

# DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PENCITRAAN DIRI

Sri Suhartini

Program Studi Manajemen Industri, Sekolah Tinggi Teknologi Wastukencana  
[srifereent@ymail.com](mailto:srifereent@ymail.com)

---

## Abstrak

Perkembangan Teknologi informasi dan komunikasi semakin cepat dan tak terduga, pemanfaatannya pun semakin beragam termasuk pada kegiatan sosial melalui media. Wadah dalam berkegiatan sosial didunia maya ini dikenal dengan media sosial yang menjadi suatu ruang publik termutakhir sehingga masing-masing individu sebagai penggunanya itu dapat saling terhubung dan berbagi. Media sosial bersifat terbuka yang dapat diakses di seluruh penjuru dunia. Sehingga para penggunanya dapat mencurahkan pemikiran, gagasan dan perasaannya melalui media sosial dan dapat direspon oleh orang lain yang terhubung dengan yang bersangkutan. Fenomena ini memberikan dampak terhadap pencitraan diri seseorang karena telah mengunggah dan atau merespon sesuatu pada media sosial.

**Kata kunci :** *teknologi informasi, media sosial, pencitraan diri*

---

## 1. Pendahuluan

Thomas. L Friedman dalam bukunya *The World Is Flat* mengungkapkan bahwa kemajuan dalam dunia teknologi komunikasi dan informasi merupakan salah satu perubahan terbesar dalam sejarah dunia. Friedman mengatakan teknologi komunikasi berupa media sosial memungkinkan terjadinya suatu kesamaan kesempatan, setiap orang dibelahan dunia manapun bisa terkoneksi. Era ini disebutnya sebagai "when we who connected become hyperconnected" yang berarti ketika kita yang terhubung menjadi sangat-sangat terhubung.

Masyarakat kini mulai terbiasa dengan penggunaan internet. Terbukti dengan kenaikan jumlah pengguna internet sebesar 58%, menjadikan Indonesia masuk dalam daftar penambahan jumlah pengguna internet terbesar ketiga di seluruh dunia (sumber:<http://www.tempo.co/>). Dalam artikel yang diterbitkan <http://republika.co.id>, dari seluruh total penggunaan internet di Indonesia 95% adalah untuk mengakses situs jejaring sosial seperti facebook dan twitter. Dalam konteks ini sebagai contoh adalah *Facebook* dimana merupakan sebuah layanan jejaring sosial dan situs web yang diluncurkan pada Februari 2004 yang dioperasikan dan dimiliki oleh *Facebook, Inc.* Pada Januari 2011, *Facebook* memiliki lebih dari 600 juta pengguna aktif. Pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman dan bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Indonesia sendiri merupakan pengguna Facebook ke 4 terbesar di dunia. Ironisnya begitu banyak isu-isu mengenai

penggunaan media sosial secara tidak tepat, menggunakannya tanpa sadar sehingga dampaknya terhadap labelling dan keselamatan diri penggunanya.

Media sosial adalah suatu media online dengan penggunanya bisa dengan mudah ikut berpartisipasi dalam berbagi dan mengisi konten pada suatu blog, jejaring sosial atau forum. Media sosial telah menjadi suatu fenomena tersendiri dalam sejarah komunikasi manusia. Media sosial telah menjadi gaya baru dalam berinteraksi di era modern ini. Fenomena ini tentu membuat kita tersadar bahwa era baru komunikasi memang telah dimulai, seyogyanya cara berkomunikasi di dunia maya juga menjadi pembahasan yang sangat penting. Saat ini era baru telah datang, dan waktunya untuk masyarakat siap menghadapi segala macam tantangan di dalamnya.

## 2. Landasan Konseptual

### a. Studi Fenomenologi

Fenomenologi adalah menganalisis gejala-gejala yang berkaitan dengan realitas sosial dan bagaimana bentuk-bentuk tertentu dari pengetahuan yang memberikan kontribusi kepada keadaan tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh **Leeuw** dalam **Muslih**, mengenai fenomenologi sebagai berikut :Fenomenologi pada prinsipnya adalah mencari atau mengamati fenomena sebagaimana yang tampak, yaitu : (1) sesuatu itu berwujud, (2) sesuatu itu tampak, dan (3) karena sesuatu itu tampak dengan tepat maka ia merupakan fenomena. Penampakan itu menunjukkan kesamaan antara yang

tampak dengan yang diterima oleh si pengamat tanpa melakukan modifikasi. (74:2004)

Fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya (Littlejohn,2009:57). Adapun premis-premis dasar yang digunakan dalam penelitian fenomenologi adalah sebagai berikut: (1)Sebuah peristiwa akan berarti bagi mereka yang mengalaminya secara langsung; (2) Pemahaman objektif di mediasi oleh pengalaman subjektif; (3) Pengalaman manusia terdapat dalam struktur pengalaman itu sendiri. Tidak dikonstruks oleh peneliti. (Kuswarno, 2009 : 58)

Dari penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa dalam konteks fenomenologis, orang yang mengunggah dan atau merespon merupakan aktor yang melakukan tindakan sosial melalui media sosial.

