

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi komunikasi yang makin maju dan berkembang menumbuhkan berbagai pengaruh bagi penggunaannya. Masyarakat dituntut untuk lebih memanfaatkan teknologi sesuai fungsinya. Internet merupakan bentuk perkembangannya teknologi yang saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi sebagian kalangan. Perubahan zaman yang mengharuskan pengetahuan teknologi dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh semua pihak.

Perubahan teknologi komunikasi yang cepat dan menyeluruh telah memberikan perubahan secara signifikan. Pesatnya perkembangan teknologi media masa kini menyuguhkan media komunikasi yang semakin *bervariatif*. Dimana teknologi semakin canggih muncullah media komunikasi yang canggih juga yaitu komunikasi media baru seperti media *online* dan media sosial. Dengan kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi sekarang ini, dunia tidak lagi mengenal batas, jarak, ruang dan waktu. Bahkan orang dapat berkomunikasi dengan siapa saja di berbagai tempat di dunia ini, hanya dengan memanfaatkan *smartphone* yang berbasis internet.

Kebutuhan dan kepuasan yang berbeda dalam penggunaan media komunikasi tersebut menyebabkan teknologi media komunikasi dipaksa berkembang lebih cepat. Akhirnya media baru bermunculan dan berkembang diantara media lainnya. Seperti yang diketahui, internet (*interconnection networking*) merupakan bentuk konvergensi dari beberapa teknologi penting terdahulu, seperti komputer, televisi, radio dan telepon (Bungin, 2006:135).

Kehadiran teknologi memberikan pengaruh yang sangat besar dalam kehidupan manusia. Dengan adanya teknologi, kehidupan dan kegiatan manusia menjadi sangat mudah dan cepat. Disadari atau tidak, kita menjadi tergantung pada teknologi. Teknologi membentuk perasaan, pikiran dan tindakan manusia. Kita menciptakan teknologi dan teknologi pada gilirannya menciptakan kembali siapa diri kita sendiri (McLuhan dalam Morissan dkk, 2010: 30).

Media sosial memudahkan penggunaanya (komunikator) dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada pengguna lainnya (komunikan). Pesan atau informasi yang disampaikan tersebut dapat berupa text, audio dan foto. Media sosial tidak lagi hanya sekedar menjadi media komunikasi semata, tetapi juga sebagai bagian yang tak terpisahkan dari dunia bisnis, industri, pendidikan, kesukaan dan pergaulan sosial. Khususnya pada media sosial yang pertumbuhannya sangat meningkat.

Media sosial yang marak belakangan adalah Instagram. Instagram merupakan produk teknologi media baru yang kini sedang digemari banyak kalangan.

Manusia merupakan makhluk sosial yang dapat berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain. Sebagai makhluk sosial yang dibutuhkan setiap orang adalah pentingnya membentuk dan memelihara hubungan baik dengan orang lain diperlukannya sebuah hubungan komunikasi interpersonal menurut Devito (Devito, 2007 : 4) ialah proses pengiriman pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan efek dan umpan balik. Salah satu karakteristik komunikasi interpersonal menurut Richard L. Weaver dalam (Budyatna dan Ganiem, 2011: 15) yaitu komunikasi interpersonal tidak harus dilakukan secara tatap muka. Pernyataan tersebut mempunyai arti bahwa komunikasi dapat dilakukan melalui telepon, email dan yang menggunakan jaringan internet lainnya. Banyak cara yang dapat dilakukan seseorang dalam melakukan komunikasi interpersonal salah satunya melalui media sosial.

Media internet membuat kita dapat berinteraksi dengan banyak orang, mendapatkan informasi yang diinginkan, bahkan kita dapat mengeksplorasi diri melalui media sosial. Salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh orang-orang yaitu Instagram. Instagram merupakan aplikasi untuk berbagi foto atau gambar kepada teman-teman sesama pengguna Instagram. Instagram merupakan salah satu jenis media sosial dengan layanan berbasis internet dan sekaligus untuk

berbagi cerita via gambar digital. Para pengguna *gadget* kerap kali menggunakan media ini untuk langsung berbagi hasil jepretan mereka (Sulianta, 2015: 199). Instagram memiliki sistem pengikut, dimana sebuah akun dapat memiliki pengikut maupun menjadi pengikut (mengikuti), pengguna akun lainnya. Dengan adanya pengikut, akan terjalin komunikasi antara sesama pengguna instgram jika sebuah akun mengunggah foto atau video, pengguna lainnya dapat merespon dengan *like* ataupun komentar. Jumlah *like* dan komentar dapat menjadikan foto/video populer. Melalui instagram, terciptalah sebuah komunikasi interpersonal dengan para pemilik akun instagram yang telah menjadi *Following* atau *Follower* seseorang. Pengguna Instagram memiliki alasan tersendiri mengapa mereka memilih Instagram sebagai media sosial yang harus mereka gunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Instagram merupakan media sosial dengan jumlah pengguna aktif terbesar dalam enam bulan terakhir diawal tahun 2014.

