

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Review Hasil Penelitian Sejenis*

Dalam setiap penelitian, alangkah lebih baik memiliki penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang dilakukan peneliti. Hal tersebut sebagai pembandingan antara peneliti dengan penelitian sebelumnya. Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 penelitian terdahulu, antara lain sebagai berikut:

No	Nama & Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Posisi Penulis
1.	Siti Aisyah Humairoh Octaviani 2014	“Komunikasi Artifaktual sebagai Citra Diri Dosen Unisba” Sub judul Studi Kualitatif Interaksi Simbolik terhadap Dosen Fikom Unisba.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Kualitatif dengan pendekatan Interaksi Simbolik. Teknik Pengumpulan data diperoleh dari hasil wawancara terhadap 6 orang informan dari masing-masing	Pembentukan identitas sosial yang terbentuk di dalam diri sendiri merupakan hasil dari interaksi sosial dan pengaruh dari lingkungan sosial. Identitas sosial yang ingin disampaikan adalah hasil dari penentuan yang berasal dari diri sendiri yang juga	Persamaan yang dimiliki penelitian tersebut dengan peneliti yaitu sama-sama membahas citra diri dan sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif interaksi simbolik sebagai bahan kajian dan pustakanya. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pun serupa dengan

			perwakilan prodi, melakukan observasi, dan melakukan studi literatur.	dipengaruhi oleh lingkungan sosial yang biasa ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Pengambilan keputusan dalam berbusana dan <i>make up</i> diawali karena adanya interaksi sosial yang dialami. Busana merupakan bentuk komunikasi yang dapat menyampaikan pesan baik itu identitas yang ingin disampaikan maupun citra si pemakainya. Melalui busana dapat mengkomunikasikan jati diri kita yang sebenarnya.	yang peneliti lakukan yaitu menggunakan wawancara dan juga informan. Sedangkan perbedaan yang terdapat dalam penelitian terdahulu dengan kajian peneliti ialah dalam objek penelitian dan juga key informan. Penelitian terdahulu tersebut meneliti mengenai Komunikasi Artifaktual Dosen Unisba, sedangkan peneliti meneliti mengenai pengguna <i>Iphone</i> di kalangan pelajar SMA di Kota Bandung.
2.	Ina Atari Utaminingsih 2006	“Pengaruh Penggunaan Ponsel Pada Remaja Terhadap Interaksi Sosial Remaja” Sub judul Kasus SMUN 68, Salemba Jakarta Pusat, DKI Jakarta.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Kuantitatif dengan Jenis Deskriptif Korelasional. Teknik Pengumpulan data diperoleh dari	Penggunaan ponsel tidak mempengaruhi interaksi remaja secara tatap muka. Interaksi remaja tidak hanya disebabkan oleh tingkat penggunaan ponsel yang tinggi. Banyak terdapat faktor-faktor	Persamaan antara penelitian tersebut dengan peneliti ialah sama-sama membahas mengenai penggunaan ponsel, walaupun dalam penelitian terdahulu tidak disebutkan secara spesifik tipe dari ponsel tersebut.

			<p>pengesian Kuesioner dan juga wawancara.</p>	<p>lainnya dalam karakteristik remaja, seperti semakin tingginya beban akademik, mulai mengkonsumsi media-media massa atau teknologi dengan tinggi serta cenderung lepas dengan lingkungan sosial keluarganya. Dengan begitu terlihat bahwa memang kelompok usia remaja cenderung kurang interaksinya secara tatap muka dengan lingkungan sosialnya.</p>	<p>Juga persamaan terdapat dalam objek yang diteliti, penelitian terdahulu tersebut dan peneliti sama-sama menggunakan objek penelitian yaitu pelajar SMA. Dan yang terakhir, persamaan ada di dalam teknik pengumpulan data, salah satunya yang dilakukan didalam penelitian terdahulu, menggunakan teknik wawancara. Sedangkan perbedaan yang terdapat dalam penelitian terdahulu dengan kajian peneliti, ialah pada metode-nya. Penelitian terdahulu tersebut menggunakan metode Kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan Metode Kualitatif.</p>
--	--	--	--	--	--

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Teori Interaksi Simbolik

Interaksi simbolik diperkenalkan oleh Herbert Blumer (1969). Ide ini sebenarnya terlebih dahulu telah dikemukakan oleh George Herbert Mead yang mana merupakan guru dari Blumer. Blumer kemudian memodifikasi teori ini. Penyebaran dan pengembangan teori Mead juga berlangsung melalui interpretasi dan penjabaran lebih lanjut yang dilakukan oleh mahasiswa sendiri yaitu Herbert Blumer.

Dari sejak awal perkembangannya, teori interaksi simbolik seolah-olah tersembunyi di belakang dominasi teori fenomenologisme dari Talcott Parsons. Hal ini diperkuat oleh Bogdan dan Taylor yang mengungkapkan bahwa dua pendekatan utama dalam tradisi fenomenologis adalah interaksi simbolik dan etnometodologi (Mulyana, 2013:59). Namun kemunduran fungsionalisme tahun 1950-an dan 1960-an mengakibatkan interaksionisme simbolik muncul kembali ke permukaan dan berkembang pesat hingga pada saat ini.

Teori interaksi simbolik mempelajari sifat interaksi yang merupakan kegiatan sosial dinamis manusia. Menurut teori ini, individu bersifat aktif, reflektif, dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan.

