



## **Pengaruh Media Sosial Instagram dalam Membentuk Konsep Diri Siswa SMP**

**Fathan Faris Saputro**

Universitas Muhammadiyah Surabaya

Korespondensi peneliti: [fattfaris28@gmail.com](mailto:fattfaris28@gmail.com)

**Abstract.** *The younger generation is increasingly using social media, especially Instagram. The user's identity appears to be reflected in the content produced. The aim of this research is to examine how Muhammadiyah 20 Solokuro Middle School students develop a sense of self through Instagram. This research uses the Uses and Gratifications theory and qualitative descriptive methods by means of observation, interviews and collecting documentation as secondary data. The findings of this research indicate that students at SMP Muhammadiyah 20 Solokuro created a self-concept for two reasons: to fulfill their need for social integrity (a social integrative need) and their need for cognitive stimulation (a cognitive need). In addition, the informants displayed three characteristics of self-concept: self-awareness, self-defense, and differentiation between real and ideal self, true and false self. Likes, comments and the information they post are some of the elements that can influence how people perceive themselves. They don't really care about their followers. Because Instagram users do not meet in person, informants feel more comfortable interacting on the application than when chatting face to face.*

**Keywords:** *Social Media Instagram; Influence; High School Students' Self-Concept*

**Abstrak.** Generasi muda semakin sering menggunakan media sosial, khususnya Instagram. Identitas pengguna tampaknya tercermin dalam konten yang dihasilkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana siswa SMP Muhammadiyah 20 Solokuro mengembangkan *sense of self* melalui Instagram. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications* dan metode deskriptif kualitatif dengan cara observasi, wawancara dan pengumpulan dokumentasi sebagai data sekunder. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa siswa SMP Muhammadiyah 20 Solokuro menciptakan konsep diri karena dua alasan: untuk memenuhi kebutuhannya akan integritas sosial (*a social integrative need*) dan kebutuhannya akan rangsangan kognitif (*acognitive need*). Selain itu, para informan menampilkan tiga ciri konsep diri: kesadaran diri, pembelaan diri, dan perbedaan antara diri yang nyata dan ideal, diri yang benar dan yang salah. Suka, komentar, dan informasi yang mereka posting adalah beberapa elemen yang dapat memengaruhi cara orang memandang diri mereka sendiri. Mereka tidak terlalu peduli dengan pengikutnya. Karena pengguna Instagram tidak bertemu langsung secara langsung, informan merasa lebih nyaman berinteraksi di aplikasi dibandingkan saat berbincang langsung.

**Kata kunci:** Media Sosial Instagram; Pengaruh; Konsep Diri Siswa SMP

### **LATAR BELAKANG**

Remaja adalah kelompok yang paling menarik untuk diteliti dalam konteks pengembangan konsep diri. Hal ini disebabkan oleh proses penemuan diri yang sedang dijalani oleh setiap individu pada fase remaja, dengan tujuan membangun konsep diri yang sesuai dengan identitasnya. Selain itu, remaja pada tahap kehidupan ini biasanya senang berkumpul dalam kelompok dan mengikuti kegiatan sosial. Manusia memiliki

konsep diri yang terbentuk melalui pengalamannya sendiri dan bukan merupakan sesuatu yang ditentukan sejak lahir.

Pemahaman seseorang tentang dirinya ketika berhubungan dengan orang lain dikenal sebagai konsep diri. Salah satu faktor yang mempengaruhi cara kita berkomunikasi dengan orang lain adalah cara kita memandang diri sendiri. Pendapat, sikap, sentimen, dan keyakinan yang dimiliki seseorang tentang dirinya disebut sebagai konsep diri (Sisilya et al., 2014).

Saat ini, perkembangan konsep diri seseorang meliputi dunia maya dan dunia fisik. Melalui akun pribadinya, pengguna dapat dengan bebas mengirimkan tulisan dan berbagi foto di akun pribadinya. Dari unggahan tersebut kita bisa menyimpulkan pesan atau kesan apa yang ingin mereka tinggalkan kepada orang lain. Postingan media sosial dipandang sebagai jenis komunikasi simbolik (Mony, 2015).

