

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk sosial, dimana ada saling keterkaitan antar satu manusia dengan manusia lainnya, hubungan ini merupakan sebuah kebutuhan yang amat penting dan sangat mendasar. Hubungan yang dimaksud antara satu manusia dengan manusia lainnya adalah sebuah proses yang dinamakan komunikasi.

Salah satu yang menjadi tujuan seseorang melakukan komunikasi ialah untuk mendapatkan informasi. Informasi yang didapat melalui proses komunikasi akan menjadi sebuah pengetahuan baru yang dapat membentuk pola pikir atau mengubah sikap baik komunikator maupun komunikan. Informasi yang dipertukarkan juga banyak menghasilkan pemikiran-pemikiran baru sebagai solusi atau jalan keluar dari suatu masalah-masalah yang ada dalam kehidupan modern.

Di masa lalu kita sebagai manusia berkomunikasi menggunakan burung merpati. Burung merpati digunakan sebagai pengantar surat atau pesan, Merpati dipilih karena burung ini pintar, memiliki daya ingat kuat, kemampuan navigasi dan naluri alamiah untuk kembali ke sarang. Lalu kita mengenal telegraf untuk mengirim dan menerima pesan dari jarak jauh. Disebabkan permintaan telegraf yang semakin banyak pada saat itu akhirnya membawa kita kepada penemuan Telepon dan Telegram. Bahkan sampai kepada penemuan internet yang terintegrasi pada banyak perangkat seperti komputer dan *Gadget*.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin lama semakin canggih, komunikasi sosial pun ikut terbawa arus modernisasi. muncul media baru yang sangat menarik yaitu internet. Saat ini internet muncul sebagai salah satu media komunikasi yang paling digemari oleh segala kalangan usia dan paling banyak digunakan dalam bersosialisasi.

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 penggunaannya 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).

Internet dapat juga digunakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan pribadi maupun profesional. Miller dalam Maryani dan Ahmadi (2011) menyatakan, bahwa komunikasi melalui internet walaupun memiliki keterbatasan dibandingkan dengan komunikasi yang dilakukan secara langsung atau tatap muka memiliki problem baru dan peluang baru dalam sajian komunikasinya.

Internet telah membuat manusia dibelahan bumi dapat berkomunikasi secara *real time* dan *delayed*. Internet dapat melampaui batasan geografis, waktu dan bahkan identitas yang disandang oleh para penggunanya. Internet juga memiliki karakter sebagai media yang demokratis, kelebihanannya berpotensi mendukung pengembangan individu

penggunanya maupun pembangunan suatu bangsa. (Maryani & Ahmadi dalam Komunikasi virtual 2011: 1)

Mengutip dari artikel di Kompas. com yang berjudul "Media Konvensional dalam Balutan" mengatakan bahwa di era internet kini, masyarakat mampu mengakses berbagai informasi dari berbagai tempat dan waktu. Masyarakat tidak lagi bergantung pada media massa. Masyarakat tidak hanya mencari informasi, namun juga dapat berbagi informasi (*citizen journalism*).¹

Konvergensi media yang merujuk pada perkembangan teknologi komunikasi digital turut serta memudahkan para pelaku komunikasi dalam memenuhi kebutuhan akan berbagai informasi. Dikutip oleh *Wikipedia. org*, Henry Jefkins menyatakan bahwa, "Konvergensi adalah aliran konten di *platform* beberapa media, kerjasama antara industri beberapa media, dan perilaku migrasi khalayak media". Dengan berkembang perangkat teknologi komunikasi, semakin beraneka ragam cara yang dilakukan seseorang untuk berinteraksi".

