

PENCITRAAN DIRI SISWA SMK BHAKTI LOA JANAN MELALUI INSTAGRAM

Yuda Aprian Wibowo¹

Abstrak

Yuda Aprian Wibowo, Pencitraan Diri Siswa SMK Bhakti Loa Janan Melalui Instagram Bimbingan Ibu Hj. Hairunnisa, S.Sos., M.M selaku pembimbing I dan Bapak Adietya Arie hetami, S.Sos., M.AB selaku Pembimbing II.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan pencitraan diri yang dilakukan siswa SMK Bhakti Loa Janan melalui akun Instagram. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan wawancara langsung serta data sekunder menggunakan artikel, sumber tertulis terutama sumber online yang relevan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan atau mendeskripsikan obyek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada di lapangan (Sugiyono, 2006:212). Menggunakan analisis data dengan metode Miles dan Huberman yaitu analisis data yang diawali dengan proses pengumpulan, reduksi, dan penyajian data serta penarikan kesimpulan.

Dari hasil penyajian data yang diperoleh dan penguraian pada pembahasan penelitian ini, diketahui bahwa pencitraan diri yang dilakukan siswa SMK Bhakti Loa Janan merupakan salah satu jenis-jenis citra seperti yang dijelaskan oleh Jefkin. Jefkin menjelaskan bahwa ada 5 jenis-jenis citra yaitu citra bayangan, citra yang berlaku, citra majemuk, citra perusahaan dan citra yang diharapkan. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa pencitraan diri yang dilakukan siswa SMK Bhakti Loa Janan merupakan citra yang diharapkan menurut Jefkin..

Kata Kunci : *Pencitraan Diri, Determinisme Teknologi, Konvergensi Media, SMK Bhakti Loa Janan*

PENDAHULUAN

Saat ini media sosial menjadi sesuatu yang tidak terpisahkan dari manusia. Bahkan saat ini, kecendrungan manusia untuk mengakses media sosial meningkat dari tahun ke tahun. Media sosial adalah saluran atau sarana pergaulan secara *online* di dunia maya. Para pengguna media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi serta membangun jaringan.

Kaplan dan Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-*

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: yuda.aprian16@gmail.com

generated content (Kaplan, Haenlein:2010). Sosial media meghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, batasan ruang maupun waktu, dengan media sosial ini manusia dimungkinkan untuk berkomunikasi satu sama lain dimanapun mereka berada dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan tidak peduli siang atau pun malam. Bagi pengguna media sosial, memeriksa akun media sosial adalah sebuah aktivitas yang lazim dilakukan. Kehadiran media sosial tidak berbayar, yang sekarang sudah sangat bervariasi, membuat pengguna media sosial menjadi suatu praktek yang lumrah. Tanpa memerlukan keahlian khusus bahasa pemrograman, memanfaatkan media sosial menjadi sangat mudah.

Berbagai macam media sosial telah muncul dari tahun ke tahun mengikuti perkembangan zaman saat ini. Pada tahun 2004 *Facebook* muncul untuk pertama kalinya sebagai media sosial baru pada saat itu. *Facebook* memungkinkan semua kalangan dapat menjadi *user* bagi media sosial tersebut. *Facebook* menjadi media sosial yang paling banyak diakses di Indonesia. Menurut data dari Webershandwick, perusahaan *public relations* dan pemberi layanan jasa komunikasi, untuk wilayah Indonesia ada sekitar 65 juta pengguna *Facebook* aktif. Dikutip dari Kominfo.go.id, bahwa sebanyak 33 juta pengguna aktif per harinya, 55 juta pengguna aktif yang memakai perangkat *mobile* dalam pengaksesannya per bulan dan sekitar 28 juta pengguna aktif yang memakai perangkat *mobile* per harinya. Untuk pertama kalinya, pada tahun 2010 *Instagram* hadir sebagai media sosial baru pada tahun tersebut. Didirikan oleh dua orang yaitu Kevin Systrom dan Mike Krieger, *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.