#### b. Media Sosial

Dalam "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media" pengertian media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan pertukaran dan penciptaan berbasis user generated. (A. Kaplan & M. Hanlein 2010:2). Istilah Web 2.0 adalah sebuah aplikasi internet yang telah memungkinkan konten laman suatu World Wide Web, dikelola oleh banyak orang, tidak hanya satu orang seperti generasi sebelumnya. Contoh aplikasi Web 2.0 ini adalah wikipedia, blog, facebook, dan lain-lain. Aplikasi ini memungkinkan suatu konten menjadi bersifat terbuka karena bisa dikelola dan diakses oleh banyak orang. Inilah yang membedakan media sosial dengan konten lainnya. Kaplan dan Hanlein juga membagi media sosial menjadi beberapa jenis :

- 1). **Projek Kolaborasi.** Adalah aplikasi yang memungkinkan adanya perubahan yang dilakukan oleh pengguna.
- 2). **Blog dan Microblog** adalah aplikasi yang memungkinkan user untuk mengekspresikan diri dan pendapatnya, sebagai contoh melalui curhat. Misalnya twitter, blogger, wordpress.
- 3).**Konten** adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk saling membagikan konten media, dapat berupa e-book, gambar, video dan lain-lain. Misalnya Youtube.
- 4). **Media sosial,** adalah aplikasi yang mengizinkan pengguna untuk terhubung dengan cara membuat informasi pribadi atau profil, sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Misalnya Facebook, Line, Path, Kakao Talk.
- 5). **Virtual Game World,** adalah aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi dengan avatar-avatars dalam scene 3D. Misalnya game online.
- 6). **Virtual Social World,** adalah aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi dengan cara menjadi seseorang di dunia maya, umumnya lebih seperti menjalani

kehidupan. Contohnya Second Life. Dapat kita simpulkan bahwa media sosial adalah alat komunikasi dan tukar informasi berbasis internet yang memungkinkan banyak pengguna untuk terlibat dan cenderung bersifat terbuka. Situs media sosial adalah aplikasi-aplikasi yang memfasilitasi pengguna internet untuk terkoneksi dengan membuat profil informasi pribadi, mengundang teman dan kenalan untuk mengakses profil tersebut, mengirim e-mail dan pesan singkat kepada satu sama lain. (A. Kaplan & M. Haenlein 2010:6). Salah satu alasan mengapa seseorang memutuskan untuk membuat sebuah akun atau laman pribadi adalah keinginan untuk menunjukkan eksistensi mereka (Shau and Gilly 2003). Pada umumnya penampilan seperti itu didasari oleh self-disclosure yang berarti kesadaran atau ketidaksadaran dalam membagikan informasi pribadi yang sebelumnya tidak diketahui (seperti pemikiran, perasaan, kesukaan, atau pun ketidaksukaan) yang sesuai dengan gambaran dan harapan orang tersebut. Alasan ini lah yang sebenarnya mendasari kegiatan dan penggunaan media sosial. (A. Kaplan & M. Haenlein, 2010).

Contoh situs media sosial paling populer yang saat ini adalah Facebook, yang didirikan pada tahun 2004 oleh Mark Zuckerberg. *Facebook* didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama teman sekamarnya dan sesama mahasiswa ilmu komputer Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes. asal Amerika pada tahun 2004 merupakan situs yang memfasilitasi para penggunanya untuk membagikan pemikiran, cerita, informasi, foto, video dan lain sebagainya kepada teman dan kenalan. Pada tahun 2009 pengguna aktif Facebook tercatat sebanyak 175 juta. Sedangkan pada tahun 2014 disinyalir telah memiliki pengguna lebih dari 1 miliar di seluruh dunia.

