

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan globalisasi tidak lepas dengan adanya kemajuan dalam bidang komunikasi dan teknologi yang sangat mempengaruhi segala aspek kehidupan. Tentunya perkembangan tersebut tidak terlepas dari berkembangnya situs internet yang membuat dunia seakan dalam genggaman tangan. Internet merupakan produk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Sebagai produk teknologi, maka internet dapat memunculkan jenis interaksi sosial baru yang berbeda dengan interaksi sosial sebelumnya. Jika pada masa lalu masyarakat berinteraksi secara *face to face communication*, maka dewasa ini masyarakat berinteraksi sosial online. Melalui kecanggihan teknologi informasi, maka masyarakat memiliki alternatif lain untuk berinteraksi sosial (Alyuri, 2016:1).

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2017:11). Pada tanggal 26 Januari 2017, perusahaan riset *We Are Social* kembali mengumumkan laporan terbaru mereka terkait perkembangan penggunaan internet di seluruh dunia. Hasilnya mereka menyebut Indonesia sebagai negara dengan pertumbuhan jumlah pengguna internet terbesar di dunia.

We Are Social melaporkan pada awal tahun 2016 hanya mempunyai sekitar 88,1 juta pengguna internet, dan pada awal tahun 2017 jumlah pengguna internet telah naik sebesar 51 persen ke angka 132,7 juta. Pertumbuhan jumlah pengguna internet ini turut diiringi oleh meningkatnya jumlah pengguna layanan media sosial. Hanya berjumlah 79 juta pada tahun lalu, angka tersebut kini telah naik menjadi 109 juta pengguna¹.

Begitu besarnya pengguna internet di dunia terciptalah beberapa media sosial yang sangat berperan penting bagi masyarakat. Contohnya seperti *Facebook, Instagram, WhatsApp, Path, Line* dan berbagai media sosial lainnya. Masing-masing media sosial tersebut mempunyai keunggulan khusus dalam menarik banyak pengguna media sosial yang mereka miliki.

Penelitian ini akan fokus kepada media sosial *Instagram*, karena *Instagram* menempati posisi kedua sebagai media sosial favorit seperti yang dilangsir oleh *Liputan6.com*².

Instagram merupakan salah satu dari media sosial yang dirilis pada 6 Oktober 2010. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri. Kegunaan utama dari *instagram* adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya.

¹<https://id.techinasia.com/pertumbuhan-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2016> diunduh pada tanggal 05 oktober 2017

² <http://tekno.liputan6.com/read/2634027/3-media-sosial-favorit-pengguna-internet-indonesia> diunduh pada tanggal 12 februari 2018

Rabu, 26 Juli 2017, *Tempo.co*, mengatakan bahwa *instagram* baru saja membeberkan data internalnya perihal pengguna di Indonesia. Tidak kurang dari 45 juta orang Indonesia ternyata menggunakan media sosial ini secara aktif, serta tercatat sebagai pembuat konten *instagram story* terbanyak di dunia. Dengan pengguna yang pasif, Indonesia menjadi komunitas *instagram* terbesar di Asia Pasifik, serta salah satu pasar terbesar di dunia dari total 700 juta pengguna aktif setiap bulannya³.

Pada tanggal 21 April 2017 *Kompasiana* menjelaskan secara umum *instagram* digunakan untuk⁴:

Gambar 1.1
Aktivitas Pengguna *Instagram*



³ <https://bisnis.tempo.co/read/894605/45-juta-pengguna-instagram-indonesia-pasar-terbesar-di-asia> diunduh pada tanggal 07 oktober 2017

⁴ https://www.kompasiana.com/mmabrur1banuna/agar-kita-tidak-kalah-dengan-barangbarang-itu_58fa02993493737c1eb4f5e1 diunduh pada 1 november 2017

Berdasarkan aktivitas para pengguna *Instagram* diatas peneliti akan fokus kepada *selfie (self portrait)*, karena berdasarkan data *Tirto.id* yang dirilis pada tanggal 8 Agustus 2017, dari hasil penelitian *LendEDU* bahwa sebanyak 64 persen dari 16.867 responden, mengatakan bahwa *Instagram* lebih banyak dijadikan sebagai media nasris, penelitian tersebut dilakukan selama satu tahun mulai dari awal Juni 2016 hingga Maret 2017⁵.

Selfie (self portrait) yaitu kegiatan berfoto yang menampilkan seluruh atau sebagian tubuh si-pengguna dengan menggunakan kamera *handphone*, dimana foto-foto tersebut dapat diunggah kemediia sosial.

Pada tanggal 9 september 2016 *Tirto.id* merangkum bebepara fenomena mengenai foto *selfie (self portrait)*⁶.