Interaktifitas menggantikan komunikasi satu arah pada media massa konvensional dengan menggunakan komunikasi dua arah dari web. Interaktivitas telah menjadi istilah untuk sejumlah pilihan media baru yang berkembang dari penyebaran cepat jalur akses internet, digitalisasi media dan konvergensi media. Setiap individu dengan teknologi tepat guna sekarang dapat menghasilkan media *online*-nya dan termasuk gambar, teks dan yang lainnya.²

Akses yang cepat menyebabkan penyebaran informasi juga menjadi sangat cepat, salah satu pendukung hal tersebut adalah maraknya media sosial yang ada saat ini. Banyaknya ragam media sosial membawa kita kepada sebuah era baru

¹ <http://media.kompasiana.com/new-media/2012/09/12/media-konvensional-dalam-balutan-online-492410.html> diakses pada Rabu, 17 Desember 2014 Pada pukul 18.05

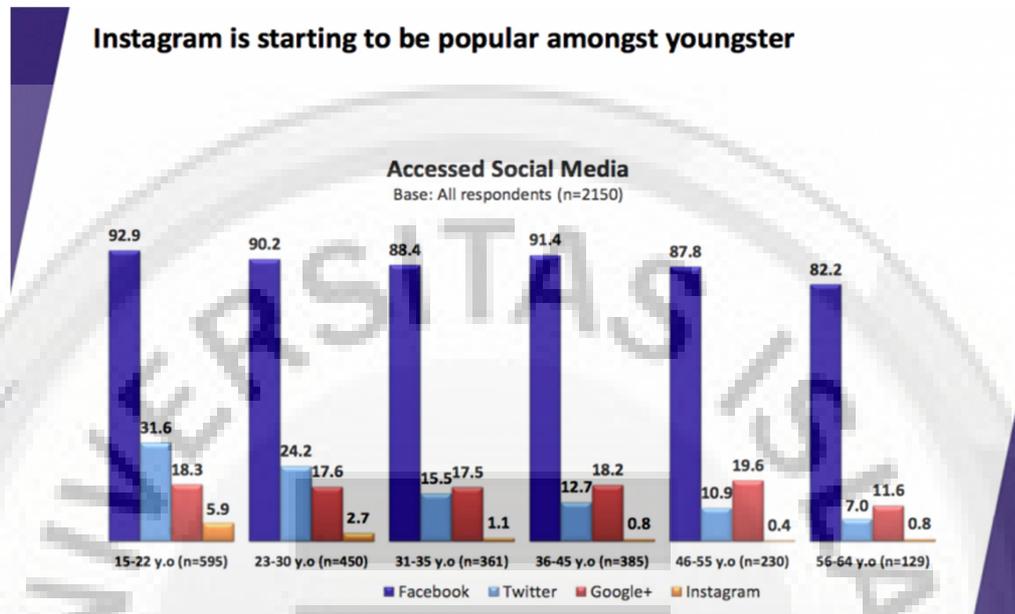
² http://id.wikipedia.org/wiki/Konvergensi_media diakses pada Rabu, 17 Desember 2014 Pada pukul 19.20

perkembangan teknologi komunikasi. Perkembangan teknologi komunikasi yang terus-menerus ini melahirkan sebuah kebiasaan baru khususnya di negara kita Indonesia. Saat ini kita disuguhkan sebuah konsep dimana sebuah aplikasi interaktif dapat membantu kita berkomunikasi secara personal sekaligus massal lewat perangkat portabel yang kita miliki. Maraknya media sosial interaktif yang digunakan seperti Facebook, Twitter, LINE dan *Instagram* memudahkan manusia untuk berkomunikasi dengan manusia lainnya dengan bentuk yang bermacam-macam.

Salah satu dari sekian banyak media sosial tersebut adalah *Instagram*, *instagram* adalah sebuah aplikasi *microbloging* yang mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunggah 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, Flickr 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

Gambar 1.1
Perkembangan Instagram

Kehadiran media sosial instagram menarik banyak kalangan untuk menggunakan aplikasi tersebut, Konten dan fitur yang menarik membuat Instagram menjadi sebuah aplikasi dengan perkembangan yang sangat cepat di periode tahun 2013 – 2014. Menurut survey lembaga GlobalWebIndex terhadap 170.000 pengguna media sosial di 32 negara, jumlah pengguna Instagram melonjak 23 % dari 130.000.000 pengguna menjadi 150.000.000 pengguna.³

