

Peran Media Sosial *Facebook* dan *Instagram* dalam Pembentukan Konsep Diri Remaja di Kota Bima

Rahmi*, Junaidin, Irham

Program Studi Ilmu Administrasi Negara Universitas Mbojo Bima, Indonesia

*Co-Author Email: rahmimaman@gmail.com

Article Information

Submitted: 23
Desember 2023
Accepted: 24
Januari 2024
Online Publish: 24
Januari 2024

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran media sosial *facebook* dan *Instagram* dalam membentuk konsep diri remaja. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif, data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Data dianalisis melalui proses pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa melalui media sosial remaja tanpa sadar membentuk konsep diri sebagaimana konsep diri sang idola. Sang idola dijadikan sebagai *role mode* karena dianggap memiliki citra positif dihadapan orang lain, citra diri tersebut diaplikasikan dalam pikiran, sikap dan perilaku remaja yang direpresentasikan melalui postingan berupa tulisan, gambar dan video dalam akun media sosial

Kata Kunci: *Peran, Media Sosial, Konsep diri*

Abstract

This research aims to understand the role of social media platforms Facebook and Instagram in shaping the self-concept of teenagers. The study employs a qualitative research method, and data is collected through interviews, observations, and documentation. Data analysis involves the processes of data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results indicate that through social media, teenagers unconsciously shape their self-concept based on the self-concept of their idols. Idols are considered role models because they are perceived to have a positive image in front of others, and this self-image is applied in the thoughts, attitudes, and behaviors of teenagers, represented through posts in the form of text, images, and videos on social media accounts

Keywords: *Role, Social Media, Self-concept*

Pendahuluan

Teknologi komunikasi berkembang pesat, merubah perilaku komunikasi manusia. Media komunikasi tidak hanya terbatas pada media massa akan tetapi melahirkan perangkat baru yakni media sosial (Hayati, 2018). Dewasa ini hampir-hampir kehidupan kita sehari-hari tidak terlepas dari sosial media seperti *facebook* dan *Instagram*. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai media informasi akan tetapi juga digunakan sebagai sarana untuk mengekspresikan diri. Media sosial merupakan ruang publik yang digunakan untuk menyampaikan informasi-informasi yang bersifat personal atau bersifat pribadi (Pratama et al., 2020). Bagi pengguna internet tidak akan merasa asing dengan media sosial seperti *facebook* dan *Instagram* terutama dikalangan remaja. Di Indonesia sendiri berdasarkan berita yang dirilis situs resmi Kominfo bahwa pengguna *facebook* di Indonesia tertinggi ketiga

How to Cite

DOI
e-ISSN
Published by

Rahmi, Junaidin, Irham/Peran Media Sosial Facebook dan Instagram dalam Pembentukan Konsep Diri Remaja di Kota Bima/Vol 4 No 6 (2024)
<http://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v4i6.325>
2721-2246
Rifa Institute

dunia. Berdasarkan data yang dimiliki Kementerian Komunikasi dan Informasi, total ada 43,06 juta orang yang menggunakan situs jejaring sosial facebook. Sedangkan pengguna instgram berdasarkan data Napoleon Cat, ada 116,16 juta pengguna Instagram di Indonesia (Carolin et al., 2023).

Sebagaimana disebutkan sebelumnya bahwa media sosial tidak hanya sebagai media informasi akan tetapi juga sebagai media untuk mengekspresikan diri, bersosialisasi, mencari hiburan dan membentuk konsep diri. Konsep diri sendiri merupakan pandangan dan penilaian terhadap diri kita sendiri baik secara fisik, sosial, dan psikis. Konsep diri ditunjukkan dalam berbagai kegiatan yang dilakukan sehari-hari. Konsep diri juga merujuk pada bagaimana citra atau image yang ingin kita perlihatkan kepada orang lain. Dalam salah satu teori komunikasi dikenal dengan istilah face negotiation theory atau teori “jaim” artinya kita mengset-up bagaimana citra kita di hadapan orang lain (Apriliani & Setiawan, 2019).

Konsep diri bukan merupakan bawaan atau gen dari orang tua. Konsep diri terbentuk melalui pengalaman-pengalaman yang berhubungan dengan lingkungan keluarga dan masyarakat. Konsep diri merupakan salah satu faktor yang membentuk perilaku individu, dimana perilaku tersebut yang ditampilkan dari hasil respon dan pandangan orang lain mengenai individu tersebut. Konsep diri merupakan akumulasi kepercayaan, perasaan, dan penilaian yang diyakini seseorang tentang dirinya sendiri dan mempengaruhi proses interaksi sosial dengan lingkungan sekitar (Rismayanti, 2004).