Gambar 1.2
Fenomena Selfie (Self Portrait)



⁵ <https://tirto.id/instagram-platform-medsos-paling-pas-buat-si-narsisis-ct8s> diunduh pada tanggal 11 november 2017

⁶ <https://tirto.id/selfie-boleh-mati-jangan-bH66> diunduh pada tanggal 7 november 2017

Berdasarkan hasil penelitian Faulina (2015) , bahwa kegiatan *selfie* (*self portrait*) ditujukan untuk membangun percaya diri, penerimaan diri apa adanya, selain itu sebagai bentuk ketidakpercayaan diri atas keadaan yang ada. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian dari Kusrini (2013) bahwa foto *selfie* (*self portrait*) merupakan upaya pemilik akun untuk menunjukkan citra diri (*self image*).

Berikut beberapa contoh akun yang kerap memposting foto *selfie* mereka *Instagram*:

Tabel 1 .1
Foto Selfie Instagram

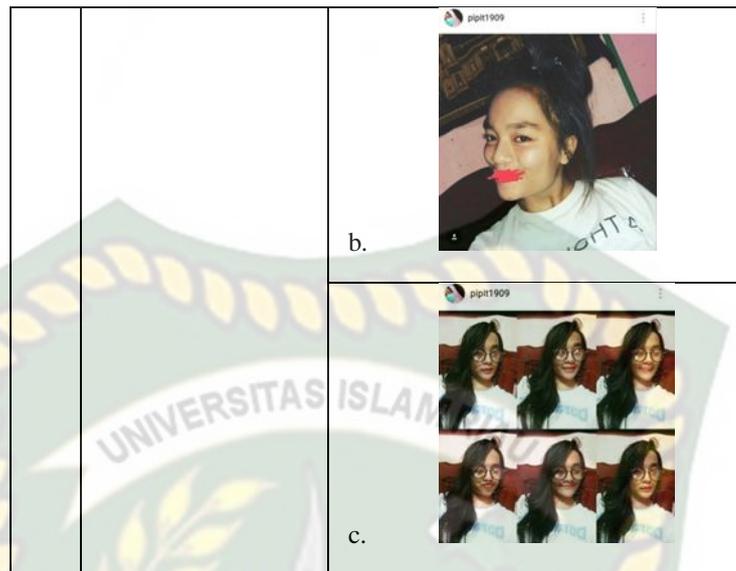
No	Subjek/Akun	Gambar/Foto <i>Instagram</i>
1	Ig: @rimasitasonia	 <p>a.</p>  <p>b.</p>

		 <p>c.</p>
2	@desy_syakiraa	 <p>a.</p>  <p>b.</p>  <p>c.</p>
3	@yulia_aufara	 <p>a.</p>

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Dokumen ini adalah Arsip Miilik :

		<p>b. </p>
		<p>c. </p>
4	@tipawew	<p>a. </p>
		<p>b. </p>
		<p>c. </p>
5	@pipit1909	<p>a. </p>



Menurut Nasrullah (2017:132) ada beberapa alasan seseorang senang sekali *selfie* (*self portrait*) dan kemudian di unggah kedia sosial : *pertama*, kegiatan tersebut wujud dari eksistensi diri. *Kedua*, *selfie* juga bisa menandakan bahwa pengguna melakukan keterbukaan diri di media sosial. *Ketiga*, *selfie* merupakan salah satu bentuk narsisme digital. Demam *selfie* yang semakin menjalar dengan berbagai macam ekspresi membuktikan bahwa banyak orang yang semakin mengagumi dirinya *selfie* merupakan sarana untuk mengenal diri, melalui rasa penasaran terhadap bentuk wajah diri sendiri dengan berbagai ekspresi berbeda.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan *selfie* berkaitan erat dengan konsep diri, dimana bentuk eksistensi itu merupakan bagian dari konsep diri. Konsep diri yaitu kesan yang relatif stabil mengenai diri sendiri, tidak hanya mencakup persepsi anda mengenai karakteristik fisik,

tetapi juga penilaian mengenai apa yang pernah anda capai, yang sedang dijalani, dan apa yang ingin dicapai (Sobur, 2014:435).

Menurut Syam (2014:57) terdapat tiga unsur dalam konsep diri yaitu: penilaian diri, penilaian sosial, dan citra diri (*self image*). Fokus penelitian ini adalah pada citra diri (*self image*), karena citra diri merupakan salah satu segi dari gambaran diri yang berpengaruh pada eksistensi diri. Citra diri dipengaruhi oleh pemikiran mengenai apa yang dimaksud keindahan atau kebugaran dan bentuk tubuh yang ideal menurut seseorang. Citra diri merupakan hal yang subyektif, menurut penglihatan sendiri.

