

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

Bab ini akan membahas tentang penelitian terdahulu dan serta konsep-konsep seperti Komunikasi, *New Media*, Media Sosial, *Instagram*, Eksistensi diri, Teori Abraham Maslow Hirarki Kebutuhan, Teori Komunikasi *Uses and Gratification*.

2.1. Penelitian Terdahulu

Di bawah ini penulis merangkum 2 penelitian terdahulu yang judulnya mempunyai kemiripan dengan judul penelitian yang dikerjakan oleh peneliti :

- 1. Nabilla Aprilia, (2016) *Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Studi Fenomenologi Mengenai Pengguna Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas.***

Penelitian ini menggunakan Instagram sebagai sarana pengungkapan identitas diri (studi mengenai fenomena penggunaan Instagram sebagai sarana pengungkapan identitas diri pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami perilaku pengguna Instagram, memahami eksistensi pengguna Instagram, dan memahami hubungan antara eksistensi pengguna dengan eksistensi dirinya.

Pendekatan penelitian kualitatif dipadukan dengan metode fenomenologis dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data antara lain dengan membaca dan menganalisis bahan referensi, melakukan wawancara mendalam, observasi langsung di lapangan, dan mencari informasi relevan secara online mengenai permasalahan yang dibicarakan. Mahasiswa Ilmu Sosial dan Komunikasi Unpas Bandung yang menggunakan Instagram dijadikan sebagai subjek penelitian. Subjek penelitian adalah orang-orang yang

menggunakan Instagram secara rutin dan dengan aktivitas nyata. Berdasarkan pengguna Instagram di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Unpas, khususnya sepuluh sumber yang digunakan dalam penelitian ini, temuan penelitian ini mengungkap bagaimana situs jejaring sosial Instagram mengungkapkan diri kepada penggunanya. Pengguna biasanya menggunakan Instagram untuk memposting gambar atau video. Berinteraksi dengan pengguna Instagram lainnya untuk membangun kepercayaan diri, dan berubah menjadi alat untuk keberadaannya sendiri. Pengguna Instagram berperilaku berbeda tergantung pada alasan mereka menggunakan platform tersebut.

Frekuensi pengguna Instagram membagikan gambar mereka dan meningkatnya jumlah pengikut, suka, dan komentar yang mendukung pada postingan mereka menunjukkan hubungan antara perilaku mereka dan perasaan diri. Berdasarkan temuan studi tersebut, peneliti menyarankan pengguna Instagram untuk menggunakan platform media sosial dengan hati-hati, baik, dan bijaksana serta hanya menggunakannya untuk niat baik.

2. Putri Nurrizka Hera (2019) *Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Eksistensi Diri*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan mengkarakterisasi fenomena sosial remaja yang aktif menggunakan Instagram dan platform media sosial lainnya untuk membuktikan keberadaannya. Kuesioner online dan terbuka digunakan dalam penelitian ini.

Responden penelitian ini adalah seratus orang, berusia delapan belas hingga dua puluh dua tahun, yang aktif menggunakan Instagram dan platform media sosial lainnya untuk menunjukkan keberadaan mereka. Lima responden yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan dipilih dari 100 responden yang mengisi kuesioner. Wawancara kemudian dilakukan untuk mengetahui informasi lebih mendalam mengenai kelima responden tersebut.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa remaja yang menggunakan Instagram sering melakukannya dengan berbagai cara dan tujuan yang beragam. Ada unsur-unsur yang mempengaruhi keberadaan diri, seperti kehendak bebas (kebebasan yang dimiliki setiap orang untuk memilih bagaimana mereka ingin menjalani keberadaannya), akuntabilitas, dan serat moral (setiap orang memiliki kualitas yang unik).

2.2. Komunikasi

Pada bagian ini penulis akan menjelaskan pengertian komunikasi dan unsur-unsur komunikasi.