Saat ini *Instagram* digunakan bukan hanya sebagai media untuk berinteraksi antara satu dengan lainnya, tetapi melalui *Instagram* kita dapat menciptakan sebuah pencitraan yang dapat menciptakan pandangan positif. Hal tersebut tidak terlepas dari kemudahan yang diberikan oleh salah satu media sosial tersebut bagi para penggunanya. Tidak terkecuali para remaja, mereka merupakan pengguna yang aktif di dunia maya. Pengakses internet di Indonesia didominasi oleh para anak-anak dan remaja. Remaja menjadi salah satu pengakses terbanyak media sosial saat ini. Tidak menutup kemungkinan bahwa keseharian para remaja di Indonesia dihabiskan untuk mengakses media sosial. Dikutip dari techinasia.com, UNICEF bersama dengan Kementerian Komunikasi dan Informasi, *The Berkman Center for Internet and Society*, dan *Harvard University*, melakukan survey nasional mengenai penggunaan dan tingkah laku internet para remaja Indonesia. Studi ini memperlihatkan bahwa ada setidaknya 30 juta orang remaja di Indonesia yang mengakses internet secara reguler. Jika masyarakat Indonesia sampai saat ini memiliki 75 juta pengguna internet, itu berarti hampir setengahnya adalah remaja. Dari data diatas maka dapat disimpulkan bahwa remaja di Indonesia merupakan pengguna media sosial yang aktif dibandingkan dengan yang lain.

Dalam *Instagram* setiap orang berusaha untuk menampilkan gambaran dirinya masing-masing sebaik mungkin, agar dapat menciptakan kesan sesuai dengan gambaran yang diciptakannya, sehingga persepsi orang yang melihat unduhan suatu foto atau video akan menimbulkan suatu kesan yang positif. Kelebihan dari media sosial tidak hanya sebagai alat untuk saling bertukar informasi semata melainkan saat ini bagi beberapa individu atau organisasi, media sosial dapat juga digunakan sebagai alat untuk menumbuhkan sebuah pencitraan positif terhadap individu atau organisasi sebagai pengguna media sosial tersebut karena semua yang di *posting* didalam media sosial kebanyakan adalah sesuatu yang bersifat pencerminan positif serta sesuatu yang bersifat bisa dibanggakan dari para penggunanya. Dengan kata lain, hampir tidak ada yang mau *posting* hal negatif mengenai diri dan atau organisasinya. Dengan semua *posting*-an positif tentang pengguna media sosial tersebut, tentu saja mempunyai tujuan yang sama, yaitu memberikan gambaran positif diri atau organisasi pengguna media sosial tersebut. Hal ini menjadi sesuatu yang menarik bagi peneliti untuk meneliti lebih dalam tentang *instagram* sebagai media pencitraan diri di kalangan remaja karena selain menjadi media sosial yang populer di seluruh kalangan khususnya kalangan remaja, *instagram* juga menyediakan fitur-fitur yang mendukung seseorang dalam melakukan kegiatan pencitraan. Mulai dari *upload* foto serta video yang tentunya memiliki tujuan agar para *followers* di *instagram* mengetahui apa yang mereka lakukan, tempat apa yang mereka kunjungi serta seberapa banyak teman yang mereka miliki.

Fenomena yang menurut terjadi di SMK Bhakti Loa Janan khususnya bagi para siswanya menunjukkan bahwa pencitraan diri yang dilakukan oleh para siswa SMK Bhakti Loa Janan melalui *Instagram* dinilai sebagai salah satu dari jenis-jenis citra menurut Jefkin yaitu citra yang diharapkan (*Wish Image*). Menurut Jefin ada 5 macam jenis-jenis citra yaitu citra bayangan, citra yang berlaku, citra majemuk, citra perusahaan, dan citra yang diinginkan. Hal tersebut dijelaskan oleh peneliti dengan menggunakan indikator pengukuran citra yaitu penampilan secara menyeluruh, pakaian dan perhiasan serta pengaruh dari teman sebaya

KERANGKA DASAR TEORI

Teori dan Konsep

Teori Determinisme Technology

Teori Determinisme Teknologi dikemukakan pertama kali oleh Marshall McLuhan pada tahun 1962 dalam tulisannya *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Ide dasar teori ini adalah bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat, dan teknologi tersebut mengarahkan manusia bergerak dari satu abad teknologi ke teknologi yang lain (Nurudin, 2011: 184).

