendorong untuk melakukan tindakan, sedangkan konsep diri atau saya objek memberikan arah dan panduan (Morissan, 2013).

Banyak orang yang secara sengaja akan mengubah situasi hidup mereka dengan maksud untuk mengubah konsep diri mereka (Morissan, 2013). Misalnya, ketika seseorang melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Banyak pelajar SMA yang menggunakan perguruan tinggi untuk membangun “saya” objeknya yang baru (mengubah konsep diri) dengan cara bergaul dengan teman-teman baru,

membentuk pergaulan baru, dan dengan membangun konsep diri yang baru pula (Morissan, 2013).

Snapchat sebagai media sosial baru digunakan pengguna dan menjadi pilihan dirinya berinteraksi dengan orang lain. Menurut hemat peneliti, snapchat bisa dijadikan wadah dalam “saya” subjek untuk membangun “saya” objeknya yang baru (mengubah konsep diri).

### **1. Model Komunikasi Antarpribadi**

Menurut Bungin (2008:260-261) model komunikasi antarpribadi adalah sebagai berikut :

- a. Persepsi terhadap diri pribadi (*self perception*)
- b. Kesadaran pribadi (*self awareness*)
- c. Pengungkapan diri (*self disclosure*)

### **2. Ciri-Ciri Komunikasi Antarpribadi**

DeVito dalam (Liliweri, 1991:13) mengemukakan 5 ciri-ciri komunikasi antarpribadi yang umum yaitu sebagai berikut:

- a. Keterbukaan (*Openess*)

Komunikator dan komunikan saling mengungkapkan ide atau gagasan bahkan permasalahan secara bebas dan terbuka tanpa ada rasa malu. Keduanya saling mengerti dan memahami pribadi masing-masing.

- b. Empati (*Emphaty*)

Komunikator dan komunikan merasakan situasi dan kondisi yang dialami mereka tanpa berpura-pura dan keduanya menanggapi apa-apa saja yang dikomunikasikan dengan penuh perhatian. Empati merupakan kemampuan seseorang untuk memproyeksikan dirinya kepada peranan orang lain. Apabila komunikator atau komunikan mempunyai kemampuan untuk melakukan empati satu sama lain, kemungkinan besar akan terjadi komunikasi yang efektif.

c. Dukungan (*Supportiveness*)

Setiap pendapat atau ide serta gagasan yang disampaikan akan mendapatkan dukungan dari pihak-pihak yang berkomunikasi. Dukungan membantu seseorang untuk lebih bersemangat dalam melaksanakan aktivitas serta meraih tujuan yang diharapkan.

d. Rasa Positif (*Positiveness*)

Apabila pembicaraan antara komunikator dan komunikan mendapat tanggapan positif dari kedua belah pihak, maka percakapan selanjutnya akan lebih mudah dan lancar. Rasa positif menjadikan orang-orang yang berkomunikasi tidak berprasangka atau curiga yang dapat mengganggu jalinan komunikasi.

e. Kesamaan (*Equality*)

Komunikasi akan lebih akrab dan jalinan pribadi akan menjadi semakin kuat apabila memiliki kesamaan tertentu antara komunikator dan komunikan dalam hal pandangan, sikap, kesamaan ideologi dan lain sebagainya.



### 3. Proses Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi adalah proses komunikasi yang saat proses itu berlangsung, seseorang dengan orang lain mengalami perasaan saling memengaruhi. Secara psikologis, perasaan saling memengaruhi ini muncul sebagai permulaan dari ikatan psikologis yang dimiliki antar manusia.

Josep Luft mengungkapkan bahwa, dalam komunikasi antar pribadi, seseorang dapat mengetahui bahkan dapat tidak mengetahui tentang dirinya maupun mengetahui orang lain. Hal tersebut dapat dijelaskan dalam Johari Window (Jendela Johari) yakni:

**Tabel 2.1 Teori Johari Window**

<i>Known by self</i>	<i>Unknown by self</i>
Arena "Diri Terbuka"	<i>Blind Area</i> "Diri Buta"
<i>Hidden Area</i> "Diri Tersembunyi"	<i>Unknown Area</i> "Diri Tak Dikenali"

Sumber : Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer, 2016.

Menurut Nurudin (2016) Dari diagram tersebut, bisa dijabarkan:

1. Pada kolom 1. Disebut dengan "diri terbuka", apa yang diketahui oleh 'personal' atau individu juga diketahui oleh orang lain, Bisa juga disebut dengan 'daerah terbuka' atau 'areal bebas' atau 'diri bebas' ataupun 'arena'.
2. Pada kolom 2. Disebut dengan "diri buta". Apa yang diketahui oleh individu tidak diketahui. bisa juga disebut "*blind spot*: atau *:blind area*".

3. Pada kolom 3. Disebut dengan "diri tersembunyi". Apa yang diketahui oleh si individu tetapi tidak diketahui oleh orang lain. Bisa juga disebut "daerah tersembunyi" atau "daerah yang dihindari".
4. Pada kolom 4. Disebut dengan "diri yang tidak dikenal". Apa yang tidak diketahui oleh individu juga tidak diketahui oleh orang lain.

Menurut teori ini, identitas sosial seseorang ikut membentuk konsep diri dan memungkinkan orang tersebut menempatkan diri pada posisi tertentu dalam jaringan hubungan – hubungan sosial yang rumit (Sarwono, 2005).

#### **4. Fungsi dan Kemampuan Komunikasi Antarpribadi**

Komunikasi antarpribadi umumnya terjadi dalam tatap muka. Dalam prosesnya, komunikasi antarpribadi dinilai ampuh jika seseorang ingin menggunakannya dalam mengubah sikap, opini, kepercayaan bahkan perilaku komunikasi. Oleh karena kemampuan dalam mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikasi itulah maka bentuk komunikasi antarpribadi acapkali dipergunakan untuk melancarkan komunikasi persuasif (*persuasive communication*) yakni suatu teknik komunikasi secara psikologis manusiawi yang sifatnya halus, luwes berupa ajakan, bujukan atau rayuan. (Effendy, 2003:61)

Komunikasi antarpribadi berfungsi dalam meningkatkan hubungan individu, menghindari konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian, serta berbagi pengalaman dan pengetahuan dengan orang lain.

Melalui komunikasi antarpribadi, individu dapat berusaha membina hubungan yang baik dengan individu lainnya, sehingga menghindari dan

mengatasi terjadinya konflik-konflik di antara individu-individu tersebut. (Cangara, 2005:56).

## **5. Konsep Diri dalam Komunikasi Antarpribadi**

Konsep diri adalah pandangan dan perasaan individu tentang dirinya. Konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita. Konsep diri yang positif, ditandai dengan lima hal, yaitu: yakin akan kemampuan mengatasi masalah, merasa setara dengan orang lain, menerima pujian tanpa rasa malu, menyadari bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui oleh masyarakat, mampu memperbaiki dirinya karena ia sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian yang tidak disenanginya dan berusaha mengubah. Menurut Rakhmat, konsep diri merupakan faktor yang sangat menentukan dalam komunikasi antarpribadi, yaitu:

a. *Nubuat yang dipenuhi sendiri*. Karena setiap orang bertingkah laku sedapat mungkin sesuai dengan konsep dirinya. Bila seseorang mahasiswa menganggap dirinya sebagai orang yang rajin, ia akan berusaha menghadiri kuliah secara teratur, membuat catatan yang baik, mempelajari materi kuliah dengan sungguh-sungguh, sehingga memperoleh nilai akademis yang baik.

b. *Membuka diri*. Pengetahuan tentang diri kita akan meningkatkan komunikasi, dan pada saat yang sama, berkomunikasi dengan orang lain meningkatkan pengetahuan tentang diri kita. Dengan membuka diri, konsep diri menjadi dekat pada kenyataan. Bila konsep diri sesuai dengan pengalaman kita, kita akan lebih terbuka untuk menerima pengalaman-pengalaman dan gagasan baru.

c. *Percaya diri (self confidence)*. Keinginan untuk menutup diri, selain karena konsep diri yang negatif timbul dari kurangnya kepercayaan kepada kemampuan sendiri. Orang yang kurang percaya diri akan cenderung sedapat mungkin menghindari situasi komunikasi. Ketakutan untuk melakukan komunikasi dikenal sebagai *communication apprehension*. Orang yang aprehensif dalam komunikasi disebabkan oleh kurangnya rasa percaya diri. Tentu tidak semua aprehensi komunikasi disebabkan kurangnya percaya diri; tetapi di antara berbagai faktor, percaya diri adalah yang paling menentukan. Untuk meningkatkan percaya diri, menumbuhkan konsep diri yang sehat menjadi perlu seperti yang dikatakan Maxwell Maltz, seorang tokoh Psikosibernetik, "*Believe in yourself and you'll succeed*"

d. *Selektivitas*. Konsep diri mempengaruhi perilaku komunikasi kita karena konsep diri mempengaruhi kepada pesan apa kita bersedia membuka diri (terpaan selektif), bagaimana kita mempersepsi pesan (persepsi selektif), dan apa yang kita ingat (ingatan selektif). (Rakhmat, 2015: 102-108).

## **D. Konsep Diri**

### **1. Pengertian Konsep Diri**

Konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita. Persepsi tentang diri boleh bersifat psikologi, sosial, dan fisis. Anita Taylor et al mendefinisikan konsep diri sebagai "*all you think and feel about you, the entire complex of beliefs and attitudes you hold about yourself*", "semua yang anda pikirkan dan anda rasakan adalah seluruh kompleks dari keyakinan dan sikap yang

anda pegang tentang diri anda” (Rakhmat, 2015:99). Konsep diri bukan merupakan faktor bawaan, melainkan berkembang dari pengalaman yang terus menerus dan terdiferensiasi. Dasar dari konsep diri individu ditanamkan pada saat-saat dini kehidupan anak dan menjadi dasar yang mempengaruhi tingkah lakunya di kemudian hari (Agustiani, 2009:138).

Menurut Hamdi (2016:10-11) dilihat dari jenisnya, konsep diri terdiri dari beberapa jenis, yaitu sebagai berikut :

a. *The Basic Self Concept*

*The basic self concept* diartikan sebagai *real self* yakni konsep seseorang terhadap dirinya yang meliputi persepsi seseorang tentang penampilan dirinya, kemampuan dan ketidakmampuannya, peranan dan status dalam kehidupannya, dan nilai-nilai, keyakinan, serta aspirasinya.

b. *The Transitory Self Concept*

*The transitory self concept* artinya kadang seseorang memiliki *self concept* yang kadang-kadang dipegangnya, tapi pada waktu lain dilepaskannya. Konsep diri ini mungkin menyenangkan mungkin juga tidak menyenangkan. Kondisinya sangat situasional, kadang dipengaruhi oleh perasaannya, atau pengalaman yang telah lalu.

c. *The Social Self Concept*

Jenis *ini* berkembang berdasarkan cara individu mempercayai orang lain yang mempersepsi dirinya baik melalui perkataan maupun tindakan. Perkembangan konsep diri ini dipengaruhi oleh kelompok sosial tempat dia hidup.

d. *The Ideal Self Concept*

*The Ideal Self Concept* merupakan konsep tentang apa yang diinginkan seseorang terhadap dirinya, atau keyakinan tentang apa yang seharusnya mengenai dirinya.

e. *Traits*

*Traits* dapat diartikan sebagai aspek atau dimensi kepribadian yang terkait dengan karakteristik respon atau reaksi seseorang yang relatif konsisten dalam rangka menyesuaikan dirinya secara khas. Diartikan juga sebagai kecenderungan yang dipelajari untuk mereaksi rangsangan dari lingkungan.

