

Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Pembentukan Citra Diri

¹ Zaim Qashmal, ² Dadi Ahmadi

^{1,2} Prodi Ilmu Komunikasi, Bidang Kajian Public Relations, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

e-mail: ¹zaimqashmal16@gmail.com, ²DadiAhmadi@yahoo.com

Abstract. The use of social media at this time can not be separated from the activities of modern society, especially in Bandung. Acceleration of information become an impact that should be utilized by the community. one of these is the use of social media. ranging from Facebook, Twitter, Instagram, until Path. one of the social media that is widely used is Instagram, Since this social media is acquired by Facebook in 2012, the users continues to increase. This social media is only facilitates users to post photos and video along with the effect to support it. and there are also facilities such as Like and Comment. By utilizing the facilities, as well as some relatives, close friends, college friends, co-workers, and many others as Followers, it will be the potential for a strong relationship between the use of social media Instagram with the formation of a personal self-image, especially in the Faculty of Communication students Unisba. In this study the authors used correlations method. From the results it was concluded that: (1) There is a relationship between the use of Instagram based on cognitive (information needs) for the formation of a personal self image. (2) There is a relationship between the use of Instagram based on integrative Personal (Personal needs) to the formation of a personal self image. (3) There is a relationship between the use of Instagram by Integrative Social (social needs) on the Establishment of Self-Image. (4) there is a relationship between the use of Instagram by release of tension on the Formation of Self-Image.

Keywords: Social Media, Instagram, Self-Image

Abstrak, Penggunaan media sosial saat ini tidak dapat dilepaskan dari kegiatan masyarakat modern khususnya di Bandung. Percepatan informasi menjadi dampak yang harus dimanfaatkan oleh masyarakat, salah satu bentuk pemanfaatan tersebut adalah media sosial. mulai dari Facebook, Twitter, Instagram, sampai Path. salah satu dari media sosial tersebut yang banyak digunakan adalah Instagram. Semenjak media sosial ini diakuisisi oleh *Facebook* pada tahun 2012 penggunaanya terus meningkat. Media sosial ini hanya memfasilitasi pengguna untuk posting Foto dan Video beserta *effect* untuk menunjangnya, ada juga fasilitas pendukung seperti *Like* dan *Comment*. Dengan memanfaatkan fasilitas yang ada, juga beberapa kerabat, teman dekat, saudara, teman kampus, teman kerja, dan masih banyak lagi orang lain sebagai *Followers*, maka akan adanya potensi hubungan yang kuat antara penggunaan media sosial *Instagram* dengan pembentukan citra diri seseorang, khususnya di lingkungan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode Korelasional. Dari hasil penelitian didapatkan kesimpulan bahwa: (1) Terdapat hubungan antara penggunaan Instagram berdasarkan Kognitif (kebutuhan informasi) terhadap pembentukan citra diri seseorang. (2) Terdapat hubungan antara penggunaan Instagram berdasarkan Integratif Personal (kebutuhan Personal) terhadap pembentukan citra diri seseorang. (3) Terdapat hubungan antara penggunaan Instagram berdasarkan Integratif Sosial (kebutuhan sosial) terhadap Pembentukan Citra Diri. (4) terdapat hubungan antara penggunaan Instagram berdasarkan pelepasan ketegangan terhadap Pembentukan Citra Diri.

