

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media sosial (*wiki, blog, virtual game, jejaring sosial, dan lain-lain*) hadir sebagai bagian dari perkembangan *internet* yang memenuhi kebutuhan individu maupun kelompok. Salah satu jejaring sosial tersebut ialah *Instagram*. *Instagram* merupakan jejaring sosial *photo-sharing* yaitu pengguna bisa mengunggah foto dan video serta memasang filter yang membuat tampilan foto menarik layaknya gambar *Polaroid*. Jejaring sosial ini diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang dirilis tahun 2010. Tak lama setelah peluncurannya, aplikasi berbasis di San Fransisco ini memperoleh 100 juta pengguna aktif. Puncak kepopulerannya terjadi pada tahun 2013 ditandai dengan pertumbuhan *Instagram* lebih cepat daripada kombinasi *Facebook, Twitter, YouTube, Google+, Pinterest, dan Tumblr* (Putri Sekar, 2014).

Hasil penelitian terbaru yang dilakukan oleh Piper Jaffray pada tahun 2014, perusahaan layanan investasi bank dan manajemen aset, menunjukkan pengguna *Instagram* lebih banyak daripada pengguna *Facebook* dan *Twitter* di kalangan remaja. Dalam studi tersebut sebanyak 7.500 orang remaja diminta pendapatnya tentang jejaring sosial mana – *Facebook, Twitter, dan Instagram* – yang paling penting baginya. Hasilnya, *Instagram* menduduki peringkat satu dari dua jejaring sosial lainnya. Dalam satu tahun aplikasi jejaring sosial ini membuat rekor pemakaian di kalangan remaja tertinggi mengalahkan *Facebook* sebesar 7%. Tahun lalu pemakaian *Facebook* oleh remaja sekitar 34%, dan tahun ini turun menjadi 23%. *Twitter* juga mengalami penurunan dari 30% menjadi 27% (Putri Sekar, 2014).

Pengguna aktif *Instagram* sendiri menurut *Global Web Index* adalah remaja dengan umur 16 – 24 tahun (Jason Mander, 2014).

Kemunculan *Instagram*, banyak kegiatan yang dapat diabadikan melalui foto. Salah satunya ialah kegiatan *selfie*, yaitu kegiatan berfoto yang menampilkan seluruh atau sebagian tubuh si pengguna dengan menggunakan kamera *handphone*. Foto-foto tersebut dapat diunggah ke *Instagram* dengan efek-efek yang dimiliki media sosial tersebut (Fritta Simatupang, 2015). Kata *selfie* sendiri begitu populer, Oxford menobatkan kata ini sebagai “*Word of The Year*” pada tahun 2013 (Rahajeng, 2014)

Situs *TIME* mengeluarkan peringkat 100 kota paling sering *selfie* di dunia pada tahun 2014 silam. *TIME* mengambil data tersebut berdasarkan lebih 400 ribu foto di *Instagram* yang memiliki tagar *selfie*. Hasilnya kota-kota di benua Asia mendominasi daftar sepuluh besar kota *selfie*. Tiga kota di Indonesia, yaitu Denpasar, Yogyakarta, dan Bandung masuk ke dalam peringkat tersebut (Ruben Setiawan, 2014). Menurut hasil analisis data dengan menggunakan *Gramfeed*, telah diteliti foto-foto di *Instagram* di Kota Bandung 64% penggunanya mengunggah konten *selfie*. Hal ini membuktikan bahwa mayoritas masyarakat Kota Bandung senang melakukan *Selfie* (Rizki Ahmad, 2015).

Wanita secara signifikan lebih banyak melakukan *selfie* daripada laki-laki menurut sebuah studi global tentang fenomena *selfie* bernama *Selficity* oleh Lev Manovich (2015). *Selficity* menganalisis 3.200 pengguna *Instagram* yang melakukan *Selfie* di New York, Moskow, Berlin, Bangkok, dan Sao Paulo dalam upaya untuk membangun perbedaan dalam pose dan ekspresi antar negara. Setiap kota dianalisis menghasilkan data signifikan bahwa *selfie* lebih banyak dilakukan oleh perempuan dibandingkan laki-laki. Dari 1,3 kali lebih banyak di Bangkok

menjadi 1,9 kali lebih banyak di Berlin , dan di Moskow 4,6 kali lebih banyak perempuan daripada laki-laki yang melakukan *Selfie* (Lev Manovich, 2015).