Melihat konsteks komunikasi saat ini maka konsep diri tidak hanya dimunculkan atau ditampilkan secara langsung atau tatap muka melainkan juga konsep diri ditampilkan juga melalui sosial media seperti *facebook* dan *instagram*. Lebih lanjut, seseorang bisa saja memposting tulisan atau mengunggah foto dan video melalui akun *facebook* dan *Instagram* yang mereka miliki. Melalui postingan tulisan, foto dan video tersebut terciptalah image atau gambaran diri mereka yang ingin diperlihatkan kepada orang lain (Damayanti & Purworini, 2018).

Media sosial muncul dengan berbagai tampilan dan fitur yang menarik sehingga banyak diminati pada remaja. Konsep diri remaja melalui media sosial lebih menjadi perhatian. Selain itu menurut peneliti usia remaja merupakan usia pembentukan konsep diri, usia dimana mereka mulai membangun identitas diri. Remaja sudah mulai terlibat dengan kehidupan sosial yang lebih luas seperti tergabung dengan kelompok-kelompok sosial serta melakukan aktivitas sosial (Chandra Kusuma & Oktavianti, 2020).

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis ingin meneliti lebih lanjut mengenai bagaimana peran media sosial *facebook* dan *Instagram* dalam membentuk konsep diri remaja di Kota Bima. Perspektif yang digunakan untuk memahami kajian lebih dalam yakni interaksionisme simbolik.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sedangkan metode deskriptif bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu secara faktual dan cermat (Isaac dan Mickhael dalam Rakhmat, 1991: 22).

Fokus dalam penelitian ini adalah peran media sosial dalam membentuk konsep diri remaja di Kota Bima. Adapun yang dijadikan informan hanyalah yang dapat memberikan sumber informasi terhadap permasalahan yang menjadi fokus dari penelitian ini, oleh karena itu sample dipilih secara *purposive*. *Purposive* dilakukan bertalian dengan tujuan tertentu (Nasution, 1992: 32). Peneliti menentukan kriteria informan yaitu pertama, informan berdomisili di Bima. Kedua, informan berusia remaja yaitu 15 tahun hingga 24 tahun. Ketiga,

Peran Media Sosial Facebook dan Instagram dalam Pembentukan Konsep Diri Remaja di Kota Bima

informan menggunakan lebih dari satu akun media sosial. Keempat, informan yang bisa meluangkan waktu untuk diwawancarai.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga macam cara yaitu: observasi partisipatif, wawancara tidak terstruktur dan studi dokumentasi. Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif melalui tiga tahapan yakni, reduksi data, display data dan pengambilan kesimpulan dan verifikasi. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik perpanjangan keikutsertaan, teknik triangulasi dan Teknik diskusi dengan teman sejawat. Perpanjangan keikutsertaan digunakan dengan cara menambah waktu studi. Perpanjangan keikutsertaan peneliti akan memungkinkan adanya peningkatan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan. Teknik triangulasi dilakukan dengan memanfaatkan dua cara yaitu triangulasi dengan sumber dan triangulasi dengan teori (Patton, 1987: 331) dan (Moleong, 1991: 178).

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian dalam kasus ini adalah 5 orang remaja perempuan. Kelimanya berada dalam range usia yang telah dibatasi oleh peneliti yaitu 3 orang diantaranya merupakan mahasiswa ilmu komunikasi di salah satu universitas di kota Bima dan 2 orang diantaranya merupakan siswi SMA. Kelima-limanya telah setuju memberikan pernyataan yang sebenarnya kepada peneliti serta mendukung kelancaran penelitian tersebut. Sebagaimana ketentuan peneliti bahwa kelimanya memiliki lebih dari satu akun media sosial. Peneliti akan memberikan inisial dari nama-nama informan. Ratri Pramudita (R.P), Anggit Sabrina (A.S), Jumiati Adiningsih (J.A), Lulu Cantika (L.C), Akhsanul Aliya (A.A).