Kata Kunci : Media Sosial, Instagram, Citra Diri

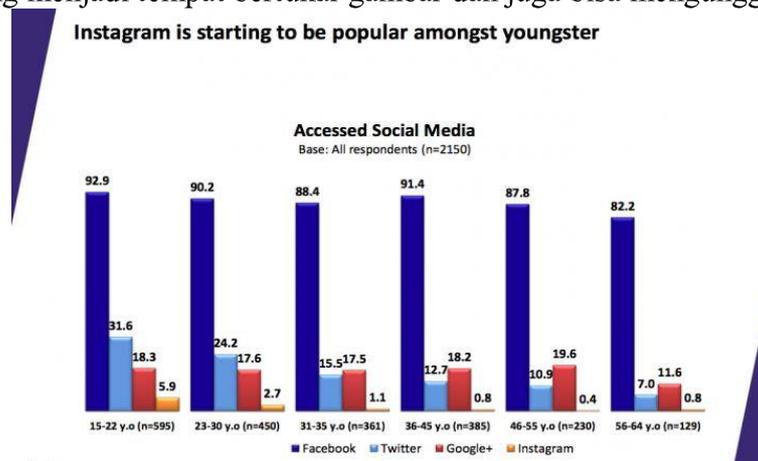
A. Pendahuluan

Keberadaan Internet sebagai new media memiliki kelebihan dalam menyajikan berbagai informasi secara aktual. Fitur-fitur dalam internet yang disebut jejaring sosial seperti Blog, Facebook, Twitter, Skype dan social network lainnya yang diberikan oleh internet membuat penggunaannya dapat memilih dengan cara apa berkomunikasi dan men-share informasi. Kemudahan dan hal-hal yang bersifat instan yang menjadi fitur

internet membuat sebagian besar penggunanya merasa nyaman sehingga banyak yang menjadikan internet sebagai suatu kebutuhan. "Internet dihuni oleh jutaan orang nonteknik yang menggunakannya setiap hari untuk berkomunikasi dan mencari informasi" (Ardianto dkk 2007: 151).

Salah satu dari sekian banyak *Social Network* tersebut adalah *Instagram*, *instagram* adalah sebuah aplikasi *microbloging* yang mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunduh foto. *Instagram* dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan mereka kembangkan sendiri yaitu, *Burbn, Inc.* sampai akhirnya diakuisisi oleh *Facebook* pada 2012. disamping fungsi utamanya sebagai pengunggah foto, *instagram* sendiri dapat digunakan untuk menyunting foto-foto tersebut melalui 16 Efek yang dapat digunakan untuk menyunting foto tersebut, dan juga dapat mengunggah video berdurasi pendek. Dengan *instagram* foto-foto dan video dapat dikolaborasikan untuk *diposting* dalam media sosial yang lain seperti *Facebook*, *Twitter*, *Flicker* dan *Foursquare*.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh *Markplus Insight* bertajuk *Indonesian Netizen Survey 2013* terdapat beberapa temuan menarik soal sosial media. Dari 2. 150 *Netizen* yang disurvei, aplikasi *Instagram* menjadi aplikasi baru yang cukup populer di kalangan anak muda. Sebanyak 5,9 persen responden usia 15-22 tahun mengakses *Instagram* yang menjadi tempat bertukar gambar dan juga bisa mengunggah video.



Sumber: www.the-marketeers.com

Melihat fenomena tersebut, penulis tergerak untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial *Instagram* sebagai sarana komunikasi di kalangan Mahasiswa. Penggunaan media sosial menjadi salah satu hal yang dapat terlihat di masyarakat saat ini. Kita sering menggunakan media sosial, setiap hal yang *diposting* melalui media sosial tentunya merupakan sebuah proses komunikasi. Dengan mengetahui bagaimana penggunaan media sosial *Instagram* sebagai sarana komunikasi di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi *Unisba*, penulis berharap dapat mengetahui bagaimana motivasi, ketertarikan, motif penggunaan dan penilaian isi media dari penggunaan jejaring sosial *Instagram*. Yang tentunya hal tersebut juga berkaitan erat dengan citra dirinya.

B. Landasan Teori

Para ahli komunikasi sudah banyak mendefinisikan tentang komunikasi massa. Banyak ragam dan titik tekan yang dikemukakannya. Namun dari sekian banyak definisi komunikasi massa yang dikemukakan oleh para ahli komunikasi, terdapat kesamaan

atau benang merah antara definisi satu dengan yang lainnya. Nurudin dalam bukunya pengantar komunikasi massa mengartikan "komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik)" (Nurudin, 2011: 4).

Salah satu bentuk komunikasi massa adalah komunikasi melalui internet, menurut Laquey (1997) dalam Ardianto (2007: 150), internet merupakan jaringan longgar dari ribuan komputer yang menjangkau orang di seluruh dunia. Misi awalnya adalah menyediakan sarana bagi para peneliti untuk mengakses data dari sejumlah data perangkat keras komputer, yang mahal. Namun, sekarang internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif. Laquey juga menambahkan (Ardianto, 2007: 152), yang membedakan internet dari teknologi komunikasi lainnya adalah tingkat interaksi dan kecepatan yang dapat dinikmati pengguna untuk penyiaran pesannya. Tak ada media yang memberi setiap penggunanya kemampuan untuk berkomunikasi secara seketika dengan ribuan orang seperti internet.

