



**FENOMENA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI WAHANA
MEMBANGUN CITRA DIRI**

**(Studi Kasus Pada Masa Dewasa Awal Pengguna Aktif Media Sosial
Instagram di Jakarta)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

Ira Linda Juanita

44213120057

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **FENOMENA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI WAHANA MEMBANGUN CITRA DIRI
(STUDI KASUS PADA MASA DEWASA AWAL
PENGGUNA AKTIF MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI
JAKARTA)**

Nama : Ira Linda Juanita
NIM : 44213120057
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 8 Agustus 2020

Mengetahui,

Pembimbing

(Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si)

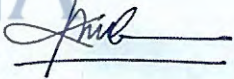
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **FENOMENA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI WAHANA MEMBANGUN CITRA DIRI
(STUDI KASUS PADA MASA DEWASA AWAL
PENGGUNA AKTIF MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI
JAKARTA)**


Nama : Ira Linda Juanita
NIM : 44213120057
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

UNIVERSITAS Jakarta, 8 Agustus 2020

Ketua Sidang
Dr. A. Rahman, HI, M.Si

()

Penguji Ahli
Rika Yessica Rahma. M.Si

()

Pembimbing I
Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si

()

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **FENOMENA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI WAHANA MEMBANGUN CITRA DIRI
(STUDI KASUS PADA MASA DEWASA AWAL
PENGGUNA AKTIF MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI
JAKARTA)**

Nama : Ira Linda Juanita
NIM : 44213120057
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 8 Agustus 2020

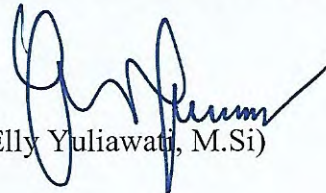
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Relation



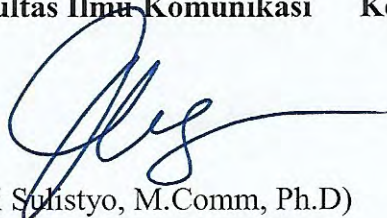
(Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si)



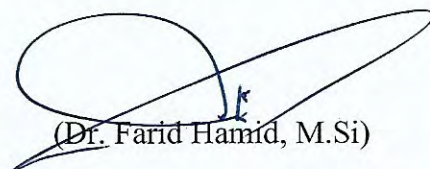
(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponce Budi Sulistyono, M.Comm, Ph.D)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ira Linda Juanita
NIM : 44213120057
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

FENOMENA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI WAHANA MEMBANGUN CITRA DIRI (STUDI KASUS PADA MASA DEWASA AWAL PENGGUNA AKTIF MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI JAKARTA) adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan *plagiarism*, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 08 Agustus 2020
Yang membuat pernyataan



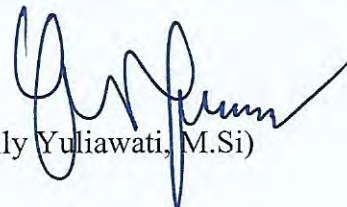
(Ira Linda Juanita)

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Relations



(Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si)



(Dr. Elly Yuliyawati, M.Si)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Ira Linda Juanita
44213120057

Fenomena Media Sosial Instagram Sebagai Wahana Membangun Citra Diri
(Studi Kasus Pada Masa Dewasa Awal Pengguna Aktif Media Sosial Instagram di Jakarta)

Jumlah Halaman: xiii + 144 halaman + 51 lampiran

Bibliografi: 26 Acuan, Tahun 2001 – 2017

ABSTRAK

Citra diri merupakan gambaran seseorang tentang dirinya secara keseluruhan, baik yang tercermin dari dalam dirinya maupun tampilan luarnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media sosial instagram dalam membangun citra diri dewasa awal pengguna aktif instagram di Jakarta, mengetahui cara membahasakan citra diri dewasa awal di Instagram, dan mengetahui citra diri menurut orang lain.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *looking glass self* yang menggambarkan suatu analogi perkembangan diri melalui cermin.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif dan metode penelitian studi kasus tipe deskriptif Robert K. Yin. Subjek penelitian ini adalah tujuh orang informan masa dewasa awal pengguna aktif media sosial Instagram di Jakarta. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan observasi langsung kelapangan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) dewasa awal memanfaatkan fitur foto, video, tag dan add location yang ada di instagram untuk membangun citra diri. (2) Dewasa awal membahasakan citra dirinya di instagram melalui postingan foto atau video di instagram dipresentasikan melalui gaya bahasa yang digunakan, tampilan, accessoris, dan isi komunikasi yang disampaikan. (3) Informan pendukung memiliki beberapa persepsi yang berbeda mengenai citra diri yang informan bangun di Instagram, beberapa memberi persepsi bahwa citra diri yang dibangun informan sudah sesuai dan beberapa memberikan persepsi bahwa citra diri yang informan bangun tidak hanya satu bahkan memiliki dua atau lebih citra diri yang dibangun di Instagram.