2.2.1. Pengertian Komunikasi

Kata Latin "communicatio", yang berarti "mengingatikan atau bertukar konsep", adalah asal kata "komunikasi". Komunikasi, menurut Harold D. Lasswell, adalah "siapa mengatakan apa kepada siapa dengan pengaruh apa, melalui saluran apa?" Ini menampilkan apa yang dikatakan oleh siapa kepada siapa, melalui media apa, dan dengan hasil apa. Komponen makna bersama biasanya diperlukan dalam proses komunikasi agar komunikator—orang yang menyampaikan pesan—dan

komunikasikan—orang yang menerima pesan—dapat bertukar pikiran dan memahami satu sama lain (Suprpto, Tommy. 2009: 4) .

Mulyana Deddy (2007:69) menyebutkan unsur-unsur komunikasi sebagai berikut:

1. Asli Sumber adalah orang yang memulai pembicaraan atau merasa berkewajiban untuk melakukannya. Seseorang, organisasi, kelompok, dunia usaha, atau negara dapat menjadi sumbernya.
2. Lakukan Pembelian
Apa yang dikomunikasikan sumber kepada penerima adalah pesan yang terdiri dari simbol-simbol verbal dan nonverbal berbeda yang mewakili gagasan, emosi, moral, dan niat sumber.
3. Penerima Orang, badan, atau kelompok yang menerima komunikasi dari sumber disebut sebagai penerima.
4. Platform/Media Untuk berkomunikasi dengan penerima pesannya, sumber informasi menggunakan media atau saluran.
5. Efek: Apa yang dilakukan penerima setelah membaca pesan disebut sebagai efek.

2.3. Media baru (*New Media*)

Mengenal Media Baru (*New Media*). Ungkapan “media baru” mengacu pada serangkaian teknologi komunikasi digital yang dapat diakses secara luas untuk digunakan sebagai alat komunikasi pribadi (McQuail, 2011: 148). Banyak inovasi media lama yang ketinggalan jaman dengan kemajuan teknologi saat ini memunculkan media baru. Saat ini, media komunikasi baru mudah diakses masyarakat berkat jaringan internet. Media baru membahas sejumlah topik, termasuk:

1. Sebagai pola konsumsi media, kesenangan, dan hiburan.

2. Representasi dunia sebagai masyarakat virtual merupakan hal baru dalam konteks media baru.
3. Interaksi antara pengguna dan teknologi media telah berubah.
4. Merupakan cara pandang yang segar terhadap individu, identitas, dan komunitas.
5. Merupakan gagasan tentang bagaimana teknologi media dan tubuh berinteraksi secara biologis.
6. Budaya media, industri, ekonomi, kepemilikan, kontrol, dan regulasi media baru semuanya disertakan.

2.4. Media Sosial

Media sosial mengacu pada platform online seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual di mana pengguna dapat dengan mudah terlibat, berbagi, dan memproduksi konten. Media sosial memiliki pengaruh sosial yang kuat yang membentuk opini publik dan membentuk masyarakat. Karena media sosial mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi opini, sikap, dan perilaku publik, maka media sosial dapat digunakan untuk memobilisasi dukungan atau memicu gerakan berskala besar. Inilah sebabnya mengapa media sosial disebut sebagai media massa (Ardianto, 2011: 12).

Melalui penggunaan teknologi dan sosiologi, media sosial mengubah monolog menjadi dialog dan demokrasi informasi, mengubah pengguna dari pembuat konten menjadi pembuka konten. Alasan mengapa media menjadi begitu populer adalah karena ia menawarkan. Platform media sosial memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berinteraksi secara online melalui interaksi pribadi, profesional, dan publik (Kartajaya, 2008). Facebook, Instagram, Twitter, dan Path menjadi empat platform media sosial yang

paling banyak digunakan masyarakat Indonesia pada tahun 2016. Urutan pertama ditempati Facebook, disusul Instagram, Twitter, dan Path (Kompasiana.com, 6 Januari 2017).