Situs jejaring sosial memiliki kekuatan untuk meningkatkan harga diri seseorang dan mendorong ekspresi opini publik, meskipun hal tersebut tidak terjadi secara langsung seperti yang terjadi dalam kehidupan nyata. Selain itu, orang-orang dapat menunjukkan berbagai aspek identitas mereka di platform ini, seperti ide dan cara berpikir yang membentuk diri mereka, meskipun hanya secara virtual. Peneliti kemudian mengemukakan teori bahwa media sosial sangat penting dalam pengembangan konsep diri seseorang.

Dalam beberapa tahun terakhir, situs jejaring sosial menjadi lebih populer di Indonesia, terutama setelah masyarakat mulai menggunakan ponsel sebagai alat utama dalam melakukan tugas sehari-hari. Keberadaan media sosial telah memfasilitasi hubungan interpersonal dalam masyarakat. Sebanyak lima puluh persen dari 265,4 juta penduduk Indonesia, menurut Google Consumer Behavior, menjalani gaya hidup yang sangat erat kaitannya dengan dunia digital, di mana penggunaan internet telah menjadi aspek dasar kehidupan sehari-hari (Marta et al., 2020). Banyak informasi dapat dibagikan dengan cepat, sederhana, dan dinamis melalui media sosial. Selain itu, media sosial berfungsi sebagai media komunikasi antar orang atau kelompok yang menggunakannya.

Instagram merupakan platform media sosial terpopuler keempat di kalangan masyarakat Indonesia pada tahun 2017 dari seluruh platform media sosial yang ada saat ini. YouTube memimpin dengan 43%, Facebook di urutan kedua dengan 41%, WhatsApp di urutan ketiga dengan 40%, dan Instagram di urutan kedelapan dengan 38% (Prihatiningsih, 2017).

Meskipun YouTube berada di peringkat teratas, peneliti fokus pada Instagram karena memiliki fungsi lebih dari tiga platform media sosial sebelumnya. Fitur Instagram antara lain siaran langsung, foto, video dari IGTV (Instagram Television), komunikasi pribadi verbal dan nonverbal, Instagram Stories (bumerang, superzoom, fokus, rewind, handsfree), dan banyak lagi. Karena Instagram memiliki opsi pesan pribadi, banyak orang yang menggunakannya sebagai media komunikasi interpersonal atau grup, berbeda dengan YouTube yang hanya mengizinkan penggunanya mengunggah video dan meninggalkan komentar.

Teori Kegunaan dan gratifikasi bermula dari pemahaman akan kebutuhan psikologis dan sosial pada manusia, yang mengarah pada terciptanya ekspektasi tertentu dari media dan sumber lain (atau dari partisipasi dalam aktivitas lain) dan pada akhirnya pada pemuasan kebutuhan tersebut. Menurut hipotesis ini, penelitian berfokus pada bagaimana orang menggunakan materi media untuk memuaskan keinginannya atau menemukan kepuasan. Tujuan dari model penggunaan dan gratifikasi adalah untuk menyelidiki bagaimana orang atau kelompok individu terlibat dengan media dan

menjelaskan proses penerimaan dalam komunikasi massa (Arifin, 2013). Model-model ini memberikan landasan bagi beberapa penelitian (Katz dan Gurevitch, misalnya) yang menggunakan metode kegunaan dan gratifikasi untuk menjelaskan persamaan dan perbedaan di antara media dalam kaitannya dengan beragam fungsi dan atributnya.

Konsep diri media sosial menjadi alasan dipilihnya SMP Muhammadiyah 20 Solokuro sebagai subjek penelitian. Peneliti tertarik untuk mengetahui lebih jauh bagaimana siswa SMP Muhammadiyah 20 Solokuro memanfaatkan Instagram untuk mengembangkan *sense of self*-nya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pandangan siswa SMP Muhammadiyah 20 Solokuro terhadap dirinya dalam memanfaatkan situs media sosial Instagram. Sebab, bisa jadi kesan diri yang mereka kembangkan pada platform ini berbeda dengan konsep diri sebenarnya.

## KAJIAN TEORITIS

### Media Sosial dan Konsep Diri

Media sosial, termasuk Instagram, memberikan wadah bagi individu untuk berinteraksi dan berbagi informasi secara daring. Interaksi ini memainkan peran penting dalam proses pembentukan konsep diri. Melalui ekspresi diri, presentasi identitas, dan penerimaan dari orang lain, siswa SMP dapat mengonstruksi dan mengembangkan konsep diri mereka. Namun, seiring dengan potensi positifnya, media sosial juga membawa risiko terkait perbandingan sosial dan tekanan untuk mencapai standar kecantikan atau kesuksesan tertentu, yang dapat memengaruhi konsep diri siswa (Pamela Felita et al., 2016).