Menurut Smith (dalam Saefullah, 2007: 28) determinasi teknologi berawal dari asumsi bahwa teknologi adalah kekuatan kunci dalam mengatur masyarakat.

Dalam paham ini struktur sosial dianggap sebagai kondisi yang terbentuk oleh materialistik teknologi. Lain halnya dengan analisis Feenberg yang mengemukakan dua premis determinasi teknologi yang bermasalah. *Pertama*, teknologi berkembang secara unlinear dari konfigurasi sederhana ke arah yang lebih kompleks. *Kedua*, masyarakat harus tunduk pada perubahan-perubahan yang terjadi dalam dunia teknologi itu.

Teori Konvergensi Media

Pengertian konvergensi secara harfiah adalah dua hal/benda atau lebih bertemu dan bersatu dalam satu titik. Secara umum konvergensi adalah penyatuan berbagai layanan dan teknologi komunikasi serta informasi (ICTS – *Information and Communication Technology and Services*).

Konvergensi adalah aliran konten di platform beberapa media, kerja sama antara industri beberapa media, dan perilaku migrasi khalayak media. (Jenkins:2006).

Perkembangan teknologi yang berkonvergensi ini tidak hanya sebatas dalam ranah teknologi semata, namun juga telah merambah dan mengubah pola – pola dasar kehidupan manusia seperti mengubah hubungan antar teknologi, industri, pasar, dan gaya hidup. Pola – pola produksi dan pola konsumsi berubah, dan penggunaannya berdampak pada level ekonomi, politik, sosial dan budaya.

Gerakan konvergensi media tumbuh secara khusus dari munculnya internet dan digitalisasi informasi. Konvergensi media menyatukan 3C yaitu *computing* (memasukan data melalui komputer), *communication* (komunikasi) dan *content* (materi isi/ konten). Teori konvergensi media yang diteliti Hendry Jenkins pada tahun 2006, menyatakan bahwa konvergensi media merupakan proses yang terjadi sesuai dengan perkembangan budaya masyarakat. (Jenkins:2006).

New Media

Kata media berasal dari bahasa latin yang memiliki arti sebagai perantara sebuah informasi dengan penerima informasi. *New media* secara bahasa dapat berarti “perantara baru”.

Istilah Media Baru sendiri muncul pada akhir abad 20 yang di pakai untuk menyebut sebuah media baru yang menggabungkan media-media konvensional dengan internet. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru mempunyai ciri *digital*, sering dimanipulasi, melalui jaringan, padat, kompresibel, interaktif dan tidak memihak. Beberapa contoh di antaranya mungkin internet, *website*, komputer multimedia, permainan komputer, *CD-ROM*, dan *DVD*. Media baru bukanlah TV, film, majalah, buku atau publikasi berbasis kertas kecuali mereka mengandung teknologi yang memungkinkan interaktivitas *digital*, seperti grafis yang berisi *tag- Link web*. Melalui media baru pula tercipta suatu bentuk komunikasi baru yang disebut komunikasi *online*.

Media baru merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke

dalam jaringan. Contoh dari media yang sangat mempresentasikan media baru adalah internet. (Flew:2005)

Media Sosial

Seiring dengan berkembangnya media baru saat ini, telah muncul juga berbagai macam media sosial yang merupakan suatu perkembangan dari media baru tersebut.

Menurut Kaplan dan Haenlein, mendefinisikan media sosial sebagai 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*. Professor J.A Barnes pada tahun 1954, jejaring sosial merupakan sebuah sistem struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individu atau organisasi. Jejaring sosial ini akan membuat mereka yang memiliki kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang telah dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga bisa saling berhubungan. *Social media* menurut Dailey (2009:3) adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur. Paling penting dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, membaca dan berbagi berita, serta mencari informasi dan konten.