Dalam penelitian ini penulis berpedoman pada Teori Interaksi Simbolik yang dikemukakan oleh Herbert Blumer,

Interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek manusia. Artinya, perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang terbentuk dan diatur dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka (Mulyana, 2013: 70)

Adapun teori tambahan, menurut Schutz,

Menurut Schutz: “orang-orang begitu saja menerima bahwa dunia keseharian itu eksis; dan bahwa orang lain berbagi pemahaman atas ciri-ciri penting di dunia ini. Lebih dari itu, orang-orang merujuk kepada objek dan tindakan dengan mengasumsikan bahwa mereka berbagi perspektif dengan orang lain.” (Dalam Mulyana, 2013:62)

Dalam interaksi simbolik, interaksi antar lingkungan sosial merupakan hal yang sangat penting dan berpengaruh terhadap tindakan manusia dalam menafsirkan pesan-pesan yang nantinya akan ditimbulkan melalui perilaku mereka. Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna (Mulyana, 2013:68).

Blumer mengatakan, pokok pikiran interaksi simbolik ada tiga, yaitu: (1) bahwa manusia bertindak (*act*) terhadap sesuatu (*thing*) atas dasar makna (*meaning*), (2) makna itu berasal dari interaksi sosial seseorang dengan sesamanya, (3) makna itu diperlakukan atau diubah melalui suatu proses penafsiran (*interpretative process*), yang digunakan orang dalam menghadapi sesuatu yang dijumpainya. (Blumer dalam Sukidin, 2002:118).

Blumer juga mengungkapkan sejumlah ide-ide dasar yang dapat diringkas sebagai berikut:

1. Masyarakat terdiri dari manusia yang berinteraksi, kegiatan tersebut saling bersesuaian melalui tindakan bersama membentuk apa yang dikenal sebagai organisasi atau struktur sosial.
2. Interaksi terdiri dari berbagai kegiatan manusia yang berhubungan dengan kegiatan manusia lain. Interaksi-interaksi nonsimbolik mencakup stimulus respons yang sederhana. (Sihabudin, 2013: 72-73).

Jadi, interaksi simbolik mencari makna dari simbol-simbol yang dilahirkan manusia di setiap perilaku atau tindakan mereka yang berasal dari interaksi sosial kepada objek-objek di sekeliling mereka.

Perspektif interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perspektif ini menyarankan bahwa manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan individu tersebut membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi *partner* interaksi mereka.

Interaksionisme simbolik, memiliki tiga premis utama yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka.
2. Makna itu diperoleh dari hasil interaksi sosial yang dilakukan dengan orang lain.
3. Makna-makna tersebut disempurnakan di saat proses interaksi sosial sedang berlangsung. (Soeprpto dalam Sobur, 2009:199)

Ketiga Premis diatas juga dijabarkan dengan lebih detail oleh Mulyana sebagai berikut:

1. Individu merespons suatu situasi simbolik. Mereka merespons lingkungan, termasuk objek fisik (benda) dan objek sosial (perilaku manusia) berdasarkan makna yang di kandung komponen-komponen tersebut bagi mereka. Jadi, individu adalah yang dipandang aktif untuk menentukan lingkungan mereka sendiri.
2. Makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa.
3. Makna yang diinterpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial.
(Mulyana, 2013: 71-72)

2.2.1.1 Sifat-sifat Interaksi Simbolik

Teori Interaksi Simbolik memiliki asumsi-asumsi dasar pemikiran, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasar makna-makna yang dimiliki benda itu bagi mereka.
2. Makna-makna itu merupakan hasil dari interaksi sosial dalam masyarakat manusia.
3. Makna-makna dimodifikasikan dan ditangani melalui suatu proses penafsiran yang digunakan oleh setiap individu dalam keterlibatan dengan tanda-tanda yang dihadapinya. (Blumer dalam Sukidin, 2002:118)

Menurut Blumer, interaksionisme simbolik mengandung sejumlah ide-ide dasar sebagai berikut:

1. Masyarakat terdiri atas manusia yang berinteraksi, kegiatan tersebut saling bersesuaian melalui tindakan bersama, membentuk apa yang dikenal sebagai organisasi atau struktur sosila.
2. Interaksi terdiri atas berbagai kegiatan manusia yang berhubungan dengan kegiatan manusia lain. Interaksi simbolik mencakup penafsiran tindakan. Bahasa merupakan simbol yang paling umum berlaku dalam masyarakat.
3. Objek-objek tidak mempunyai makna yang intrinsik; makna lebih merupakan produk interaksi simbolik. Objek-objek dapat diklarifikasikan ke dalam tiga kategori; (a) objek fisik, (b) objek sosial, (c) objek abstrak seperti nilai-nilai. Objek adalah segala sesuatu yang berkaitan dengannya. Dunia objek dapat diciptakan, disetujui, ditransformir, dan dikesampingkan lewat interaksi simbolik. Objek dapat dianggap terbentuk secara sosial.
4. Manusia tidak hanya mengenal objek eksternal. Mereka dapat melihat dirinya sebagai objek. Pandangan terhadap diri sendiri ini lahir di saat proses interaksi simbolik.
5. Tindakan manusia adalah tindakan interpretative yang dibuat oleh manusia itu sendiri.
6. Tindakan tersebut saling dikaitkan dan disesuaikan oleh anggota-anggota kelompok. Hal ini disebut sebagai tindakan bersama yang dibatasi sebagai “organisasi sosial dari perilaku tindakan-tindakan sebagai manusia”. Tindakan berulang-ulang dan stabil, dan melahirkan apa yang disebut dengan kebudayaan dan aturan sosial. (Blumer dalam Nurhadi, 2015:43-44)

Garna (1996:3), mengemukakan beberapa asumsi dan proposisi teori interaksi simbolik, yaitu sebagai berikut:

1. Manusia hidup dalam lingkungan simbol, yang memberikan tanggapan terhadap rangsang yang bersifat fisik.
2. Manusia melalui simbol-simbol itu memiliki kemampuan untuk merangsang oranglain dengan cara yang mungkin berbeda dari rangsangan yang diterima orang lain.