Menurut Holden, 2005:91 (Andarwati, 2016) citra diri merupakan jalinan yang berupa hubungan atau pengaruh satu sama lain terhadap persepsi, keyakinan, isi pikiran, komunikasi, perilaku dan keputusan.

Citra diri sangat erat hubungannya dengan remaja, karena masa remaja merupakan masa transisi atau mencari jati diri. Dalam memperoleh jati diri, remaja berusaha membentuk citra atau *image* tentang dirinya. Seperti yang dijelaskan dalam penelitian Tika dan Flora (2014) upaya pembentukan citra diri terlihat dalam suatu gambaran tentang bagaimana setiap remaja mempersepsikan dirinya, termasuk didalamnya bagaimana ia mencoba menampilkan diri secara fisik.

Menurut Surwono (2016:02), remaja merupakan periode transisi antara masa anak-anak ke masa dewasa, atau masa usia belasan tahun, atau jika seseorang menunjukkan tingkah laku tertentu seperti susah diatur mudah terangsang perasaannya. Masa remaja berlangsung antara umur 12 tahun

sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 tahun sampai dengan 22 tahun bagi pria.

Remaja sebetulnya tidak mempunyai tempat yang jelas. Mereka sudah tidak termasuk golongan anak-anak, tetapi belum juga dapat diterima secara penuh untuk masuk ke golongan orang dewasa. Remaja ada diantara anak dan orang dewasa. Oleh karena itu, remaja seringkali dikenal sebagai fase “mencari jati diri” atau fase “topan dan badai”. Remaja masih belum mampu menguasai dan memfungsikan secara maksimal fungsi fisik maupun psikisnya, Monks dkk (Ali, 2015:09).

Remaja, khususnya remaja putri memiliki sifat ingin diterima oleh orang lain oleh lawan jenis. Adanya perasaan memiliki kekurangan dalam segi fisik, seperti tidak putih tidak mancung, tidak tinggi dan sebagainya (Primianty, 2008). Bagi remaja putri, penampilan merupakan hal yang sangat penting karena dapat menunjukkan seberapa diterimanya mereka didalam lingkungan mereka. Terlebih lagi pada masa remaja terjadi perubahan fisik yang cukup drastis, seperti pelebaran tulang pinggul, peningkatan jumlah lemak tubuh dan itu menyebabkan terjadinya komparasi antara bentuk tubuh secara nyata dengan standar nilai kecantikan yang ada (Fristy, 2011).

Hal tersebut mengarah kepada keinginan untuk tampil cantik, dimana berdasarkan penelitian Christanti dan Raditya (2013) saat ini, cantik digambarkan dengan perempuan yang memiliki kulit putih, tubuh langsing, mata bulat, tinggi, hidung mancung, rambut lurus dan wajah yang putih mulus.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka penelitian ini akan melihat bagaimana remaja mengkonstruksi citra diri (*self image*) tentang makna cantik dari kegiatan *selfie* (*self image*) yang mereka lakukan di *Instagram*. Untuk mengetahui hal tersebut peneliti menggunakan teori interaksi simbolik karena teori interaksi simbolik membahas mengenai konsep diri dan bagian konsep diri membahas mengenai citra diri (*self image*).

Berdasarkan latarbelakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk membahasnya melalui judul penelitian yang berjudul “Konstruksi Citra Diri (*Self Image*) Remaja Tentang Makna Cantik Melalui *Selfie* (*Self Portrait*) di *Instagram*”

B. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah pada penelitian ini adalah :

1. Masa remaja merupakan masa mencari jati dirinya, dan mereka masih belum mampu menguasai dan memfungsikan secara maksimal fungsi fisik maupun psikisnya.
2. Remaja dalam memperoleh jati dirinya akan membentuk citra atau *image* tentang dirinya dan remaja hanya akan mempersepsikan penampilan diri secara fisik.
3. Dalam hal membangun citra dirinya, remaja akan menampilkan citra diri tentang cantik melalui kegiatan *selfie* di *instagram*

C. Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian pada penelitian ini adalah Remaja membangun citra diri tentang makna cantik dari kegiatan *selfie* yang mereka lakukan di *Instagram*.

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana konstruksi citra diri (*self image*) remaja tentang makna cantik melalui kegiatan *selfie* (*self portrait*) di *Instagram*?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dan manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui konstruksi citra diri (*self image*) remaja tentang makna cantik melalui kegiatan *selfie* (*self portrait*) di *Instagram*.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk menambah kajian pengaruh media komunikasi. Memberikan kontribusi pemahaman tentang media komunikasi.

b. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat di jadikan sebagai sarana penyampaian pesan dalam pengaruh media komunikasi