2.5. Instagram

"Insta" mengacu pada "instan" atau "insta", seperti istilah "foto instan" yang digunakan untuk merujuk pada kamera Polaroid. Tampilan Instagram juga memiliki kemampuan untuk menampilkan foto secara instan. Sebaliknya, kata "gram" berasal dari kata "telegram", yang merupakan aplikasi perpesanan yang memfasilitasi berbagi informasi dengan cepat. Begitu pula Instagram yang memiliki kemampuan mengunggah gambar melalui jaringan internet sehingga memudahkan penyampaian informasi secara cepat.

Instagram merupakan platform media sosial yang fokus pada fotografi (Atmoko, 2012: 3). Pada tanggal 6 Oktober 2010, Kevin Systrom dan Mike Krieger meluncurkan jejaring sosial ini, yang menarik 25.000 pengguna pada hari pertama beroperasi. Selain itu, Atmoko (2012:8) menyatakan bahwa istilah "instant-telegram" merupakan akronim dari kata Instagram. Seperti yang dinyatakan Instagram adalah cara unik dan menghibur untuk berbagi kehidupan Anda dengan teman-teman melalui koleksi foto, menurut situs resmi Instagram. Dengan menggunakan filter, Anda dapat mengubah gambar setelah mengambil gambar dengan ponsel atau tablet Anda. Instagram adalah aplikasi smartphone yang dirancang untuk media sosial, sejenis media digital yang fungsinya mirip dengan Twitter, hanya saja memungkinkan pengguna untuk saling berbagi informasi melalui berbagi foto. Karena fitur-fiturnya yang meningkatkan keindahan foto, kualitas artistik, dan kualitas keseluruhan, Instagram juga dapat menginspirasi penggunaanya dan menumbuhkan rasa kreativitas yang lebih besar (Atmoko, 2012: 10).

2.5.1. Fitur-Fitur Instagram

Fitur Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil gambar, menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek pada foto, dan kemudian membagikan hasilnya di Instagram dan platform media sosial lainnya.

Atmoko (2012) menyatakan bahwa Instagram memiliki lima menu utama selain sejumlah fitur tambahan, antara lain sebagai berikut:

- a. Halaman Beranda adalah halaman utama tempat ditampilkannya gambar terbaru dari pengguna lain yang telah diikuti (timeline).
- b. Komentar: Instagram memiliki fitur komentar yang mirip dengan situs jejaring sosial lainnya. Pengguna dapat meninggalkan komentar pada foto di Instagram dengan menggunakan kolom komentar.
- c. Jelajahi adalah kumpulan gambar populer dari pengguna Instagram.
- d. Profil pengguna memiliki akses terhadap data pengguna yang komprehensif, baik dari pengguna lain maupun konsumen.
- e. Pengguna Instagram dapat menerima notifikasi tentang berbagai aktivitas dengan menggunakan fitur News Feed.
- f. Judul atau keterangan foto harus mendukung persona atau poin yang ingin Anda sampaikan dengan jelas kepada pemirsa.
- g. Hashtag adalah simbol yang dibubuhi hashtag (#). Fitur pagar ini krusial karena memudahkan pengguna menemukan foto Instagram yang memiliki hashtag tertentu.
- h. Lokasi pengambilannya oleh pengguna ditampilkan oleh fitur Lokasi. Meski disebut sebagai aplikasi berbagi foto, Instagram sebenarnya adalah jejaring sosial.

Saya mengikuti mengacu pada tindakan seorang pengguna Instagram yang mengikuti atau berteman dengan pengguna Instagram lainnya.

- J. Enjoy merupakan ikon Instagram yang memungkinkan pengguna untuk "menyukai" gambar atau foto dengan mengklik tombol "suka" yang terletak di bagian bawah caption di samping komentar. Kedua, Anda dapat mengetuk dua kali (tap dua kali) gambar yang Anda suka.
- k. Keterangan Anda dapat menggunakan fitur ini untuk menambahkan pengguna lain dengan memasukkan akun Instagram mereka dan menambahkan simbol @ (@).