### Pengaruh Visual dalam Instagram

Instagram secara khusus menonjolkan aspek visual, dengan fokus pada gambar dan video. Pengguna Instagram seringkali memamerkan aspek terbaik dari kehidupan mereka, menciptakan naratif yang kadang-kadang tidak mencerminkan kenyataan. Hal ini mungkin berdampak pada cara siswa sekolah menengah memandang diri mereka sendiri dan mengarah pada perbandingan sosial yang tidak sehat. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana konten visual di Instagram dapat membentuk persepsi diri siswa dan apakah hal ini berkontribusi pada peningkatan atau penurunan konsep diri mereka (Arifah & Anggapuspa, 2023).

### Pentingnya Pendidikan Media Sosial

Menyadari dampak media sosial terhadap konsep diri siswa SMP, pendidikan media sosial menjadi semakin relevan. Sekolah dan orang tua perlu berperan aktif dalam memberikan pemahaman yang seimbang tentang penggunaan media sosial, membantu siswa mengembangkan literasi media yang baik. Dengan demikian, mereka dapat lebih bijak dalam mengelola pengaruh Instagram dan media sosial lainnya terhadap konsep diri mereka (Elwani & Kurniawan, 2020).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (Chinmi et al., 2020). Penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman alamiah secara holistik, menganggap manusia sebagai instrumen penelitian, menganalisis data secara induktif, dan memberikan penekanan lebih besar pada proses daripada hasil penelitian. Pendekatan ini melibatkan kesepakatan antara peneliti dan subjek penelitian (Fernando et al., 2019).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara secara mendalam (Fernando et al., 2019). Wawancara dilaksanakan dengan dua siswa SMP Muhammadiyah 20

Solokuro yang merupakan pengguna aktif media sosial Instagram, dengan rentang usia antara 14 hingga 15 tahun.

Penelitian ini dilakukan di SMP Muhammadiyah 20 Solokuro, Jl. Sidorejo No. 08 Desa Tebluru, Kecamatan Solokuro, Kabupaten Lamongan Provinsi Jawa Timur. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November hingga Desember 2023.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembicaraan kali ini akan memaparkan temuan penelitian mengenai konsep diri siswa SMP Muhammadiyah 20 Solokuro yang diungkapkan melalui penggunaan media sosial, khususnya Instagram. Teori kegunaan dan gratifikasi, pertama kali dikemukakan pada tahun 1974 oleh Herbert Blumberg, Elihu Katz, dan Michael Gurevitch, menetapkan kerangka teori dasar. Khalayak media, atau pelanggan, yang secara aktif memilih dan menggunakan media, menyatakan gagasan ini. Dengan kata lain, konsumen media secara aktif terlibat dalam proses komunikasi dengan mencari media yang paling relevan. Oleh karena itu, teori kegunaan dan kepuasan membuat asumsi bahwa manusia mempunyai cara lain untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan. (Hardyanti, 2017).

Insentif seseorang untuk menggunakan media dapat dipenuhi karena sejumlah alasan, termasuk memenuhi tuntutan kognitif akan pengetahuan, informasi, dan kesadaran lingkungan. Kebutuhan ini berasal dari kebutuhan untuk memuaskan rasa ingin tahu dan kebutuhan untuk mengeksplorasi, serta keinginan dan dorongan untuk memahami dan menguasai lingkungan sekitar. Kebutuhan akan interaksi yang lebih besar dengan teman, keluarga, dan dunia luar disebut sebagai kebutuhan integratif sosial atau kebutuhan integritas sosial. Kebutuhan untuk membangun interaksi sosial merupakan landasan dari kebutuhan tersebut.

Berikut temuan wawancara mendalam dengan informan Athok dan Firas yang diperoleh peneliti melalui wawancara dengan siswa di SMP Muhammadiyah 20 Solokuro:

*"Begini nih sebelum saya kenal sama Instagram, saya gak tau banyak soal orang-orang diluar sana tuh gimana. Terus, setelah saya buka Instagram, jadi lebih gampang buat saya nge-followin orang-orang, apalagi yang udah saya bilang tadi, kayak influencer atau panutan saya. Nah, disini saya jadi tahu kalo orang-orang diluar sana tuh punya keahlian yang luar biasa, misalnya di bidang pendidikan mereka. Contohnya, saya follow orang yang kuliah di luar negeri gitu, terus mereka punya prestasi pendidikan dan karir yang keren banget. Nah, dari situ buat saya jadi motivasi, loh. Saya jadi mikir, gimana caranya saya juga harus fokus dalam studi saya, karena saya lihat influencer di Instagram punya kompetensi yang oke banget. Jadi, buat saya, Instagram itu berpengaruh banget buat saya, terutama dari segi motivasi buat ngejar impian saya sendiri."* (Athok).