Heru Kurnianto Tjahjono mengatakan citra diri adalah hal yang sangat penting bagi organisasi maupun individu. Kita seharusnya mempunyai konsep membangun citra diri secara konsisten. Situs jejaring sosial adalah sarana

³ [http://pemilu.tempo.co/read/news/2014/01/27/072548613/Pengguna-Aktif-Instagram-Naik-Pesatdiakses pada Rabu, 17 Desember 2014 Pada pukul 19.20](http://pemilu.tempo.co/read/news/2014/01/27/072548613/Pengguna-Aktif-Instagram-Naik-Pesatdiakses%20pada%20Rabu%2C%2017%20Desember%202014%20Pada%20pukul%2019.20)

pencitraan yang luar biasa. Modal sosial dapat segera terbangun dengan desain konsep yang jelas dan atraktif.⁴

Melihat fenomena tersebut, dimana ada keterkaitan yang kuat antara penggunaan media sosial dengan citra diri, penulis tergerak untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri melalui sebuah penelitian ilmiah. Penggunaan media sosial menjadi salah satu hal yang dapat dilihat di masyarakat modern saat ini. Kita sering menggunakan media sosial, setiap hal yang *diposting* melalui media sosial tentunya merupakan sebuah proses komunikasi. Dengan mengetahui hubungan penggunaan instagram dengan citra diri, penulis berharap dapat mengetahui bagaimana persepsi, sikap, kognisi, dan motivasi dari penggunaan jejaring sosial Instagram. Yang tentunya hal tersebut berkaitan erat dengan citra diri seseorang.. Seperti yang dikemukakan oleh jalaluddin Rakhmat bahwa:

Proses psikodinamis yang berlangsung pada individu berkisar antara komponen persepsi kognisi, motivasi, dan sikap individu terhadap objek. Keempat komponen itu sendiri diartikan sebagai mental representation (citra) dari stimulus. (Rakhmat, 1986: 9-10)

Maraknya penggunaan media sosial instagram saat ini di kalangan remaja menjadi sebuah gambaran nyata perkembangan teknologi komunikasi yang tentunya saling berkaitan dengan sisi personal penggunanya. Berdasarkan hal tersebut penulis mencoba untuk meneliti hubungan penggunaan media sosial instagram dengan pembentukan citra diri.

⁴ <http://hkt.staff.umy.ac.id/?p=670>

diakses pada Rabu, 11 February 2015 Pada pukul 15.30, dimuat dalam kolom MM UMY-Harian Sindo, 28 Februari 2009

1.2 Identifikasi Masalah

Untuk mengetahui bagaimana hubungan penggunaan media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri, maka masalah yang diidentifikasi oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan kebutuhan kognitif terhadap pembentukan citra diri?
2. Apakah terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan kebutuhan pribadi secara integratif terhadap pembentukan citra diri?
3. Apakah terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan kebutuhan sosial secara integratif terhadap pembentukan citra diri?
4. Apakah terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan kebutuhan pelepasan terhadap pembentukan citra diri?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan perkembangan kognitif terhadap pembentukan citra diri.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan integratif personal terhadap pembentukan citra diri.

3. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan integratif sosial terhadap pembentukan citra diri.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan pelepasan ketegangan terhadap pembentukan citra diri.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi peneliti yang mengarahkan kepada pemahaman mengenai media, terutama media sosial Instagram yang erat kaitannya dengan judul penelitian. Peneliti berharap penelitian ini juga turut menyumbangkan ide-ide dalam memanfaatkan teknologi informasi dan media konvergensi didalam memenuhi kebutuhan komunikasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Yaitu dapat dijadikan bahan atau referensi bagi pembaca khususnya bagi Mahasiswa Unisba yang melakukan penelitian dengan hal serupa dan umumnya menambah pengetahuan bagi mereka pengguna *Instagram* dan mereka yang berkecimpung dalam dunia media sosial, tentunya dari aspek penggunaan media sosial yang berkaitan dengan pembentukan citra diri seseorang.