Hasil Penelitian

Informan penelitian diajukan pertanyaan media sosial apa yang digunakan kelimanya mengaku menggunakan media sosial *facebook* dan *Instagram*. Meskipun tiga orang diantaranya mengaku lebih sering mengakses *Instagram* sedangkan dua orang lainnya ada yang lebih sering menggunakan *facebook*. Menurut A.S lebih sering menggunakan *Instagram* karena lebih mudah untuk bersosialisasi dan mencari berita terbaru serta *update* terbaru idolanya. Sementara J.A lebih sering menggunakan akun *Instagram* karena bisa berinteraksi dengan orang lain dan lebih cepat mendapatkan informasi. Sedangkan R.P mengaku lebih aktif dalam *Instagram* untuk bersosialisasi dan mencari hiburan. Kedua informan lainnya L.C. dan A.A lebih familiar menggunakan *facebook* karena teman-temannya lebih banyak menggunakan *facebook* sehingga mereka lebih mudah melihat berbagai aktivitas teman-temannya lewat *facebook*.

Peneliti selanjutnya mengajukan pertanyaan alasan para informan menggunakan media sosial, hampir semua menjawab media sosial digunakan untuk bersosialisasi, mengenal teman-teman baru, memperoleh informasi terbaru, serta mencari hiburan. Kemudian pertanyaan selanjutnya tentang hal apa saja yang diposting. Ketiga informan kompak menjawab hal yang biasa mereka posting berupa status, foto dan video kegiatan yang mereka lakukan, hal tersebut memberikan kesenangan tersendiri bagi mereka. Sedangkan dua orang informan lainnya lebih senang dan sering memposting dan *share* foto dan video para idola mereka.

Lebih lanjut peneliti mendalami alasan mengapa informan memposting di media sosial. L.C dan A.A mengaku dengan memposting berbagai status, foto dan video mereka berharap teman-temannya mengetahui aktivitas mereka dan memberikan respon positif atas apa yang mereka posting seperti disukai, dikomentari teman-teman sekolahnya. Alasan lebih beragam dari ketiga informan lainnya. A.S beralasan dengan memposting orang lain mengetahui

bahwa dirinya masih hidup dan berharap orang lain *notice* idolanya. Selain itu A.S memposting untuk memenuhi kepuasan diri dan mengisi waktu. Sementara itu J.A sering posting untuk memuaskan keinginan diri dan mendapat perhatian pacar. Sedangkan informan R.P tidak memiliki alasan khusus untuk memposting selain berharap postingannya diperhatikan sang gebetan.

Ketika ditanya teknologi komunikasi yang mereka gunakan untuk mengakses media sosial tiga orang informan mengaku menggunakan *handphone* dan laptop. Sedangkan dua informan lainnya hanya menggunakan *handphone* karena tidak memiliki laptop. Kelimanya mengaku mengakses media sosial diwaktu laung dan terutama jika tersedia jaringan wifi. Lebih lanjut informan ditanyakan kemungkinan menggunakan media sosial baru mereka hampir memberikan alasan yang sama yakni mempertimbangkan fitur-fitur yang lebih menarik, lebih mudah diakses dan jika diminati juga oleh teman-temannya.

Sementara itu kelima informan memiliki idola yang beragam yaitu Iqbal Dhiofakhir Ramadhan, Ryo Yoshizawa, Cinta Laura, JKT48 dan Sri DeviDA5. Tiga dari informan mengaku ingin terlihat seperti idola mereka meskipun ketiganya memiliki alasan yang berbeda-beda. Seperti J.A mengaku ingin terlihat seperti idolanya dari segi etika dan perjalanan karir dan pendidikan sang idola. Sedangkan A.S ingin melakukan banyak hal seperti sang idola dan berharap memiliki *personality* seperti idola. Sementara itu, R.P ingin terlihat pintar dan cantik seperti idolanya. Selanjutnya dua informan lain L.C mengikuti menyukai dan memfollow JKT48 karena merasa lagu-lagu yang dinyanyikan bagus dan memiliki keterampilan *dance* yang menarik dan tidak ingin seperti idolanya. Informan A.A tidak ingin menjadi seperti sang idola, hanya menyukai dan mengagumi kemampuan idola dalam hal menyanyi dan berakting.

Ketika ditanya mengenai citra diri seperti apa yang mereka ingin tampilkan melalui media sosial kelima informan hampir menyampaikan pernyataan yang sama. R.P dan A.S sama-sama ingin terlihat sebagai seseorang yang cerdas dan berwawasan luas serta memiliki pikiran yang terbuka. Selain itu, keduanya sama-sama ingin menunjukkan pikiran positif dan bijak dalam menyelesaikan masalah. Sementara itu dari segi citra sikap dan perilaku R.R dan L.C mengaku ingin memberikan penilaian atau sikap positif terhadap hal-hal baik dan menunjukkan sikap negatif terhadap hal-hal yang bernilai negatif. Informan berharap bisa menunjukkan sikap dan perilaku yang bisa menjadi contoh yang baik teman-temannya di media sosial. Sedangkan untuk citra fisik kelima informan ingin terlihat cantik, rapi dan bersih di media sosial. Kelimanya ingin memperlihatkan sisi terbaik mereka melalui media sosial.