Peran Media Sosial

Sosial media mengijinkan kita untuk dapat bertukar informasi dengan semua orang yang merupakan sesama pengguna media tersebut. Dalam sosial media setiap individu dapat melakukan hal-hal dibawah ini (Wright dan Hinson, 2009):

1. Menerbitkan atau menunjukkan konten-konten digital kreatif, isi dari akun atau halaman pribadi dapat ditentukan oleh diri sendiri. Apakah itu buatan sendiri ataupun orang lain.
2. Menyediakan dan memiliki fitur online yang *realtime*, dimana kita dapat melakukan dialog dalam bentuk percakapan langsung atau komentar.
3. Dapat melakukan perubahan atau perbaikan sendiri sesuai dengan keinginan kita sendiri sehingga dapat diklaim sebagai konten yang sebenarnya.

.Sistem bermedia inilah yang berbeda dengan system media lama sebelumnya. Ketika proses produksi pesan, distribusi dan konsumsinya dapat dilakukan secara mudah dan tepat tanpa pertimbangan atau kendala.

Instagram

Instagram adalah aplikasi gratis untuk berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menerapkan digital penyaringan untuk itu, dan kemudian berbagi pada berbagai layanan jaringan sosial, termasuk sendiri *Instagram* itu. Sebuah fitur batas foto ke dalam bentuk persegi yang khas, biasanya lebih digunakan oleh perangkat mobile kamera . *Instagram* awalnya didukung pada iPhone, iPad, dan iPod Touch, pada bulan April 2012, perusahaan

menambahkan dukungan untuk Android 2.2 (Froyo) atau lebih tinggi. Hal ini didistribusikan melalui iTunes App Store dan Google Play.

Pengembangan *Instagram* dimulai di *San Francisco* oleh Burbn Inc. yang digawangi Kevin Systrom dan Mike Krieger. Saat itu, keduanya memang tengah fokus pada dunia fotografi *mobile*. Barulah pada 6 Oktober 2010 mereka memutuskan untuk merilis produknya ke Apple App Store. Meskipun merupakan aplikasi baru, pengguna *Instagram* telah mencapai 1 juta orang pada Desember 2010. Awal Januari 2011 *Instagram* menambahkan *Hashtags* untuk lebih memudahkan pengguna menemukan foto yang mereka cari. Sebulan berselang, *Instagram* mengumumkan kemajuan finansial sebesar US\$ 7 juta berkat dukungan para investor. Kesepakatan tersebut membuat nilai jual *Instagram* melonjak ke angka US\$ 25 juta.

Pencitraan Diri

Citra adalah sesuatu yang tampak oleh indera, akan tetapi tidak eksistensi substansial (Pilliang, 2004). Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia citra diartikan sebagai gambaran, kesan yang dimiliki seseorang terhadap pribadi. Dalam kaitannya secara lebih spesifik citra tidak bisa dilepaskan dari keberadaan objek atau benda. Dalam pengertian keberadaan citra sangat tergantung pada keberadaan objek atau benda (Pilliang, 2004 : 83). Diri merupakan refleksi dari citraan-citraan yang ditawarkan oleh media massa dan komoditi. Ontologis diri melebur ke dalam citraan-citraan tersebut (Pilliang, 2004: 204). Blumer mendefinisikan diri dalam pengertian yang sangat sederhana “apa saja yang dapat diketahui orang lain. Itu berarti hanya manusia yang dapat menjadikan tindakannya sendiri sebagai objek. Bertindak terhadap dirinya dalam tindakannya terhadap orang lain atas dasar pemikiran dia menjadi objek bagi dirinya sendiri” (Ritzer dan Goodman, 2004:295).

Jenis-Jenis Citra

Menurut Frank Jefkins dalam buku *Public Relations*, definisi citra dalam konteks humas citra diartikan sebagai kesan, gambaran, atau impresi yang tepat(sesuai dengan kenyataan) atas sosok keberadaan berbagai kebijakan personil-personil atau jasa-jasa dari suatu organisasi atau perusahaan. Jefkins (2003) menyebutkan beberapa jenis citra. Berikut ini lima jenis citra yang dikemukakan, yakni:

1. *Mirror Image* (Citra Bayangan). Citra ini melekat dalam orang atau anggota-anggota organisasi biasanya adalah pemimpinnya, mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya.
2. *Current Image* (Citra yang Berlaku). Citra yang berlaku adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.
3. *Multiple Image* (Citra Majemuk). Yaitu adanya *image* yang bermacam-macam dari publiknya terhadap organisasi tertentu yang ditimbulkan oleh mereka yang mewakili organisasi kita dengan tingkah laku yang berbeda-beda.