1.5. Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah

1.5.1 Ruang Lingkup

1. Penelitian ini menggunakan angket penelitian untuk memudahkan responden dalam menentukan jawaban.
2. Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah pengguna aktif *Instagram* dikalangan mahasiswa Fikom Unisba.
3. Objek penelitian fokus pada satu media sosial yang menjadi judul penelitian, yakni *Instagram*
4. Penelitian ini membatasi penggunaan media sosial *Instagram* dilihat dari aspek kebutuhan komunikasi yang berkaitan dengan pencitraan diri.

1.5.2 Pengertian Istilah

1. Komunikasi

Tubbs dan moss (dalam Mulyana, 2010:65) mengutarakan bahwa komunikasi merupakan proses penciptaan makna antara dua orang, yaitu komunikator dan komunikan. Pendapat lain menurut Bernard Berelson dan Gary Steiner (dalam Mulyana, 2010:62) mengemukakan bahwa Komunikasi adalah transmisi informasi.

2. Media Sosial

Media sosial adalah "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*".⁵

3. Instagram

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 gabungan dari kata instan dan telegram.⁶

4. Citra diri

Frank Jefkins memberikan definisi atau pengertian citra sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Soleh Soemirat & Elvinaro memberikan definisi atau pengertian citra tentang bagaimana pihak

⁵ <http://id.wikipedia.org/wiki/Media-sosial> diakses pada Kamis, 18 Desember 2014 Pada pukul 00.06

⁶ <http://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> diakses pada Rabu, 17 Desember 2014 Pada pukul 21.26

lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. (Soemirat dan Adrianto, 2007:113-114)

1.6. Kerangka Pemikiran

1.6.1 Komunikasi

Menurut Theodore M. Newcomb (dalam Mulyana, 2010: 68), mengatakan bahwa "setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima".

Komunikasi adalah proses atau tindakan untuk mengalihkan pesan dari suatu sumber kepada penerima melalui saluran dalam situasi adanya gangguan dan interferensi. Adapula yang mendefinisikan komunikasi sebagai transmisi pesan yang bertujuan untuk memperoleh makna perubahan tertentu. komunikasi sebagai proses dan tindakan merupakan konsep dari kata "berkomunikasi" atau *communicate* juga berasal dari kata *common* yang artinya membagi, mempertukarkan, mengirimkan, mengalihkan, berbicara, isyarat, menulis, mendayagunakan, menghubungkan (*to share, exchange, send along, transmit, talk, gesture, write, put in use, relate*). (weekley, 1967; Devito, 1986 dalam Alo Liliweri, 2011: 138).

1.6.2 Media

Media berasal dari bahasa Latin dan merupakan bentuk jamak dari kata medium yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Jadi dapat dipahami bahwa media adalah perantara atau pengantar dari pengirim ke penerima pesan. Dalam bidang komunikasi, media dapat diartikan sebagai perangkat-perangkat

yang digunakan untuk menyimpan serta mengirimkan data atau informasi. Terdapat beberapa media terkait dengan komunikasi. media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak (Cangara, 2006 : 119)

1.6.3 Media Sosial

Nurudin dalam bukunya *Pengantar Komunikasi Massa* mendefinisikan Media sebagai alat untuk memperkuat, memperkeras dan memperluas fungsi dan perasaan manusia. Masing-masing penemuan media baru betul-betul dipertimbangkan untuk memperluas beberapa kemampuan dan kecakapan manusia. Masyarakat Indonesia sendiri sudah menggunakan media sosial untuk proses komunikasi. Tujuan penggunaan media sosial ini tidak lain untuk dapat berkomunikasi secara efisien dan efektif tanpa mengetahui konsekuensi dan dampak dari media sosial tersebut.

Media sosial telah memungkinkan sesuatu yang selama ini terpendam, bisa diungkapkan secara transparan. Mungkin awalnya hanyalah informasi yang disebar, tetapi informasi yang disebar melalui media sosial itu telah membuka mata banyak orang untuk ikut menyebarkannya.

1.6.4 Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang

unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan Polaroid.