Kata kunci: Citra diri, instagram, masa dewasa awal.



Universitas Mercu Buana
Faculty Ilmu Komunikasi
Study Program *Public Relations*
Ira Linda Juanita
44213120057

The Phenomenon of Instagram's Social Media as a Vehicle for Building Self-Image
(Case Study in Early Adulthood, Active Users of Instagram Social Media in
Jakarta)

Number of Pages: xiii + 144 pages + 51 attachments

Bibliography: 26 References, 2001 – 2017

ABSTRACT

Self-image is a person's picture of himself as a whole, both reflected in himself and his outward appearance. The purpose of this study was to determine the use of Instagram social media in building self-image of early adulthood active users of Instagram in Jakarta, knowing how to share early adult self-image on Instagram, and knowing self-image according to others.

The theory used in this study is the looking glass self theory which describes an analogy to self-development through a mirror, where the mirror reflects what is in front of him, from there someone sees himself.

This research uses a constructivist paradigm with a qualitative approach and a descriptive type case study research method of Robert K. Yin. The subjects of this study were seven early adult informants who were active users of Instagram in Jakarta. Data collection techniques used were interviews and direct observation of the field.

The results of this study indicate that (1) early adults make use of the photo, video, tag and add location features on Instagram to build a self-image. (2) Early adults share their self-image on Instagram by posting photos or videos on Instagram which are presented through the style of language used, appearance, accessories, and the content of the communicated communication. (3) Supporting informants have several different perceptions about the self-image that informants build on Instagram, some give the perception that the self-image built by the informant is appropriate and some give the perception that not only one self-image that the informant builds even has two or more self-images which is built on Instagram.

Keywords: *Self-image, Instagram, Early adulthood*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi ini merupakan penerapan ilmu komunikasi yang penulis peroleh selama perkuliahan dan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari dalam penyusunan laporan penelitian ini, banyak mendapat masukan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penghargaan yang tak ternilai penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si selaku Pembimbing yang telah memberikan ilmu, memberikan masukan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
2. Bapak Ponco Budi Sulistyono, M.Comm, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Dr. Elly Yuliani, M.Si selaku Ketua Bidang Studi *Public Relations*.
5. Seluruh dosen pengajar dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya bidang studi *Public Relation*.

6. Bapak Irianto (Alm), Ibu Isnaeni Juniati Marlina dan Ibu Maesarah selaku orang tua, yang telah banyak memberikan perhatian, doa, dan dukungan baik moril maupun materil.
7. Keluarga besar penulis yang selalu memberikan perhatian, doa, motivasi dan dukungan kepada penulis.
8. Seluruh Informan Mas Naren, Mas Ulie, Dimas Ramadhan, Mas Rory Asyari, Windy Iwandi, Putri Ayuning Tyas dan Nuraini yang sudah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Teman-teman angkatan 24 *Public Relations* Universitas Mercu Buana Menteng Jakarta, terutama bagi Heri Firmansyah, Ani Tansila, Herawati, Muhammad Fakhrurozy, Evi Tri Purnama, Kiki, Arman, Kartika, Dimas Marno yang tidak pernah lelah memberikan semangat, dukungan dan bantuan informasi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis dengan segala kerendahan hati menantikan saran dan masukan untuk mengembangkan penelitian ini. Akhir kata penulis berharap semoga laporan ini bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

Jakarta, 22 Juli 2020

Ira Linda Juanita

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TADA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.2 Latar Belakang Masalah.....	1
1.3 Fokus Penelitian.....	5
1.4 Identifikasi Masalah.....	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.6.1 Manfaat Akademis	6
1.6.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Komunikasi.....	22
2.2.1 Pengertian Komunikasi.....	22