2.6. Eksistensi Diri

Kata eksistensi diri diartikan sebagai keberadaan. Jika dikaitkan dalam eksistensi diri yang digunakan remaja sebagai cara untuk menunjukkan eksistensi diri mereka dalam penggunaan media sosial. Maka eksistensi diri tersebut dapat diartikan sebagai salah satu usaha individu dalam mendapatkan pengakuan dari orang lain mengenai keberadaan dirinya. Dengan menggunakan media sosial, setiap individu berusaha untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain tentang eksistensi dirinya.

Eksistensi sendiri berasal dari kata *exsistere*, Eksistensi atau pengakuan ialah suatu keadaan di mana seseorang ingin diakui dan dihargai oleh orang-orang di sekelilingnya. Eksistensi bersifat lentur dan selalu dicari atau pun dikejar oleh seseorang. Seperti halnya dengan fenomena yang ada saat ini, dimana orang-orang beranggapan bahwa memiliki banyak akun di setiap situs jejaring sosial merupakan cara terbaik untuk mendapat

pengakuan. Eksistensi berasal dari bahasa Inggris yaitu “*exist*” yang berarti ada, hidup atau dapat dirasakan keberadaannya. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Sedangkan (Abidin Zaenal,2007:16) berpendapat bahwa eksistensi adalah, suatu proses yang dinamis, suatu menjadi atau mengada. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *exsistere*, yang artinya keluar dari, “melampaui” atau “mengatasi”.Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasi potensi-potensinya.

Eksistensi menurut peneliti sendiri yakni dimana keberadaan seseorang yang bergaul didalam lingkungan masyarakat, ingin diakui keberadaannya khususnya dalam segi sosial. Karena pada dasarnya manusia akan mengalami perubahan dari masa ke masa baik dari segi bahasa, perilaku maupun tindakan. Menurut (Smith 2003:21) dalam bukunya yang berjudul *What Matters Most*, hal-hal yang paling utama mengatakan bahwa “Eksistensi diri merupakan suatu kondisi dimana seseorang dengan kemampuannya dapat menemukan makna dalam kehidupan.

Selain itu, dalam pandangan psikologi eksistensial menurut Boss dan Binswanger yang dikutip (Calvin dan Landzey 1993:123) mengatakan bahwa: Eksistensi diri adalah keberadaan manusia berkaitan dengan bagaimana cara manusia itu mengadadalam dunia sesuai dengan identitas dirinya. Orang dapat memilih untuk hidup secara autentik maupun tidak autentik dalam rangka mewujudkan apa yang diyakini sebagai nasibnya dan menjadi dasar hidup dalam dunia. Sedangkan pandangan Frank (dikutip Schutz 1991:145) dalam bukunya *Phychotherapy and Existentialsm tentang* eksistensi diri adalah Eksistensi diri berarti menjadi manusia sepenuhnya, dimana individu semakin

mampu mengatasi dirinya sendiri dan memberi tujuan hidup supaya menjadi manusia sepenuhnya.

2.6.1. Ciri-ciri Individu yang Memiliki Eksistensi Diri

Menurut Smith (2003), ada dua jenis lingkaran individu yang mempunyai eksistensi berbeda. Ini adalah:

1. Kesadaran diri mengacu pada kemampuan mengenali kelebihan dan kekurangan diri.
2. Percayaan diri, yaitu kemampuan seseorang untuk melihat aspek-aspek positif dari suatu peristiwa tertentu.
3. Harga Diri, atau cara memusatkan perhatian pada orang lain yang dilayani atau individu yang mampu bekerja.
4. Peran akan kesadaran, yaitu peran mengenai pentingnya peran yang ada dalam dirinya dengan tujuan untuk segera mewujudkannya.
5. Kesadaran mirip dengan misi pribadi yang kuat, yaitu pemahaman yang jelas tentang apa yang perlu dilakukan, ketenangan, dan fokus dalam menjalankannya.
6. Daya tarik pribadi, yaitu sesuatu yang menjelma menjadi daya tarik unik yang berdampak negatif terhadap pendapat orang lain.
7. Kesadaran akan menjadikan dirimu unik, artinya kamu tidak akan membandingkan dirimu dengan orang lain.