George Herbert Mead mengatakan setiap manusia mengembangkan konsep dirinya melalui (*an organism having self*) interaksi dengan orang lain dalam masyarakat dan itu dilakukan lewat komunikasi. Jadi kita mengenal diri kita lewat orang lain, yang menjadi cermin yang memantulkan bayangan kita.

## 2. Dimensi-Dimensi Dalam Konsep Diri

Agustiani (2009:139-143) Fitts (1971) membagi konsep diri dalam dua dimensi pokok, yaitu sebagai berikut :

1) Dimensi Internal

Dimensi internal adalah penilaian yang dilakukan individu yakni penilaian yang dilakukan individu terhadap dirinya sendiri berdasarkan dunia dalam dirinya. Dimensi ini terdiri dari tiga bentuk :

a. Diri Identitas (*identity self*)

Bagian diri ini merupakan aspek yang paling mendasar pada konsep diri dan mengacu pada pertanyaan, “siapakah saya?” Dalam pertanyaan tersebut tercakup label-label dan symbol-simbol yang diberikan pada diri (*self*) oleh individu-individu yang bersangkutan untuk menggambarkan dirinya dan membangun identitasnya, misalnya “Saya Angel”.

Pengetahuan individu tentang dirinya juga bertambah, sehingga ia dapat melengkapi keterangan tentang dirinya dengan hal-hal yang lebih kompleks, seperti “Saya pintar tetapi terlalu gemuk” dan sebagainya.

b. Diri Pelaku (*behavioral self*)

Diri pelaku merupakan persepsi individu tentang tingkah lakunya, yang berisikan segala kesadaran mengenai “apa yang dilakukan oleh diri”. Selain itu bagian ini berkaitan erat dengan diri identitas. Diri yang kuat akan menunjukkan adanya keserasian antara diri identitas dengan diri perilakunya, sehingga ia dapat mengenali dan menerima, baik diri sebagai identitas maupun diri sebagai pelaku. Kaitan dari keduanya dapat dilihat pada diri sebagai penilai.

c. Diri Penerimaan/Penilai (*judging self*)

Diri penilai berfungsi sebagai pengamat, penentu standar, dan evaluator. Kedudukannya adalah sebagai perantara (*mediator*) antara diri identitas dan diri pelaku. Manusia cenderung memberikan penilaian terhadap apa yang dipersepsikannya. Diri penilai menentukan kepuasan seseorang akan dirinya atau seberapa jauh seseorang menerima dirinya. Kepuasan diri yang rendah akan menimbulkan harga diri (*self esteem*) yang rendah pula akan mengembangkan

ketidakpercayaan yang mendasar pada dirinya. Sebaliknya, bagi individu yang memiliki kepuasan diri yang tinggi, kesadaran dirinya lebih realistis, sehingga lebih memungkinkan individu yang bersangkutan untuk melupakan keadaan dirinya dan memfokuskan energi serta perhatiannya ke luar diri, dan pada akhirnya dapat berfungsi lebih konstruktif.

Ketiga bagian internal ini mempunyai peranan yang berbeda-beda, namun saling melengkapi dan berinteraksi membentuk suatu diri yang utuh dan menyeluruh.

## 2) Dimensi Eksternal

Pada dimensi eksternal, individu menilai dirinya melalui hubungan dan aktivitas sosialnya, nilai-nilai yang dianutnya, serta hal-hal lain di luar dirinya. Dimensi ini merupakan suatu hal yang luas, misalnya diri yang berkaitan dengan sekolah, organisasi, agama, dan sebagainya. Namun, dimensi yang dikemukakan oleh Fitts adalah dimensi eksternal yang bersifat umum bagi semua orang, dan dibedakan atas lima bentuk, yaitu:

### a. Diri Fisik (*physical self*)

Diri fisik menyangkut persepsi seseorang terhadap keadaan dirinya secara fisik. Dalam hal ini terlihat persepsi seseorang mengenai kesehatan dirinya, penampilan dirinya (cantik, jelek, menarik, tidak menarik) dan keadaan tubuhnya (tinggi, pendek, gemuk, kurus).

### b. Diri etik-moral (*moral-ethical self*)



Bagian ini merupakan persepsi seseorang terhadap dirinya dilihat dari standar pertimbangan nilai moral dan etika. Hal ini menyangkut persepsi seseorang mengenai hubungan dengan Tuhan, kepuasan seseorang akan kehidupan keagamaannya dan nilai-nilai moral yang dipegangnya, yang meliputi batasan baik dan buruk.

c. Diri Pribadi (*personal self*)

Diri pribadi merupakan perasaan atau persepsi seseorang tentang keadaan pribadinya. Hal ini tidak dipengaruhi oleh kondisi fisik atau hubungan dengan orang lain, tetapi dipengaruhi oleh sejauh mana individu merasa puas terhadap pribadinya atau sejauh mana ia merasa dirinya sebagai pribadi yang tepat.

d. Diri Keluarga (*family self*)

Diri keluarga menunjukkan perasaan dan harga diri seseorang dalam kedudukannya sebagai anggota keluarga. Bagian ini menunjukkan seberapa jauh seseorang merasa kuat terhadap dirinya sebagai anggota keluarga, serta terhadap peran maupun fungsi yang dijalankannya sebagai anggota dari suatu keluarga.

e. Diri Sosial (*social self*)

Bagian ini merupakan penilaian individu terhadap interaksi dirinya dengan orang lain maupun lingkungan di sekitarnya. Pembentukan penilaian individu terhadap bagian-bagian dirinya dalam dimensi eksternal ini dapat dipengaruhi oleh penilaian dan interaksinya dengan orang lain. Seseorang tidak dapat begitu saja menilai bahwa ia memiliki fisik yang baik tanpa adanya reaksi dari orang lain yang memperlihatkan bahwa secara fisik ia memang menarik. Demikian pula seseorang tidak dapat mengatakan bahwa ia memiliki pribadi yang baik tanpa

adanya tanggapan atau reaksi orang lain di sekitarnya yang menunjukkan bahwa ia memang memiliki pribadi yang baik.

### **3. Perkembangan Konsep Diri**

Perkembangan konsep diri merupakan proses yang terus berlanjut di sepanjang kehidupan manusia. Symonds mengatakan bahwa persepsi tentang diri tidak langsung muncul pada saat kelahiran, tetapi mulai berkembang secara bertahap dengan munculnya kemampuan perseptif. Diri (*self*) berkembang ketika individu merasakan bahwa dirinya terpisah dan berbeda dari orang lain. Ketika ibu dikenali sebagai orang yang terpisah dari dirinya dan ia mulai mengenali wajah-wajah orang lain, seorang bayi membentuk pandangan yang masih kabur tentang dirinya sebagai seorang individu (Agustiani, 2009:143).

Dalam Agustiani (2009:143) selama periode awal kehidupan, konsep diri individu sepenuhnya didasari oleh persepsi tentang diri sendiri. Kemudian dengan bertambahnya usia, pandangan tentang diri ini menjadi lebih banyak didasari oleh nilai-nilai yang diperoleh dari interaksi dengan orang lain.

Selama masa anak pertengahan dan akhir, kelompok teman sebaya mulai memainkan peran yang dominan, menggantikan orang tua sebagai orang yang turut berpengaruh pada konsep diri mereka. Anak makin mengidentifikasi diri dengan anak-anak seusianya dan mengadopsi bentuk-bentuk tingkah laku dari kelompok teman sebaya dari jenis kelamin yang sama. Selama masa anak akhir konsep diri yang terbentuk sudah agak stabil. Tetapi dengan mulainya masa pubertas terjadi perubahan drastis pada konsep diri. Remaja yang masih muda mempersepsikan dirinya sebagai orang dewasa dalam banyak cara, namun bagi

orang tua ia tetap masih seorang anak-anak. Walaupun ketidaktergantungan dari orang dewasa masih belum mungkin terjadi dalam beberapa tahun, remaja mulai terarah pada pengaturan tingkah laku sendiri (Agustiani, 2009:144).

Agustiani (2009) juga mengatakan, karena perubahan-perubahan yang terjadi mempengaruhi remaja pada hampir semua area kehidupan, konsep diri juga berada dalam keadaan terus berubah pada periode ini. Ketidakpastian masa depan, membuat formulasi dari tujuan yang jelas merupakan tugas yang sulit. Namun, dari penyelesaian masalah dan konflik remaja inilah lahir konsep diri orang dewasa. Biasanya ego orang dewasa sudah terbentuk dengan lengkap, namun mulai dari sini konsep diri menjadi semakin sulit berubah.

#### **4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsep Diri**

Jalaluddin Rakhmat (2015) mengemukakan dua hal yang menjadi faktor dalam mempengaruhi konsep diri :

##### **a. Orang Lain**

Gabriel Marcel, filosof eksistensialis, yang mencoba menjawab misteri keberadaan, *The Mystery of Being*, menulis tentang peranan orang lain dalam memahami diri kita, "*The fact is that we can understand ourselves by starting from the other, or from others, and only by starting from them.*" Kita mengenal diri kita dengan mengenal orang lain terlebih dahulu. Betapa bagaimana Anda menilai diri saya, akan membentuk konsep diri saya.

Harry Stack Sullivan (1953) menjelaskan bahwa jika kita diterima orang lain, dihormati, dan disenangi karena keadaan diri kita, kita akan cenderung bersikap menghormati dan menerima diri kita. Sebaliknya, bila orang lain selalu

meremehkan kita, menyalahkan kita dan menolak kita, kita akan cenderung tidak akan menyenangi diri kita (Rakhmat, 2015:99-100).

b. Kelompok Rujukan (*Reference Group*)

Setiap kelompok mempunyai norma-norma tertentu, ada kelompok yang secara emosional mengikat kita dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri kita, hal ini disebut kelompok rujukan. Dengan melihat kelompok ini, orang mengarahkan perilakunya dan menyesuaikan dirinya dengan ciri-ciri kelompoknya (Rakhmat, 2015:102).

## 5. Konsep Diri Real dan Konsep Diri Ideal

Konsep diri (*self concept*) menurut Carl R. Rogers adalah bagian sadar dari ruang fenomenal yang disadari dan disimbolisasikan, dimana “aku” merupakan pusat referensi setiap pengalaman. Konsep diri merupakan bagian inti dari pengalaman individu yang secara perlahan dibedakan dan disimbolisasikan sebagai bayangan tentang diri yang mengatakan “apa dan siapa aku sebenarnya” dan “apa yang sebenarnya harus saya perbuat”. Jadi, *self concept* adalah kesadaran batin yang tetap, mengenai pengalaman yang berhubungan dengan aku dan membedakan aku dari yang bukan aku (Yusuf, 2008).