Berdasarkan pernyataan tersebut, peneliti mengkaji bagaimana informan tertentu berubah akibat penggunaan Instagram, termasuk motivasi, wawasan, dan kemampuannya berkomunikasi dengan orang baru yang mereka temui secara *online*. Namun, tampaknya belum ada perubahan pribadi sama sekali, berdasarkan pengakuan sejumlah informan lain, baik sebelum maupun sesudah menggunakan aplikasi media sosial Instagram.

*"Kalau sama orang yang udah lama saya kenal sebenarnya sih santai aja, tapi kadang-kadang saya jarang nyapa di Instagram. Soalnya udah lama juga gak ketemu, gitu loh. Terus, kalo DM juga ya seadanya aja, saya takut ntar dia keganggu gitu. Kalau komen, saya lebih suka memberi pujian aja, biar silaturahmi tetep terjaga. Kalau sama orang baru, saya gak terlalu responsif sih, kecuali kalo dia punya sesuatu yang bener-*

*bener menarik, kayak followers banyak atau postingannya bagus. Tapi bukan berarti saya sombong, cuma lebih ke was-was aja gitu, takutnya ada yang nggak jelas, kan?.”* (Firas)

Instagram digunakan sebagai media komunikasi dalam penelitian ini guna mengakomodir kebutuhan para partisipan. Ada dua kategori siswa di SMP Muhammadiyah 20 Solokuro yang dapat dibedakan dalam memenuhi kebutuhan medianya: siswa yang mengutamakan kebutuhan integritas (kebutuhan integratif sosial) dan menggunakan Instagram karena populer dan disukai oleh teman-temannya. Kelompok kedua, yang terdiri dari orang-orang dengan kebutuhan kognitif, menggunakan Instagram untuk mencari fakta dan memperluas perspektif mereka. Selain itu, perangkat lunak ini memungkinkan individu untuk memanfaatkan diri mereka sendiri, meskipun dalam kehidupan nyata mereka mungkin tidak memiliki kepercayaan diri untuk menjadi asli.

Media sosial mengacu pada platform online apa pun yang memungkinkan pengguna membuat, berbagi, dan mengomentari informasi dalam berbagai format media, termasuk teks, foto, audio, dan video, selain menggunakannya. Pengguna media sosial dapat membuat grup dan terlibat dalam percakapan dengan orang lain yang memiliki minat yang sama karena memudahkan untuk bertemu banyak orang dengan minat yang sama.

Banyak siswa SMP Muhammadiyah 20 Solokuro yang menggunakan Instagram tidak hanya sekadar untuk mengonsumsi konten tetapi juga untuk berbagi konten pribadi, antara lain potret diri, aktivitas, gambar perjalanan, video fashion, dan jenis konten lainnya. Mengunggah film atau gambar tidak dibatasi pada jangka waktu tertentu, misalnya satu gambar per hari; namun demikian, beberapa siswa menggunakan aplikasi tertentu untuk mengunggah gambar pada waktu tertentu. Dengan menggunakan aktivitas Instagram pengikutnya sebagai panduan, aplikasi ini membantu individu memutuskan kapan harus memposting guna meningkatkan jumlah suka dan komentar yang mereka terima.

Hal ini untuk mengidentifikasi pengguna sebagai konsumen media yang cerdas, termotivasi, dan aktif, sebuah fitur yang membedakan penggunaan dan gratifikasi dari teori komunikasi sebelumnya. Metode ini lebih berfokus pada bagaimana individu memanfaatkan media dibandingkan bagaimana media mempengaruhi atau mempengaruhi individu tertentu. Karena konsumen secara aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi tujuan tertentu, menentukan seberapa puas mereka terhadap media memberikan landasan bagi hal tersebut. Misalnya, ada media yang bisa secara efektif memuaskan kebutuhan audiens untuk melarikan diri ketika mereka merasa seperti itu (Suparmo, 2017).