8. Konsistensi dengan kehidupan sehari-hari, yaitu tidak berinteraksi dengan setiap gagasan. Tetap dingin meskipun banyak menghadapi masalah perlunya ketenangan dan ketenangan.

2.6.2. Aspek – aspek eksistensi diri

Menurut Smith (2003), terdapat dua jenis lingkaran individu yang mempunyai eksistensi berbeda. Ini:

1. Kesadaran diri adalah kemampuan mengenali kelebihan dan kekurangan diri.
2. Rasa percaya diri, yaitu kemampuan seseorang dalam melihat aspek positif dari suatu peristiwa tertentu.
3. Harga diri, atau cara memusatkan perhatian pada orang lain yang dilayani atau individu yang mampu bekerja.
4. Peran kesadaran, yaitu peran mengenai pentingnya peran yang ada dalam dirinya dengan tujuan untuk segera mewujudkannya.
5. Kesadaran mirip dengan misi pribadi yang kuat, yaitu pemahaman yang jelas tentang apa yang perlu dilakukan, tenang dan fokus dalam menjalankannya.
6. Ketertarikan pribadi, yaitu sesuatu yang menjelma menjadi daya tarik unik yang berdampak negatif terhadap pendapat orang lain.
7. Kesadaran akan menjadikan Anda unik, artinya Anda tidak akan membandingkan diri Anda dengan orang lain.

8. Konsistensi dengan kehidupan sehari-hari, yaitu tidak berinteraksi dengan setiap ide. Tetap tenang meski menghadapi banyak masalah memerlukan ketenangan dan ketentraman.

2.7. Teori Abraham Maslow Kebutuhan

Hierarki kebutuhan Maslow adalah daftar lengkap kebutuhan manusia yang berfungsi sebagai landasan konseptual untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi tindakan manusia dalam konteks tertentu.

Model hierarki kebutuhan, yang dibuat oleh Abraham Maslow pada tahun 1950, masih digunakan sampai sekarang untuk mempelajari motivasi manusia, pengembangan manajemen, dan pertumbuhan pribadi. Teori Hierarki Kebutuhan Maslow, kadang-kadang disebut sebagai Teori Motivasi Manusia, dikembangkan oleh Abraham Maslow dan didasarkan pada hierarki. Maslow menegaskan bahwa seseorang bertindak dengan cara tertentu karena dimotivasi oleh berbagai kebutuhan yang tersusun dalam tingkatan. Kebutuhan ketiga dan selanjutnya sampai pada tingkat kelima akan dipenuhi jika kebutuhan pertama dan kedua telah terpenuhi. Maslow mengkategorikan kebutuhan-kebutuhan ini ke dalam beberapa tingkatan, termasuk kebutuhan akan fisiologi, keamanan dan keselamatan, interaksi sosial, aktualisasi diri, dan harga diri. Motivasi adalah mesin yang mendorong terpenuhinya kebutuhan manusia, menurut teori hierarki kebutuhan Maslow. Yang dimaksud dengan “dua motivasi” dalam konteks ini adalah dua motif: motivasi pengembangan (motivasi pertumbuhan) dan motivasi kekurangan (pertumbuhan defisiensi).

Ada 5 tingkat hierarki kebutuhan manusia, diantaranya:

Fisiologis

Kebutuhan tersebut bersifat primer dan neostatik. Kebutuhan fisiologi meliputi makan, minum, istirahat dan kebutuhan seksual. Dalam situasi mendesak seperti kelaparan, seseorang mengabaikan kebutuhan lainnya yang bersifat sekunder untuk memenuhi kebutuhan primer tersebut.