#### c. Interaksi Sosial dalam Web Media sosial.

Dalam teori kontak sosial, interaksi yang terjadi di media sosial dikategorikan sebagai kontak sekunder, yang berarti pihak-pihak yang berinteraksi tidak bertemu dan melakukan kontak secara langsung (Maryati & Suryawati, 2001:57). Di media sosial pengguna berkomunikasi menggunakan media tulisan, gambar, video dan lain-lain. Berbeda dengan kontak secara langsung yang umumnya para pihak yang berinteraksi berkomunikasi secara lisan, dengan melibatkan kontak mata, bahasa tubuh dan unsur ekspresi alamiah lainnya.

Kaplan dan Hanlein (2010) dalam penelitiannya mengatakan bahwa ada beberapa teori penting dalam bidang kajian media (media research) dan proses sosial (social process) yang merupakan elemen penting dari media sosial. Dalam kajian media ada dua teori yaitu self-presentation dan self-disclosure. Self-presentation berarti bagaimana seseorang mempresentasikan

dirinya di media, dan self-disclosure yang berarti kesadaran atau ketidaksadaran dalam membagikan informasi pribadi yang sebelumnya tidak diketahui (seperti gagasan, perasaan, senang atau tidak senang) yang sesuai dengan gambaran dan harapan orang tersebut. Kedua teori ini berlaku dalam interaksi di media sosial dan keduanya dilakukan baik secara sadar maupun tidak untuk menarik kesan orang lain, seperti yang dikatakan Goffman sebelumnya. Dalam proses sosialnya (social process) ada teori self-presence. Self-presence (Short, William, & Christie, 1976) adalah keberadaan diri, atau keberadaan seseorang yang didefinisikan sebagai kontak fisik, mata, dan bahasa tubuh. Dinyatakan bahwa pembeda paling mendasar dalam interaksi sosial adalah ada atau tidaknya unsur diri ini. Ketiadaan unsur self-presence yang menjadi pembeda besar dalam kekuatan suatu interaksi. Sebagai contoh orang yang berkomunikasi langsung cenderung kurang mengalami kesalahpahaman dan lebih intim, dibanding yang melakukan komunikasi melalui telepon. Teori ini sangat berkenaan dengan interaksi media sosial, sebagai contoh di Facebook, seseorang hanya berkomunikasi menggunakan tulisan, yang hubungan interaksinya tak sekuat secara langsung. Atau e-mail dengan live chat di Facebook, dibanding e-mail live chat lebih kuat intensitas self-presence-nya.

Dari seluruh penjabaran teori diatas dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa di media sosial terjadi interaksi dengan kontak secara tidak langsung, yang tentu intensitas keberadaan diri (self-presence) tak sekuat secara langsung. Di media sosial komunikasi terjadi melalui tulisan, gambar, dan lainnya. Ketiadaan self-presence ini juga berhubungan dengan teori yang diungkapkan oleh Goffman. Seperti yang diungkapkan oleh Erving Goffman (1959), bahwa ada dua ekspresi yang ditunjukkan dalam proses interaksi; given expression yang berarti ekspresi yang direncanakan untuk diberikan yang umumnya sesuai dengan norma-norma contohnya mengucapkan terimakasih ketika dibantu, dan yang kedua given off expression yaitu ekspresi alamiah yang tidak direncanakan untuk diberikan contohnya : ekspresi wajah, kontak mata, intonasi suara, dan bahasa tubuh. Dalam interaksi di media sosial yang ada hanya given expression, ekspresi yang memang sudah direncanakan akan diberikan oleh seseorang secara sadar yang juga digunakan sebagai pengaturan kesan. Ketiadaan given off expression tentu mempengaruhi proses penilaian yang terjadi di media sosial. Hal ini tentu menimbulkan perbedaan sendiri. Media sosial seperti Facebook mewadahi berbagai macam proses interaksi yang tentunya akan mengakibatkan sebuah proses penilaian, hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh W.I Thomas (1968) bahwa seseorang tidak langsung beraksi atau

memberi tanggapan atas interaksi yang terjadi, tetapi seseorang cenderung melakukan penilaian untuk mengenal situasi.

Oleh karena itu kita dapat mengetahui bahwa kontak sosial secara tidak langsung, dan komunikasi non-lisan juga mengakibatkan penilaian. Proses penilaian ini dapat berpengaruh pada timbulnya *judgement*. *Judgement* adalah penilaian seseorang terhadap orang lain.