1.6.5 *Uses and Gratification*

Teori Komunikasi Massa salah satunya adalah teori *Uses and Gratifications*. Herbert Blumer dan Elihu Katz adalah orang yang memperkenalkan teori ini. Teori *Uses and Gratifications* (kegunaan dan kepuasan) ini dikenalkan pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communications; Current Perspectives on Gratifications research*. Teori *Uses and Gratifications* milik Blumer dan Katz ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik didalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya teori *Uses and Gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternative untuk memuaskan kebutuhannya (Sumber: Pengantar Komunikasi Massa – Nurudin)

Teori *Uses and Gratifications* mengajukan gagasan bahwa perbedaan individu menyebabkan audiens mencari, menggunakan, dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda-beda, yang disebabkan oleh faktor sosial dan psikologis yang berbeda antar individu audiens. (Morissan; 2010:105)

Pada dasarnya, *uses and gratifications* selalu membawa pendekatan mutakhir teori pada tahap awal setiap media komunikasi massa baru (Baran & Davis, 2009:237). *Instagram* adalah media sosial baru yang belum semua orang mengetahui apa itu kegunaannya. Banyak yang menjadikan *Instagram* sebagai sarana untuk bertukar informasi. Oleh karena itu dalam riset ini peneliti

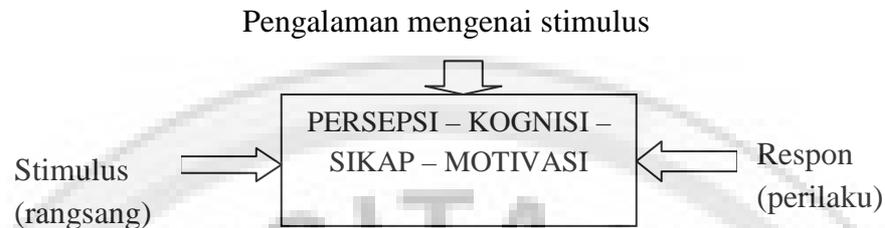
menggunakan teori Uses and Gratifications dan berupaya meneliti apa yang terjadi di balik penggunaan media *Instagram* terhadap audiens / penggunanya. Dengan kata lain, peneliti mencari tahu bagaimana hubungan penggunaan Media sosial *Instagram* dengan pembentukan citra diri seseorang.

1.6.6 Citra Diri

Konsep diri adalah pandangan mengenai siapa diri kita dan itu bisa diperoleh lewat informasi yang diberikan lewat orang lain tentang diri kita. Pendapat tersebut dapat diartikan bahwa konsep diri yang dimiliki seseorang dapat diketahui lewat informasi, pendapat, penilaian atau evaluasi orang lain mengenai diri orang tersebut. Individu akan mengetahui bahwa dirinya cantik, pandai, atau ramah jika ada informasi dari orang lain mengenai dirinya. Sebaliknya, individu akan tidak tahu bagaimana ia dihadapkan orang lain tanpa ada informasi atau masukan dari lingkungan maupun orang lain. Dalam kehidupan sehari-hari secara tidak langsung, individu telah menilai dirinya sendiri. Penilaian terhadap diri sendiri itu meliputi watak dirinya, orang lain dapat menghargai dirinya atau tidak, dirinya termasuk orang yang berpenampilan menarik, cantik atau tidak. (Mulyana: 2000: 7).

Dalam mencari hubungan penggunaan media sosial *Instagram* dengan pembentukan citra diri mahasiswa Fikom Unisba, peneliti menggunakan model pendukung yaitu model pembentukan citra dari John S. Nimpoeno, yang mengasumsikan citra sebagai proses yang tergambarkan melalui persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap.