Dalam Yusuf (2008) Konsep diri menurut Rogers terbagi menjadi 2 yaitu konsep diri real dan konsep diri ideal. *Real-Self* adalah keadaan diri individu saat ini, sementara *Ideal-Self* adalah keadaan diri individu yang ingin dilihat oleh individu itu sendiri atau apa yang ingin dicapai oleh individu tersebut. Untuk menunjukkan apakah kedua konsep diri tersebut sesuai atau tidak, Rogers mengenalkan 2 konsep lagi yaitu:

1. *Incongruence* adalah ketidakcocokan antara *self* yang dirasakan dalam pengalaman aktual disertai pertentangan dan kekacauan batin.

2. *Congruence* berarti situasi dimana pengalaman diri diungkapkan dengan seksama dalam sebuah konsep diri yang utuh, integral, dan sejati.

Dampak dari *incongruence* adalah Rogers berfikir bahwa manusia akan merasa gelisah ketika konsep diri mereka terancam. Untuk melindungi diri mereka dari kegelisahan tersebut, manusia akan mengubah perbuatannya sehingga mereka mampu berpegang pada konsep diri mereka. Manusia dengan tingkat *incongruence* yang lebih tinggi akan merasa sangat gelisah karena realitas selalu mengancam konsep diri mereka secara terus menerus.

Konsep diri menggambarkan konsepsi orang tentang dirinya sendiri, ciri-ciri yang dianggapnya menjadi bagian dari dirinya. Konsep diri juga menggambarkan pandangan diri dalam kaitannya dengan berbagai perannya dalam kehidupan dan dalam kaitannya dengan hubungan interpersonal.

## **6. Eksistensi Diri**

Seperti yang disebutkan dalam konsep Dramaturgi karya Erving Goffman, yang dikutip oleh Mulyana (2015) bahwa Individu akan berlomba-lomba menampilkan dirinya sebaik mungkin. Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain. Upaya ini disebut sebagai pengelolaan kesan (*impression management*), yaitu teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konsep dramaturgi, kehidupan sosial manusia dimaknai sama

seperti pertunjukkan drama dimana terdapat aktor yang memainkan perannya (Mulyana, 2015).

Melihat teori dramaturgi diatas maka kita dapat menyimpulkan bahwa setiap orang memiliki hasrat untuk menjadi titik perhatian pusat bagi orang lain. Setiap orang memiliki keinginan untuk menunjukkan yang terbaik dari yang mereka miliki untuk sekedar mendapatkan pengakuan dari orang lain. Kemampuan media sosial menyediakan fasilitas untuk menjawab kebutuhan manusia akan aktualisasi diri menjadikan jejaring sosial ini tidak hanya sebagai media berbagi informasi, tetapi juga sebagai media yang tepat untuk menunjukkan eksistensi penggunanya.

## **E. Mahasiswa**

### **1. Pengertian Mahasiswa**

Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas.

Menurut Siswoyo (2007: 121) mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak

dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi.

Seorang mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan yang usianya 18 sampai 25 tahun. Tahap ini dapat digolongkan pada 19 masa remaja akhir sampai masa dewasa awal dan dilihat dari segi perkembangan, tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini ialah pemantapan pendirian hidup (Yusuf, 2012: 27).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa ialah seorang peserta didik berusia 18 sampai 25 tahun yang terdaftar dan menjalani pendidikannya di perguruan tinggi baik dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas. Sedangkan dalam penelitian ini, subyek yang digunakan ialah dua mahasiswa yang berusia 23 tahun dan masih tercatat sebagai mahasiswa aktif.

## **2. Karakteristik Perkembangan Mahasiswa**

Perguruan tinggi dapat menjadi masa penemuan intelektual dan pertumbuhan kepribadian. Mahasiswa berubah saat merespon terhadap kurikulum yang menawarkan wawasan dan cara berpikir baru seperti; terhadap mahasiswa lain yang berbeda dalam soal pandangan dan nilai, terhadap kultur mahasiswa yang berbeda dengan kultur pada umumnya, dan terhadap anggota fakultas yang memberikan model baru.

Ciri-ciri perkembangan remaja lanjut atau remaja akhir (usia 18 sampai 21 tahun) dapat dilihat dalam tugas-tugas perkembangan yaitu (Gunarsa: 2001: 129-131) :

a) Menerima keadaan fisiknya; perubahan fisiologis dan organis yang sedemikian hebat pada tahun-tahun sebelumnya, pada masa remaja akhir sudah lebih tenang. Struktur dan penampilan fisik sudah menetap dan harus diterima sebagaimana adanya. Kekecewaan karena kondisi fisik tertentu tidak lagi mengganggu dan sedikit demi sedikit mulai menerima keadaannya.

b) Memperoleh kebebasan emosional; masa remaja akhir sedang pada masa proses melepaskan diri dari ketergantungan secara emosional dari orang yang dekat dalam hidupnya (orangtua). Kehidupan emosi yang sebelumnya banyak mendominasi sikap dan tindakannya mulai terintegrasi dengan fungsi-fungsi lain sehingga lebih stabil dan lebih terkendali. Dia mampu mengungkapkan pendapat dan perasaannya dengan sikap yang sesuai dengan lingkungan dan kebebasan emosionalnya.

c) Mampu bergaul dia mulai mengembangkan kemampuan mengadakan hubungan sosial baik dengan teman sebaya maupun orang lain yang berbeda tingkat kematangan sosialnya. Dia mampu menyesuaikan dan memperlihatkan kemampuan bersosialisasi dalam tingkat kematangan sesuai dengan norma sosial yang ada.

d) Menemukan model untuk identifikasi; dalam proses ke arah kematangan pribadi, tokoh identifikasi sering kali menjadi faktor penting, tanpa tokoh identifikasi timbul kekaburan akan model yang ingin ditiru dan memberikan pengarahan bagaimana bertingkah laku dan bersikap sebaik-baiknya.



e) Mengetahui dan menerima kemampuan sendiri; pengertian dan penilaian yang objektif mengenai keadaan diri sendiri mulai terpupuk. Kekurangan dan kegagalan yang bersumber pada keadaan kemampuan tidak lagi mengganggu berfungsinya kepribadian dan menghambat prestasi yang ingin dicapai.

f) Memperkuat penguasaan diri atas dasar skala nilai dan norma; nilai pribadi yang tadinya menjadi norma dalam melakukan sesuatu tindakan bergeser ke arah penyesuaian terhadap norma di luar dirinya. Baik yang berhubungan dengan nilai sosial ataupun nilai moral. Nilai pribadi adakalanya harus disesuaikan dengan nilai-nilai umum (positif) yang berlaku dilingkungannya.

g) Meninggalkan reaksi dan cara penyesuaian keanak-kanakan; dunia remaja mulai ditinggalkan dan dihadapannya terbentang dunia dewasa yang akan dimasuki. Ketergantungan secara psikis mulai ditinggalkan dan ia mampu mengurus dan menentukan sendiri. Dapat dikatakan masa ini ialah masa persiapan ke arah tahapan perkembangan berikutnya yakni masa dewasa muda.

## **F. Teori New Media**

### **1. Pengertian New Media**

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. McQuail dan rekan (1972) mengemukakan empat alasan mengapa audiensi menggunakan media yaitu pengalihan (*diversion*),

hubungan personal, identitas personal, dan pengawasan (*surveillance*) (Morissan, 2013). Orang menggunakan media massa untuk mengatasi rintangan antara mereka dan orang-orang lain atau menghindari aktivitas lain.

New Media atau media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). Definisi lain media online adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media didalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011). New Media merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008: 13).

Salah satu bagian dari new media adalah "*Network Society*". "*Network society*" adalah formasi sosial yang berinfrastruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektivitas (Van Dijk, 2006:20).

Internet adalah salah satu bentuk dari media baru (*new media*). Internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk dikembangkan kedepannya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan image sendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputeryang terhubung secara

intensional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet (McQuail, 2010: 28-29).

## **2. Kelebihan dan Manfaat *New Media***

*New media* (media baru/media online) memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, dan lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru dan ter-update informasinya. Kelemahannya terletak pada jaringan koneksi internet saja, jika jaringan internet lancar dan cepat maka informasi yang disampaikan kepada pembacanya juga dengan cepat tersampaikan.

Internet juga dianggap memiliki kapasitas besar sebagai media baru. Tidak hanya memperkecil jarak dalam mengkomunikasikan pesan, teknologi komputer dan internet juga telah berkembang dan mengeliminasi penggunaan koneksi kabel, namun tetap bias memfasilitasi taransmisi informasi yang sangat cepat ke seluruh dunia (Bagdakian, 2004:114). Menurut Bagdakian, duplikasi dan penyebaran matri dari Internet ini bisa mencapai jangkauan yang sangat luas. Satu orang khalayak bisa mengunduh kemudian menyebarkannya pada orang-orang dalam jaringan pertemanan atau jaringan kerjanya. Kemudian pihak yang mendapatkan sebaran itu bisa menyebarkannya lagi pada orang-orang dalam jaringannya, dan seterusnya.

## **G. Media Sosial Snapchat**

Snapchat adalah media sosial yang menyediakan layanan berbagi foto dan video seperti halnya Instagram. Perbedaan dari aplikasi Snapchat yang sekaligus juga menjadi keunggulannya adalah keamanan privasi pengguna yang lebih tinggi. Karena seluruh konten, baik teks, foto/gambar, video, atau konten lainnya yang dibagikan melalui media sosial ini akan terhapus secara otomatis hanya dalam waktu 10 detik. Konten juga bisa bertahan lebih lama, yaitu selama 24 jam asalkan pengguna membagikannya melalui *timeline (story)*.

Namun begitu, meskipun snaps/video, chatting, dan cerita akan dihapus dari server setelah waktunya berakhir, Snapchat memberikan peringatan juga bahwa Snapchat tidak dapat mencegah penerima melakukan *screenshot* dan menyimpan konten ataupun dengan memotret *handphone*.

Aplikasi yang mempunyai logo hantu berlatar kuning ini mempunyai kemiripan dengan aplikasi Instagram. Mereka sama – sama media sosial yang mempunyai konsep berbagi foto dan video. Jika Instagram bisa berbagi foto atau video yang ada di *gallery*, maka Snapchat berbagi foto atau video langsung melalui kamera Android atau iPhone.

### **1. Fitur – Fitur Snapchat**

#### **a) Snapchat tidak membebani memory penyimpanan ponsel**

Karena foto dan video ditampilkan selama maksimal 10 detik lalu menghilang, maka Snapchat tidak membebani ponsel dengan banyak cache seperti Instagram. Kita tetap bisa mengambil *screenshot* dari tampilan Snapchat.

#### **b) Memposting cerita foto atau video**

Dalam aplikasi Snapchat, kita harus menunjukkan foto secara langsung. Lalu foto atau video yang kita bagikan hanya dapat dilihat maksimal 10 detik. Setelah itu foto atau video yang kita bagikan akan menghilang selamanya. Walaupun ada cara membuat foto atau video tahan selama 24jam. Di Snapchat baik foto maupun video akan menjadi video dengan durasi maksimal 10 detik.