3. Melalui relasi dan interaksi, tanda dan simbol itu dapat dipelajari akan arti serta nilai-nilai yang terkandung di dalamnya, karena itu cara tindakan orang lain dapat dipelajari.
4. Simbol, tanda dan makna serta nilai-nilai yang terkait dengannya bukan bagian-bagian yang terpisah satu sama lainnya, tetapi dari makna satuan dapat menjadi makna keseluruhan.

Oleh karena itu, proporsi paling mendasar dari interaksionisme simbolik adalah perilaku dan interaksi manusia itu dapat diperbedakan karena tampilan lewat simbol dan maknanya. (Dalam Basrowi dan Sukidin, 2002: 114)

Teori interaksi simbolik memandang bahwa “makna” muncul dari proses interaksi sosial yang telah dilakukan. Jadi, interaksi simbolik itu mencari makna dari simbol-simbol yang dilahirkan manusia di setiap perilaku mereka yang berasal dari interaksi sosial kepada objek-objek di sekeliling mereka.

2.2.2 Tinjauan mengenai Diri dan Konsep Diri

Pada dasarnya, diri adalah kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai sebuah objek. Diri adalah kemampuan khusus untuk menjadi subjek maupun objek. Diri mensyaratkan proses sosial yakni komunikasi antar manusia. Diri muncul dan berkembang melalui aktivitas dan atara hubungan sosial.

Diri adalah di mana orang memberikan tanggapan terhadap apa yang ia tunjukan kepada orang lain dan dimana tanggapannya sendiri menjadi bagian dari tindakannya, di mana ia tidak hanya mendengarkan dirinya sendiri, tetapi juga

merespons dirinya sendiri, berbicara dan menjawab dirinya sendiri sebagaimana orang lain menjawab kepada dirinya, sehingga kita mempunyai perilaku di mana individu menjadi objek untuk dirinya sendiri. (Nurhadi, 2015: 48)

Diri, atau kedirian adalah konsep yang sangat penting bagi teori interaksionisme simbolik. Karena, seperti yang dikatakan oleh Charles Horton Cooley (dalam, Mulyana, 2013:74), bahwa diri bersifat sosial, karena maknanya diciptakan melalui bahasa dan budaya bersama dan karena hal itu berasal dari interpretasi subjektif individu atas penilaian orang-orang lain yang mereka anggap penting dan punya hubungan dekat dengan mereka (*significant others*) mengenai sikap dan tindakan individu tersebut. Jadi, diri dan masyarakat saling mempengaruhi, masing-masing berfungsi sebagai rujukan bagi yang lainnya.

2.2.2.1 Konsep Diri

Konsep diri merupakan salah satu aspek kepribadian yang mewarnai perilaku individu. Adanya konsep diri akan menunjang individu menjalani hidup, karena cara individu memandang dirinya merupakan cara seseorang menjalani hidupnya. Konsep diri juga dapat dikatakan sebagai gagasan mengenai diri kita sendiri yang mencakup keyakinan, pandangan, dan penilaian seseorang terhadap dirinya sendiri. Konsep diri terdiri atas bagaimana cara kita melihat diri sendiri sebagai pribadi,

bagaimana kita merasa tentang diri sendiri, dan bagaimana kita menginginkan diri sendiri menjadi manusia sebagaimana yang kita harapkan.

Konsep diri merupakan produk sosial yang dibentuk melalui proses internalisasi serta organisasi pengalaman-pengalaman psikologis yang merupakan hasil eksplorasi individu terhadap lingkungannya baik yang bersifat fisik, psikis maupun sosial. (Rakhmat, 2007: 100)

Konsep diri merupakan gambaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya, yang dibentuk oleh pengalaman-pengalaman yang diperoleh dari interaksi dengan lingkungan. Pemahaman terhadap konsep diri akan membuat individu memiliki pegangan dalam hidupnya, tidak mudah kehilangan arah dalam menjalani hidupnya, tidak mudah terpengaruh, dan apabila terpaksa melakukan suatu perubahan tidak akan membuat dirinya syok karena perubahan yang terjadi.

Konsep diri menurut Weaver (1978) dalam Rakhmat (2007) dibagi menjadi beberapa unsur, yaitu:

1. *Self Awareness*, ialah proses menyadari diri tentang siapa aku dan dimanakah aku berada, serta bagaimana orang lain memandang diriku.
2. *Self Acceptance*, jika orang sadar pada dirinya, maka yang terjadi akan diterimanya sebagai kenyataannya.
3. *Self Actualization*, dengan menerima kenyataan ini, orang baru dapat mengembangkan dirinya sesuai dengan potensi yang dimilikinya.

4. *Self Disclose*, keinginan itu perlu diungkapkan atau dikomunikasikan, apakah itu secara terang-terangan atau terselubung, agar orang lain dapat mengetahuinya.