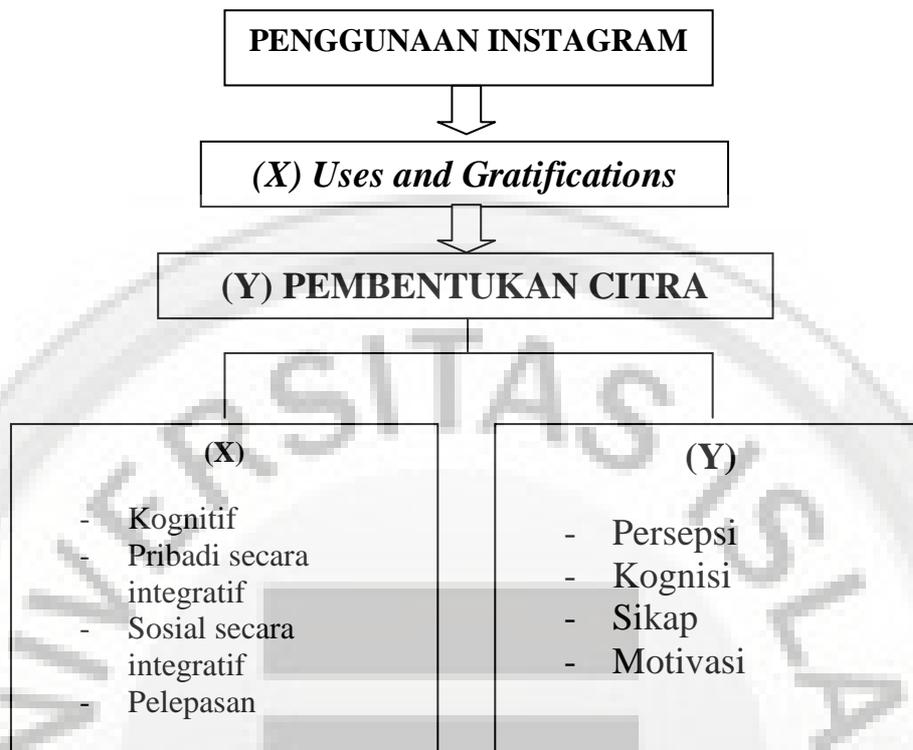
Adapun model pembentukan citra yang dijelaskan oleh John S. Nimpoeno, adalah sebagai berikut :



(Sumber : Soemirat dan Ardianto, 2002: 115)

Gambar 1.2
Model Pembentukam Citra

Dalam buku Pengantar Komunikasi Massa (Nurrudin,2007:194-195) Teori *uses and gratifications* (Variabel X) beroperasi dalam beberapa cara salah satunya adalah kebutuhan khalayak yang diantaranya: Kebutuhan kognitif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk menyelidiki kita. Kebutuhan afektif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional. Kebutuhan pribadi secara integratif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas kepercayaan, stabilitas, dan status individual. hal itu bisa diperoleh akan harga diri. Kebutuhan sosial secara integratif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia. Hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berinteraksi. Sementara itu kebutuhan pelepasan adalah kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindari tekanan, ketegangan dan hasrat akan keanekaragaman. Melalui pengoperasian teori ini peneliti mencari hubungan penggunaan media sosial instagram berdasarkan asumsi teori *Uses and Gratification* dengan pembentukan citra (variabel Y) yang berdasarkan komponen Persepsi, Kognisi, Sikap, dan Motivasi.



Gambar 1.3
Kerangka Pemikiran

1.7 Hipotesis

Hipotesis penelitian ini adalah, “Terdapat hubungan antara penggunaan media sosial dengan pembentukan citra diri”. Menurut Jalaludin Rakhmat, “Untuk memudahkan penelitian, hipotesis harus dijabarkan menjadi subhipotesis-subhipotesis dengan menggunakan konsep-konsep yang sudah sangat spesifik”. (Rakhmat, 2000 : 20).

Subhipotesis :

1. H₀ Tidak terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan perkembangan kognitif terhadap pembentukan citra diri

- H1 Terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan perkembangan kognitif terhadap pembentukan citra diri
- 2 H0 Tidak terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan integratif personal terhadap pembentukan citra diri
- H1 Terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan integratif personal terhadap pembentukan citra diri
3. H0 Tidak terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan integratif sosial terhadap pembentukan citra diri
- H1 Terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan integratif sosial terhadap pembentukan citra diri
- 4 H0 Tidak terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan pelepasan ketegangan terhadap pembentukan citra diri
- H1 Terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan pelepasan ketegangan terhadap pembentukan citra diri

1.8 Metodologi Penelitian

1.8.1 Jenis Pendekatan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian, penulis mengadakan jenis penelitian korelasional, yaitu “Metode korelasional bertujuan untuk meneliti sejauhmana variabel pada satu faktor berkaitan dengan variabel pada faktor lain. (Rakhmat, 2000 : 27).