#### **c) Chatting dengan bertukar foto dan video**

Chat dengan tipe seperti ini mungkin sudah banyak tersedia di Facebook Messenger, DM Twitter, BBM, Whatsapp, Line, dan masih banyak lagi. Fitur ini tidak ada di Aplikasi Instagram. Jadi snapchat fiturnya melebihi instagram dalam hal ini. Selain itu, chat dengan snapchat lebih pribadi dan rahasia , karena konten yang dibagikan bertahan selama maksimal sepuluh detik

#### **d) Menambah teman**

Kita bisa menambahkan teman melalui *add friend*, cara nya klik *icon* hantu di atas, atau usap layar ke bawah, maka kita akan masuk profile. Pilih *add friend* untuk menambah teman. Kita bisa menambah teman berdasarkan ID, *add nearby*, maupun sesuai kontak ponsel.

#### **e) Melakukan panggilan suara dan video**

Salah satu perubahan terbesar yang dilakukan Snapchat dalam update terakhir mereka pada bulan November 2016 adalah ditambahkan fitur untuk panggilan suara dan video. Pengguna bisa menggunakan fitur ini dengan dua cara: dengan mengirim rekaman suara atau video sepanjang 10 detik, atau dengan melakukan panggilan kepada kontak untuk memulai percakapan suara atau video sepanjang apapun.

Fungsi panggilan suara dan video ini berada di fitur chat Snapchat, jadi pengguna harus membuka percakapan chat dengan seseorang untuk mulai menggunakan fitur ini. Sesudah membuka percakapan, lalu bisa melihat ikon untuk panggilan suara dan video di chat box.

**f) Menggunakan “*travel mode*” untuk menghemat data**

Aplikasi ini cukup menguras daya baterai dan kuota internet. Jika pengguna menggunakan smartphone dengan kapasitas baterai besar dengan koneksi unlimited atau Wifi, hal ini tentu tidak terlalu menjadi masalah. Tapi untuk smartphone biasa, membuka snapchat secara terus menerus hanya bertahan beberapa jam saja. Untuk itu, Snapchat menawarkan fitur *travel mode*.

Saat menggunakan *travel mode*, *snap* (postingan) dari orang lain tidak akan terunduh secara otomatis ke perangkat. Pengguna bisa memilih sendiri post mana saja yang ingin dia unduh. Hal ini bisa membantu menghemat paket data, baterai, dan mempertahankan performa aplikasi Snapchat.

**g) Simpan konten ke *Camera Roll***

Snapchat baru saja merilis fitur baru bertajuk "Memories". Fitur itu memungkinkan Anda menyimpan konten yang hendak atau telah diunggah agar tak hilang begitu saja setelah 24 jam.

**h) Membuat *Avatar***

Pengguna Snapchat bisa membuat avatar virtual yang merujuk pada karakter fisik-nya, meliputi potongan rambut, warna kulit, dan gaya berpakaian. Untuk sinkronisasi ini, pengguna dipastikan sudah mengunduh dan mengaktifkan aplikasi “Bitmoji” (penyedia avatar) secara terpisah.

**i) Update Berita Terkini**

Snapchat merilis sebuah fitur baru yang bernama Discover. Fitur baru ini bisa dibilang paling inovatif. Yang membuat inovatif yaitu fitur ini memiliki fungsi untuk menghantarkan konten video dari sejumlah media dan brand terkenal seperti MTV, National Geographic, People, Yahoo News, Comedy Central, Vice, CNN, Cosmopolitan, dan ESPN kepada pengguna. Melalui fitur Discover inilah para pengguna aplikasi ini dapat menyaksikan konten berupa video yang disediakan dari sejumlah media dan partner yang terkenal tadi. Video yang ada di fitur baru ini akan di-update dalam waktu 24 jam sekali.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian “Konsep Diri Mahasiswa Sebagai Pengguna Aktif Media Sosial Snapchat” ini adalah penelitian kualitatif. Metode kualitatif menurut Bodgan dan Taylor yaitu merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latarbelakang individu tersebut secara utuh atau menyeluruh (*holistic*) (Moleong, 2009:4).

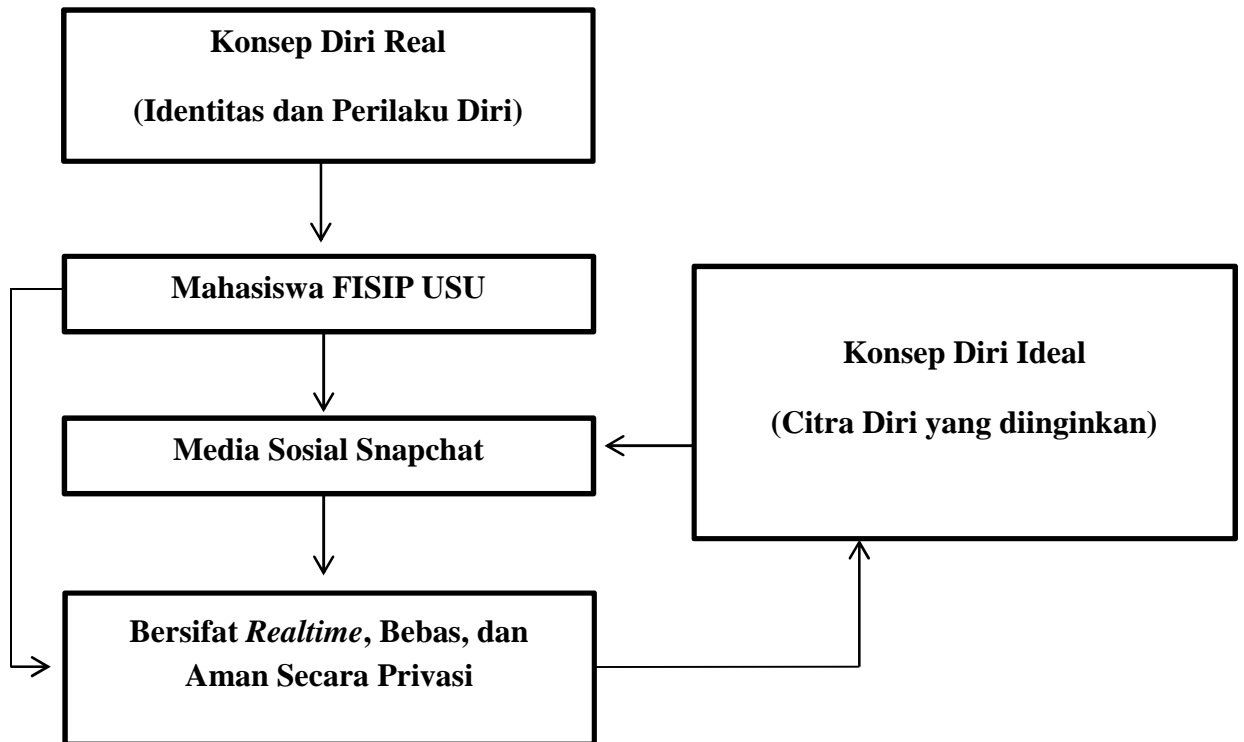
Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik deskriptif digunakan untuk menghimpun data aktual, sedangkan tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Melalui pendekatan ini, peneliti akan menjelaskan atau mendeskripsikan mengenai konsep diri mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial, khususnya media sosial Snapchat. Dengan penelitian ini, peneliti akan mencari data-data yang diinginkan dengan terjun langsung kelapangan.



## B. Kerangka Konsep

Tabel 3.1 Kerangka Konseptual Penelitian



Sumber : Hasil Olahan, 2016.

## C. Definisi Konsep

Adapun konsep-konsep yang didefinisikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Konsep Real

Konsep diri didefinisikan sebagai cara pandang mahasiswa terhadap dirinya yang memberi pengaruh terhadap mahasiswa dalam berhubungan dengan orang lain. George Herbert Mead mengatakan setiap manusia mengembangkan konsep dirinya melalui interaksi dengan orang lain dalam masyarakat dan itu lewat komunikasi. Jadi kita mengenal diri kita lewat orang lain, yang menjadi

cermin yang memantulkan bayangan kita (Mulyana, 2015 : 11). Konsep diri *real* yakni konsep seseorang terhadap dirinya yang meliputi persepsi seseorang tentang penampilan dirinya, kemampuan dan ketidakmampuannya, peranan dan status dalam kehidupannya, dan nilai-nilai, keyakinan serta aspirasinya.

## **2. Mahasiswa**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mahasiswa adalah mereka yang sedang belajar di perguruan tinggi (Poerwadarminta, 2005). Mahasiswa didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi.

## **3. Media Sosial Snapchat**

Snapchat merupakan layanan hasil gabungan dari beberapa aplikasi fotografi, video, hobi, SMS, MMS dan lainnya tergantung sampai dimana tingkat kreativitas seseorang. Banyak orang yang saat ini memanfaatkan media sosial sebagai ajang untuk menunjukkan keberadaan dirinya kepada dunia luar. Setiap orang berlomba - lomba untuk menampilkan dan membuat branding tentang dirinya kepada dunia luar. Melalui berbagai foto, video, pernyataan yang ada di media sosial, seseorang ingin mengungkapkan kepada orang lain bahwa inilah dirinya.

## **4. *Realtime*, bebas, dan aman secara privasi**

### *a. Realtime*

Dalam teknologi informasi, istilah waktu nyata (Inggris: real-time) adalah kondisi pengoperasian dari suatu sistem perangkat keras dan perangkat lunak yang

dibatasi oleh rentang waktu dan memiliki tenggat waktu (*deadline*) yang jelas, relatif terhadap waktu suatu peristiwa atau operasi terjadi. Snapchat ini bersifat real time, artinya segala yang di share oleh pengguna ke media sosial snapchat adalah yang yang pengguna lakukan diwaktu sekarang.

b. Bebas

Bebas adalah kemampuan untuk bertindak, berbuat dan berbicara tanpa adanya batasan. Mengutip pendapat K. Bertens dalam bukunya ETIKA, sebenarnya tidak ada manusia yang tidak tahu apa itu kebebasan, karena kebebasan merupakan kenyataan yang akrab dengan kita semua. Dalam hidup setiap orang kebebasan adalah suatu unsur hakiki. Kita semua mengalami kebebasan, justru karena kita manusia (Bertens, 2007).

