BAB 1

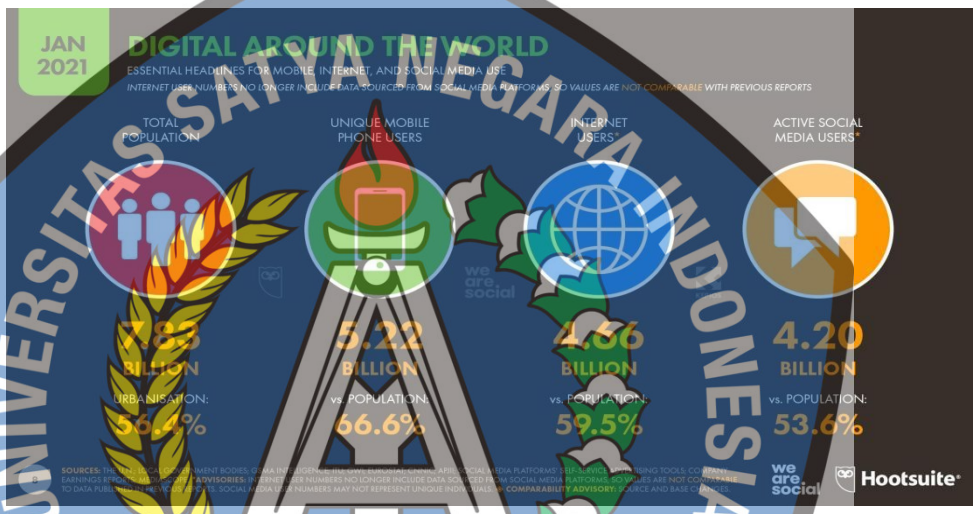
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media sosial mempunyai manfaat yang besar di masyarakat, siapapun bisa mengakses dan kapanpun mereka berada sesuai dengan informasi yang mereka butuhkan baik untuk bekerja, belajar,mengisi kekosongan waktu ataupun sekedar hanya mencari hiburan. Dan disinilah peluang mengkomunikasikan citra diri terbuka jika kita berhasil mengenali diri sendiri dan kemampuan kita apa, maka komunikasikanlah hal tersebut lewat sosial media agar masyarakat mengetahui tentang diri kita sekaligus mengetahui keunggulan diri kita sehingga dapat menginspirasi orang banyak.

Media Sosial adalah alat bantu dalam menyampaikan sebuah informasi dari seseorang untuk seseorang dan juga kelompok, untuk mencapai tujuan individu maupun tujuan kelompok. Untuk lebih jelas sebagamana di kemukakan Nasrullah dalam buku Media Sosial (Nasrullah, 2015) bahwa " media sosial dapat dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media. " Dan menurut yang dikutip oleh Nasrullah dalam buku Media Sosial (Nasrullah, 2015) bahwa "Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi penggunanya dalam berinteraksi dan berkolaborasi, karena itu media sosial dapat disimpulkan sebagai medium(fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial." Berbagai definisi, Dr.Rulli Nasrullah M.Si. dalam buku Media Sosial (Nasrullah, 2015), menyimpulkan bahwa Media Sosial merupakan medium di internet yang penggunanya mempresentasikan dirinya sendiri maupun berinterakasi, saling berbagi, bekerja sama, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial dengan secara virtual."

dikenal oleh banyak orang dan mengajak banyak orang untuk menyukai bahkan mengikutinya di akun sosial medianya bahkan bisa berikatan dengan baik dengan para penggemarnya. Dan sebuah ikatan sosial yang terjadi secara virtual dapat mempererat hubungan baik dengan para pengikutnya, karena pengikutnya bisa bebas mengirim pesan kepada idolanya dan berkomentar di akun sosial media milik idolanya.



(Gambar 1.1 Pengguna internet dan media sosial)

Berdasarkan data (wearesocial.com) terhitung sampai januari 2021 pengguna internet menyentuh angka 4,66 Milyar manusia di dunia dengan jumlah pengguna media sosial mencapai 4,20 Milyar manusia di dunia. Ini merupakan angka yang sangat fantastis karena itu menunjukkan bahwa 85% manusia yang sudah menggunakan internet dari 5,22 Milyar manusia di dunia yang menggunakan *handphone*. data tersebut membuktikan bahwa sangat banyak orang yang aktif menggunakan internet dan media sosial. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah

berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.

Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang sangat umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Sebagain besar kritik terhadap media sosial berkisar tentang kesenjangan informasi yang tersedia, keandalan informasi yang disajikan, maka interaksi yang diciptakan media sosial, konsentrasi konten, kepemilikan konten dan masalah kepercayaan (Kaplan & Haenlein, 2010) dalam buku Komunikasi Antarpersonal (Liliweri, 2007). Bila dikaitkan dengan penelitian ini, informasi yang tersedia di media sosial terkadang tidak sesuai dengan aslinya karena banyaknya kendala di informasi yang disajikan oleh orang - orang yang kurang bertanggung jawab. Jadi seorang selebgr am yang memiliki konten harus memantau agar tidak disalah gunakan. Beberapa contoh media sosial yang sedang berkembang saat ini yaitu Instragam, Twitter, Line, Facebook, Instagram, dan lain-lain.

(Murphy et al., 2013) menyatakan bahwa media sosial sebagai seperangkat teknologi penyiaran berbasis jaringan yang memungkinkan pengguna untuk bebas menulis di konten media sosial dan memberi orang lain kesempatan untuk mengomentari konten yang muncul di media sosial. Media sosial melibatkan penggunaan ekstensif perangkat media elektronik untuk berkomunikasi secara online dengan orang lain dalam kontak media sosial. Berdasarkan kajian teoritis yang dikemukakan (Murphy et al., 2013) menurut penulis media sosial merupakan media komunikasi yang digunakan oleh banyak orang, komunikasi berlangsung secara online dan tidak ada

komunikasi verbal secara langsung atau bisa disebut virtual. Jika Anda terhubung ke jaringan Internet dengan sinyal yang baik, komunikasi online ini dapat dilakukan dengan baik.

Munculnya media sosial yang beragam macam tentu saja menghadirkan konten yang aneh - aneh dan bermacam - macam dengan berbagai dukungan gambar, file audio dan berbagai konten lainnya yang bisa menghibur banyak orang.

Dikutip dari (Anggraini, 2018) http://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-media-sosial-di-indonesia-199diakses pada 06 agustus 2021) berdasarkan pendidikan platform pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2017 sebanyak 97,55% adalah Mahasiswa dan berdasarkan wilayah pengguna instagram yang aktif di perkotaan sebanyak 68,81%. tidak bisa dipungkiri lagi bahwa hadirnya media sosial dikalangan mahasiswa dan perkotaan sangat penting sekali.

Dikutip dari (Anggraini, 2018) https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/ (diakses pada 06 agustus 2021) rata - rata orang - orang di Indonesia menggunakan waktunya sebanyak 3 jam, 4 menit untuk menggunakan media sosial, platform pengguna instagram di Indonesia sebanyak 79 % dari jumlah populasi dan jumlah pengguna instagram di Indonesia tahun 2020 sebanyak 63 juta jiwa. Terbukti bahwa pengguna Instagram di Indonesia sangat banyak.

Instagram merupakan jaringan media sosial yang dapat digunakan melalui iOS, Android, BB dan Windows Phone. Instagram ini diluncurkan

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA * YAYASAN ABDI KARYA *

pada Oktober 2010 (Bambang, 2012: 3). Instagram populer di kalangan anak muda karena kemudahannya dan kecepatan berbagi foto dan beberapa filter gaya retro yang menarik. Instagram menyediakan cara baru untuk berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto dan videp. Konsep jaringan menjadi lebih banyak dengan mengikuti sosial, seperti foto, tagar, dan peluang masuk populer (Bambang, 2012: 2). Bila dikaitkan dengan penelitian ini, Instagram merupakan media sosial yang mendukung peneliti untuk melakukan penelitian, Instagram sangat banyak di gunakan oleh masyarakat tetapi lebih banyak lagi yang menggunakan dan aktif itu mahasiswa karena kebanyakan mahasiswa senang bersosialisasi melalui media sosial dan instagram termasuk salah satu media sosial yang banyak digunakan. Karena kemudahannya untuk dapat mengunggah foto dan video sehari - hari kita, membagikan kegiatan kita di *instastory* dan dapat melihat kehidupan orang - orang yang kita ikuti di *instagram*. Selain itu, *instagram* juga digunakan untuk menjual produk - produk dalam dan luar negeri yang kita inginkan.