2.2.2 Fungsi Komunikasi	24
2.3 Komunikasi Massa	25
2.3.1 Karakteristik Komunikasi Massa	27
2.3.2 Fungsi Komunikasi Massa.....	29
2.4 Media Sosial	31
2.4.1 Karakteristik Media Sosial	34
2.4.2 Macam-macam Media Sosial.....	37
2.4.3 Fungsi Media Sosial.....	39
2.4.4 Bahasa di Media Sosial.....	40
2.5 Instagram	41
2.5.1 Fungsi Instagram.....	46
2.6 Teori Looking Glass Self (Cermin Diri)	48
2.7 Teori Interaksi Simbolik.....	51
2.8 Teori Dramaturgi	55
2.9 Konsep Diri.....	58
2.9.1 Faktor- faktor yang Mempengaruhi Konsep Diri	59
2.9.2 Jenis-Jenis Konsep Diri	60
2.9.3 Skala Pengukuran Konsep Diri	61
2.10 Citra Diri.....	62
2.10.1 Jenis Citra Diri	64
2.10.2 Faktor Pembentukan Citra	64
2.11 Masa Dewasa Awal.....	66
2.11.1 Ciri-ciri Masa Dewasa Awal.....	67

2.11.2 Tugas Perkembangan Dewasa Awal	69
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	70
3.1 Paradigma Penelitian.....	70
3.2 Metode Penelitian	71
3.3 Subjek Penelitian	72
3.4 Teknik Pengumpulan Data	76
3.4.1 Data Premier	76
3.4.2 Data sekunder.....	77
3.5 Teknik Analisis Data.....	77
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	80
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	80
4.1.1 Gambaran Umum Media Sosial Instagram.....	80
4.1.2 Identitas Narasumber Penelitian.....	83
4.1.3 Profil Informan Pendukung	97
4.2 Hasil Penelitian	102
4.2.1 Pemanfaatan Media Sosial Instagram untuk Membangun Citra Diri Pegguna Media Sosial Instagram.....	102
4.2.2 Membahasakan Citra Diri Masa Dewasa Awal di Media Sosial Instagram.....	113
4.2.3 Cara Membangun Citra Diri Menurut Orang Lain Pada Pengguna Media Sosial Instagram.....	119
4.3 Pembahasan	134

4.3.1 Pemanfaatan Media Sosial Instagram untuk Membangun Citra Diri Pengguna Media Sosial Instagram.....	134
4.3.2 Membahasakan Citra Diri Masa Dewasa Awal di Media Sosial Instagram.....	137
4.3.3 Cara Membangun Citra Diri Menurut Orang Lain Pada Pengguna Media Sosial Instagram.....	140
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	143
5.1 Simpulan.....	143
5.2 Saran.....	144
5.2.1 Saran Akademis	144
5.2.1 Saran Praktis	144
DAFTAR PUSTAKA.....	145
LAMPIRAN.....	148



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2 Perilaku Pengguna Instagram

Tabel 3 Profil Informan

Tabel 4 Profil Informan Pendukung

Tabel 5 Pemanfaatan Media Sosial Instagram



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Teori *Looking Glas Self*

Gambar 2 Proses Pembentukan Citra

Gambar 3 Profile Informan Narendra Kameshwara

Gambar 4 Profile Informan Mashuri Hardy Putra

Gambar 5 Profile Informan Rory Asyari

Gambar 6 Profile Informan Dimas Ramadhan

Gambar 7 Profile Informan Putri Ayuningtyas

Gambar 8 Profile Informan Nuraini

Gambar 9 Profile Informan Windy Iwandi

Gambar 10 Profile Informan Pendukung Tri Wisnu. H

Gambar 11 Profile Informan Pendukung Andri Imam

Gambar 12 Profile Informan Pendukung Indra Yulianto

Gambar 13 Profile Informan Pendukung Arif Nurochman

Gambar 14 Profile Informan Pendukung Rizkiyani

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Lampiran 2 Trabskrip Wawancara Informan

Lampiran 3 Bukti Komunikasi dengan Informan

Lampiran 4 Bukti Dokumentasi Wawancara dengan Informan

Lampiran 5 *Curriculum Vitae*