Seiring dengan perkembangan teknologi, pamor media sosial instagram terutama di Indonesia, semakin tinggi. banyak orang menggunakan instagram sebagai media untuk berkomunikasi. Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram merupakan penggabungan dari kata instan dan telegram.

Penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi tentunya berkaitan dengan citra orang yang menggunakannya, hal ini selaras dengan yang dikatakan Philip Kotler bahwa citra merupakan hal yang sangat penting, baik bagi seseorang maupun organisasi, yang sudah tentu akan muncul dari penilaian yang dimiliki seseorang terhadap suatu obyek. Citra tersebut bisa baik ataupun buruk. Pengertian citra adalah "seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu obyek. Sikap dan tindakan orang terhadap suatu obyek sangat ditentukan oleh citra obyek tersebut" (Kotler, 2000 : 18).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 1

Hubungan antara *Kognitif (kebutuhan informasi) (X1)* dengan Pembentukan Citra Diri (Y)

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X1 – Y	0.667	Kuat	44.49%	8.470	1.986	Terdapat hubungan yang signifikan.

Sumber; Hasil Pengolahan data, 2015

Dari tabel 1 di atas dapat disimpulkan bahwa *Kognitif (kebutuhan informasi)* (X1) memiliki hubungan yang kuat serta signifikan dengan Pembentukan Citra Diri (Y) ini ditunjukkan dengan hasil thitung > ttabel ($8.470 > 1.986$) dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$.

Tabel 2
Hubungan antara *Integratif personal (pengaruh kredibilitas)* (X2) dengan Pembentukan Citra Diri (Y)

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X2 - Y	0.644	Kuat	41.47%	11.290	1.986	Terdapat hubungan yang signifikan.

Sumber; Hasil Pengolahan data, 2015

Dari tabel 2 di atas dapat disimpulkan bahwa *Integratif personal (pengaruh kredibilitas)* (X2) memiliki hubungan yang kuat serta signifikan dengan Pembentukan Citra Diri (Y) ini ditunjukkan dengan hasil thitung > ttabel ($11.290 > 1.986$) dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$.

Tabel 3
Hubungan antara *Integratif Sosial (kebutuhan sosial)* (X3) dengan Pembentukan Citra Diri (Y)

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X3 - Y	0.620	Kuat	38.44%	4.905	1.986	Terdapat hubungan yang signifikan.

Sumber; Hasil Pengolahan data, 2015

Dari tabel 3 di atas dapat disimpulkan bahwa *Integratif Sosial (kebutuhan sosial)* (X3) memiliki hubungan yang kuat serta signifikan dengan Pembentukan Citra Diri (Y) ini ditunjukkan dengan hasil thitung > ttabel ($4.905 > 1.986$) dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$.

Tabel 4
Hubungan antara Pelepasan Ketegangan (X4) dengan
Pembentukan Citra Diri (Y)

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X4 - Y	0.562	Kuat	31.58%	7.009	1.986	Terdapat hubungan yang signifikan.

Sumber; Hasil Pengolahan data, 2015

Dari tabel 4 di atas dapat disimpulkan bahwa Pelepasan Ketegangan (X4) memiliki hubungan yang kuat serta signifikan dengan Pembentukan Citra Diri (Y) ini ditunjukkan dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7.009 > 1.986$) dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mencari jawaban terhadap suatu permasalahan yaitu apakah terdapat hubungan antara penggunaan media sosial Instagram dengan pembentukan citra diri di kalangan mahasiswa Fikom Unisba.