Snapchat memberikan kebebasan bagi para penggunanya. Kebebasan disini ialah dengan snapchat para pengguna bisa menikmati percakapan mobile yang lebih leluasa dan menyenangkan. Tidak seperti instagram misalnya, yang menurut hemat peneliti membuat penggunanya lebih menjaga *image* nya dengan hanya mengirim foto terbaik demi citra baik penggunanya. Atau seperti twitter dimana sering ditemukan istilah “tweet pencitraan”. Dengan aplikasi Snapchat, pengguna hanya menekan “*Snap*” (mengambil dengan cepat) foto atau video, menambahkan keterangan teks, dan mengirim ke teman.

c. Aman secara privasi

Snapchat adalah media sosial yang menyediakan layanan berbagi foto dan video seperti halnya facebook dan twitter, namun lebih dekat dengan instagram karena lebih mengutamakan konten gambar dan video. Yang paling berbeda dari

aplikasi Snapchat, yang sekaligus juga keunggulannya adalah keamanan privasi pengguna yang lebih tinggi. Karena seluruh konten, baik teks, foto/gambar, video, atau konten lainnya yang dibagikan melalui media sosial ini akan terhapus secara otomatis hanya dalam waktu 10 detik. Para pengguna media sosial Snapchat tidak perlu waspada jika foto atau video yang mereka upload kelak bisa menjadi bom waktu untuk dirinya sendiri.

## **5. Konsep Diri Ideal**

Konsep diri adalah gambaran, cara pandang, keyakinan, pemikiran, perasaan terhadap apa yang dimiliki orang tentang dirinya sendiri, meliputi kemampuan, karakter diri, sikap, perasaan, kebutuhan, tujuan hidup dan penampilan diri. Konsep diri ini sangat dipengaruhi oleh gabungan keyakinan karakter fisik, psikologis, sosial, aspirasi, prestasi dan bobot emosional yang menyertainya. Konsep diri kita tidak pernah terisolasi, melainkan bergantung pada reaksi dan respons orang lain. Adakalanya kita menjadi sekadar “badut” atau “bunglon”, menunjukkan konsep diri (Mulyana, 2015 : 13).

Konsep diri ideal disini maksudnya konsep diri baru yang ditampilkan pengguna snapchat setelah menggunakan media sosial tersebut, dimana snapchat dikenal sebagai media sosial yang bersifat *realtime*, bebas, dan aman dari segi privasi. Hal ini memungkinkan setiap penggunanya untuk menunjukkan sisi lain dirinya atau dengan kata lain merubah konsep diri mereka.

## **D. Kategorisasi**

Kategorisasi merupakan langkah yang penting sekali dan harus mengikuti aturan-aturan tertentu. Dalam Moleong (2002) ada lima aturan yang ada dalam

kategorisasi, yaitu : *Pertama*, kategori harus berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian. *Kedua*, kategori itu harus tuntas, artinya setiap data dapat ditempatkan pada salah satu kategorinya. *Ketiga*, kategori harus tidak saling tergantung, artinya tidak boleh ada satu pun isi data yang bisa masuk ke dalam lebih dari satu kategori. *Keempat*, kategori harus bebas. *Kelima*, kategori harus diperoleh atas dasar prinsip klasifikasi tunggal. Jika ada derajat analisis yang tingkatannya berbeda, hendaknya dipisahkan. Adapun kategorisasi dalam penelitian ini bisa dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3.2 Kategorisasi Penelitian**

NO	KONSEP TEORITIS	KATEGORISASI/INDIKATOR
1	Konsep Diri Mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsep Diri Real</li> <li>• Konsep Diri Ideal</li> </ul>
2	Pengguna Aktif Snapchat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alasan Menggunakan Snapchat</li> <li>• Lama Menggunakan Snapchat</li> <li>• Intensitas Menggunakan Snapchat</li> <li>• Jumlah <i>Story</i> terakhir</li> </ul>

Sumber : Hasil Olahan, 2016.

Adapun penjelasan mengenai masing-masing kategori diatas adalah sebagai berikut :



Giezla Muttaqien                      Jurusan Ilmu Administrasi Negara Semester IV

Astari Ramadhani                      Jurusan Ilmu Administrasi Negara Semester IV

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah hal yang paling strategis yang dilakukan dalam penelitian. Penelitian pada tujuannya adalah untuk menghasilkan data. Melalui teknik pengumpulan data yang tepat, peneliti akan mendapatkan data yang sesuai dengan standar data yang ditetapkan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini merujuk dari pendapat Sugiyono dalam bukunya Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi/gabungan.

### **1. Observasi**

Observasi atau pengamatan merupakan kegiatan pengumpulan data yang secara alamiah pertama-tama digunakan dalam melakukan penelitian. Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya selain telinga, penciuman, mulut, dan kulit.

Oleh karena itu observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya (Bungin, 2001:142).

Salah satu jenis observasi yang digunakan peneliti adalah observasi partisipatif. Observasi partisipatif sendiri ada beberapa macam, yaitu observasi partisipasi pasif, observasi partisipasi moderat, observasi partisipasi

aktif, dan observasi partisipasi lengkap (Sugiyono, 2009:227). Namun peneliti hanya mengembangkan satu macam observasi dalam kegiatan penelitian, yaitu partisipasi aktif. Observasi partisipasi aktif yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan menjadi pengguna aktif Snapchat.

## **2. Wawancara**

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu. Salah satu bentuk wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah wawancara sistematis dan wawancara mendalam atau *indepth interview*.

Wawancara sistematis adalah wawancara yang dilakukan dengan terlebih dahulu pewawancara mempersiapkan pedoman tertulis tentang apa yang hendak dipertanyakan kepada responden (Bungin, 2001:136). Sedangkan wawancara mendalam adalah wawancara yang dilakukan secara informal. Wawancara ini merupakan suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan, dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap tentang topik yang diteliti. Wawancara mendalam dilakukan secara intensif dan berulang-ulang.

Wawancara dilakukan kepada Mahasiswa FISIP USU dengan jumlah yang sudah ditentukan, untuk memperoleh data mengenai konsep diri mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial Snapchat.

Langkah-langkah wawancara yang akan dilakukan oleh peneliti adalah:

- a) Menetapkan responden yang akan diwawancarai



- b) Menyiapkan bahan pembicaraan
- c) Mengawali alur wawancara
- d) Melangsungkan wawancara
- e) Mengkonfirmasi ringkasan hasil wawancara dan mengakhirinya
- f) Menuliskan hasil wawancara pada catatan lapangan
- g) Mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara yang diperoleh

### **3. Dokumentasi**

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono,2010:240). Dokumen yang berbentuk tulisan mencakup dokumentasi baik yang berupa laporan tulis oleh pendamping maupun foto-foto kegiatan.

### **4. Triangulasi/gabungan**

Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Sugiyono,2010:241). Dalam hal ini, peneliti akan menggabungkan data hasil observasi, wawancara, dan dokumen untuk menguji kredibilitas data.

### **G. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data adalah teknik untuk menemukan jawaban dari data hasil penelitian. Proses ini dilakukan untuk memilah jawaban dari rumusan masalah yang menjadi bahasan penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian

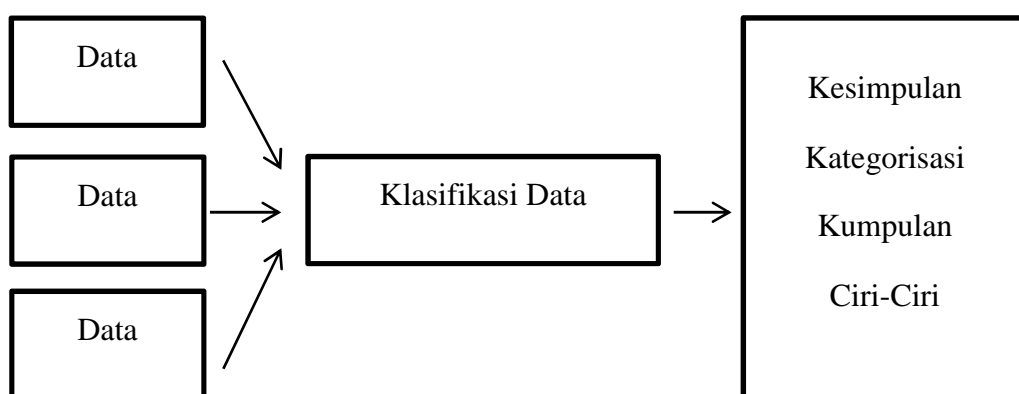
ini diperoleh dari kumpulan data melalui wawancara dan observasi. Hal ini dilakukan untuk menarik kesimpulan dari hasil penelitian.

Menurut Patton (1980) menjelaskan bahwa analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar (Mulyadi, 2011:112). Teknik analisis data penelitian ini dilakukan dengan cara mengatur dengan mengurutkan, mengelompokkan, dan mengategorikannya dari sumber data hasil penelitian yang ada. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini di analisis dari berbagai data yang ada, lalu dibuat kesimpulannya melalui kategori tertentu. Untuk memunculkan kesimpulan dalam penelitian ini, dilakukanlah klasifikasi dari data yang ada.

Adapun strategi tersebut dapat digambarkan seperti berikut ini (Bungin, 2001:290) :

**Tabel 3.3 Teknik Analisis Data Strategi Deskriptif Kualitatif**



Sumber : Burhan Bungin (2001:290)

Dari gambar di atas juga dapat disimpulkan bahwa langkah-langkah dalam teknik analisis data adalah sebagai berikut:

- a. Menelaah, yaitu seluruh data yang dikumpulkan dari berbagai sumber, antara lain wawancara, dokumentasi, observasi, catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar foto, dan sebagainya. Data tersebut banyak sekali, setelah dibaca, dipelajari, dan ditelaah maka langkah berikutnya adalah mengadakan.
- b. Reduksi data, merupakan pemilihan atau pengklasifikasian data yang mencakup mana data yang penting dan mana data yang tidak penting. Reduksi data merupakan bagian dari analisis data dengan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan mengarahkan, membuang data yang tidak diperlukan, dan mengorganisasi data sehingga kesimpulan final dapat diambil dan diverifikasi.
- c. Kategorisasi, yaitu penyusunan kategori suatu data dengan membuat kesimpulan sementara dari hasil data yang telah diperoleh. Tahap akhir dari analisis data adalah mengadakan pemeriksaan keabsahan data.

#### **H. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini bertempat di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara yang berlokasi di Jl. Dr. A. Sofyan Nomor 1. Kampus USU Padang Bulan Medan . Adapun penelitian ini dilaksanakan pada Oktober 2016 – Maret 2017.

## I. Deskripsi Lokasi Penelitian

Menurut Wikipedia, Universitas Sumatera Utara (USU) adalah sebuah universitas negeri yang terletak di Medan, Sumatera Utara. Universitas Sumatera Utara adalah salah satu universitas terbaik di pulau Sumatra. USU didirikan sebagai *Yayasan Universitas Sumatra Utara* pada tanggal 4 Juni 1952. Fakultas pertama adalah Fakultas Kedokteran yang didirikan pada 20 Agustus 1952, yang kini diperingati sebagai hari jadi USU. Presiden Indonesia, Soekarno kemudian meresmikan USU sebagai universitas negeri ketujuh di Indonesia pada tanggal 20 November 1957.