Williams Fitts (dalam Agustiani, 2006) membagi konsep diri dalam dua dimensi pokok, yaitu sebagai berikut:

1. Dimensi Internal

Dimensi Internal atau yang disebut juga sebagai kerangka acuan, adalah penilaian yang dilakukan individu yakni penilaian yang dilakukan individu terhadap dirinya sendiri berdasarkan dunia di dalam dirinya. Dimensi ini terbentuk dari tiga bentuk:

a. Diri identitas (*identity self*)

Bagian diri ini merupakan aspek yang paling mendasar pada konsep diri dan mengacu pada pertanyaan, “Siapakah saya?” Dalam pertanyaan tersebut tercakup label-label dan simbol-simbol yang diberikan pada diri (self) oleh individu-individu yang bersangkutan untuk menggambarkan dirinya dan membangun identitasnya, misalnya “Saya-x”. kemudian dengan bertambahnya usia dan interaksi dengan lingkungannya, pengetahuan individu tentang dirinya juga bertambah, sehingga ia dapat melengkapi keterangan tentang dirinya dengan hal-hal yang lebih kompleks, seperti “Saya pintar tetapi terlalu gemuk” dan juga sebagainya.

b. Diri Pelaku (*Behavioral self*)

Diri pelaku merupakan persepsi individu tentang tingkah lakunya, yang berisikan segala kesadaran mengenai apa yang dilakukan oleh diri. Selain itu bagian ini berkaitan erat dengan diri identitas. Diri yang kuat akan menunjukkan adanya keserasian antara diri identitas dengan diri pelakunya, sehingga ia dapat mengenali dan menerima, baik diri sebagai identitas maupun diri sebagai pelaku. Kaitan dari keduanya dapat dilihat pada diri sebagai penilai.

c. Diri Penerima/penilai (*judging self*)

Diri penilai berfungsi sebagai pengamat, penentu standar, dan evaluator. Kedudukannya adalah sebagai perantara mediator antara diri identitas dan diri pelaku.

Manusia cenderung memberikan penilaian terhadap apa yang dipresepsikannya. Oleh karena itu, label-label yang dikenal pada dirinya bukanlah semata-mata menggambarkan dirinya tetapi juga sarat dengan nilai-nilai. Selanjutnya, penilaian ini lebih berperan dalam menentukan tindakan yang akan ditampilkannya. Dari penilaian menentukan kepuasan seseorang akan dirinya atau seberapa jauh seseorang menerima dirinya.

Kepuasan diri yang rendah akan menimbulkan harga diri (*self esteem*) yang rendah pula dan akan mengembangkan ketidakpercayaan yang mendasar pada dirinya. Sebaliknya, bagi individu yang memiliki kepuasan diri yang tinggi, kesadaran dirinya lebih realistis, sehingga lebih memungkinkan individu yang bersangkutan untuk meluapkan keadaan dirinya dan memfokuskan energy serta perhatiannya ke luar diri, dan pada akhirnya dapat berfungsi lebih konstruktif. Ketiga bagian internal ini mempunyai peranan yang berbeda-beda, namun saling melengkapi dan berinteraksi membentuk suatu diri yang utuh dan menyeluruh.

2. Dimensi Eksternal

Pada dimensi eksternal, individu menilai dirinya melalui hubungan dan aktivitas sosialnya, nilai-nilai yang dianutnya, serta hal-hal lain diluar dirinya. Dimensi ini merupakan suatu hal yang luas, misalnya diri yang berkaitan dengan sekolah, organisasi, agama, dan sebagainya. Namun, dimensi yang dikemukakan oleh Williams Fitts adalah dimensi eksternal yang bersifat umum bagi semua orang, dan dibedakan atas lima bentuk, yaitu:

a. Diri Fisik (*Physical self*)

Diri fisik menyangkut persepsi seseorang terhadap keadaan dirinya secara fisik. Dalam hal ini terlihat persepsi seseorang mengenai kesehatan dirinya, penampilan dirinya seperti cantik, jelek, menarik,

tidak menarik. Dan keadaan tubuhnya seperti, tinggi, pendek, gemuk, kurus.

- b. Diri etik-moral (*moral-ethical self*)
Diri ini merupakan presepsi seseorang terhadap dirinya dilihat dari standar nilai moral dan etika. Maka ini menyangkut presepsi hubungan seseorang dengan Tuhan, kepuasan seseorang akan kehidupan keagamaannya dan nilai-nilai moral yang dipegangnya, yang meliputi batasan baik dan buruk.
- c. Diri Pribadi (*Personal self*)
Diri pribadi merupakan perasaan atau persepsi seseorang tentang kehidupan pribadinya. Hal ini tidak dipengaruhi oleh kondisi fisik atau hubungan dengan orang lain, tetapi dipengaruhi oleh sejauhmana individu merasa puas terhadap pribadinya atau sejauh mana ia merasa dirinya sebagai pribadi yang tepat.
- d. Diri Keluarga (*family self*)
Diri keluarga menunjukkan perasaan dan harga diri seseorang dalam kedudukannya sebagai anggota keluarga. Bagian ini menunjukkan seberapa jauh seseorang merasa kuat terhadap dirinya sebagai anggota keluarga, serta terhadap peran maupun fungsi yang dijalankannya sebagai anggota dari suatu keluarga.
- e. Diri Sosial (*social-self*)
Diri sosial merupakan penilaian individu terhadap interaksi dirinya dengan orang lain maupun lingkungan di sekitarnya.

Pembentukan penilaian individu terhadap bagian-bagian dalam dimensi eksternal ini dapat dipengaruhi oleh penilaian dan interaksinya dengan orang lain. Seseorang tidak dapat begitu saja menilai bahwa ia memiliki fisik yang baik tanpa adanya reaksi dari orang lain yang memperlihatkan bahwa secara fisik ia memang menarik.

Demikian pula seseorang tidak dapat mengatakan bahwa dirinya memiliki pribadi yang baik tanpa adanya reaksi dari orang lain yang memperlihatkan bahwa secara fisik ia memang menarik.