4. *Coorporate Image* (Citra Perusahaan). Adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya.
5. *Wish Image* (Citra yang Diharapkan). Adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen atau suatu organisasi.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu membuat deksripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang objek tertentu (Kriyantono, 2007:67).

Fokus Penelitian

1. Citra Bayangan
2. Citra yang Berlaku
3. Citra Majemuk
4. Citra Perusahaan
5. Citra yang Diharapkan

Sumber dan Jenis Data

Didalam sebuah penelitian kualitatif data yang digunakan tentu saja memiliki sedikit perbedaan dengan penelitian kuantitatif. Data dalam penelitian kualitatif diartikan sebagai fakta atau informasi yang diperoleh dari aktor (subjek penelitian, informan, pelaku), aktivitas, dan tempat yang menjadi sumber penelitiannya (Muhammad Idrus, 2009: 61). Berdasarkan sumbernya data dibedakan menjadi data primer dan data sekunder, dan dalam penelitian ini, penulis menggunakan kedua jenis sumber data, yakni ;

1. Data Primer

Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara secara mendalam (*indepth interview*) yang dilakukan terhadap responden selaku *informan*, yakni seseorang yang dianggap memiliki pemahaman yang memadai tentang sumber data yang akan diteliti. Pemilihan responden menjadi *informan* ditentukan memiliki kriteria sebagai berikut: mempunyai akun instagram, memposting foto serta video dalam akun instagramnya dan ditentukan secara *purposive sampling*.

2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan artikel-artikel, sumber tertulis dan terutama sumber *online* sebagai data sekunder pendukung dari data primer yang ada. Data yang dipilih adalah tentu saja adalah data yang relevan dengan penelitian yang dilakukan peneliti.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMK Bhakti Loa Janan. Dipilihnya SMK Bhakti sebagai lokasi penelitian karena SMK Bhakti merupakan SMK Swasta yang menjadi favorit bagi para calon siswa yang berada di sekitar lingkungan tersebut.

Selain hal tersebut letak serta posisi yang dinilai penulis cukup jauh dari pusat memberi dorongan bagi para siswanya untuk lebih banyak memberikan pengenalan tentang identitas diri mereka agar terkesan bahwa popularitas mereka tidak kalah tertinggal daripada siswa yang bersekolah di daerah perkotaan.

Siswa yang dipilih secara sengaja (*purposive sampling*) berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu.

Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini ada dua, yaitu Teknik *Purposive Sampling* yang mana dari teknik sampling tersebut digunakan dalam menentukan Informan Kunci dan Informan Biasa dalam penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan permasalahan dengan model analisis interaktif Miles & Huberman. Model Miles & Huberman ini mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Ukuran kejenuhan data ditandai dengan tidak diperolehnya lagi data atau informasi baru. Aktivitas dalam analisis meliputi pengumpulan data (*gathering data*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) serta Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing / verification*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

SMK Bhakti Loa Janan

SMK Bhakti Loa Janan berdiri pada tahun 1997, dibawah naungan Yayasan Pendidikan Bhakti Loa Janan. SMK Bhakti Loa Janan terletak di jalan Gerbang Dayaku Kelurahan Loa Janan Ulu, Kecamatan Loa Janan Kabupaten Kutai Kartanegara Provinsi Kalimantan Timur. SMK Bhakti Loa Janan merupakan salah satu SMK Swasta yang menempati bangunan seluas 5.464 m persegi. Lokasi sekolah cukup strategis namun masih termasuk sekolah yang berada di daerah pinggiran.

Pencitraan Diri Siswa SMK Bhakti Loa Janan Melalui Instagram

Data-data yang diperoleh tentang pencitraan diri siswa SMK Bhakti Loa Janan disajikan dalam bentuk narasi berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh penulis.