**Gambar 3.1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik USU**



**Sumber : [fisip.usu.ac.id](http://fisip.usu.ac.id)**

Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Sumatera Utara mempunyai 6 (enam) Jurusan,yaitu:

1. Jurusan Sosiologi
2. Jurusan Kesejahteraan Sosial
3. Jurusan Antropologi Sosial
4. Jurusan Ilmu Administrasi Negara
5. Jurusan Ilmu Komunikasi
6. Jurusan Mata Kuliah Dasar Umum (MKDU)

Sejalan dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat serta pemerintah daerah dan didukung oleh ketersediaan staf pengajar yang dibutuhkan, FISIP USU dengan SK Dikti No. 108/Dikti/Kep/2001 tanggal 30 April 2001 menambah satu program studi baru yaitu Ilmu Politik. Dengan demikian, hingga saat ini ada 6 (enam) Jurusan yang berada di bawah naungan FISIP USU.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Penyajian Data**

Pada bab ini akan diuraikan data hasil penelitian mengenai permasalahan yang sudah dirumuskan di Bab I. Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif ini menggunakan metode wawancara dan observasi. Metode kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistic karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah atau natural setting (Sugiyono, 2009:8).

Metode wawancara yang digunakan adalah metode wawancara mendalam. Peneliti bertemu dan bertatap muka langsung dengan informan. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa pengguna aktif media sosial Snapchat. Peneliti memberikan pertanyaan melalui panduan wawancara yang sudah disusun berdasarkan indikator penelitian. Peneliti juga mencari informasi tambahan mengenai informan penelitian. Peneliti melakukan observasi dengan mengamati unggahan informan melalui akun Snapchatnya, lalu menganalisis perilaku informan saat bertatap muka langsung.

Data yang dihasilkan penelitian kualitatif adalah data berupa transkrip wawancara yang dilakukan peneliti kepada informan. Transkrip wawancara ini sudah digolongkan sebelumnya saat menganalisis data hasil penelitian. Pada tahap analisis data, peneliti mengumpulkan data hasil wawancara, kemudian menyesuaikan data tersebut dengan rumusan masalah yang menjadi penelitian ini.

Peneliti membagi hasil penelitian ini menjadi tiga pembahasan. Hal ini peneliti lakukan agar hasil penelitian ini lebih terarah dan sistematis. Peneliti membaginya sebagai berikut :

1. Profil Informan
2. Analisis
3. Pembahasan Data

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. Profil Informan**

Informan penelitian ini terdiri dari empat orang mahasiswa dengan kriteria yang sesuai dan dibutuhkan dalam penelitian. Informan memiliki lebih dari 1000 jumlah *story* (postingan). Keempat informan tersebut merupakan mahasiswi. Berikut profil dari keempat :

#### **1.1 Dian Rahma Sari Lubis (DR)**

Dian Rahma Sari Lubis merupakan Mahasiswi Ilmu Administrasi Negara di FISIP USU. Dian sebagaimana ia disapa, lahir di Medan, 9 Oktober 1994. Dian merupakan pribadi yang senang bersosialisasi. Alasan menjadikannya sebagai informan dalam penelitian ini adalah, aktifnya ia menggunakan media sosial Snapchat dengan lebih dari 1000 unggahan.

**Gambar 4.1 Profile Snapchat DR**



## **1.2 Ayu Ladila (AL)**

Ayu Ladila merupakan wanita cantik kelahiran 1994. Mahasiswi Ilmu Administrasi Negara ini lahir di Jakarta, 22 Januari 1994. Ayu merupakan pengguna aktif media sosial Snapchat.



**Gambar 4.2 Profile Snapchat AL**



### **1.3 Giezla Muttaqien (GM)**

Mahasiswi Universitas Sumatera Utara ini dilahirkan di Medan, 27 September 1994. Dipilihnya Giezla menjadi informan penelitian ini adalah aktifnya ia menggunakan Snapchat. Giezla mengunggah lebih dari 1000 postingan.

**Gambar 4.3 Profile Snapchat GM**



#### **1.4 Astari Ramadhani (AR)**

Wanita yang akrab dipanggil tari ini lahir di Medan pada 9 April 1994. Mahasiswi yang baru selesai menjalankan ibadah umroh ini tengah disibukkan dengan tugas akhir nya di Universitas Sumatera Utara dengan mengambil Ilmu Administrasi Negara. Tari memiliki lebih dari 2000 unggahan di media sosial Snapchat.

**Gambar 4.4** Profile Snapchat Astari Ramadhani



## **2. Analisis Data**

Analisis data adalah tahap untuk menelaah data dari hasil wawancara yang peneliti lakukan terhadap informan. Analisis data dilakukan bersamaan pada proses wawancara berlangsung. Dari hasil wawancara mendalam yang peneliti lakukan di lapangan, peneliti menemukan beberapa temuan mengenai konsep diri Mahasiswa FISIP USU sebagai pengguna aktif media sosial Snapchat.

Peneliti mendapati bahwa Snapchat berperan sebagai media mahasiswa dalam menunjukkan konsep dirinya. Peneliti juga mendapati berbagai motif mahasiswa dalam menggunakan Snapchat sebagai medianya dalam menjalin interaksi. Temuan lainnya adalah konsep diri yang ditunjukkan oleh mahasiswa

terbagi menjadi dua kelompok. Berikut peneliti sajikan hasil penelitian secara sistematis dari pengumpulan data dan analisis data di lapangan.

## **2.1 Motif Penggunaan Snapchat di Kalangan Mahasiswa**

Mahasiswa FISIP USU memiliki motif tersendiri dalam menggunakan Snapchat sebagai media nya berinteraksi dengan teman-teman terdekat. Teori Dramaturgi karya Erving Goffman menjadi rujukan dalam penelitian ini. Teori Dramaturgi memandang bahwa kehidupan sosial layaknya pertunjukan drama panggung. Identitas individu dalam teori ini dikatakan berubah-ubah tergantung interaksi dirinya dengan orang lain. Snapchat sebagai platform media sosial baru yang menawarkan keamanan privasi, digunakan pengguna dengan motif yang berbeda-beda. Adapun motif pengguna Snapchat di kalangan Mahasiswa FISIP USU, didapatkan klasifikasi sebagai berikut :

### **2.1.1 Motif Sharing**

Hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan informan, peneliti mendapati bahwa informan memiliki kebiasaan berbagi hal kesehariannya sejak adanya Snapchat. Snapchat dengan fitur realtime nya, mengarahkan informan untuk santai berbagi hal yang selama ini tidak ia bagikan di media sosial lainnya.

Media sosial lain menurut informan, terlalu kaku dan terkesan tidak seru, karena monoton untuk unggahan foto dan video saja yang dikumpulkan menjadi suatu album atau kata lainnya adalah feeds. Informan merasa keinginannya untuk berbagi banyak hal bisa ia dapatkan di Snapchat ini. Peneliti menyimpulkan adanya motif sharing dalam hal ini. Adapun motif ini dapat dilihat dalam kutipan wawancara sebagai berikut :

**Informan AR:**

“ Aku lebih ke arah sharing aja sih, fitur di Snapchat menurut aku buat lebih nyaman untuk berbagi apapun mengenai keseharian, karena tidak ada beban saat membagikannya.”

**2.1.2 Motif Ekspresi Diri**

Motif ekspresi diri ini peneliti simpulkan berdasarkan hasil wawancara dengan dua informan penelitian. Informan mengungkapkan bahwa Snapchat nyaman dijadikan media untuk mengekspresikan diri. Snapchat memiliki fitur pengaturan waktu dalam setiap unggahan yang informan bagikan.

Informan merasakan bisa lebih berekspresi tanpa jaga image, karena pertemanan di Snapchat terkesan lebih intim dan hanya orang-orang terdekat saja yang menjadi pengikut dari setiap unggahan informan. Fitur filter yang lucu juga menjadi alasan informan nyaman dalam mengekspresikan dirinya. Motif ekspresi ini didukung oleh cuplikan wawancara berikut :

**Informan AL:**

“Snapchat itu asik untuk dijadiin alat interaksi sehari hari dengan teman terdekat. Kalau di instagram aku lebih pendiam, tapi Snapchat buat aku lebih iseng aja cobain filter-filter lucunya”.

**Informan DR:**

“Kalau di Snapchat emang lebih random aja sih, bisa cobain filter yang lucu-lucu. Snapchat kayak jadi jawaban yang aku cari di media sosial sekarang yang terkesan membosankan dan penuh pencitraan.”

**2.1.3 Motif Populer**

Motif populer ini peneliti simpulkan berdasarkan hasil wawancara dengan informan penelitian. Peneliti menemukan bahwa ada unsur ingin populer yang

diungkapkan oleh informan dalam penggunaannya melalui media sosial Snapchat ini. Populer disini artinya tetap eksis bahkan di platform media sosial yang baru seperti Snapchat. Motif populer ini bisa ditemukan dari cuplikan wawancara sebagai berikut :

**Informan DR :**

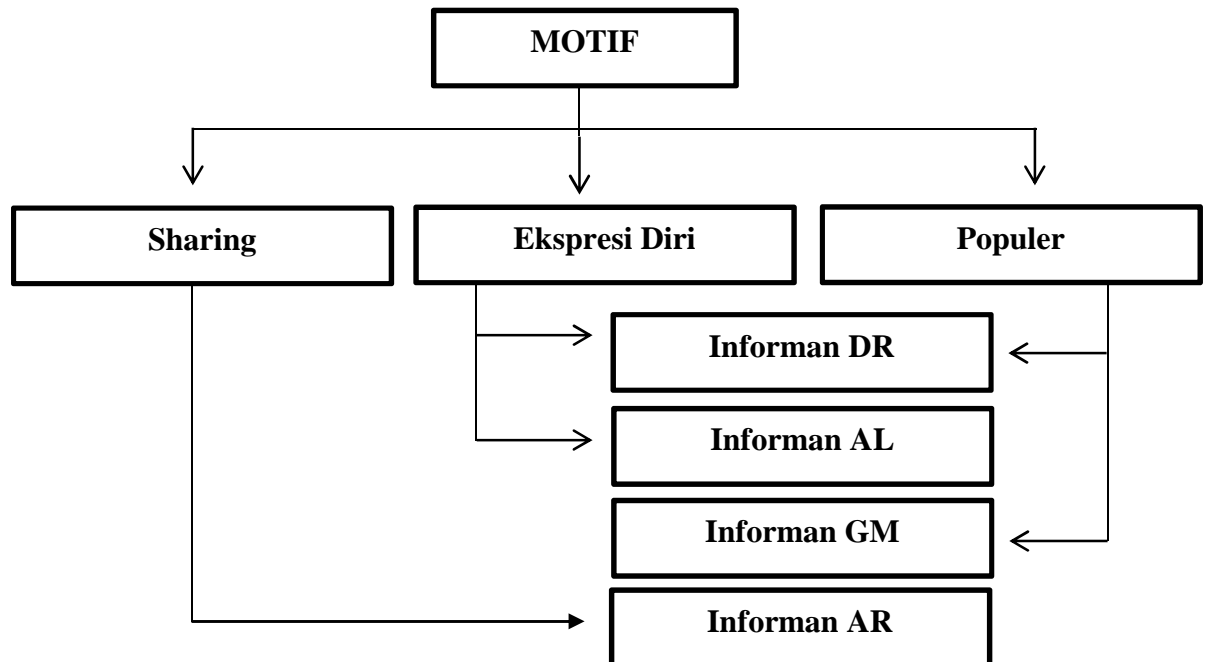
“Tujuan menggunakan Snapchat biar tetap eksis aja. Soalnya di era digitalisasi ini harus terus mengikuti perkembangan zaman. Soalnya, saat ini media sosial bisa menjadi salah satu tolak ukur seseorang “gaul” atau engga. Snapchat juga bisa dijadikan salah satu tempat untuk membentuk identitas aku. Aku bisa lebih ekspresif bahkan sangat konyol di SC, soalnya kalau ada teman yang berkomentar gak suka atau negatif gak kelihatan ke orang-orang, cuma tau nya di kita aja. Jadi lebih asik untuk tetap populer.”