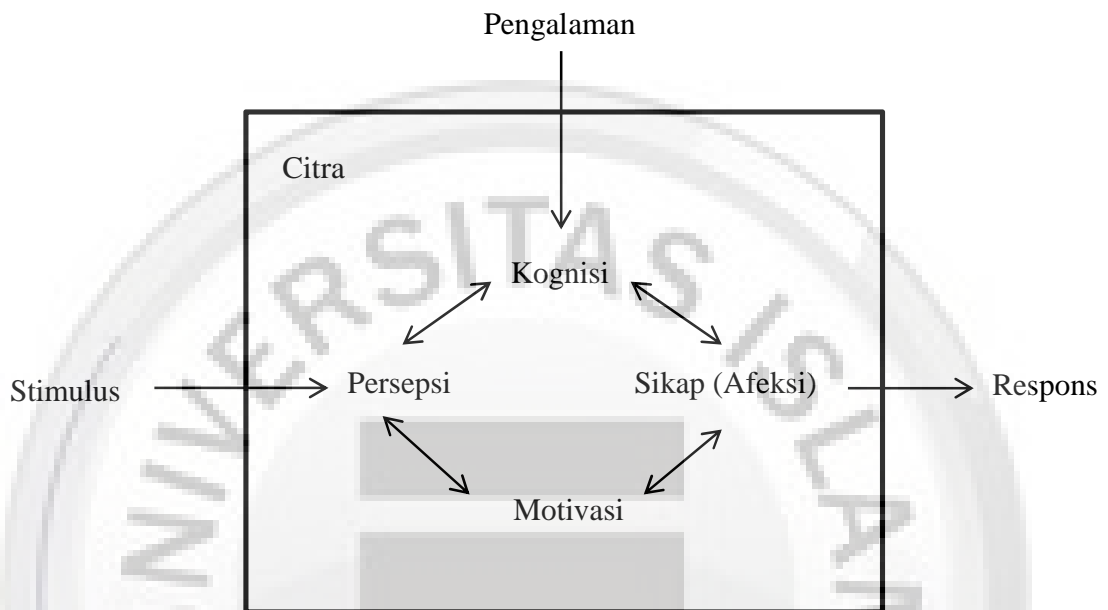
2.2.3 Citra

Pada dasarnya citra merupakan tujuan utama pada setiap diri manusia dalam melakukan sosialisasi bersama manusia lainnya. Tidak hanya manusia sebagai subjek saja, objek disekitar manusia pun tidak luput dari kebutuhan akan pembentukan citra, seperti halnya lembaga, organisasi, perusahaan, dan lain-lain. Berikut penulis akan memaparkan beberapa pendapat mengenai citra menurut para ahli:

Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu obyek dapat diketahui dari sikapnya terhadap obyek tersebut. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menumbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan. (Danasaputra, 2001:34-35)

Citra itu sendiri, di definisikan sebagai kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu obyek dapat diketahui dari sikapnya terhadap obyek tersebut. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menumbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan. (Danasaputra, 2001:34-35)

Menurut John Nimpoeno (1985, dalam Ardianto, 2011:44), pembentukan citra dapat digambarkan sebagai berikut



Gambar 2.1

Pembentukan Citra

Stimulus : Rangsangan (kesan lembaga yang diterima dari luar untuk membentuk persepsi. Sensasi adalah fungsi alat indra dalam menerima informasi).

Persepsi : (1) Hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang langsung dikaitkan dengan suatu pemahaman, (2) pembentukan makna pada stimulus indrawi (sensor stimulus).

Kognisi : Aspek Pengetahuan yang berhubungan dengan kepercayaan, ide dan konsep.

- Motivasi : Kecenderungan yang menetap untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu, dan sedapat mungkin menjadi kondisi kepuasan maksimal bagi individu setiap saat.
- Sikap : Hasil evaluasi negative atau positif terhadap konsekuensi-konsekuensi penggunaan suatu objek.
- Tindakan : Akibat atau respons individu sebagai organisme terhadap rangsangan-rangsangan yang berasal dari dalam dirinya maupun lingkungan.
- Respons/tingkah laku : Tindakan-tindakan seseorang sebagai reaksi terhadap rangsangan atau stimulus.

Frank Jefkins, dalam Bukunya *Public Relations Technique*, menyimpulkan bahwa secara umum, citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

Solomon, dalam Rakhmat, mengemukakan sikap pada seseorang atau sesuatu bergantung pada citra kita tentang orang atau objek tersebut. (Soemirat&Ardianto, 2011 :114)

Dari beberapa pendapat diatas, penulis menyimpulkan bahwa efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra diri seseorang. Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu.

2.2.3.1 Penggambaran Citra

Empat komponen persepsi-kognisi-motivasi-sikap diartikan sebagai citra individu terhadap rangsang.

1. Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan.
2. Kognisi yaitu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsangan tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.
3. Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.
4. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. (Ardianto, 2011).

2.2.3.2 Jenis-jenis Citra

Ada beberapa jenis citra yang di kemukakan oleh para ahli, disini penulis menuliskan mengenai jenis-jenis citra menurut ahli komunikasi yaitu Neni Yulianita dalam bukunya Dasar-dasar *Public Relations* sebagai berikut:

1. Citra Bayangan (*mirror image*)
Citra ini melekat pada seseorang sebagai dampak statusnya sebagai anggota dari suatu kelompok atau organisasi tersebut. Dengan kata lain, citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang mengenai pandangan luar terhadap organisasinya. Citra ini seringkali tidak sesuai dengan keadaan individu yang

sebenarnya di dalam organisasi. Citra ini cenderung positif, karena kita biasa membayangkan hal yang hebat mengenai diri sendiri sehingga kita pun percaya bahwa orang-orang lain juga memiliki pandangan yang tidak kalah hebatnya atas diri kita.