<https://tekno.tempo.co/read/news/2014/01/27/072548613/pengguna-aktif-instagram-naik-pesat> diakses pada 27 Januari 2014

1.2 Fokus Penelitian

Salah satu hal yang dapat mempengaruhi perilaku dan motif komunikasi kita dengan orang lain ialah konsep diri. Konsep diri ialah bagaimana kita melihat diri kita, mengetahui diri kita dan apa yang kita inginkan terhadap diri kita (Hardjan, 2003: 95). Konsep diri meliputi

gambaran diri yaitu peran hidup yang dipegang, watak, kemampuan dan kecakapan. Kajian penelitian ini membahas tentang konsep diri dan motif penggunaan. Menurut penulis konsep diri memiliki hubungan dengan penggunaan media sosial dikarenakan sebagai pengguna mereka memiliki karakteristik yang merupakan profil dari masing-masing pengguna, setiap pengguna memiliki alasan yang mendorong menggunakan yaitu bisa saja untuk menambah jaringan pertemanan, mengikuti zaman/*trend* dan kebutuhan akan informasi. Konsep diri yang meliputi watak, peran hidup dan kecakapan merupakan hal utama pada individu untuk memiliki konsep diri positif dalam mencapai keberhasilan komunikasi interpersonal dan membuatnya lebih percaya diri.

Konsep diri menurut Nashori ada tiga macam yaitu konsep fisik, konsep diri pribadi dan konsep diri sosial. Konsep diri fisik ialah bagaimana seseorang memandang dirinya dalam sudut pandang fisik. Konsep diri pribadi ialah cara seseorang menilai kemampuan yang ada pada dirinya. Sedangkan konsep diri sosial berkaitan dengan kapasitas seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungan sosialnya (Nashori, 2000: 31).

Berdasarkan uraian diatas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Konsep Diri dan Motif Penggunaan Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana”. Penulis merasa tertarik melakukan penelitian di kalangan

mahasiswa dikarenakan instagram merupakan media sosial yang sedang tren saat ini dibandingkan dengan media sosial lain yang sudah banyak digunakan orang-orang terutama di kalangan mahasiswa, kemudian peneliti memilih mahasiswa Universitas Mercubuana dan fakultas Ilmu Komunikasi karena, peneliti ingin mengetahui dan memahami apakah konsep diri mereka menggunakan media sosial tersebut berdasarkan konsep diri psikologi, konsep diri sosial atau konsep diri fisis.

Berdasarkan konteks masalah yang telah diuraikan diatas, maka fokus masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Konsep Diri dan Motif Penggunaan Instagram Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana? Dengan judul “Konsep Diri dan Motif Penggunaan Instagram”.

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui bagaimana Konsep Diri dan Motif Penggunaan Media Instagram pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mercu buana.
- 2) Mengetahui konsep diri yang paling dominan diantara psikologi, sosial, dan fisis.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis, berikut penjabarannya:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi dalam kajian ilmu komunikasi khususnya penelitian yang sama yaitu tentang media sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengguna media sosial instagram khususnya mahasiswa Institut Bisnis Nusantara Fakultas Ilmu Komunikasi diantaranya:

1. Menambah wawasan dan pengetahuan terutama di bidang kajian ilmu komunikasi yang berkaitan dengan media sosial dan psikologi komunikasi.
2. Menjadi salah satu referensi bagi penelitian lain yang akan melakukan penelitian yang sama dengan penelitian yang ada.
3. Diharapkan mampu memberikan wawasan serta masukan agar masyarakat dapat bersikap cerdas dalam perkembangan teknologi komunikasi khususnya dalam penggunaan media sosial dan dapat

memanfaatkan sosial media yang ada untuk hal yang positif khususnya media sosial *instagram*.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan memberikan arahan bagi penelitan agar menjadisatu kesatuan maka penelitan terbagi dalam V BAB yaitu:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang garis besar landasan yang menentukan pendahuluanyang memuat latar belakang masalah, focus penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian (manfaat teoritis dan manfaat praktis) dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi tentang pengertian-pengertian berupa konsep teori yang berhubungan dengan pokok penelitian, operasional variabel dan kerangka pemikiran.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi metode yang akan digunakan untuk penelitian seperti desain penelitian, sumber data, bahan penelitian dan unit analisis, teknik pengumpulan data, reliabilitas dan validitas alat ukur dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini berisi subjek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran berdasarkan penelitian ini.