Sebuah studi di London pada tahun 2015 terhadap 2.000 wanita mengungkap bahwa wanita muda rata-rata menghabiskan lebih dari lima jam seminggu untuk mengambil *selfie* dengan rata-rata tiga *selfie* setiap hari. Aktivitas itu memakan waktu 48 menit sehari atau lima jam 36 menit setiap minggu (Erwin Z, 2015). Seperti yang telah disebutkan bahwa *selfie* banyak dilakukan oleh wanita dibanding pria. Wanita yang melakukan *selfie* tersebut tidak sedikit yang memakai riasan wajah sebelum melakukan *selfie* agar terlihat bagus di layar kamera. Riasan wajah seperti menggunakan *contouring* pada wajah agar bagian pipi terlihat tirus dan hidung terlihat mancung, mendapatkan pencahayaan yang tepat, dan menyempurnakan sudut pengambilan adalah aktivitas yang dihabiskan para wanita untuk setiap sesi pengambilan foto *selfie*.

Dilansir oleh *The British Broadcasting Corporation* atau BBC News, foto *selfie* berkaitan erat dengan gambaran diri. Seperti yang diketahui bahwa seseorang lebih memilih *upload* foto karena terlihat lebih menarik daripada menulis *status*. Ketika banyak “*like*” serta komentar yang mengenai foto tersebut tentu akan membuat seseorang senang (Rahajeng, 2014). Menurut Psikolog dan direktur media *psychology research center* di California, Dr. Pamela Rutledge, keinginan memotret, mengunggah dan mendapatkan “*likes*” dari situs jejaring sosial merupakan hal yang wajar bagi setiap orang (Nonsi, 2015).

Penelitian lain juga dilakukan oleh situs *www.feelunique.com* yang menunjukkan tren yang signifikan di kalangan generasi muda yang terkena “*Selfie-esteem*”, yang menghubungkan rasa percaya diri akan tubuh mereka sendiri dengan jumlah *like* yang mereka terima pada

sebuah *selfie* di media sosial. Faktanya, 22 persen menyatakan bahwa mendapatkan *like* adalah alasan utama mereka untuk mengambil *selfie*. Kemudian 27% wanita yang lebih muda mengaku benar-benar menghapus *selfie* dalam beberapa menit jika mereka tidak mendapatkan cukup *like* di media sosial. Empat dari sepuluh atau sebanyak 40% mengatakan mengambil begitu banyak *selfie* untuk menganalisis wajah guna menemukan kelemahan yang sebelumnya tidak terlihat (Erwin Z, 2015).

Penelitian-penelitian di atas menunjukkan bahwa ada kaitan antara *selfie* dengan harga diri dan gambaran diri. Menurut Hardy & Heyes (1998) harga diri dan gambaran diri merupakan aspek-aspek dari konsep diri. William Fitts (1971) mengungkapkan bahwa individu dapat menilai dirinya melalui hubungan dan aktivitas sosialnya, nilai-nilai yang dianutnya, serta hal-hal lain di luar dirinya. Dijelaskan betapa pentingnya umpan balik dari orang lain yang diinterpretasikan secara subyektif sebagai data utama yang digunakan seseorang dalam mengenal dirinya. Sosial media saat ini yang menjadi umpan balik utama, dan *Selfie* di *Instagram* membuat remaja mendapatkan umpan balik langsung mengenai dirinya melalui potret diri berupa banyaknya *like* dan *comment*. Selain itu, menurut Cash (2002) konsep diri merupakan aspek perkembangan psikologis dan interpersonal yang sangat penting bagi remaja perempuan, dimana perempuan memiliki tuntutan lebih daripada laki-laki sehingga cenderung memiliki ketidakpuasan terhadap diri dan mengakibatkan konsep diri yang negatif.