#### d. Pencitraan Diri

Arti kata citra banyak ahli bahasa mengungkapkan, diantaranya : (1) Huddleston dalam (Buchari Alma, 2008:55) memberikan definisi atau pengertian citra dengan mengatakan sebagai berikut : "Image is a set beliefs the personal associate with an Image as acquired trough experience". Artinya: citra adalah serangkaian kepercayaan yang dihubungkan dengan sebuah gambaran yang dimiliki atau didapat dari pengalaman, (2) Richard F. Gerson (1994) dalam Buchari Alma (2008:54) memberikan definisi atau pengertian citra tentang bagaimana konsumen, calon konsumen, dan pesaing melihat anda, reputasi anda adalah apa yang orang-orang katakan kepada pihak lain. Anda memerlukan baik citra penampilan fisik dan juga citra bisnis profesional sebagai reputasi positif, jika ada yang kurang, bisnis anda bisa gagal, (3) Frank Jefkins (Soemirat & Adrianto, 2007:114) memberikan definisi atau pengertian citra sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

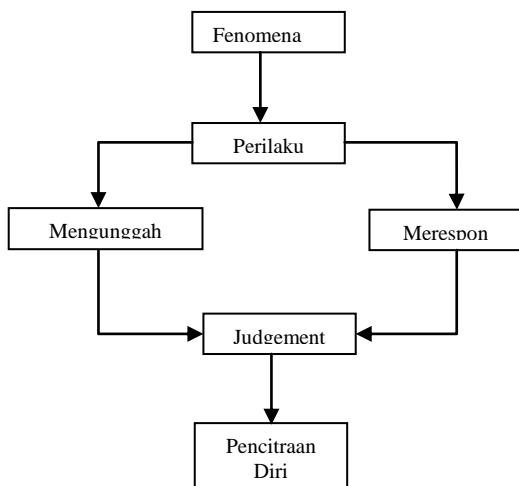
Dari penjelasan tersebut, disebutkan bahwa proses pembentukan citra meliputi tujuh komponen yang terdiri dari stimulus, persepsi, kognisi, motivasi, sikap, tindakan, respon atau tingkah laku. Ketujuh komponen tersebut jika dihubungkan dengan proses konstruksi sosial maka unsur stimulus dan persepsi bisa dikategorikan sebagai proses eksternalisasi atau pengenalan tahap awal. Unsur kognisi dan motivasi masuk ke dalam proses obyektifikasi. Pada proses obyektifikasi terjadi proses interaksi yang dilakukan melalui signifikasi melalui simbol atau pesan. Interaksi terjadi di dalam intersubjektif manusia yang dilembagakan, sehingga terjadi pemahaman-pemahaman subyektif yang diberikan sesuai dengan pengalaman individu-individu yang terlibat dalam interaksi akan diterima sebagai sesuatu yang obyektif dan menjadi sesuatu yang bersifat umum. Jadi, proses obyektifikasi bisa dikatakan berhubungan dengan aspek kognisi dan motivasi seseorang. Proses yang terakhir adalah internalisasi atau proses pemahaman dan penafsiran seseorang yang hasil akhirnya adalah memunculkan sikap, tindakan dan respon, apakah itu respon positif maupun negatif.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Dari hasil studi fenomenologi mengenai

tren penggunaan media sosial dikalangan pelajar dan mahasiswa didapatkan bahwa ternyata mereka memiliki akun media sosial lebih dari satu, akun media sosial dengan pengguna terbanyaknya adalah Facebook dan twitter. Mereka menyatakan sering menggunakan akun media sosial mereka, frekuensi penggunaannya pun beragam tetapi rata-rata mengatakan setiap hari. Kegiatan yang dilakukan di media sosial pun beragam, mulai dari mencari informasi, menjalin komunikasi, mengekspresikan diri dan pikiran, menyatakan pendapat, mengunggah foto diri sendiri seperti selfie, foto bersama teman dan lain-lain. Ketika seseorang mengunggah data seperti foto, video atau tulisan dan atau merespon dari data yang telah diunggah oleh orang lain melalui media sosial, maka akan mempengaruhi penilaian dari pengguna media sosial lainnya. Sehingga dapat mempengaruhi pencitraan dan gambaran diri seseorang. Kemudian terungkap bahwa lebih sulit untuk menilai seseorang di dunia maya dibandingkan di dunia nyata, hal ini dikarenakan di media sosial seseorang dapat menjadi lebih ekspresif, dan terbuka dalam menyampaikan informasi pribadi, pendapat dan perasaannya. Sementara itu di dunia nyata itu tidak se-ekspresif di dunia maya. Fenomena ini memberikan dampak terhadap pencitraan diri seseorang karena telah mengunggah dan atau merespon sesuatu pada media sosial.