Peneliti mengaitkan ungkapan ini dengan gagasan bahwa teori kegunaan dan gratifikasi berfokus pada aktivitas yang dilakukan masyarakat dalam kaitannya dengan media, bukan pada dampak atau pengaruh media terhadap masyarakat. Pandangan ini konsisten dengan pernyataan siswa SMP Muhammadiyah 20 Solokuro saat wawancara mendalam, di mana mereka menyatakan bahwa berbagi konten di Instagram lebih tentang apa yang disukai pengguna dibandingkan dengan apa yang dipikirkan pengguna lain. Dengan demikian, terdapat hubungan erat antara temuan penelitian dan hipotesis kegunaan dan gratifikasi.

*“Bedanya sikap yang saya rasain paling kentara pas ketemu langsung sama orang, mungkin agak sedikit canggung gitu ya. Kayaknya perlu waktu buat bisa akrab gitu. Tapi*

*kalo di media sosial, saya rasa lebih santai. Gak terlalu canggung karena kan kita gak bisa saling liat langsung gitu. Jadi, ya udah, gitu aja sih.” (Athok).*

Berdasarkan pernyataan ini membawa peneliti pada kesimpulan bahwa kebiasaan mental para informan berubah baik secara langsung maupun saat berkomunikasi dengan orang di media sosial. Berbeda dengan percakapan langsung, ketika informan meluangkan waktu untuk mengenal lawan bicara dan memikirkan implikasi komentarnya, di media sosial informan lebih yakin dan memilih kata-kata dengan lebih hati-hati.

*“Bedanya tuh, ya, kalo ketemu langsung, aku biasanya butuh waktu dulu buat nyambung. Soalnya, sebenarnya, aku tuh pemalu. Tapi kalo lewat Instagram, mungkin karena gak saling lihat langsung ya, jadinya aku lebih kayak santai aja, sok asyik gitu.” (Firas)*

Berdasarkan penelitian ini, siswa SMP Muhammadiyah 20 Solokuro telah membentuk konsep diri dengan menyadari ciri-ciri kesadaran diri yang ditandai dengan meningkatnya kesadaran diri dan refleksi diri remaja. Pendapat mereka bahwa mengikuti tidak berarti apa-apa menunjukkan hal ini. Bagi mereka, tujuan memposting gambar atau video ke Instagram adalah untuk membagikan minat mereka, bukan untuk menerima suka dari pengikutnya. Namun, beberapa dari mereka percaya bahwa suka dan komentar itu penting karena menginspirasi mereka untuk memposting lebih banyak gambar atau video.

Sesuai dengan pengamatan Santrock (1998) yang mengidentifikasi beberapa ciri penting dalam perkembangan konsep diri pada masa remaja, antara lain kesadaran diri, hal tersebut di atas berkaitan dengan konstruksi konsep diri. Remaja juga cenderung memikirkan konsep diri mereka lebih dalam dibandingkan dengan remaja, yang merupakan aspek lain dari konsep diri mereka. Remaja mengalami peningkatan introspeksi sebagai akibat dari tumbuhnya kesadaran diri dan penemuan diri. Namun, remaja yang terisolasi secara sosial dari orang lain tidak selalu mengalami refleksi. Remaja kadang-kadang meminta nasihat, dukungan, dan wawasan dari teman-temannya tentang bagaimana mereka mendefinisikan diri mereka sendiri (Ranny et al., 2017).

Siswa SMP Muhammadiyah 20 Solokuro juga menunjukkan sifat protektif, khususnya mekanisme pertahanan diri. Hal ini terlihat ketika mereka mengalami kendala dalam menggunakan aplikasi Instagram bersama temannya. Mereka memutuskan untuk mengadakan pertemuan tatap muka untuk membahas masalah ini secara langsung, membicarakannya, dan mengambil keputusan berdasarkan kesepakatan mereka. Selain itu, mereka memutuskan untuk melarang atau menghapus akun-akun yang asing atau ambigu di Instagram. Selain itu, komentar-komentar yang tidak menyenangkan akan diabaikan dalam upaya menghentikan perkembangan lebih lanjut yang dapat memperburuk masalah.