Hal tersebut menunjukkan pengguna *Instagram* adalah remaja dan wanita, serta fenomena wanita yang kurang bisa menerima penampilannya dan menghubungkan *Selfie* nya di *Instagram* dengan kepercayaan dirinya. Menurut Santrock (2006), tugas-tugas remaja diantaranya mampu menerima keadaan fisiknya dan mengembangkan perilaku tanggung jawab sosial yang diperlukan untuk memasuki dunia dewasa. Remaja akhir yang memiliki konsep diri negatif menurut Burns

(1993) suatu konsep diri yang positif berarti memiliki evaluasi diri yang positif, penghargaan diri yang positif, penerimaan diri yang positif. Hal ini akan tergambarkan dari *selfie* remaja tersebut akan ada karena dapat menerima dan menghargai dirinya secara positif. Remaja dengan konsep diri yang negatif menjadi sinonim dengan evaluasi diri yang negatif, membenci diri, perasaan rendah diri dan tiadanya perasaan yang menghargai pribadi dan penerimaan diri. Hal ini akan tergambarkan dari *selfie* remaja tersebut akan tidak ada karena remaja tersebut akan merasa rendah diri dan tiada perasaan menghargai dan penerimaan diri.

Baru-baru ini juga dilakukan penelitian oleh Fritta Simatupang (2015) pada remaja Kelurahan Simpang Baru Pekanbaru tentang konsep diri mereka. Konsep diri tersebut dilihat dari cara remaja memandang diri sendiri. Ketika melakukan *selfie* dan mengunggahnya ke *Instagram* ada yang memiliki konsep diri negatif, mereka merasa tidak puas atau tidak percaya diri dengan penampilan mereka. Maka dari itu mereka berupaya untuk menciptakan *image* yang baik dengan memperhatikan penampilan. Selain itu, kegiatan *selfie* yang dilakukan sebagian besar remaja mengakibatkan sifat candu yang berakhir pada obsesi untuk mendapatkan foto yang diinginkan. Namun ada pula yang memiliki konsep diri positif dimana mereka akan merasa percaya diri dengan penampilannya dan menerima diri mereka apa adanya.

Peneliti melakukan survey awal terhadap sepuluh orang mahasiswi remaja akhir Fakultas “X” Universitas “Y” Bandung yang suka melakukan *selfie*. Sebanyak sembilan orang mahasiswi (90%) mengunggah foto *selfie* di *Instagram*. Sebanyak tujuh orang mahasiswi (70%) mencari *angle* terbaik saat melakukan *selfie* agar terlihat sesuai yang mereka harapkan. Sebanyak lima orang dari ketujuh mahasiswi juga memakai berbagai aplikasi agar wajah atau tubuhnya terlihat lebih menarik. Sebanyak empat orang mahasiswi masih merasa tidak puas sehingga mereka menggunakan riasan wajah atau menata rambutnya terlebih dahulu sebelum *selfie*. Tiga dari

sepuluh mahasiswi (30%) sudah merasa puas saat melakukan *selfie* apa adanya tanpa mengkhawatirkan *angle*, mengedit fotonya atau memakai riasan wajah dan menata rambut. Saat mengunggah di *Instagram*, sebanyak lima dari sepuluh mahasiswi (50%) memperhatikan seberapa banyak *like* atau *comment* pada foto *selfienya*.

Dari survey awal yang dilakukan tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar (90%) mahasiswi aktif menggunakan *Instagram* dan mengunggah *selfie* disana. Mahasiswi yang memperhatikan *angle*, mengedit fotonya hingga berdandan termasuk ke dalam komponen fisik. Mereka merasa fisiknya kurang menarik sehingga harus melakukan hal-hal tersebut. Lalu mahasiswi yang merasa baik puas maupun tidak puas akan dirinya tersebut termasuk ke dalam komponen psikis. Mahasiswi yang memperhatikan banyak *like* dan *comment* pada *selfienya* termasuk ke dalam komponen sosial. Mahasiswi yang menjadi ketagihan dengan *selfie* dan semakin ingin banyak mengunggah *selfienya* di *Instagram* dengan yang mengunggah seperlunya saja termasuk pada komponen moral.