2. Citra yang berlaku (*current image*)

Citra yang berlaku ini adalah suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. Citra yang berlaku ini tidak selamanya, bahkan jarang, sesuai dengan kenyataan karena semata-mata terbentuk dari pengalaman atau pengetahuan orang-orang luar yang bersangkutan yang biasanya tidak memadai. Citra ini cenderung negatif. Humas memang menghadapi dunia yang bersifat memusuhi, penuh prasangka, apatis dan diwarnai keacuhan yang mudah sekali menimbulkan suatu citra yang tidak adil. Oleh karena itu, sudah menjadi tugas pokok public relations officer dalam menginterpretasikan sikap-sikap pihak luar terhadap manajemen yang mungkin juga keliru menembak pandangan khalayak tersebut terhadapnya. Citra kehumasan bersumber dari kesan atau impresi yang benar.

3. Citra yang Diharapkan (*wish image*)

Citra harapan (*wish image*) adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Biasanya citra yang diharapkan ini lebih baik atau lebih menyenangkan dari pada citra yang ada, walaupun dalam keadaan tertentu, citra yang terlalu baik juga bisa merepotkan. Citra yang diharapkan itu biasanya dirumuskan dan diperjuangkan untuk menyambut sesuatu yang relatif baru, misalnya produk baru atau pelayanan baru.

4. Citra Perusahaan (*corporate image*)

Citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya. Citra perusahaan ini terbentuk oleh banyak hal yang positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan, antara lain adalah reputasi, aktivitas dan perilaku manajemen perusahaan.

5. Citra Majemuk (*multiple image*)

Setiap perusahaan pasti memiliki banyak unit pegawai. Masing-masing unit dan individu tersebut memiliki perangai dan perilaku tersendiri sehingga secara sadar atau tidak, mereka pasti memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra perusahaan secara keseluruhan. Jumlah citra yang dimiliki suatu perusahaan boleh dikatakan sama banyaknya dengan jumlah pegawai yang dimilikinya. Untuk menghindari berbagai hal yang tidak diinginkan, variasi citra itu harus ditekan seminimal mungkin dan citra perusahaan secara keseluruhan harus ditegakkan. Dengan mempromosikan identitas perusahaan pada setiap pegawai, kegiatan dan produk yang dihasilkan, maka akan ada kekhasan tersendiri di benak khalayak mengenai perusahaan sehingga akan mencapai citra positif terhadap perusahaan secara utuh.

2.2.3.3 Citra Diri (*Self Image*)

Citra diri merupakan jenis citra yang paling penting dalam kehidupan manusia, karena citra diri akan menunjukkan siapa sebenarnya diri kita dalam kehidupan bermasyarakat. Karena pada kegiatan sehari-hari manusia manusia tidak luput dari kegiatan bersosialisasi. Baik di lingkungan keluarga maupun lingkungan seperti sekolah dan lingkungan pekerjaan. Dalam (agustiani 2010 : 51), Citra diri seseorang terbentuk dari perjalanan pengalaman masa lalu, masa sekarang, keberhasilan dan kegagalan, pengetahuan yang dimilikinya dan bagaimana orang lain telah menilainya secara objektif. Pada dasarnya, secara sederhana citra diri merupakan potret diri dari seseorang, baik apa yang kita kenakan, apa yang kita katakan, dan apa yang kita kerjakan. Hal tersebut akan membentuk keseluruhan dari diri kita. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Mulyana (2013 : 106) “untuk memelihara citra diri yang stabil, orang melakukan “pertunjukan” di hadapan khalayak”

Menurut Charles H. Cooley; Konsep diri akan citra diri seseorang berkembang melalui interaksinyadengan orang lain. Sesuatu yang kemudian disebut *Looking-Glass self* terbentuk melalui tiga tahapan sebagai berikut:

1. Kita membayangkan bagaimana kita di mata orang lain;

Seseorang merasa dirinya terlihat yang paling hebat dan yang paling sempurna karena memiliki keberadaan ekonomi dan fisik yang diatas rata-rata dari orang lainnya.

2. Kita membayangkan bagaimana orang lain menilai kita;

Dengan pandangan bahwa dia adalah individu yang “menarik”, orang tersebut membayangkan pandangan orang lain terhadapnya. Ia merasa orang lain selalu memuji dia, selalu percaya pada tindakannya. Perasaan ini bisa muncul dari perlakuan orang terhadap dirinya. Misalnya, orang-orang disekitarnya selalu memamerkannya kepada orang lain. Pandangan tersebut ini belum tentu benar. Individu tersebut mungkin merasa dirinya hebat akan tetapi bila dibandingkan dengan orang lain, ia tidak ada apa-apanya. Perasaan hebat ini bisa jadi menurun kalau individu tersebut memperoleh informasi dari orang lain bahwa ada anak yang lebih hebat dari dia.

3. Bagaimana Perasaan Kita sebagai akibat dari penilaian tersebut; Dengan adanya penilaian bahwa orang tersebut adalah yang “tercantik dan dikenal”, timbul perasaan bangga dan penuh percaya diri. (Dalam, Shakuntala, 2011: 6-7)

Seperti apa yang dikatakan oleh A.B Susanto, dia mengartikan citra diri (self image) sebagai bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri. Atau sebagai bagaimana persepsi orang lain terhadap seseorang atau diri kita. Dari situ akan terbentuk suatu cara atau perilaku tertentu , terutama berkaitan dengan bagaimana ia

membentuk image atau kesan di mata orang lain (Susanto,2007:5). Sebuah citra diri terbentuk melalui suatu proses komunikasi, salah satu bentuknya adalah simbol-simbol. Dan simbol-simbol tersebut merupakan pernak-pernik dari pembentukan citra (Susanto,2007:10).

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, pertunjukan yang dimaksud adalah apa yang kita kenakan, yaitu telepon genggam dengan merek *Iphone*. Bagaimana seorang pelajar menunjukkan citra dirinya saat menggunakan telfon genggam tersebut.