Sesuai teori Santrock, pernyataan di atas berkaitan dengan perkembangan konsep diri individu. Teori ini menekankan beberapa karakteristik penting, seperti pertahanan diri, sepanjang tahap konstruksi konsep diri remaja. Salah satu bagian dari konsep diri remaja adalah kemampuannya dalam membela diri. Remaja memiliki mekanisme pertahanan diri dan pengembangan diri, meskipun seringkali mereka menghadapi konflik dan kebingungan ketika melakukan refleksi diri. Remaja sering kali menolak bagian-bagian diri mereka yang mereka anggap menyinggung sebagai upaya untuk melindungi diri mereka sendiri. Aspek penting dari diri remaja sering diidentifikasi sebagai memiliki citra diri yang baik, seperti menarik, suka bersenang-senang, sensitif, penyayang, dan tertarik. Sebaliknya, persepsi diri yang negatif, seperti tegang, jelek, biasa-biasa saja, tidak bahagia, atau serakah, lebih sering dipandang sebagai detail asing yang tidak

penting. Berdasarkan penilaian di atas, kecenderungan remaja untuk membela diri merupakan cerminan dari kecenderungannya untuk memberikan gambaran ideal tentang dirinya (Tricahyani & Widiasavitri, 2016).

Instagram merupakan perangkat lunak berbasis gambar dan video di mana penggunaanya hanya dapat memposting gambar dan video disertai dengan caption. Setiap gambar dan video memiliki maksud dan makna yang dimaksudkan oleh pengunggahnya. Interaksi simbolik berpendapat bahwa suatu objek, baik berupa benda, kualitas, peristiwa, atau keadaan, dapat mencerminkan berbagai aspek pengalaman seseorang. Memberi nama pada sesuatu atau menyajikannya secara simbolis merupakan kebutuhan utama untuk mengklasifikasikannya sebagai suatu barang. Akibatnya, objek-objek tersebut merupakan objek sosial sekaligus objek objektif seseorang. Menurut sudut pandang Kuhn, memberi nama pada suatu benda sangatlah penting karena merupakan salah satu pendekatan untuk mengkomunikasikan maknanya.

Simbol adalah jenis bahasa isyarat lain yang dihasilkan oleh pikiran. Simbol-simbol ini dapat diungkapkan secara verbal maupun melalui gerak tubuh dan bahasa tubuh. Manusia dapat mempersepsikan simbol-simbol yang berupa kata-kata maupun yang tampak sebagai gerak atau isyarat berkat bahasa. Pemikiran, emosi, dan interaksi dimungkinkan karena simbol-simbol dalam suatu kelompok sosial mempunyai makna yang sama dan membangkitkan tanggapan yang sama pada individu yang menggunakannya (Prasanti & Indriani, 2016).

Foto yang dibagikan merupakan simbol yang terhubung dengan pengguna di aplikasi Instagram, menurut penelitian. Peneliti yang melakukan wawancara dengan siswa SMP Muhammadiyah 20 Solokuro menemukan bahwa gambar yang mereka unggah menampilkan berbagai aktivitas pribadi, antara lain jalan-jalan, aktivitas sehari-hari, *OOTD (Outfit of the Day)*, dan selfie. Selain itu, penelitian mengungkapkan bahwa siswa di SMP Muhammadiyah 20 Solokuro ingin berbagi aspek tertentu dari kehidupan sehari-hari mereka di Instagram. Mereka ingin memamerkan pakaian sehari-hari, aktivitas akhir pekan yang seru dan unik, serta lokasi yang sedang trending dan jarang dikunjungi orang lain. Dengan menggunakan tombol "suka" atau meninggalkan komentar di kolom komentar, pengikut dan pemilik akun dapat berkomunikasi melalui gambar-gambar tersebut.

Ciri khas Instagram terdapat pada kontennya, yang merupakan umpan terus-menerus dari foto-foto yang dikirimkan pengguna. Dari penggunaan "pengikut" untuk akun yang terhubung hingga sebutan (dilambangkan dengan '@') dan hashtag (dilambangkan dengan '#'), fitur utamanya mirip dengan Twitter. Instagram masih menjadi situs jejaring sosial paling populer bagi para fotografer, meskipun Twitter memusatkan fitur-fiturnya pada berbagi foto. Fokus unik Instagram dalam membangun hubungan digital melalui foto adalah manfaat utamanya (Sania & Aulia, 2021).

Komentar di atas peneliti kaitkan dengan anggapan bahwa siswa SMP Muhammadiyah 20 Solokuro lebih cenderung menggunakan fitur Instastory Instagram sebagai alat komunikasi. Mereka berbagi aktivitas mereka dengan alat ini, yang memungkinkan mereka mengunggah film atau gambar berdurasi 15 detik. Pasalnya, unggahan Instastory hanya live seharian penuh, sehingga menghilangkan kemungkinan membanjiri feed—baik milik pengguna sendiri maupun milik pengguna lain.