Peneliti memilih mahasiswi Fakultas “Y” pada tahap remaja akhir di Universitas “X” Bandung menjadi subjek penelitian karena fakultas tersebut memiliki jumlah mahasiswi yang cenderung lebih banyak dibandingkan jumlah mahasiswanya dan sebagian besar dari mereka aktif melakukan *selfie* dan menggunakan *Instagram*. Oleh karenanya peneliti tertarik untuk meneliti gambaran konsep diri pada mahasiswi remaja akhir Fakultas “X” Universitas “Y” Kota Bandung pelaku *selfie* di *Instagram*.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari penelitian ini ingin diketahui bagaimana gambaran konsep diri pada mahasiswi remaja akhir pelaku *selfie* di *Instagram* Fakultas “X” Universitas “Y” Kota Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Memeroleh data mengenai konsep diri pada mahasiswi remaja akhir pelaku *selfie* di *Instagram* Fakultas “X” Universitas “Y” Kota Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Mengetahui gambaran mengenai konsep diri pada mahasiswi remaja akhir pelaku *selfie* di *Instagram* Fakultas “X” Universitas “Y” Kota Bandung berdasarkan dimensi – dimensi dari konsep diri serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoretis

- 1) Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi sebagai sumbangan untuk pengembangan teori mengenai konsep diri ke dalam bidang ilmu Psikologi Sosial.
- 2) Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi kepada peneliti lain yang tertarik meneliti mengenai konsep diri dan mengembangkannya melalui penelitian-penelitian lain yang berhubungan dengan topik ini.

1.4.2 Kegunaan Praktis

- 1) Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan oleh Pihak Fakultas “Y” di Universitas “X” Bandung sebagai bahan program kegiatan orientasi mahasiswa baru yang bertujuan mengembangkan konsep diri mahasiswi tahap remaja akhir ke arah yang positif.
- 2) Diharapkan hasil penelitian ini membuat mahasiswi tahap remaja akhir Fakultas “Y” di Universitas “X” Bandung dapat mengenali konsep diri yang dimilikinya.

1.5 Kerangka Pikir

Pada periode remaja terjadi perubahan-perubahan besar dan esensial mengenai fungsi-fungsi rohaniyah dan jasmaniah. Hal yang sangat menonjol pada periode ini adalah kesadaran yang mendalam mengenai diri sendiri dimana remaja mulai meyakini kemampuannya, potensi, dan cita-cita sendiri. Dengan kesadaran tersebut, remaja berusaha untuk menemukan jalan hidupnya dan mulai mencari nilai-nilai tertentu, seperti kebaikan, keluhuran, kebijaksanaan, dan keindahan. Monks, dkk (1999) membagi fase-fase masa remaja menjadi tiga tahap, yaitu : remaja awal, remaja pertengahan, dan remaja akhir.

Pada rentang usia remaja akhir, remaja sudah mempunyai pendirian tertentu berdasarkan suatu pola yang jelas yang baru ditemukannya (Kartono, 1999). Konsep ini sejalan dengan hasil survei yang dirilis oleh *Global Web Index* yang menyatakan bahwa remaja akhir sebagai usia aktif dalam penggunaan *Instagram* (Jason Mander, 2014). Remaja akhir sudah mampu mengekspresikan dirinya melalui berbagai macam foto *selfie* yang diunggah ke dalam media sosial, salah satunya adalah *Instagram*. *Instagram* sendiri ialah sebuah aplikasi berbagai foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Melalui foto yang diunggah oleh pengguna, maka orang lain dapat melihat foto tersebut dan memberi *like* ataupun *comment* tertentu.

Disisi lain, menurut Stanley Hall (dalam Gunarsa, 2008) remaja merupakan masa penuh gejolak emosi dan ketidakseimbangan, dengan demikian remaja mudah terkena pengaruh oleh lingkungan. Maka dari itu dalam mengekspresikan dirinya melalui *Selfie* yang diunggah di *Instagram* tersebut akan terlihat bagaimana lingkungan mempengaruhinya melalui tanggapan positif atau negatif dalam *comment* dan *like* yang ia dapatkan. Ketika mahasiswa remaja akhir mendapatkan banyak *likes* serta komentar positif mengenai hasil *selfienya* tersebut, hal ini tentu

membuat remaja merasa senang. Melalui adanya *reward* yang diberikan oleh orang lain, maka remaja tersebut semakin tertarik untuk mengunggah foto-foto *selfie* lainnya sesuai dengan hasil yang ia dan orang lain inginkan. Hal ini berkaitan dengan konsep diri. Menurut Cooley (dalam Burns, 1993), konsep diri adalah persepsi seseorang mengenai dirinya yang diperoleh melalui hubungannya dengan orang lain sebagai hasil dari umpan balik yang diberikan oleh orang lain.