Peneliti lebih lanjut bertanya tentang pandangan informan tentang media sosial, kelimanya sepakat bahwa media sosial sangat bermanfaat sebagai sarana berbagi informasi, menjalin komunikasi dengan orang-orang yang lebih beragam, mengeksperikan diri, memperoleh ketenangan dan kesenangan serta hiburan. Kendati demikian, mereka juga merasakan dampak negatif dari penggunaan media sosial. R.P mengaku terkadang sangat emosional melihat komentar-komentar negatif dari *nitizen* meskipun komentar tersebut tidak tertuju khusus padanya. J.A merasa postingan-postingan yang tidak senonoh membawa pengaruh buruk bagi remaja pengguna media sosial. A.S merasa terkadang media sosial tidak digunakan secara bijak karena tidak jarang kita melihat media sosial digunakan sebagai sarana untuk saling mencaci maki dan menghina. L.C menilai negatif media sosial ketika penyebarluasan berita hoax yang sulit dikendalikan.

Meskipun kelimanya memiliki pendapat yang berbeda-beda namun kelima informan merasa lebih banyak manfaat positif penggunaan media sosial, tergantung kepada penggunaannya dan diperlukan kemampuan literasi media bagi pengguna sosial media.

Konsep diri terhadap Idola

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya tentang eksistensi media sosial di kalangan remaja tidak perlu lagi diperdebatkan dan dipertanyakan. Fakta bahwa media sosial tidak bisa terpisahkan dari kehidupan remaja saat ini. Hal tersebut dibuktikan dengan kepemilikan akun media sosial para informan yang bahkan lebih dari satu akun. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa tanpa sadar informan ingin menjadi seperti idola mereka. Artinya mereka membentuk atau membangun konsep diri sebagaimana para idolanya. Selama wawancara ketiga informan menunjukkan keinginan untuk terlihat seperti idola meskipun dengan alasan yang berbeda-beda. Sementara kedua orang informan mengaku hanya mengidolakan saja karena merasa memiliki keterbatasan kemampuan dalam hal bernyanyi dan berakting sehingga menilai idola sebagai hiburan yang menyenangkan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa sosok idola dapat menjadi *role model* yang mempengaruhi pikiran, sikap, perilaku dan penampilan dalam interaksi sosial di media sosial. Melalui media sosial informan peneliti bisa melihat bagaimana pembentukan atau konstruksi konsep diri seorang remaja. Seperti diketahui bahwa usia remaja merupakan masa pembentukan konsep diri, mencari *role* yang dinilai tepat dan baik. Konsep diri tidak hanya terbentuk dari hasil interaksi dengan keluarga saja, melainkan juga lingkungan, komunitas dan termasuk sang idola. Kemunculan sang idola seperti artis diberbagai fitur akun media sosial yang digunakan dan fansgrup yang diikuti dapat menjadi bukti bahwa idola mampu memberikan pengaruh terhadap proses pembentukan konsep diri remaja.

Informan membangun konsep diri serta menunjukkan eksistensi diri melalui media sosial hal tersebut dapat ditelusuri melalui postingan-postingan, berupa tulisan-tulisan, gambar dan video yang mereka sebar. Konsep diri merupakan pandangan seseorang terhadap dirinya sendiri dan pandangan orang lain terhadap diri kita sendiri. Oleh karena itu ketika memposting tulisan, gambar dan video informan cenderung selektif, membaca tulisan berulang-ulang, memilih gambar atau foto yang paling bagus, pokoknya ingin menampilkan yang terbaik. Dengan alasan yang sama pula informan mengharapkan *feedback* (*like*, komentar, *share*) yang baik dari *nitizen* sebagai afirmasi bahwa mereka memiliki citra diri positif dihadapan orang lain.

Pengaruh media sosial

Berdasarkan hasil wawancara informan mengakui bahwa media sosial sedikit banyak memberi pengaruh terhadap diri mereka. Pengaruh tersebut dapat berupa pengetahuan, sikap atau nilai dan perilaku mereka tidak hanya di media sosial melainkan juga dapat dunia nyata mereka. Artinya dampak tersebut berpengaruh terhadap bagaimana mereka menyampaikan ide atau gagasan melalui postingan, menunjukkan perilaku melalui postingan berupa foto dan video, menunjukkan sikap mereka melalui fitur komentar, like, dan share. Mereka memberdayakan semua fitur yang ada untuk menunjukkan konsep diri atau citra diri seperti apa yang diberikan oleh orang lain terhadap mereka.