Sebagaimana disebutkan oleh Santrock (1998) yang mengidentifikasi beberapa unsur penting dalam perkembangan konsep diri pada masa remaja, antara lain diri nyata dan ideal, diri sejati dan diri palsu, pernyataan tersebut juga terkait dengan konstruksi konsep diri. Kemampuan remaja untuk menciptakan citra diri yang ideal dan realistis

merupakan hal yang rumit dan bahkan membingungkan bagi mereka. Kapasitas kognitif remaja semakin berkembang ketika mereka mampu membedakan antara diri yang diharapkan (ideal) dan diri sebenarnya (nyata). Carl Rogers berpendapat bahwa ketidakmampuan remaja untuk menyesuaikan diri ditunjukkan oleh kesenjangan yang signifikan antara diri mereka yang diinginkan dan diri mereka yang sebenarnya.

Menurut penelitian Strachen dan Jones (1982), dibandingkan dengan masa remaja awal dan akhir, masa remaja pertengahan sering kali menunjukkan kesenjangan yang lebih besar antara diri yang diinginkan dan diri sebenarnya. Bisakah remaja membedakan dirinya yang sebenarnya dan yang menipu? adalah pertanyaan lain tentang konsep diri mereka. Remaja mampu membedakannya, menurut temuan penelitian. Saat berada di antara teman sekelasnya, mereka sering kali menampilkan citra diri yang salah. Namun, mereka mungkin akan lebih tulus jika bersama teman dekat. Meskipun sebagian remaja menyatakan bahwa hal ini bukan masalah bagi mereka, namun pembentukan diri palsu pada remaja dapat terjadi sebagai upaya untuk mencari kebaikan orang lain dengan mengadopsi perilaku atau peran baru yang mungkin dipaksakan oleh orang lain (Muttaqin & Ekowarni, 2016).

## KESIMPULAN DAN SARAN

Mempelajari bagaimana persepsi masyarakat terhadap dirinya di media sosial Instagram di SMP Muhammadiyah 20 Solokuro dengan enam sumber, Instagram sering kali dipandang oleh siswa sebagai tempat untuk mengekspresikan diri atau merasa lebih percaya diri—bahkan dalam interaksi sehari-hari. Pada hari-hari tertentu, mereka mungkin lebih pendiam atau pemalu. Mereka dapat memamerkan bakat mereka di berbagai bidang, seperti menari, fashion, dan gaya hidup, di Instagram. Selain itu, Instagram berfungsi sebagai platform pertukaran informasi, mengembangkan lingkaran sosial, dan berkomunikasi dengan mantan kenalan. Integritas sosial (*social integrative need*) dan kebutuhan kognitif (*cognitive need*) nampaknya menjadi pendorong penggunaan media sosial dalam penelitian ini.

Siswa SMP Muhammadiyah 20 Solokuro menunjukkan ciri-ciri *self-awareness* atau rasa percaya diri yang kuat. Karena mereka mengunggah konten yang lebih sesuai dengan minat mereka dibandingkan dengan minat pemirsa, mereka menyadari bahwa memiliki banyak pengikut tidaklah penting bagi mereka. Hal yang sama berlaku untuk suka dan komentar; meskipun dianggap remeh, jumlah suka dan komentar yang banyak dapat memengaruhi emosi seseorang, misalnya membuat mereka merasa bahagia dan memberi mereka insentif lebih untuk terus berbagi gambar atau video.

Siswa SMP Muhammadiyah 20 Solokuro memiliki sifat *self-protection*, yaitu melindungi diri dari situasi yang tidak jelas. Ketika miskomunikasi muncul di platform media sosial seperti Instagram, mereka lebih memilih untuk bertemu langsung untuk mengatasi masalah tersebut dan mencoba mencapai kesepakatan. Mereka juga mengabaikan komentar kritis.

Selain itu, peneliti menemukan bahwa siswa di SMP Muhammadiyah 20 Solokuro menunjukkan sifat-sifat yang benar dan salah, serta diri yang ideal dan yang sebenarnya. Mereka memiliki kemampuan untuk membedakan antara diri nyata dan diri ideal. Karena Instagram tidak memerlukan komunikasi langsung dengan pengguna, mereka sering kali berperan sebagai orang yang merasa nyaman memulai atau melanjutkan percakapan. Hal ini berbeda dengan interaksi langsung, di mana mereka mungkin lebih ragu untuk terlibat dalam percakapan atau bahkan membutuhkan waktu lebih lama.