Media sosial dinilai sebagai media yang efektif dalam melakukan pencitraan diri. Di era postingan modern saat ini, tidak sedikit remaja yang melakukan pencitraan diri. Citra diri merupakan salah satu unsur penting untuk menunjukkan siapa diri kita kepada orang lain.

Penampilan Secara Menyeluruh

Penampilan fisik serta psikis merupakan faktor utama yang mempengaruhi rasa percaya diri seseorang dalam berinteraksi dengan orang lain. Adanya hambatan-hambatan fisik maupun psikis membuat beberapa individu merasa kurang percaya diri dengan dirinya sendiri.

Hubungan seseorang dengan orang lain pada dasarnya merupakan perpanjangan dari hubungan seseorang dengan dirinya sendiri. Penerimaan diri yang buruk bisa menjadi penyebab tingkat kemandirian yang tidak sehat, kompetisi, rasa iri, pengekan diri, terlalu berusaha menyenangkan hati orang lain, dan penyiksaan diri. Sebaliknya penerimaan diri yang positif bisa membantu mengembangkan keakraban yang lebih baik, keramahan dan kesuksesan secara menyeluruh.

Pakaian dan Perhiasan

Pakaian serta asesoris lainnya sangat berpengaruh dalam pembentukan kesan orang yang melihatnya. Pakaian yang digunakan serta brand pakaian menjadi suatu perwujudan citra diri seseorang.

Pakaian pada dasarnya berfungsi sebagai penutup, perlindungan, kesopanan, dan daya tarik. Kini *fashion* sudah merupakan bagian dari *lifestyle* atau gaya hidup karena dengan *fashion* terkini seseorang dapat menunjukkan kualitas gaya hidupnya. Pamor seseorang pun dapat terdongkrak ketika ia menggunakan *fashion* yang sedang tren.

Teman-teman Sebaya

Dorongan dari teman sebaya dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam bertindak. Hal ini dibuktikan dari hasil wawancara peneliti dengan informan bahwa faktor lingkungan, keluarga serta lingkungan sosial sangat berpengaruh dalam mempengaruhi perilaku seseorang.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pencitraan diri siswa SMK Bhakti Loa Janan melalui Instagram termasuk dalam jenis-jenis citra yang . jumlah informan dari penelitian ini berjumlah 5 orang yang merupakan siswa SMK Bhakti Loa Janan. Jumlah pertanyaan yang digunakan dalam wawancara penelitian ini berjumlah 11 pertanyaan yang diajukan untuk mengetahui pencitraan diri siswa SMK Bhakti melalui Instagram.

Media sosial adalah salah satu produk dari kemunculan *new media* yang pada mulanya adalah tempat berkumpulnya orang-orang yang ingin berbagi informasi dan berinteraksi dengan teman baru secara *online* melalui jaringan internet. Semenjak kemunculannya, media sosial tidak hanya digunakan oleh individu tetapi juga mulai digunakan oleh organisasi atau perusahaan-perusahaan untuk melakukan komunikasi dengan publiknya. Puntoadi (2011:1) mengemukakan, bahwa untuk mendefinisikan media sosial, salah satu cara yang

paling tepat adalah dengan membandingkannya dengan generasi sebelumnya yang berbasis web 1.0.

Di era postingan modern ini, tidak sedikit remaja yang melakukan pencitraan diri. Citra diri merupakan salah satu unsur penting untuk menunjukkan siapa diri kita kepada orang lain. Citra diri seseorang terbentuk dari perjalanan pengalaman masa lalu, keberhasilan dan kegagalan, pengetahuan yang dimilikinya dan bagaimana orang lain menilainya secara obyektif. Kita sering melihat diri kita seperti orang lain melihat kita (Yuliani, 2013).