**Informan GM :**

“Aku merasa lebih enak menjadi populer di Snapchat, soalnya media sosial lain seperti instagram dan facebook terlalu banyak pertimbangan mau posting apa, dikarenakan mikirin jumlah love/like atau belum lagi comment negatif dari pengguna lainnya. Kalau di SC kan posting-posting yang gak penting bisa, karena dalam 24 jam kan hilang. Jadi gak beresiko dan lebih nyaman.”

Berdasarkan motif yang dimiliki Mahasiswa FISIP USU tersebut dalam penggunaan Snapchat, maka peneliti menyimpulkannya dalam model sebagai berikut :

Tabel 4.1 Motif Pengguna Aktif Snapchat



Sumber : Hasil Penelitian, 2017.

Teori Dramaturgi memandang identitas individu tidak stabil. Identitas individu bisa berubah-ubah sesuai dengan posisi sedang dimana dia. Dengan kata lain, identitas individu tergantung saat di pentas mana dia berada. Teori ini dibuktikan oleh hasil penelitian ini. Informan penelitian ini memiliki berbagai macam peran saat menggunakan Snapchat, jika individu terlihat menjaga image di pentas instagram kita bilang, berbeda hal saat informan sedang berada di pentas Snapchat yang menjadikan diri mereka lebih berekspresi.

Menurut hemat peneliti, motif mahasiswa menggunakan Snapchat dikarenakan ketidakmandirian identitas yang pada akhirnya mampu dipengaruhi oleh interaksi dengan orang lain, terutama pengaruhnya bagi dan terhadap

teman sebaya. Modus atau cara manusia berkomunikasi sudah demikian canggih, hal itu harus dihadapi dan tidak dapat dihindari. Snapchat hanyalah *channel* oleh mahasiswa mengomunikasikan kepada lingkungan pergaulannya melalui komunikasi nonverbal, untuk menampilkan citra diri yang diinginkannya.

## **2.2 Mahasiswa Mengakui Media Sosial Snapchat Membantu Dalam Membentuk Konsep Diri**

Konsep diri adalah gambaran atau persepsi seseorang mengenai dirinya sendiri. Konsep diri ini dibentuk melalui pengalaman yang diperoleh seseorang melalui interaksinya dengan lingkungannya. Foto dan video yang diposting dalam Snapchat mampu menciptakan interpretasi seseorang. Sadar atau tidak Snapchat yang memberikan keamanan *privacy* tinggi dan tidak beresiko untuk memposting sesuatu yang terlihat konyol, berpengaruh dalam pembentukan konsep diri seseorang, khususnya disini mahasiswa.

Pertanyaan yang diajukan oleh peneliti guna mengetahui sejauh mana mahasiswa merasakan media sosial Snapchat mempengaruhi konsep dirinya adalah “apakah sejauh ini media sosial Snapchat telah membantu informan dalam membentuk konsep diri”.

**Informan AL** mengutarakan bahwa :

Menurut aku, Snapchat secara tidak langsung membantu aku dalam untuk lebih menjadi pribadi yang terbuka. Kalau aku lihat konten-konten di Snapchat, aku jadi mikir Oh ya, boleh kok ternyata bersikap lucu aja apa adanya. Aku juga suka dengan fitur Snapchat yang bisa kita atur berapa detik untuk tampil, jadi percaya diri aja lah, toh juga berteman dengan hanya orang-orang terdekat kok”.



**Informan GM** memiliki jawaban lain, yakni :

“Sedikit membantu. sedikitnya itu maksud aku media sosial Snapcat nggak secara over all mempengaruhi konsep diri.”

Peneliti mengajukan pertanyaan lain guna memperkuat jawaban informan mengenai Snapchat tidak secara *over all* (keseluruhan) dalam membantu membentuk konsep diri. Pertanyaannya yakni, “apakah kamu menyadari bahwa fitur yang ditawarkan media sosial Snapchat memungkinkan kamu untuk menggunggah postingan secara bebas dan lebih apa adanya ?”

**Informan AR** mengungkapkan :

“Jadi prinsip aku sih media sosial apapun itu, baik dengan keamanan privacy tinggi atau pun rendah Intinya media sosial itu hanya tempat untuk menyalurkan karakter kita lewat situ. Hal-hal buruk yang kita unggah pasti nantinya akan negatifnya balik ke kita. Snapchat sejauh ini cukup membantu dalam membentuk konsep diri aku yang lebih ramah.He..he.. soalnya di media sosial lain seperti instagram dan facebook aku jarang balas comment teman-teman lainnya dan kebanyakan bilang aku nya sombong, tapi setelah lihat keseharian aku di SC dan kekonyolan aku disana mungkin bisa merubah mindset mereka.”

Lain halnya dengan **informan DR**, dirinya mengungkapkan secara lantang pertanyaan yang peneliti ajukan bahwa:

“Secara bebas dan lebih apa adanya? setuju sih, tapi bebas disini bukan bebas yang gak sopan yah. Aku lebih ke hal seru aja. Kalau lagi jalan dan ngumpul sama teman, aku dan dan mereka pasti nyobain filter dari snapchat, posting yang lucu-lucu. Jadi momen yg aku bagikan itu apa adanya aja, temanku lagi makan aku videoin, ya momen momen keseharian lah.”

### 2.3 Bentuk Konsep Diri Mahasiswa Pengguna Snapchat

Konsep diri adalah proses pengungkapan mengenai diri sendiri. Konsep diri ini terbentuk dari gambaran diri seseorang. Seseorang bertanya mengenai

dirinya sendiri, dan jawaban atas pertanyaan tersebut inilah yang dinamakan konsep diri. Konsep diri ini berkembang sesuai dengan potensi yang ada di dalam diri seseorang.

Hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan, peneliti mendapati bahwa konsep diri informan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kelompok, adapun konsep diri informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **2.3.1 Konsep Diri Real**

Konsep diri real ini adalah pandangan informan mengenai dirinya sendiri. Informan dalam penggunaannya berinteraksi melalui Snapchat, menunjukkan bahwa Snapchat mampu menjadi tempat dimana informan dapat membagikan momen kesehariannya tanpa berusaha untuk dia setting. Informan inipun memilih untuk lebih menunjukkan sisi dirinya yang sebenarnya. Hal tersebut peneliti simpulkan dari hasil pengamatan peneliti melalui unggahan yang dibagikan informan, dan observasi peneliti saat bertatap muka langsung dengan informan. Peneliti membandingkan tingkah laku peneliti di kehidupan nyata dan melalui unggahannya di Snapchat. Hal tersebut juga diperkuat dengan kutipan wawancara sebagai berikut :

Hal ini diungkapkan oleh **informan DR** :

“Mudah-mudahan aku gak pernah berperilaku dibuat buat. Senyamannya diri aku aja sih, dimana pun aku berada bahkan makan di warung bakso yang sempit sekalipun, aku tetap PD aja untuk ngepostingnya di SC. Jadi aku rasa sesuai lah, dan apa yang aku posting di SC udah mewakili diri aku yang sebenarnya”.

**Informan GM** juga mengungkapkan :

“Kalau bisa jujur yah, aku sama sekali gak kepikiran untuk pencitraan apa-apa di media sosial snapchat ini, lebih seru untuk dibawak apa adanya aja sih.”

### 2.3.2 Konsep Diri Ideal

Konsep diri ideal disini adalah kelompok konsep diri yang isinya adalah informan yang lebih memilih mencitrakan dirinya sebagai sesuatu yang ia inginkan di media sosial Snapchat ini. Pencitraan diri disini bukan hal negatif misalkan mengatakan apa yang tidak ada dalam dirinya, melainkan lebih menjaga sikap dan tidak sembarangan dalam menggunakan aplikasi yang bersifat realtime ini. Hal ini peneliti buat berdasarkan pengamatan peneliti secara langsung dengan informan. Hal ini juga didukung oleh penggalan wawancara sebagai berikut:

**Informan AL** mengakui bahwa :

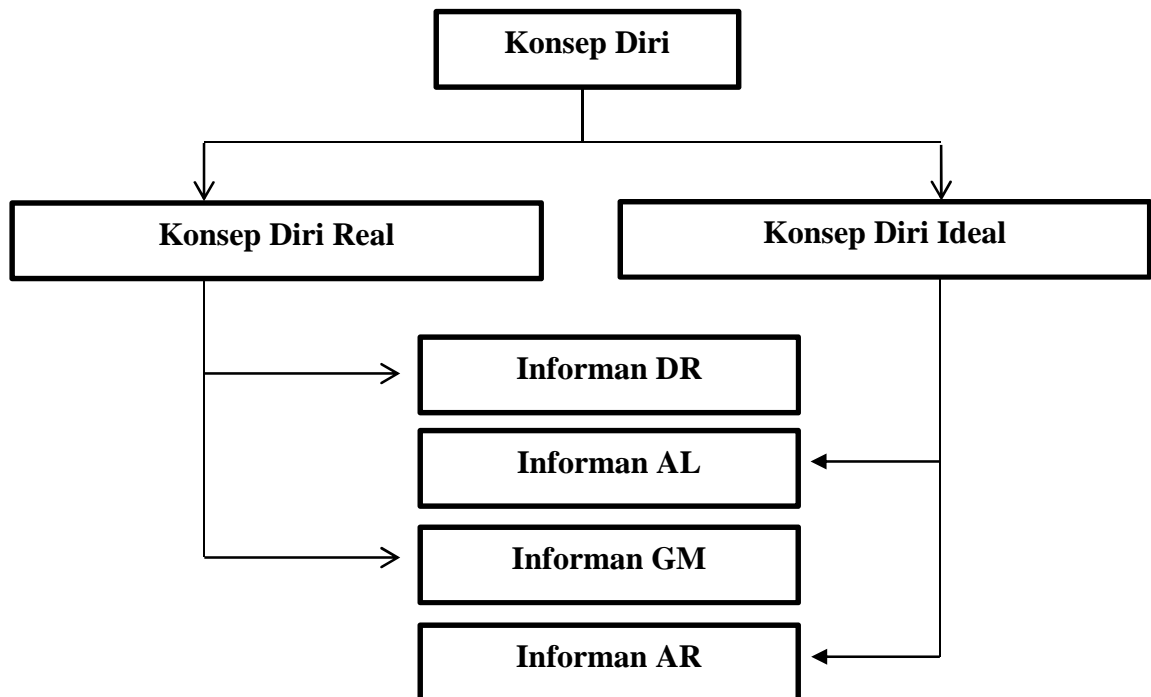
“Platform ini ibuat seru-seruan. aja sih. Tetapi aku tetap jaga batasan soal itu sih, bersikap konyol lebih untuk cobain filter-filter lucunya aja, tetapi untuk apa adanya dalam konteks negatif ya ngapain? gak perlu buat sensasi untuk cari perhatian orang lain bukan?”