## DAFTAR REFERENSI

- Arifah, N. L., & Anggapuspa, M. L. (2023). Pengaruh Elemen Visual Pada Konten Instagram Rintik Sedu Dalam Meraih Engagement Audiens. *Jurnal Barik*, 4(3), 141–151. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Arifin, P. (2013). Persaingan Tujuh Portal Berita Online Indonesia berdasarkan Analisis Uses and Gratifications. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 10(2), 195–211. <https://doi.org/10.24002/jik.v10i2.353>
- Chinmi, M., Marta, R. F., Haryono, C. G., Fernando, J., & Goswami, J. K. (2020). Exploring online news as comparative study between Vendatu at India and Ruangguru from Indonesia in COVID-19 pandemic. *Journal of Content, Community and Communication*, 10(6), 167–176. <https://doi.org/10.31620/JCCC.06.20/13>
- Elwani, R. S., & Kurniawan, F. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 64. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i1.6654>
- Fernando, J., Marta, R. F., & Sadono, T. P. (2019). Resolusi Konflik Melalui Model Pengampunan Vita Activa Arendt Dalam Komunikasi Generasi Muda Kalimantan Barat. *Jurnal ASPIKOM*, 4(1), 113. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v4i1.511>
- Hardyanti, W. (2017). Diskrepansi Kepuasan Pembaca Media Online Islam: Studi Komparatif Kesenjangan Kepuasan Membaca Situs eramuslim.com di Kalangan Dosen dan Mahasiswa di Malang. *Jurnal Sosial Politik*, 3(1), 180. <https://doi.org/10.22219/sospol.v3i1.4968>
- Marta, R. F., Fernando, J., & Kurniawati, L. S. M. W. (2020). TINJAUAN PERAN KOMUNIKASI KELUARGA PADA KINERJA PUBLIC RELATIONS MELALUI KONTEN LAMAN RESMI MEDIA Family Roles Communication Review on Public Relations Activity. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 18(01), 30–42.
- Mony, H. (2015). Husen Mony: Meaning, Language, dan Thought Remaja pengguna Facebook. *Jurnal Visi Komunikasi*, 14(01), 132–151.
- Muttaqin, D., & Ekowarni, E. (2016). Perkembangan Identitas Remaja di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada*, 43, 231–247.
- Pamela Felita, Christine Siajaha, Vania Wijaya, Gracia Melisa, Marcella Chandra, & Rayini Dahesihsari. (2016). Pemakaian media sosial dan self concept pada remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi Manasa*, 5(1), 30–41.
- Prasanti, D., & Indriani, S. S. (2016). PEMAKNAAN SIMBOL DALAM KOMUNITAS ‘BROTHERHOOD’ (Konstruksi Makna Simbol Sebagai Identitas Diri dalam Komunitas ‘Brotherhood’ di Bandung). *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur, April*, 5–24.
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Communication*, 8(1), 51. <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>
- Ranny, M, R. A. A., Rianti, E., Amelia, S. H., Novita, M. N. N., & Lestarina, E. (2017). Konsep Diri Remaja dan Peranan Konseling. *Jurnal Penelitian Guru Indonesia*, 2(2), 40–47.
- Sania, A. P., & Aulia, P. (2021). Pengaruh Konten Pemasaran Instagram @Tumbas.origine terhadap Keputusan Pembelian pada Tahun 2020. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 6(2), 85–93. <https://doi.org/10.33005/mebis.v6i2.221>
- Sisilya, O. :, Retor, T., Ekonomi, F., Bisnis, D., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2014). Conbloc Indonesia Surya Manado. *Persepsi... 664 Jurnal EMBA*, 2(3), 664–

675.

- Suparmo, L. (2017). Uses and Gratifications Theory dalam Media Sosial WA (WhatsApp). *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 27–37. <https://doi.org/10.21009/communicology.062.02>
- Tricahyani, I. A. R., & Wideasavitri, P. N. (2016). Hubungan antara Dukungan Sosial dengan Penyesuaian Diri pada Remaja Awal di Panti Asuhan Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 3(3), 542–550.