Saat ini wadah yang dianggap paling tepat untuk melakukan pencitraan diri adalah media sosial mengingat teknologi saat ini memang sudah semakin canggih. Media sosial yang sedang ramai digunakan untuk ajang pencitraan diri adalah akun media sosial Instagram. Instagram memudahkan mereka untuk mendapatkan pengakuan sekaligus citra diri melalui postingan-postingan yang mereka *update* melalui akun Instagram mereka.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti di lokasi penelitian, peneliti melihat fenomena bahwa siswa SMK Bhakti Loa Janan dinilai aktif dalam menggunakan media sosial. Peneliti mengamati media sosial apa yang digunakan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Instagram menjadi aplikasi yang banyak digunakan siswa SMK Bhakti Loa Janan. Hal ini disebabkan karena kemudahan serta fitur yang ditawarkan oleh media sosial tersebut. Mudahnya seseorang dalam meng*upload* foto serta video menyebabkan mereka lebih memilih menggunakan Instagram dibandingkan dengan media sosial lainnya.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka kesimpulan penelitian ini sebagai berikut :

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa pencitraan diri siswa SMK Bhakti Loa Janan merupakan salah satu bentuk pencitraan diri sesuai dengan penjabaran jenis-jenis citra menurut Jenkins yaitu *Wish Image* (Citra yang Diharapkan). Hal tersebut dijelaskan oleh peneliti dengan menggunakan indikator untuk mengukur citra diri menurut Mappiare yaitu penampilan menyeluruh, pakaian dan perhiasan serta teman-teman sebaya.

Melalui beberapa uji teori komunikasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu teori konvergensi media dan teori determinasi teknologi yang telah teruji bahwa penggunaan media sosial tidak semata-mata hanya digunakan sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan akan informasi melainkan media sosial juga bisa digunakan sebagai ajang pencitraan diri. Hal tersebut sesuai dengan teori konvergensi media yang menjelaskan bahwa konvergensi media merupakan penggabungan atau pengintegrasian media-media yang ada untuk digunakan dan diarahkan ke satu titik tujuan.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan setelah melihat hasil dari penelitian ini, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Kepada para remaja khususnya siswa SMK Bhakti Loa Janan agar dapat dengan bijak dalam menggunakan media sosial dalam mencitrakan dirinya. Membatasi postingan-postingan yang tidak mengandung unsur sara yang dapat menyebabkan perselisihan di masyarakat umum.
2. Diharapkan peran guru serta staff di sekolah dalam memberikan masukan serta arahan mengenai pencitraan diri melalui media sosial.
3. Untuk penelitian selanjutnya yang ingin meneliti dengan tema yang sama pada penelitian ini, diharapkan lebih memperluas lahab atau lokasi penelitian seperti menambah informan agar dapat memperkuat hasil penelitian yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku

- Abrar, Ana Nadya, 2003. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*, LESFI, Yogyakarta
- AmirPiliang, Yasraf. *Dunia Yang Dilipat*. Jelasutra, Yogyakarta
- Andi Mappiare, 1982. *Psikologi Remaja*, Usaha Nasional, Yogyakarta
- Arrianie, Leny, 2010. *Komunikasi Politik, Politisi dan Pencitraan Dipanggung Politik*, Mien AZ, Jakarta.
- Briggs, Asa dan Peter Burke, 2006. *Sejarah Sosial Media: dari Gutenberg Samapi Internet*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta
- Channey, David, 1996. *Lifestyles (Sebuah Pengantar Komprehensif)*, Jelasutra, Yogyakarta.
- Creeber, G and Martin R, 2009. *“Digial Cultures: Understanding New Media, Berkshire, England.*
- Dailey, Patrick R, 2009. *“Social Media: Finding Its Way into Your Bussiness Strategy and Culture. Burlington*
- Danaher, Peter J and Robert Davis, 2003. *“A Comparion of Online and Offline Consumer Brand Loyalty. Marketing Science*
- Flew, T, 2005. *New Media: an introduction (edisi kedua). Oxford university Press.*
- Hardy, Malcom, 1998. *Pengantar Psikologi*, Erlangga, Jakarta.
- Idrus, Muhammad, 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Erlangga, Jakarta.
- Jenkins, Hendry, 2004. *The Cultural Logic of Media Convergence. International Journal of Cultural Studies*
- Kartono, 2003. *Patologi Sosial 2, Kenakalan Remaja*, Raja Grafindo Perkasa, Jakarta
- Kotler, Philip, dan Susanto A.B, 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Edisi Pertama: Jilid 2, Salemba Empat, Jakarta.*
- Kriyantono, Rachmat, 2010. *Teknik Prakis Riset Komunikasi, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.*