2.2.4 *Impression Management* (Pengelolaan Kesan)

Dalam berinteraksi, terutama saat bersosialisasi, sesungguhnya manusia ingin memperlihatkan suatu gambaran dirinya yang akan diterima orang lain, dalam pendekatan dramaturgi, upaya tersebut dinamakan dengan pengelolaan kesan atau *Impression Management*, yakni “teknik-teknik yang digunakan actor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu” (Mulyana, 2013 : 112)

Dalam proses pengelolaan kesan, manusia menampilkan kesan tertentu di dalam benak orang lain yang akan tercipta suatu penilaian terhadap dirinya. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Mulyana (2013 : 112):

“Kita mengendalikan pengaruh yang akan ditimbulkan dari busana kita, penampilan kita dan kebiasaan kita terhadap orang lain supaya orang lain

memandang kita sebagai orang yang ingin kita tunjukkan. Kita sadar bahwa orang lainpun berbuat hal yang sama terhadap kita. Jadi diri kita bukan hanya sebagai pelaku, tetapi sekaligus juga sebagai khalayak.”

Dalam proses presentasi diri biasanya individu akan melakukan pengelolaan kesan (*impression management*). Pada saat ini, individu melakukan suatu proses dimana dia akan menseleksi dan mengontrol perilaku mereka sesuai dengan situasi dimana perilaku itu dihadirkan serta memproyeksikan pada orang lain suatu image yang diinginkannya. Manusia melakukan hal tersebut, karena ingin orang lain menyukainya, ingin mempengaruhi mereka, ingin memperbaiki posisi, memelihara status dan sebagainya.

Dengan demikian pengelolaan kesan dibatasi dalam pengertian menghadirkan diri sendiri dalam cara-cara yang sudah diperhitungkan untuk memperoleh penerimaan atau persetujuan orang lain.

Ada dua komponen dalam pengelolaan kesan (*impression management*), yakni :

1. Motivasi pengelolaan kesan (*impression-motivation*) : Motivasi pengelolaan kesan menggambarkan bagaimana motivasi yang dimiliki untuk mengendalikan orang lain dalam melihat diri atau untuk menciptakan kesan tertentu dalam benak pikiran orang lain.
2. Konstruksi pengelolaan kesan (*impression-construction*) : adalah menyangkut pemilihan image tertentu yang ingin diciptakan dan mengubah perilaku dalam cara-cara tertentu untuk mencapai suatu tujuan.

Menurut Argyle (1994) dalam Heidi Noor (2013) mengemukakan ada tiga motivasi primer pengelolaan kesan, yaitu keinginan untuk mendapatkan imbalan materi atau sosial, untuk mempertahankan atau meningkatkan harga diri, dan untuk mempermudah pengembangan identitas diri (menciptakan dan mengukuhkan identitas diri).

Motivasi untuk mengelola kesan biasanya sering terjadi dalam situasi yang melibatkan tujuan-tujuan penting (seperti persahabatan, persetujuan, imbalan materi) dimana individu yang melakukannya merasa kurang puas dengan image yang diproyeksikan saat ini. Motivasi mengelola kesan juga lebih kuat ketika seseorang merasa tergantung pada seseorang yang berkuasa yang mengendalikan sumber-sumber penting bagi dirinya (Misal, atasannya) atau setelah dia mengalami kegagalan atau hampir mengalami kejadian yang dapat meruntuhkan harga dirinya.

2.2.5 Teori Identitas Sosial

Identitas Sosial adalah definisi seseorang tentang siapa dirinya, termasuk di dalamnya atribut pribadi dan atribut yang dibaginya bersama dengan orang lain. Menurut Narwoko (dalam Susanto, 2007:156), identitas sosial atau status sosial adalah tempat atau posisi seseorang dalam suatu kelompok sosial, sehubungan dengan kelompok-kelompok lain di dalam kelompok yang lebih besar lagi.

Identitas sosial dapat dikonseptualisasikan dalam empat dimensi :

1. Persepsi dalam konteks antar kelompok:

Hubungan antara *in-group* seseorang dengan grup perbandingan yang lain.

2. Daya tarik *in-group*:

Afek yang ditimbulkan oleh *in-group* seseorang.

3. Keyakinan yang saling terkait:

Norma dan nilai yang menghasilkan tingkah laku anggota kelompok ketika mereka berusaha mencapai tujuan dan berbagi keyakinan yang sama.

4. Depersonalisasi

Memandang dirinya sendiri sebagai contoh dari kategori sosial yang dapat digantikan dan bukannya individu yang unik²

² zamzamisabiq.blogspot.com/2012/10/identitas-sosial

2.2.6 *iPhone*

Salah satu teknologi yang sedang heboh saat ini karena kecanggihannya yaitu *iphone*. *iPhone* sendiri adalah jajaran telepon pintar / *smartphone* yang dirancang serta dipasarkan oleh *Apple Inc.* *iPhone* menggunakan sistem operasi telepon genggam *IOS* Apple atau yang dikenal dengan nama “ *iPhone OS*”. *iPhone* pertama diluncurkan tanggal 29 juni 2007 dan hingga sekarang memiliki 8 generasi. *iPhone* terbaru yang diluncurkan akhir 2014 yaitu *iPhone6* dan *iPhone6 Plus*. *iPhone* memiliki konektivitas Wi-Fi dan seluler (2G, 3G, dan 4G). *iPhone* juga dapat merekam, mengambil foto, memutar musik, mengirim dan menerima surel, menjelajah web, mengirim SMS, mengirim dan menerima surat suara visual. Adapun sejumlah fungsi yang lain seperti permainan, referensi, navigasi GPS, jejaring sosial dan lain-lain

2.2.6.1 Perkembangan *iPhone*

1. *iPhone 2G*

Produk ini adalah generasi pertama *iPhone* yang dirilis pada 29 juni 2007, kapasitas memori didalamnya pada saat itu adalah 4GB dan 8GB dan kemudian pada 5 Februari 2008 menjadi 16GB.