Hal lain di akui oleh **informan AR**, iya mengatakan bahwa :

“Aku ikutin tren nya aja sih, dan selama ini gak pernah kelewatan di akunku , lebih keseru seruan aja. Gak juga semua hal pribadi dan apa adanya aku unggah kesini. Lebih ke video dan foto keseharian aja. Menurut aku kita juga perlu batasan dalam gunain paltform apapun itu.”

Kelompok konsep diri diatas dapat disimpulkan di dalam sebuah bagan atau model sebagai berikut :

**Tabel 4.2 Konsep Diri Mahasiswa Pengguna Aktif Snapchat**



Sumber : Hasil Penelitian, 2017.

### **C. Pembahasan Data**

Snapchat dalam penelitian ini merupakan channel atau media dalam proses komunikasi yang dilakukan informan untuk berinteraksi dengan orang lain. Penggunaan media sosial Snapchat sebagai platform baru di media baru, menjadi populer dengan fitur uniknya yang memungkinkan pengguna berbagi pesan secara rahasia dan realtime. Hasil penelitian ini, peneliti menemukan bahwa Snapchat berperan sebagai media dalam menunjukkan konsep diri mahasiswa.

Seperti yang telah dibahas pada Bab II, konsep diri merupakan penilaian seseorang mengenai dirinya sendiri. Snapchat menawarkan keunikan yang tidak dimiliki platform media sosial lain. Jika media sosial lain menuntut pengguna untuk mengupload foto atau video terbaik sebagai konten yang harus disajikan, berbeda halnya dengan Snapchat.

Snapchat hadir dengan sifat realtimenya yang mana pengguna tidak dapat mengambil stok video atau foto terbaiknya melalui galeri handphone nya. Snapchat menuntut pengguna berbagi momen secara realtime, untuk itu pengguna diarahkan untuk membagikan momen yang apa adanya tanpa perlu persiapan apapun. Hal ini membantu mahasiswa dalam lebih berekspresi dan lebih terbuka, ekspresi diri dan keterbukaan diri ini berhubungan dengan konsep diri.

Penelitian ini juga peneliti kaitkan dengan Teori Dramaturgi karya Erving Goffman. Teori ini mengungkapkan bahwa kehidupan sosial atau hubungan interaksi sosial seseorang dengan orang lain adalah seperti pertunjukan pentas. Individu dalam hal ini adalah aktor untuk pertunjukan dramanya di atas pentas. Hasil penelitian ini menunjukkan informan terbagi menjadi beberapa motif dalam penggunaannya di media sosial Snapchat ini.

Motif tersebut merupakan pentasnya atau panggung dari interaksi yang dibangun informan penelitian ini terhadap followersnya di Snapchat. Motif sharing oleh informan AR, motif ekspresi diri oleh informan AL dan DR, hingga motif populer oleh informan GM dan DR juga, menggambarkan bahwa beragamnya manfaat Snapchat untuk dijadikan channel di berbagai pentas individu dalam interaksinya dengan orang lain.

Penggunaan Snapchat di kalangan mahasiswa juga menampilkan perbedaan konsep diri yang mereka tunjukkan di media sosial baru ini. Informan DR dan GM lebih menunjukkan konsep diri realnya, sedangkan informan AL dan AR lebih menunjukkan konsep diri idealnya. Hal ini bukan berbicara mengenai mana yang positif dan mana yang negatif. Perbedaan konsep diri yang ditampilkan informan merujuk pada Teori Johari Window karya Joseph Luft dan Harrington Ingham. Teori ini menggambarkan bagian dari diri seseorang yang digunakan seseorang dalam interaksinya dengan lingkungannya.

Bagian diri tersebut ada area terbuka, area buta, area tersembunyi, dan area tidak diketahui. Area terbuka merupakan bagian diri yang diketahui diri sendiri dan orang lain. Area buta adalah bagian diri yang tidak diketahui diri sendiri tetapi diketahui oleh orang lain. Area tersembunyi adalah bagian diri yang diketahui diri sendiri, tetapi orang lain tidak mengetahuinya. Adapun area tidak diketahui adalah bagian diri dimana diri dan orang lain, sama-sama tidak mengetahuinya.

Dalam konsep diri real yang ditunjukkan oleh informan DR dan GM menunjukkan bahwa kedua informan cenderung menampilkan area terbuka ini saat berinteraksi melalui media sosial Snapchat. Adapun informan AL dan AR lebih menunjukkan area tersembunyi dalam interaksinya melalui platform Snapchat ini.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian mengenai *Konsep Diri Mahasiswa Sebagai Pengguna Aktif Media Sosial Snapchat* dengan keempat informan yang peneliti lakukan di **Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara** bertujuan untuk mengetahui dan memahami konsep diri yang ditunjukkan oleh pengguna Snapchat. Dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan tersebut, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Snapchat berperan sebagai media dalam menunjukkan konsep diri mahasiswa. Mahasiswa membentuk citra diri yang mereka inginkan saat mengupload video atau foto kesehariannya melalui media sosial Snapchat.
2. Terdapat tiga motif mahasiswa dalam penggunaan Snapchat, yakni motif *sharing*, motif ekspresi diri, dan motif populer.
3. Konsep diri mahasiswa terbagi menjadi dua kelompok, yaitu konsep diri real dan konsep diri ideal. Mahasiswa mampu bersikap ganda dalam kehidupan sehari-hari dengan kehidupan di media sosial mereka.

Snapchat sebagai produk media baru menjadi pilihan baru dari media sosial untuk dimanfaatkan sebagai alat interaksi sosial dengan orang lain. Tidak hanya sebagai media interaksi, mahasiswa menggunakan Snapchat dengan motif tertentu. Berbagi sesuatu untuk diceritakan, mengekspresikan diri yang sebelumnya tidak mereka lakukan di dunia nyata, hingga keinginan

untuk populer karena menggunakan platform media sosial yang terkini. Mahasiswa juga memiliki sikap ganda dalam interaksi sosialnya di dunia nyata dan di media sosial.

## **B. Saran**

Saran yang dapat peneliti berikan merujuk dari kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Proses pengungkapan diri yang dilakukan mahasiswa melalui media sosial Snapchat hendaknya dilakukan dengan bijak. Media sosial yang menawarkan kemudahan untuk menjalin interaksi sosial jangan sampai disalahgunakan.
2. Berbagi sesuatu melalui media sosial Snapchat memang bersifat realtime. Namun, salah satu fitur Snapchat tersebut hendaknya tidak menjadi alasan untuk pengeposan video atau foto yang diluar etika dan moral. Bentuk ekspresi diri melalui media sosial Snapchat ini juga harus lebih dimanfaatkan ke arah yang positif.
3. Sikap ganda dalam kehidupan keseharian di dunia nyata dan di dunia maya hendaknya diminimalisir. Kesesuaian citra diri perlu dijaga, jangan sampai prestasi yang seseorang buat di dunia nyata,, hancur dengan sensasi yang seseorang tunjukkan di dunia maya.

Media sosial Snapchat dengan keunikannya memungkinkan pengguna untuk mengepos video atau foto secara realtime atau pengertian yang lebih sederhana sesuatu yang seseorang bagikan sifatnya sementara, hanya 10



detik. Hal tersebut hendaknya bukan menjadi alasan seseorang untuk bebas membagikan hal diluar etika dan moral.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustiani, H. 2009. *Psikologi Perkembangan (Pendekatan Ekologi Kaitannya dengan Konsep Diri dan Penyesuaian Diri pada Remaja)*. PT. Refika Aditama: Bandung.
- Alyusi, S. D. 2016. *Media Sosial: Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial*. Kencana: Jakarta.
- Ardianto, E. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media: Bandung.
- Bagdakian, B.H., 2004. *The New Media Monopoly*. Beacon Press: Boston
- Bertens, K. 2007. *Etika*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Budyatna, L. M. 2011. *Teori Komunikasi Antar Pribadi*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- Bungin B. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial*, Airlangga University Press: Surabaya.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Creeber, G. and Martin, R., (ed). 2009. *Digital Cultures: Understanding New Media*. Open University Press: Berkshire-England.
- Dominick, J. 2000. *The Dynamics Of Mass Communications*. Media in Digital Age: McGraw Hill.
- Effendy, O. U. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti: Bandung.
- Gunarsa, S. D. 2001. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. BPK Gunung Mulia: Jakarta.
- Hamdi, M. 2016. *Teori Kepribadian, Sebuah Pengantar*. Penerbit Alfabeta: Bandung.
- Lievrouw, L.A. 2011. *Alternative and Activist New Media*. Sage Publications: London.
- Liliweri, Alo. 1991. *Komunikasi Antarpribadi*. Citra Aditya Bakti: Bandung

- McQuail, Dennis. 2010. *Mcquail Mass Communication Theory*. Sage Publication: London.
- Moleong, L. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Ghalia Indonesia: Bogor.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- Mulyadi, M. 2011. *Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Nadi Pustaka: Yogyakarta
- Mulyana, D. 2015. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Rosdakarya: Bandung.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*. Rajawali Pers: Jakarta.
- Poerwadarminta, W. J. 2005. *Kamus Umum Bahasa Indonesia. Edisi Ketiga*. Balai Pustaka: Jakarta.
- Rahman, A. A. 2014. *Psikologi Sosial: Integrasi Pengetahuan Wahyu dan Pengetahuan Empirik*. Rajawali Pers: Jakarta.
- Rakhmat, J. 2015. *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Sarwono. 2005. *Psikologi Sosial*. Balai Pustaka: Jakarta.
- Siswoyo, D. 2007. *Ilmu Pendidikan*. UNY Pers: Yogyakarta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Van Dijk, Jan. 2006. *The Network Society: Social Aspect of New Media Second Edition*. Sage Publication: London.

West Richard dan Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi. Buku 1 edis ke-3 Terjemahan Maria Natalia Damayanti Maer*. Salemba Humanika: Jakarta.

Yusuf LN., Syamsu. 2008. *Teori Kepribadian*. Remaja Rosdakarya: Bandung

\_\_\_\_\_. 2012. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung.

Sumber Lain :

Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia. APJII. 24 Oktober 2016. Diakses 18 November 2016. < <https://apjii.or.id/survei2016>>.

Perilaku Pengguna Internet di Indonesia. APJII. 24 Oktober 2016. Diakses 18 November 2016. < <https://apjii.or.id/survei2016>>.

Ismarani, Dian. “Serba-Serbi Snapchat dan Kenapa Banyak Orang yang Suka Dengan Aplikasi Ini.” Youthmanual. 4 April 2016. Diakses 14 November 2016. <<http://www.youthmanual.com/post/review/serba-serbi-snapchat-dan-kenapa-banyak-orang-yang-suka-dengan-aplikasi-ini>>