- Lievrouw, L.A, 2010. *“Social Media and The Production of Knowledge: a Return to Little Science? “Social Epistemology.*
- Malcom Barnard, 2011. *Fashion Sebagai Komunikasi*, Jalasutra, Yogyakarta.
- Mappiare, 2010. *Pengantar Konseling dan Psikoterapi*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Mardalis, 2004. *Metode Penelitian (Suatu Pendekatan Proposal)*, Bumi Aksara, Jakarta
- McLuhan, Marshall, 1962. *The Making of Typographic Man, The Gutenberg Galaxy.*
- Moleong, Lexy J, 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Nurudin, M.Si, 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Panuju, Panut dan Umami, 1999. *Psikologi Remaja*, PT. Tiara Wacana Yogya, Yogyakarta.
- Ritzer, George and Goodman Douglass, 2004. *Teori Sosiologi Modern*, Pranada Media, Jakarta.
- Santoso, Edi, Mite Setiansah, 2010. *Teori Komunikasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Soegiyono, 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Soemirat, Soleh, Ardiyanto, Elvinaro, 2005. *Dasar-dasar Public Relations*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Syadily, Hasan, 1980. *Ensiklopedi Indonesia Jilid 2*, Ihtiar Baruven Hocve, Jakarta.
- Wiyono, Eko Hadi, 2007. *Kamus Umum Bahasa Indonesia Lengkap*, Palanta, Jakarta.
- Wright and Hinson, 2009. *Examining How Public Relations Practitioners Actually Are Using Social Media. Public Relation Jurnal Vol.3, Public Relations Society Of America*

Internet

- <http://komunikasi.us/index.php/course/perkembangan-teknologi-komunikasi/1218-awal-mula-new-media-dan-pengguna-nya>.
(di akses 9 November 2015)
- <http://kominform.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/beritasatker#.VkFFKNIrLIU>.
(di akses 10 November 2015)
- <http://tekno.kompas.com/read/2015/09/24/09160067/Instagram.Diserbu.400.Jua.Pengguna.Termasuk.Indonesia>.
(di akses 10 November 2015)
- <http://www.mrketing.co.id/remaja-lebih-suka-instagram-daripada-facebook>.
(di akses 19 November 2015)
- <http://id.technesia.com/laporan-30-juta-pebgguna-internet-di-indonesia-adalah-remaja>.
(di akses 23 November 2015)

- <http://karyailmiah.unisa.ac.id/index.php/humas/article/viewFile/166/pdf>.
(di akses 20 November 2015)
- <http://kim.ung.ac.id/index.php/KIMFIS/article/download/3057/3033>.
(di akses 20 November 2015)
- <https://kumparan.com/aditya-panji/instagram-punya-45-juta-pengguna-aktif-di-indonesia>. (di akses 22 November 2015)
- <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161024161722-185-167570/pengguna-internet-di-indonesia-didominasi-anak-muda>. (di akses 21 November 2015)
- https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/102157/jurnal_eproc/pengaruh-aktivitas-pada-instagram-terhadap-sikap-mahasiswi-pengguna-instagram-di-bandung-studi-pada-instagram-fashion-blogger-sonia-eryka-di-bandung.pdf.
- <http://tekno.liputan6.com/read/2634027/3-media-sosial-favorit-pengguna-internet-indonesia>. (di akses tanggal 20 Desember 2016)
- http://repository.upi.edu/22027/4/S_PEM_1202415_Chapter1.pdf
- <http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/download/132/108>
- https://eprints.uns.ac.id/31420/1/D0210091_pendahuluan.pdf
- <https://www.scribd.com/document/319857568/PERAN-MEDIA-SOSIAL-SEBAGAI-SARANA-KOMUNIKASI-DAKWAH-Studi-Deskriptif-Kualitatif-pada-Akun-Instagram-Berani-Berhijrah-Dakwah-Islam-pada-Mahasiswi-FKI>