2. *iPhone 3G*

Kemudian setelah sukses menjual 2G, Apple langsung membuat generasi terbaru dari phone pada tanggal 11 juli 2008 yang diberi nama Iphone 3G. Tipe ini memiliki dua jenis memori internal 8GB dan 16GB.

3. Iphone 3GS

Generasi ketiga dari Iphone ini terdapat salah satu fitur baru yang sangat menggemparkan, yaitu kemampuan untuk merekam video. Iphone 3GS ini dirilis pada tanggal 19 juni 2009 dengan dua model memori yaitu 16GB, 32GB dan pada 24 juni 2010 untuk model 8GB.

4. Iphone 4

Ponsel ini dirilis pada 24 juni 2010 untuk perangkat model GSM berwarna hitam, lalu 10 februari 2011 untuk model CDMA berwarna hitam dan 28 apr 2011 untuk model GSM dan CDM warna putih.

5. Iphone 4S

Generasi kelima ini masih menggunakan bentuk yang sama dengan model sebelumnya, tetapi ponsel ini sudah memiliki fitur perintah suara pintar bernama Siri. Selain itu 4S juga sudah mengalami peningkatan yaitu kamera beresolusi 8.0MP dan sistem operasi iOS 5. Dan juga smartphone ini memiliki tiga varian memori internal, yaitu 16GB, 32GB, dan 64MB. Ponsel ini pertama kali dirilis pada tanggal 14 oktober 2011.

6. Iphone 5

Iphone 5 ini menambahkan banyak kelebihan dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya. Seperti layar lebih besar menjadi 4 inci, sistem operasi

baru iOS 6, retina display, jaringan 4G LTE, *free turn-by-turn navigation*, prosesor A6 1,3GHz, dan desain body yang ramping.

7. Iphone 5C dan 5S

Kedua produk ini diluncurkan Apple di tahun 2013. Yang membedakan 5C dengan iphone sebelumnya adalah ponsel warna-warni pertama yang dijual oleh perusahaan Apple.

8. Iphone 6 dan 6 Plus

Diluncurkan pada tanggal 9 September 2014. Keduanya memiliki layar kaca retina HD dengan penutup belakang dari bahan aluminium serta didesain lebih tipis dari generasi sebelumnya. Untuk ukuran, Iphone 6 memiliki dimensi tebal 6,8 mm sementara 6 plus 7,1 mm. Kedua produk ini juga menjalankan sistem operasi iOS 8.³

³ kreditgogo.com

2.2.6.2 Keunggulan dibandingkan Merk Lain

1. Kontrol atas hardware

Apple mengontrol sepenuhnya hardware iPhone mereka. Entah itu iPhone 1, 2, 3, 4, atau 5 mereka tahu persis apa prosesor, memori, layar, dan aplikasi yang bisa bekerja dengan versi iOS tertentu. Hal seperti ini tidak ada dalam Android.

2. iOS hanya bisa bekerja pada iPhone.

Artinya, jika Anda memiliki perangkat Android dan ingin mengupgrade ke OS terbaru, Anda bisa melakukannya. Namun, tidak ada jaminan bahwa OS itu akan bisa bekerja dengan baik pada prosesor dan memori ponsel Anda. Ini adalah masalah besar.

Karena Apple tahu betul tentang perangkat mereka dan karena mereka memiliki kontrol sepenuhnya pada hardware dan software mereka, ada sedikit fragmentasi bila dibandingkan dengan perangkat Android. Intinya, meski OS terbaru dirilis pada Android, tidak ada jaminan OS tersebut bisa bekerja dengan baik pada perangkat Anda.

3. Lag jarang terjadi

iOS bukan berarti bebas dari lag dan crash, namun jika dibandingkan dengan Android, iOS relatif lebih mulus performanya. Android kadang crash dan ngelag meski kita tidak melakukan apa-apa. Bahkan, terkadang Android memberi pesan

peringatan force stop karena aplikasi yang Anda jalankan tiba-tiba terhenti. Bagi pemilik Android, hal itu pasti sudah tak asing lagi.

4. Aplikasi lebih berkualitas

Meski Android memiliki lebih banyak aplikasi di Play Store, namun secara kualitas, aplikasi milik iOS lebih berkualitas. Banyak aplikasi spam dan tiruan yang bermunculan di Play Store. Di samping itu, karena luasnya basis pengguna, developer papan atas cenderung lebih suka mendesain aplikasinya untuk iOS ketimbang Android. Beberapa aplikasi yang awalnya dikembangkan pada iOS jarang bisa diterjemahkan dengan baik saat dipajang di Play Store. Misalnya aplikasi Yelp, Facebook, FourSquare, dan Instagram yang memiliki user experience yang lebih baik di iOS ketimbang di Android.

5. Closed system lebih baik

Meski menurut banyak orang open source ala Android lebih baik, namun jika berbicara kualitas di atas kuantitas, closed systemlah yang terbaik. Dengan system open source, siapapun bisa membuat aplikasi, meski kebanyakan aplikasinya tergolong spam, imitasi, dan penuh iklan. Belum lagi ancaman berupa malware, virus, potensi hacking, dan sebagainya yang kerap merisaukan pengguna Android. Dengan

closed system, hal-hal demikian tidak akan terjadi. Semua aplikasi yang ada di iTunes dijamin kualitasnya oleh Apple.⁴



⁴ kembangpete.com/2014/06/12/apa-saja-keunggulan-ios-dibandingkan-android/