1. **Analisis pertama**, membuktikan bahwa terdapat hubungan antara Kognitif (kebutuhan informasi) dengan Pembentukan Citra Diri. Hal-hal seperti kebutuhan dalam menggunakan media sosial, lalu memahami maksud dan fungsi dari penggunaan media sosial tersebut, juga kebutuhan akan informasi melalui media sosial, dan mengetahui trend yang sedang berkembang saat ini merupakan hal yang mempunyai hubungan yang kuat dengan pembentukan citra diri seseorang.
2. **Analisis kedua**, membuktikan bahwa terdapat hubungan antara Integratif Personal (kebutuhan Personal) dengan Pembentukan Citra Diri..hal-hal meliputi kepercayaan diri, penggunaan media sosial yang bersifat pribadi, juga pengaktualisasian diri merupakan hal-hal yang mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan pembentukan citra diri seseorang.
3. **Analisis ketiga**, membuktikan bahwa terdapat hubungan antara Integratif Sosial (kebutuhan sosial) dengan Pembentukan Citra Diri, Hal-hal seperti kebutuhan akan hubungan yang baik, kemudahan berkomunikasi, bertukar informasi dan pemahaman akan situasi dan kondisi sekitar merupakan hal-hal yang punya hubungan yang sangat kuat dengan pembentukan citra diri seseorang.
4. **Analisis keempat**, membuktikan bahwa terdapat hubungan antara pelepasan ketegangan dengan Pembentukan Citra Diri. Hal-hal yang meliputi tekanan dalam pikiran, keluh kesah, pencurahan isi pikiran, dan hiburan dianggap berpengaruh terhadap pembentukan citra diri, dalam penelitian ini hal tersebut membuktikan adanya hubungan diantara keduanya. Dalam segitiga hierarki kebutuhan Maslow kita dapat melihat bagaimana aspek-aspek yang berhubungan dengan pelepasan ketegangan berpengaruh terhadap pembentukan citra diri, kita dapat melihat bagaimana Maslow menyebutkan bahwa kebutuhan akan rasa aman (*Safety*) pada akhirnya akan membawa seseorang kepada kebutuhan untuk aktualisasi diri (*Self-Actualization*) yang meliputi Citra diri.

D. Kesimpulan

Berdasarkan analisa yang dilakukan beserta pemaparan bahasan yang didukung oleh teori-teori mengenai “Hubungan penggunaan media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri”, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan perkembangan kognitif terhadap pembentukan citra diri, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang dibutuhkan oleh responden, kebutuhan untuk mendapatkan informasi terkini, mendapatkan wawasan baru, juga untuk mengetahui *Trend* yang sedang berkembang saat ini menjadi faktor yang menyebabkan adanya hubungan antara penggunaan Instagram berdasarkan perkembangan kognitif terhadap pembentukan citra diri.
2. Terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan Integratif personal (pengaruh kredibilitas) terhadap pembentukan citra diri, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang dibutuhkan oleh responden, Kredibilitas, Tingkat stabilitas kepercayaan, dan Aktualisasi diri menjadi faktor yang menyebabkan adanya hubungan antara penggunaan Instagram berdasarkan Integratif personal (pengaruh kredibilitas) terhadap pembentukan citra diri.
3. Terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan Integratif sosial (kebutuhan sosial) terhadap pembentukan citra diri, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang dibutuhkan oleh responden, Interaksi yang baik, kemudahan komunikasi, sarana bertukar informasi menjadi faktor yang menyebabkan adanya hubungan antara penggunaan instagram berdasarkan Integratif sosial (kebutuhan sosial) terhadap pembentukan citra diri.
4. Terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan pelepasan ketegangan terhadap pembentukan citra diri, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang dibutuhkan oleh responden, menghindarkan diri dari tekanan pikiran, sarana hiburan, dan sarana mencurahkan isi pikiran menjadi faktor yang menyebabkan adanya hubungan antara penggunaan instagram berdasarkan pelepasan ketegangan terhadap pembentukan citra diri.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala & Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Gibson, James L. Ivancevich, John M. Donnelly. James H Organisasi : *Perilaku, Struktur, dan Proses*.1993. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT Prenhallindo
- Maslow, Abraham H. 1993. *Motivasi dan Kepribadian*. Jakarta: PT. Pustaka Binawan Presindo
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Rosda
- Nurudin, 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Rakhmat, Djalaludin, 2011. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Rosda Karya

Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Astuti Santi Indra dan Hasbiansyah O. *Panduan Penyusunan Skripsi, Usulan Penelitian, dan Karya Ilmiah Fikom Unisba*. Bandung: Universitas Islam Bandung.

Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana PMG

Maryani Anne dan Ahmadi Dadi. 2011. *Komunikasi Virtual: Teori dan Praktek*. Bandung: Ihsan Press