Metode korelasional digunakan karena peneliti ingin mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel penggunaan media sosial *Instagram* dengan variabel pembentukan citra diri. Dalam penelitian ini penulis mencoba untuk mencari data tentang hal-hal yang berhubungan dengan peranan media sosial terhadap konsep diri seseorang. Kemudian penulis coba untuk padukan dengan data yang lainnya yang penulis dapatkan, sehingga nantinya penulis dapat mengetahui bagaimana peranan tersebut mempengaruhi citra diri mahasiswa yang menggunakan media sosial *instagram*

1.8.2 Populasi dan Sampel

1.8.2.1 Populasi

Populasi adalah semua bagian atau anggota dari objek yang akan diamati. Populasi bisa berupa orang, benda, objek, peristiwa atau apapun yang menjadi objek dari survei. Populasi ditentukan oleh topik dan tujuan survei (Ardianto, 2011:170). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *Instagram* aktif yang terdaftar sebagai mahasiswa Fikom Unisba dalam kurun waktu 3 tahun terakhir yaitu angkatan 2011-2013 sejumlah 1200 mahasiswa.

1.8.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian. Selain itu sampel adalah sebagian dari populasi yang diharapkan dapat menggambarkan sifat populasi (Ardianto, 2011:171).

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. *probability sampling* adalah penarikan sampel menggunakan teknik random atau undian. *Probability sampling* yang digunakan adalah *sample acak sederhana* yang menggunakan tabel angka acak.

Teknik yang digunakan dalam menentukan besarnya ukuran sampel yang akan diteliti, yaitu ukuran sampel merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan persentase kelonggaran ketidaktelitian, karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, maka taraf kesalahan yang ditetapkan adalah sebesar 10%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = taraf kesalahan

Pemakaian rumus di atas mempunyai asumsi bahwa populasi berdistribusi normal.

(Umar, 2005: 146)

Adapun perhitungan jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini, yaitu:

Diketahui:

$$N = 1200 ; e = 10\% = 0,1$$

Maka:

$$n = \frac{1200}{1+1200(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1200}{1+12,00}$$

$$n = \frac{1200}{13,00}$$

$$n = 92,30 \approx 93 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini dengan taraf kesalahan 10% diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 93 orang responden.

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis lakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Angket

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa Angket. Data diperoleh dengan cara memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada sejumlah responden secara langsung. Melalui penyebaran ini diharapkan akan memberikan respon atas daftar pertanyaan yang tersedia pada angket

tersebut. Daftar pertanyaan yang dibuat bersifat tertutup dengan alternatif jawaban telah disiapkan sehingga responden tinggal memilih jawaban mana yang sesuai.

Angket tertutup dikonstruksikan dengan ciri-ciri yang sama dengan angket terbuka, serta disediakan kemungkinan atau alternatif jawaban sehingga responden harus memformulasikan sendiri jawaban yang dipandang sesuai (Bungin dalam Ardianto, 2011:162-163).

2. Studi Kepustakaan

Penulis melakukan studi pustaka untuk melengkapi data-data yang berkaitan dengan penelitian. data-data bersumber dari buku-buku, karya tulis ilmiah yang memiliki kaitan dengan pembahasan masalah dalam penelitian penulis. Melalui studi kepustakaan ini diharapkan penulis memperoleh data-data yang mendukung penelitian.

3. Wawancara

Wawancara, pengumpulan data dengan cara mengadakan komunikasi langsung dengan pihak yang erat kaitannya dengan permasalahan yang diteliti yaitu dengan para mahasiswa Fikom Unisba yang aktif menggunakan media sosial *instagram*.