Pada akhirnya proses interaksi ini akan berujung pada suatu poses pencitraan diri, yang dirumuskan melalui kerangka berpikir sebagai berikut :



Gambar 1. Kerang berpikir

Dalam kerangka berfikir dijelaskan adanya Fenomena Media Sosial berbasis teknologi informasi dan komunikasi, dimana Media sosial ini bersifat terbuka yang dapat diakses di seluruh penjuru dunia. Sehingga terjadi perubahan perilaku seseorang yang semula tertutup kini menjadi lebih terbuka, kini seseorang dapat mencurahkan pemikiran, gagasan dan perasaannya melalui media sosial dan dapat diketahui bahkan respon oleh orang lain yang terhubung dengan

yang bersangkutan. Apa yang telah diunggah itu akan mendapatkan respon dalam bentuk komentar dan atau pilihan suka atau tidak suka. Inilah interaksi yang terjadi diantara pengguna media sosial. komentar ini merupakan respon terhadap tulisan, foto atau video yang diunggah. Dari apa yang telah diunggah tentunya akan memancing orang lain untuk melakukan penilaian, atau respon yang kita sampaikan terhadap hasil unggahan orang lain pun akan mendapatkan penilaian oleh orang lain. Tentunya dalam penilaian ini ada yang eksplisit langsung disampaikan melalui media sosial, namun adapula yang implisit yaitu yang tidak langsung dipublikasikan melalui media sosial. Akibat dengan adanya judgement/penilaian ini maka akan terbangun pencitraan diri seseorang yang dapat dilihat dari apa yang telah diunggah dan atau respon terhadap hasil unggahan. Ini berarti pencitraan diri seseorang juga dipengaruhi oleh apa yang ia katakan dan tampilkan di media sosialnya.

Hasil analisis penelitian menunjukkan perbedaan aksi seseorang di media sosial dengan di kehidupan nyatanya dikarenakan di media sosial hanya ada ekspresi yang ingin diberikan agar para pembaca terkesan, tidak ada kontak mata, bahasa tubuh dan lainnya sehingga komunikasi menjadi lebih terbuka. Terlihat dari berbagai unggahan di Facebook misalnya, yang sifatnya cenderung mengungkapkan apa yang dirasakan oleh seseorang, yang nantinya bisa dikomentari, bahkan komentarnya pun bisa sebenarnya bisa juga tidak sebenarnya. Salah satu contoh kasus yang terjadi misalnya mahasiswa yang mengunggah prestasi pribadinya, dan segala hal yang telah dilakukannya di media sosial, hal ini menimbulkan respon dari para mahasiswa lainnya baik respon positif ataupun respon negatif. Maka pada saat itulah terbangun pencitraan diri. Bisa saja terbangun citra yang baik ataupun citra yang buruk, itu tergantung dari penilaian audiens yang telah merespon hasil dari unggahan atau komentar sebagai bentuk respon seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi suatu alat efektif untuk membentuk pencitraan diri seseorang.

#### 4. Simpulan dan Saran

Dampak dari media sosial terhadap pencitraan diri ini melalui beberapa tahapan, mulai dari Fenomena media sosial yang marak tersedia, kemudia terjadinya perubahan perilaku, sehingga menjadi lebih terbuka untuk mengunggah atau merespon sesuatu, yang mengakibatkan terjadinya penilaian/judgement baik eksplisit ataupun implisit yang nantinya berujung pada pencitraan diri baik citra yang baik ataupun buruk.

Oleh karena itu disadari ataupun tidak

disadari bahwa media sosial merupakan bentuk ruang publik baru di abad 21, tentunya dalam konteks ruang publik tetap memperhatikan etika, norma dan nilai yang berlaku di masyarakat.

#### **Daftar Pustaka**

- Alter, Adam. 17 Mei 2010. Why It's Dangerous to Label People.
- Friedman, Thomas L. 2007. The World Is Flat : A Brief History of the Twenty-First History. USA: Picador.
- Hernandez, Roger. 2007. The Gallup Youth Survey: Isu dan Tren Utama Mahasiswa & Media. Bandung: Pakar Raya.
- <http://id.shvoong.com/social-sciences/communication-media-studies/2181313-definisi-atau-pengertian-citra/>
- Kaplan, Andreas and Michael Hanlein. 2010. Users of the world, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. Bussiness Horizon 53. 59-68.
- Kemkominfo. 08 Mei 2014. Pengguna Internet di Indonesia Capai 82 Juta. Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Dilihat pada 3 September 2014. <http://kominfo.go.id/>
- Schaefer, Richard. 2008. Sociology Matters : 3rd Edition. New York: Mc Graw Hil