Williams Fitts (1975) membagi konsep diri dalam dua dimensi pokok, yaitu dimensi internal dan dimensi eksternal. Dimensi internal adalah penilaian yang dilakukan mahasiswi remaja akhir yakni penilaian yang dilakukan individu terhadap dirinya sendiri berdasarkan dunia di dalam dirinya. Dimensi ini terdiri dari tiga bentuk, yaitu komponen identitas (*identity self*), komponen perilaku (*behavioral self*), dan komponen penerimaan/penilai (*judging self*).

Komponen identitas (*identity self*) merupakan aspek yang paling mendasar pada konsep diri dan mengacu pada pertanyaan mengenai label-label dan simbol-simbol yang diberikan pada diri (*self*) oleh mahasiswi remaja akhir dalam membangun identitasnya yang kemudian dengan bertambahnya usia dan interaksi dengan lingkungannya, pengetahuan individu tentang dirinya juga bertambah, sehingga ia dapat melengkapi keterangan tentang dirinya dengan hal-hal yang lebih kompleks. Komponen perilaku (*behavioral self*) merupakan persepsi individu tentang tingkah lakunya, yang berisikan segala kesadaran mengenai apa yang dilakukan oleh diri dan berkaitan erat dengan diri identitas. Kemudian komponen penerimaan/penilai (*judging self*) yang berfungsi sebagai pengamat, penentu standar, dan evaluator. Kedudukannya adalah sebagai perantara mediator antara diri identitas dan diri pelaku. Ketiga bagian internal ini mempunyai peranan yang berbeda-beda, namun saling melengkapi dan berinteraksi membentuk suatu diri yang utuh dan menyeluruh.

Dimensi eksternal, yaitu mahasiswi remaja akhir menilai dirinya melalui hubungan dan aktivitas sosialnya, nilai-nilai yang dianutnya, serta hal-hal lain di luar dirinya. Dimensi ini

dibedakan menjadi lima bentuk, yaitu komponen fisik, komponen moral-etis, komponen personal, komponen keluarga, dan komponen sosial.

Komponen fisik menyangkut persepsi mahasiswi remaja akhir terhadap keadaan dirinya secara fisik. Dalam hal ini terlihat persepsi mahasiswi remaja akhir mengenai kesehatan dirinya, penampilan dirinya dan keadaan tubuhnya. Komponen moral-etis merupakan persepsi seseorang terhadap dirinya dilihat dari standar pertimbangan nilai moral dan etika. Maka ini menyangkut persepsi mahasiswi remaja akhir pelaku *selfie* di Instagram Fakultas “X” Universitas “Y” Kota Bandung mengenai hubungan dengan Tuhan, kepuasan seseorang akan kehidupan keagamaannya dan nilai-nilai moral yang dipegangnya, yang meliputi batasan baik dan buruk. Komponen personal merupakan perasaan atau persepsi mahasiswi remaja akhir tentang keadaan pribadinya. Hal ini tidak dipengaruhi oleh kondisi fisik atau hubungan dengan orang lain, tetapi dipengaruhi oleh sejauh mana individu merasa puas terhadap pribadinya atau sejauh mana ia merasa dirinya sebagai pribadi yang tepat. Komponen keluarga menunjukkan perasaan dan harga diri mahasiswi remaja akhir dalam kedudukannya sebagai anggota keluarga. Bagian ini menunjukkan seberapa jauh mahasiswi remaja akhir merasa adekuat terhadap dirinya sebagai anggota keluarga, serta terhadap peran maupun fungsi yang dijalankannya sebagai anggota dari suatu keluarga. Terakhir komponen sosial, penilaian mahasiswi remaja akhir terhadap interaksi dirinya dengan orang lain maupun lingkungan di sekitarnya. Pembentukan penilaian mahasiswi remaja akhir terhadap bagian-bagian dirinya dalam dimensi eksternal ini dapat dipengaruhi oleh penilaian dan interaksinya dengan orang lain.

Dimensi internal dan dimensi eksternal adalah suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan (Fitts, 1975). Oleh karena itu Fitts menggabungkan dimensi internal dan eksternal sehingga menghasilkan 15 dimensi gabungan. Dimensi pertama adalah *physical identity*, yaitu

seberapa besar penghayatan mahasiswi remaja akhir pelaku *selfie* di *Instagram* dan pembentukan dirinya terhadap keadaan fisik, mencakup penilaian terhadap penampilan dan keadaan tubuh. *Physical judgement* adalah seberapa besar rasa puas dan kebanggaan penilaian mahasiswi remaja akhir pelaku *selfie* di *Instagram* tentang keadaan dirinya secara fisik mengenai penampilan dan keadaan tubuh. *Physical behavior* adalah seberapa besar mahasiswi remaja akhir pelaku *selfie* di *Instagram* mengenai tingkah laku yang berkaitan dengan keadaan fisik mencakup penampilan dan keadaan tubuhnya.

Moral ethical identity adalah seberapa besar penghayatan mahasiswi remaja akhir pelaku *selfie* di *Instagram* mengenai keadaan moral, etika dan agama meliputi baik dan buruk. *Moral ethical judgement* adalah seberapa besar rasa puas dan kebanggaan penilaian mahasiswi remaja akhir pelaku *selfie* di *Instagram* mengenai keadaan moral, etika, dan agama yang meliputi baik dan buruk. *Moral ethical behaviour* adalah seberapa besar mahasiswi remaja akhir pelaku *selfie* di *Instagram* mengenai gambaran tingkah laku mengenai keadaan moral, etika, dan agama yang meliputi baik dan buruk.

Personal identity adalah seberapa besar penghayatan mahasiswi remaja akhir pelaku *selfie* di *Instagram* tentang keadaan pribadinya yang dipengaruhi oleh sejauh mana mereka merasa puas terhadap pribadinya. *Personal judgement* adalah seberapa besar rasa puas dan kebanggaan penilaian mahasiswi remaja akhir pelaku *selfie* di *Instagram* tentang keadaan pribadinya yang dipengaruhi oleh sejauh mana mereka merasa puas terhadap pribadinya. *Personal behaviour* adalah seberapa besar mahasiswi remaja akhir pelaku *selfie* di *Instagram* mengenai gambaran tingkah laku tentang keadaan pribadinya yang dipengaruhi oleh sejauh mana mereka merasa puas terhadap pribadinya.

Family identity adalah seberapa besar penghayatan mahasiswi remaja akhir pelaku *selfie* di *Instagram* tentang penilaian akan kedudukannya sebagai anggota keluarga yang didasarkan pada peran dan fungsinya sebagai anggota keluarga. *Family judgement* adalah seberapa besar rasa puas dan kebanggaan penilaian mahasiswi remaja akhir pelaku *selfie* di *Instagram* sebagai anggota keluarga yang didasarkan pada peran dan fungsinya sebagai anggota keluarga. *Family behaviour* adalah seberapa besar mahasiswi remaja akhir pelaku *selfie* di *Instagram* mengenai gambaran tingkah laku tentang kedudukannya sebagai anggota keluarga yang didasarkan pada peran dan fungsinya sebagai anggota keluarga.

Social identity adalah seberapa besar penghayatan mahasiswi remaja akhir pelaku *selfie* di *Instagram* dalam kaitan dengan orang lain dan lingkungan sekitarnya yang dipengaruhi oleh penilaian dan reaksi dari orang lain. *Social judgment* adalah seberapa besar rasa puas dan kebanggaan penilaian mahasiswi remaja akhir pelaku *selfie* di *Instagram* dalam kaitan dengan orang lain dan lingkungan sekitarnya yang dipengaruhi oleh penilaian dan reaksi dari orang lain. *Social behaviour* adalah seberapa besar mahasiswi remaja akhir pelaku *selfie* di *Instagram* mengenai gambaran tingkah laku dalam kaitan dengan orang lain dan lingkungan sekitarnya yang dipengaruhi oleh penilaian dan reaksi dari orang lain.

Menurut Burns (1993) konsep diri dibagi menjadi dua, yaitu konsep diri positif dan konsep diri negatif. Konsep diri positif adalah evaluasi diri, penghargaan diri, dan juga penerimaan diri yang bersifat positif. Konsep diri negatif adalah evaluasi diri yang bersifat negatif yang tercerminkan dalam sifat membenci diri, perasaan rendah diri serta tidak adanya perasaan untuk menghargai diri sendiri dan penerimaan diri.

Bila penghayatan konsep diri terfokus pada konsep diri positif, maka mahasiswi remaja akhir pelaku *Selfie* di *Instagram* Fakultas X” Universitas “Y” Kota Bandung memiliki konsep diri

positif. Bila penghayatan konsep diri terfokus pada konsep diri negatif, maka subjek memiliki konsep diri negatif. Ketika seorang mahasiswi remaja akhir Fakultas “X” Universitas “Y” pelaku *selfie* di *Instagram* memiliki konsep diri positif mereka akan merasa percaya diri dengan penampilannya dan menerima diri mereka apa adanya. Namun ketika mereka memiliki konsep diri negatif, mereka merasa tidak puas atau tidak percaya diri dengan penampilan mereka.

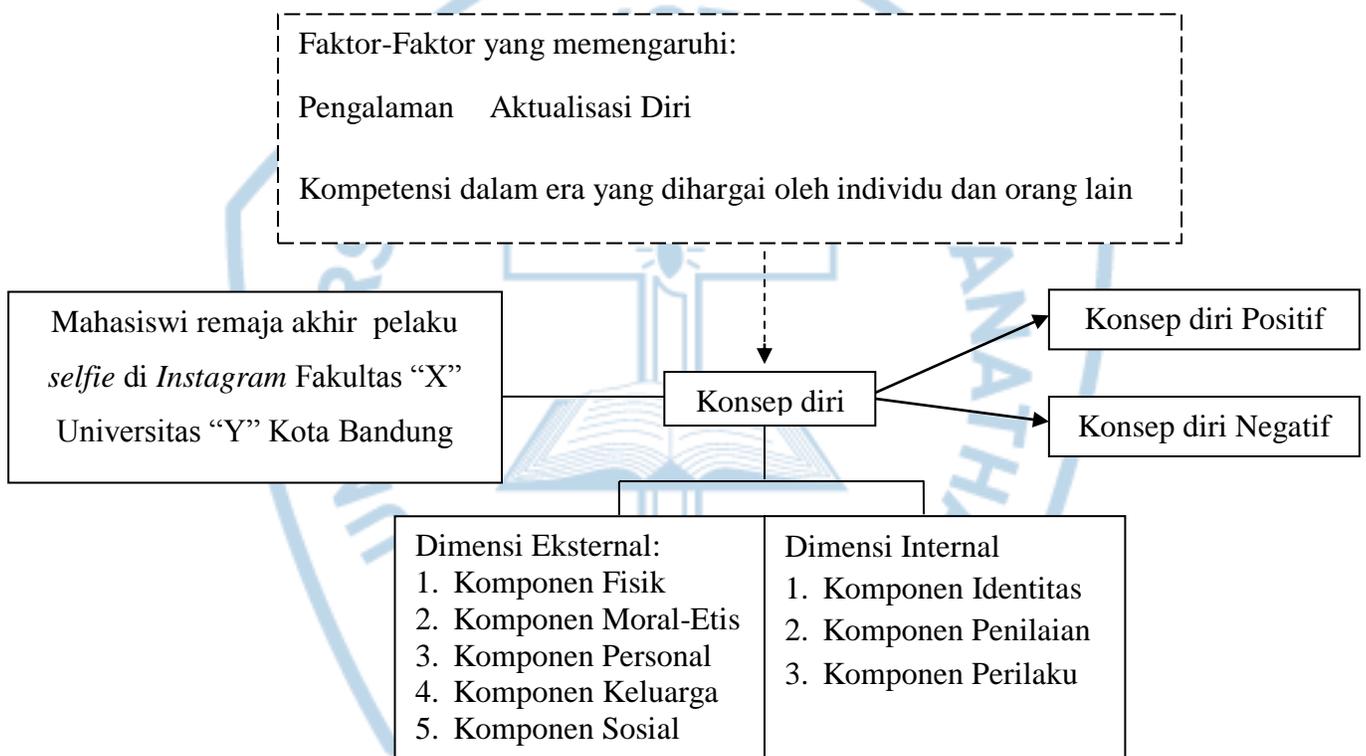
Menurut Fitts (1971) tiga kondisi yang dapat mempengaruhi konsep diri yang dimiliki seseorang, yaitu : (1) Pengalaman, (2) Kompetensi dalam era yang dihargai oleh individu dan orang lain, dan (3) Aktualisasi diri. Jika dikaitkan antara kondisi yang mempengaruhi konsep diri dengan mahasiswi remaja akhir pelaku *selfie* di *Instagram*, remaja yang mempunyai pengalaman, terutama pengalaman interpersonal seperti dipuji atau mendapatkan banyak *likes* dalam sebuah foto *selfie* yang ia lakukan di *Instagram* saat ia menampilkan dirinya apa adanya. Sehingga mahasiswi remaja putri memiliki perasaan positif dan bangga ketika menampilkan dirinya apa adanya.

Kompetensi dalam area yang dihargai oleh individu dan orang lain dapat berpengaruh pada konsep diri ketika mahasiswi remaja putri memiliki kompetensi dalam bidang lain seperti akademis atau non akademis, mahasiswi remaja akhir yang memiliki kompetensi kepuasan tersendiri dalam dirinya karena merasa telah dihargai oleh orang lain. Berbeda dengan mahasiswi remaja akhir yang kurang memiliki kompetensi dalam bidang lain akan cenderung mencari hal lain dalam dirinya yang dapat dihargai, dalam hal ini seseorang yang melakukan *Selfie* mendapatkan penghargaan atau *reward* yang diterima langsung berupa *likes* dan *comment* di *Instagram*

Mahasiswi remaja akhir yang telah memiliki aktualisasi diri akan memiliki kebebasan dalam penentuan potensi yang dimiliki dan bebas untuk menunjukkan potensi yang dimiliki tanpa harus

ada paksaan dari pihak yang lain, ia memiliki kemampuan seseorang untuk mengatur diri sendiri sehingga bebas dari berbagai tekanan, baik dari dalam atau dari luar diri. Maka dari itu, mahasiswi remaja akhir yang telah memiliki aktualisasi diri akan disibukkan dengan kegiatan yang berkaitan dengan potensi yang dimilikinya daripada mengabdikan waktu untuk melakukan *Selfie di Instagram* terus menerus

Berdasarkan uraian di atas, maka secara skematik dapat digambarkan dengan kerangka pemikiran sebagai berikut :



Bagan 1.1. Kerangka Pikir

1.6 Asumsi

- 1) Setiap mahasiswi pelaku *Selfie* di *Instagram* Fakultas X” Universitas “Y” Kota Bandung dapat memiliki konsep diri yang berbeda satu sama lain.
- 2) Konsep diri mahasiswi pelaku *Selfie* di *Instagram* Fakultas X” Universitas “Y” Kota Bandung dapat diketahui dari dua dimensi yaitu dimensi internal yang terdiri dari komponen identitas, komponen perilaku, dan komponen penerimaan/penilai serta dimensi eksternal yang terdiri dari komponen fisik, komponen moral-etis, komponen personal, komponen keluarga, dan komponen sosial. Kedua dimensi tersebut merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan sehingga menghasilkan 15 dimensi gabungan.
- 3) Konsep diri pada mahasiswi pelaku *Selfie* di *Instagram* dapat dipengaruhi oleh pengalaman, kompetensi dalam era yang dihargai oleh individu dan orang lain, dan aktualisasi diri.
- 4) Mahasiswi remaja akhir pelaku *Selfie* di *Instagram* Fakultas X” Universitas “Y” Kota Bandung memiliki konsep diri negatif dilihat dari survey awal dan fenomena yang terlihat dalam *Selfie* subjek di *Instagram*.