Semua kelebihan *instagram* dibanding aplikasi media sosial lainnya membuat *instagram* lebih unggul dan lebih menarik perhatian masyarakat khususnya kaum muda. Disinilah munculnya para *selebgram* yang menarik banyak perhatian bahkan menjadi konsumsi publik ketika postingan - postingan yang diunggah memiliki banyak komentar dan banyak yang menyukai, karena hal yang diposting menarik akhirnya mereka banyak diikuti oleh akun - akun yang lain sehingga terkenal seseorang itu menjadi *selebgram*. Kehidupan di dunia maya harus sangat *up to date* ,tetapi ketika di kehidupan nyata bisa jadi ia

tertinggal dan bisa jadi juga sangat *up to date.* Selain untuk mempertahankan statusnya sebagai *selebgram* ,gaya komunikasi yang ia gunakan untuk membentuk citra dirinya. Citra tersebut dapat negatif dan positif.

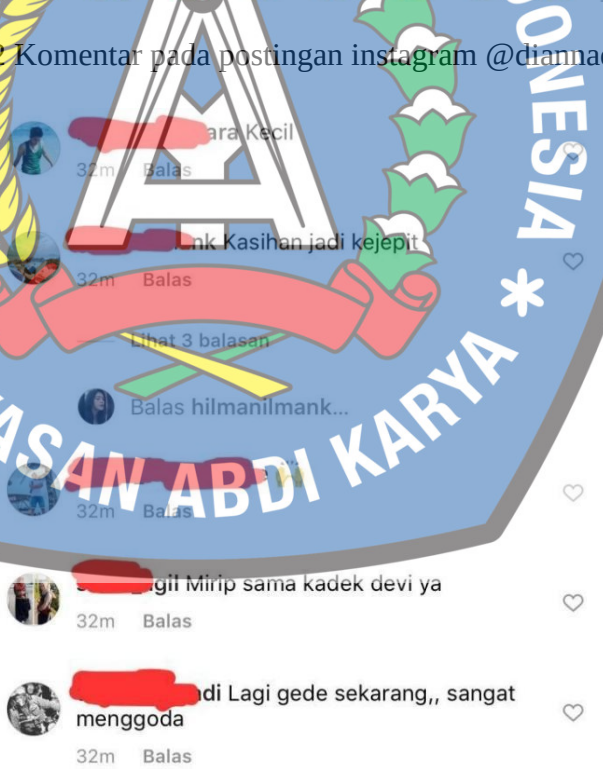
Jalaluddin Rakhmat (2012: 102) berpendapat bahwa "citra diri merupakan faktor yang sangat menentukan dalam komunikasi intrapersonal, karena tingkah laku seseorang didasarkan dengan konsep dirinya". Apabila seseorang mempunyai konsep diri yang negatif maka ia akan sulit berbicara untuk menyampaikan pendapatnya kepada orang lain. Berdasarkan kajian teoritis yang dikemukakan Jalaluddin Rakhmat (2012:102) dapat disimpulkan bahwa citra diri adalah pemahaman dan gambaran seseorang yang berkaitan dengan apa yang diketahui dan rasakan tentang prilakunya. Citra diri sangat penting untuk seseorang sebagai landasan untuk berinteraksi dengan lingkungannya. Menjadi seorang selebgram tidak selalu mempunyai citra positif begitupun sebaliknya, tidak juga selalu mempunyai citra negatif karena terkadang untuk mencari popularitas. Membuat sensasi negatif agar semakin dikenal dan semakin terkenal. Semua tergantung bagaimana ia membangun citra tersebut negatif atau positif, jika lebih banyak negatif yang ia tanam makan semakin negatif juga pemikiran orang terhadapnya dan begitu juga sebaliknya. Dengan seperti itu, apa yang digunakan seperti pakaian, perhiasan, gaya rambut yang diperlihatkan oleh *selebgram* dapat mempengaruhi pengikutnya.

Peneliti memilih *selebgram* @diannadeestarlight untuk diteliti karena peneliti ingin mengetahui bagaimana resepsi masyarakat khususnya mahasiswa terhadap citra diri selebgram @diannadeestarlight . @diannadeestarlight adalah

seorang *selebgram* yang dijuluki *hot mom,* ibu dari 2 anak yang juga berprofesi sebagai penyanyi,ia terlihat berpenampilan terbuka di akun *instagram* dan *instagram* miliknya dan dikenal sebagai wanita pemersatu Bangsa karena goyangan tampolnya, Ia pernah diundang di *podcast* Deddy Corbuzier yang sekarang sudah ditonton lebih dari 9 juta dan 44 ribu komentar membahas tentang dirinya yang terkenal dengan ciri khas goyangan tampolnya karena banyak yang mengirimi ia pesan mengira ia Open BO atau disebut dengan wanita yang dapat dibayar di instagram karena berani membayar Dianna dengan jumlah yang sangat besar. Berbagai persepsi tentang dirinya pun bermunculan , tidak hanya di akun - akun gosip saja tetapi kebanyakan orang langsung berkomentar di akun media sosial instagram miliknya. Hanya dengan melihat foto yang dia unggah di media sosial seseorang dapat menyampaikan persepsi mengenai dirinya di kolom komentar akun instagramnya.