Disamping itu, informan mengaku bahwa ada dampak positif dan dampak negatif dalam penggunaan media sosial. Dampak positif yang dirasakan informan memanfaatkan sosial media sebagai media komunikasi, media informasi, media hiburan, aktualisasi diri, memperluas jaringan pertemanan, menjalin komunikasi dengan orang-orang yang lebih beragam, menjangkau keluarga yang dibatasi oleh wilayah geografis. Media sosial dinilai sebagai wadah yang cukup efektif untuk melakukan sosialisasi.

Selain dampak positif terdapat juga dampak negatif penggunaan media sosial, media sosial seyogyanya menjadi media untuk menjalin silaturahmi tidak jarang digunakan sebagai media untuk saling menghina, membully, memberikan komentar-komentar yang kasar dan buruk. Pengguna media sosial cenderung suka lupa waktu. Informasi yang disebarkan sulit untuk dipertanggung jawabkan kebenarannya sehingga hoax merajalela. Selain itu, citra diri

yang ditampilkan di dunia maya cenderung positif dibandingkan di dunia nyata. Hal tersebut diakui sebelum memposting foto dan video informan akan mengeditnya terlebih dahulu. Kendati memiliki dampak negatif, kelima informan sepakat bahwa dampak media sosial bergantung pada pilihan pengguna media sosial itu sendiri.

Kesimpulan

Media sosial sangat populer saat ini, terutama di kalangan remaja. Fakta bahwa semua informan dalam penelitian ini memiliki lebih dari satu akun media sosial menunjukkan bahwa remaja tidak bisa terlepas dari media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Melalui media sosial seorang remaja tanpa sadar membangun atau membentuk konsep diri seperti idola atau artis yang mereka sukai. Sang idola yang menjadi *role mode* bagi para remaja dipilih dengan berbagai alasan yang kuat. Sang idola merupakan orang-orang yang dianggap memiliki nilai positif bagi orang lain. Sehingga, mereka mencoba menginternalisasi nilai sang idola dalam pikiran, sikap dan perilaku mereka agar dipandang positif juga oleh lain.

Keberadaan media sosial berpengaruh karena melalui media sosial remaja membuat penilaian mengenai citra diri yang ideal bagi mereka. Citra diri seperti apa yang ingin ditampilkan melalui media sosial dan bagaimana respon orang lain terhadap citra diri yang ditampilkan dapat ditelusuri melalui aktifitas di media sosial.

BIBLIOGRAFI

- Apriliani, R., & Setiawan, R. (2019). Pembentukan Konsep Diri Mahasiswa Penggemar Budaya Populer Korea. *Hermeneutika: Jurnal Hermeneutika*, 5(2), 107. <https://doi.org/10.30870/hermeneutika.v5i2.7234>
- Carolin, I., Victoria, G. D., Dina, S., & Nastain, M. (2023). Pengaruh Penggunaan New Media Tiktok Terhadap Pembentukan Konsep Diri Generasi Muda Indonesia 2022. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(1), 35–40. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i1.509>
- Chandra Kusuma, D. N. S., & Oktavianti, R. (2020). Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Aplikasi Tiktok). *Koneksi*, 4(2), 372. <https://doi.org/10.24912/kn.v4i2.8214>
- Damayanti, A., & Purworini, D. (2018). Pembentukan Harga Diri: Analisis Presentasi Diri Pelajar SMA di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 33. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i1.1282>
- Hayati, L. (2018). Konsep Diri Anak-anak Pengguna Aktif Media Sosial. *Society*, 6(2), 58–64. <https://doi.org/10.33019/society.v6i2.65>
- Pratama, R. Z., Mudjiyanto, B., Sitinah, S., Fernando, J., & Sandi, F. (2020). Pembentukan Konsep Diri Siswa Sma Melalui Media Sosial Instagram. *Komunikata57*, 1(1), 42–49. <https://doi.org/10.55122/kom57.v1i1.118>
- Rismayanti, R. (2004). Pembentukan Konsep Diri Remaja Penonton Film Dilan 1990 Di Yogyakarta. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 18(1), 105–122. <https://doi.org/10.24002/jik.v18i1.4036>

Copyright holder:

Rahmi, Junaidin, Irham (2024)

First publication right:

Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan

This article is licensed under:

Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)