Aman

Setelah kebutuhan fisiologis seseorang terpenuhi, keamanan menjadifaktor yang sangat penting. Orang selalu ingin berada dalam keadaanaman tanpa kecemasan dan ketakutan. Kebutuhan fisiologis dan keamanan seseorang sendiri adalah kebutuhan manusia yang paling mendasar untuk bertahan hidup.

Sosial

Manusia disebut sebagai makhluk sosial. Hal ini dikarenakan manusia tidak dapat hidup sendiri dan selalu membutuhkan bantuan orang lain untuk bertahan hidup. Interaksi antara orang-orang adalah perasaan cinta dan saling memberi atau mengasihi. Menurut Maslow, cinta dan kasih sayang adalah tingkat berikutnya dari keinginan manusia. Ketika kebutuhan ini tidak terpenuhi, itu mengarah pada kesepian dan ketersingkan. Untuk memenuhi kebutuhan akan kasih sayang, dan cinta seseorang dapat berinteraksi dan berhubungan dengan orang lain. Kasih sayang ini memiliki arti yang sangat luas. Perasaan dicintai bisa datang dari seseorang, seperti anggota keluarga, teman, kekasih, rekan kerja, dan sebagainya.

Penghargaan

Seseorang perlu penghargaan dengan apa yang telah dia capai dan apa yang telah dia lakukan. Rasa syukur dapat mengambil banyak bentuk, termasuk penghargaan, kenaikan jabatan, kehormatan, hadiah, apresiasi, harga diri, dan rasa terima kasih.

Misalnya, jika seorang karyawan melakukan pekerjaan dengan baik, manajer perusahaan akan memberikan penghargaan dalam bentuk promosi.

5. Kebutuhan Aktualisasi Diri

Setelah empat kebutuhan pertama terpenuhi, seseorang memerlukan aktualisasi diri sebagai tingkat terakhir. Seseorang mempunyai kesempatan untuk mengidentifikasi dan mengasah kemampuan dan potensinya pada saat ini. Para eksekutif bisnis dapat memenuhi kebutuhan ini dengan menawarkan pekerjaan yang menantang, otonomi untuk kreativitas, pendidikan dan pelatihan, serta sumber daya lainnya. Di sisi lain, sebagian orang tidak memerlukan jangka waktu yang lama pada suatu tingkat sebelum mencapai tingkat aktualisasi diri. Dalam hal tertentu, untuk mencapai kebutuhan aktualisasi diri diperlukan pemenuhan kebutuhan, dimulai dari kebutuhan fisik dan berlanjut ke arah aktualisasi diri. Misalnya, pencarian pengetahuan dan pemahaman mengenai usaha sendiri atau daya cipta dan keterbukaan terhadap konsep-konsep baru, yang merupakan ciri individu yang mengaktualisasikan diri.

2.8. Teori Komunikasi *Uses and Gratification* (Penggunaan dan Pemenuhan Kebutuhan)

Teori peluru merupakan antitesis dari teori kegunaan dan gratifikasi. Menurut teori peluru, khalayak bersifat pasif sedangkan media sangat aktif; Namun, teori kegunaan dan grafik menekankan bahwa khalayak terlibat aktif dalam memilih media yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka (Nurudin, 2007).

Perspektif manusia terhadap media massa ditekankan oleh teori komunikasi penggunaan dan grafiti. Teori komunikasi yang membahas mengapa orang menggunakan media. Menurut Blumer dan Katz, konsumen media secara aktif memilih dan memanfaatkan media. Untuk memenuhi kebutuhan dan minat unik mereka, konsumen media mencari

sumber media terbaik. Dengan kata lain, mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 merupakan partisipan yang terlibat dalam proses komunikasi Instagram.