Berkaitan dengan komentar mengenai tanggapan tentang dirinya, berikut ini terdapat beberapa contoh komentar yang terdapat pada kolom komentar postingan akun @diannadeestarlight. Seperti yang dituliskan di kolom komentar oleh pengguna @**** _99 “terpesona apa terpanah nih” , ada juga dari akun @****8600 “Duh gusti kok ayu men” , ada juga yang berkomentar dari akun @****mank “kasihan jadi kejepit”, dan yang terakhir ada juga yang berkomentar dari akun @****adi “lagi gede sekarang, sangat menggoda”

Gambar 1.2 Komentar pada postingan instagram @diannadeestarlight



Gambar 1.3 Komentar pada postingan @diannadeestarlight

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA * YAYASAN ABDI KARYA *

Persoalan foto dan video pada media sosial instagram Dianna menjadi polemik dikolom komentar, berkaitan dengan komunikasi yang berkembang pada era sekarang. Pengguna yang berkomentar di akun @diannadeestarlight memberikan persepsi dengan apa yang Ia lihat pada postingan Dianna, ada yang obyektif dan ada juga yang tidak obyektif dalam berkomentar.

(Gambar 1.4 Screenshoot Instagram Deddy)

Diana Sofia Melo nama asli selebgram @diannadestarlight, Dianna adalah istri seorang dokter yang cukup aktif di akun instagramnya yaitu @dr.elvingultom yang pernah ramai di tandai netizen saat istrinya memposting foto sedang berpelukan dengan komedian Narji di akun instagramnya.

Dikutip dari artikel publis.id mengeluarkan berita tentang Dianna yang berpelukan dengan Narji sampai foto tersebut ditandai ke akun suaminya tetapi suaminya tidak menggubris hal tersebut padahal ia sangat aktif di instagram.

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA * YAYASAN ABDI KARYA *

(Gambar 1.5 Artikel Dianna)

(Gambar 1.6 Akun Instagram @dr.elvingultom)

Suaminya pun tidak menanggapi hal ini dengan serius karena suaminya mengenal baik Narji, justru netizen lah yang ramai dan ikut berkomentar

dipostingan tersebut sehingga tembus 2 ribu komentar pada postingan tersebut. Yang berkomentar pun dari banyak kalangan dan menyinggung Dianna karena postingannya. Permasalahannya tidak berhenti sampai disitu, foto - foto Dianna di salah gunakan untuk menipu orang banyak tetapi Dianna belum melaporkan kepada yang berwajib.

Pemaknaan masyarakat khususnya mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial berdasarkan pendidikan pun berbeda-beda saat melihat konten - konten yang Dianna buat karena ada orang yang memang hanya mengikuti Dianna karena dan ada orang yang hanya dengan melihat foto yang dia unggah tapi tidak mengikutinya di akun instagramnya malah berkomentar yang tidak baik. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat sebuah judul : "**ANALISIS RESEPSI CITRA DIRI SELEBGRAM DIANNADEESTARLIGHT**"

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan masalah penelitian, sebagai berikut: Bagaimana resepsi masyarakat khususnya mahasiswa tentang citra diri selebgram @diannadeestalight?

1.3 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan tentunya mempunyai tujuan, adapun tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui resepsi mahasiswa mengenai citra diri selebgram @diannadeestarlight

1.4 Manfaat Penelitian

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA * YAYASAN ABDI KARYA *

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak diantaranya:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitin ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi pengembangan teori yang digunakan dalam penelitian. Hasil penelitian juga diharapkan dapat memperkaya materi dan perkembangan ilmu komunikasi. Selain itu, diharapkan pula penelitian ini dapat memperluas pengetahuan dan wawasan pembacanya, sehingga dapat mengetahui tentang resepsi dan citra diri selebgram.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para pengguna media sosial yang bertujuan untuk memanfaatkan media sosial sebagai media untuk memberikan informasi dan pembentukan citra diri.

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA