

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang pertama berjudul “Proses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Universitas Bakrie” dimana penelitian ini dilakukan oleh Dianingtyas M. Putri pada tahun 2018.

Tabel 2.1 Penelitian Dianingtyas M. Putri. Universitas Bakrie. 2018

Kajian Pustaka	Metode	Hasil
Diri, Konsep Diri, Citra Diri, Teori Psikologi Sosial, Karakteristik Remaja, Komunikasi Massa, Media Massa, Media Sosial, Instagram	Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah kualitatif deskriptif	Dalam membentuk citra diri mahasiswa Universitas Bakrie dengan menggunakan Instagram terdapat hal-hal yang menjadi dasar dari mahasiswa - mahasiswa tersebut membentuk citra diri mereka yaitu karena kebutuhan akan informasi (kognitif) yang membuat pengguna membentuk citra diri. Integratif Personal (pengaruh kredibilitas) Integratif Sosial (kebutuhan sosial) selain itu sebagai hiburan yang melepas penat dalam membentuk citra diri. Hal-hal yang meliputi tekanan dalam pikiran, keluhan, pencahuran hati, isi pikiran, dan hiburan dianggap berpengaruh dalam pembentukan citra diri mahasiswa yang ada di Universitas Bakrie melalui media sosial Instagram.

Sumber: hasil olahan peneliti

Perbedaan penelitian yang dilakukan Dianingtyas M. Putri dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada pembentukan citra diri dikalangan mahasiswa Universitas Bakrie dengan menggunakan teori psikologi sosial sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti adalah membangun citra Nur Awaludin sebagai seorang seniman lettering dengan menggunakan teori presentasi diri.

Persamaan antara penelitian Dianingtyas M. Putri dengan peneliti adalah kedua penelitian ini sama-sama meneliti tentang citra diri dan menjadikan Instagram sebagai media untuk membentuk citra diri. Sehingga penelitian dari Dianingtyas M. Putri ini dijadikan salah satu penelitian terdahulu dan dijadikan refrensi dalam membuat penelitian peneliti.

Dalam menjelaskan penelitian skripsi tersebut terdapat kekuatan dan juga kelemahan didalamnya. Kekuatan dari penelitian terdahulu adalah kajian pustaka diulas dengan rinci namun kelemahan dari penelitian terdahulu tersebut adalah pembahasan tentang pembentukan citra diri kurang dijabarkan secara lebih rinci. Keterkaitan antara teori dan pembahasan juga belum ditemukan.

Penelitian terdahulu yang kedua berjudul “Citra Diri dan Popularitas Artis” dimana penelitian ini dilakukan oleh Esther Meilany Pattipeilohy pada tahun 2016.

Tabel 2.2 Penelitian Esther Meilany Pattipeilohy. Jurnal Dakwah dan Komunikasi Vol. 1 No. 2. 2016

Kajian Pustaka	Metode	Hasil
Fenomenologis, interaksionisme Simbolik, Dramaturgis, komunikasi massa, Konsep Diri	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitatif Fenomenologis,	Hasil dari penelitian tentang citra diri dan popularitas artis adalah kesan yang ingin dibentuk oleh seorang artis melalui media massa dengan cara membentuk citra dirinya. Semakin baik dan semakin sering citra diri tersebut ditampilkan, maka peluang untuk mendapatkan kesan yang diinginkan kepada orang lain di media

		<p>massa juga akan tercapai. Namun untuk membentuk citra dan mendapatkan kesan sesuai yang artis inginkan, sebelum artis tersebut melakukan wawancara dihadapan para wartawan, ada beberapa persiapan yang harus dilakukan seorang artis, diantaranya adalah artis tersebut tampil rapi, menarik dan merias diri, dll. Artis memahami sepenuhnya makna popularitas bagi dirinya dengan citra diri yang dibuat oleh artis tersebut dan orang-orang disekitarnya.</p>
--	--	---

Sumber: hasil olahan peneliti

Perbedaan jurnal penelitian dari Esther Meilany Pattipeilohy dengan penelitian peneliti terletak pada obyek yang diteliti dimana jurnal penelitian tersebut menjadikan beberapa artis sebagai informan, serta bagaimana artis tersebut membentuk citranya dari pemberitaan di media massa saat dihadapan wartawan saat melakukan wawancara selain itu penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif fenomenologis sedangkan penelitian peneliti menjadikan seniman lettering sebagai informan dan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus.

Persamaan jurnal penelitian Esther Meilany Pattipeilohy dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti tentang citra diri. Sehingga dari perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang, peneliti menjadikannya sebagai refrensi penelitian terdahulu untuk penelitian sekarang.

Jurnal penelitian dari Esther Meilany Pattipeilohy ini dalam memaparkan penelitiannya memiliki kekuatan dan juga kelemahan. Kekuatan dari penelitian terdahulu tersebut adalah teori yang digunakan cukup sesuai dengan penelitian yang dilakukannya sedangkan untuk kelemahandari penelitian tersebut adalah kurang dijelaskannya secara lebih jelas terkait tinjauan pustaka.

Penelitian terdahulu yang ketiga berjudul “Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Pembentukan Citra Diri (Studi Deskriptif pada anggota Escola Cultural Zunga Capoeira Surabaya)” dimana penelitian ini dilakukan oleh Yufan Irsahufany pada tahun 2017.

Tabel 2.3 Skripsi Yufan Irsahufany. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. 2017

Kajian Pustaka	Metode	Hasil
New Media, Media Sosial, Instagram, Citra, Citra Diri, Teori Presentasi Diri	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif	Hasil dari penelitian ini adalah tiap-tiap anggota dari Komunitas Escola Cultural Zunga Capoeira Surabaya memiliki akun media sosial Instagram pribadi yang dipergunakan untuk membentuk citra dirinya melalui berbagai kegiatan yang mereka lakukan. Dimana mereka merasa perlu dan menganggap media sosial Instagram sebagai media yang sangat efektif dalam menunjang kebutuhan-kebutuhan mereka dan untuk membentuk citra diri sesuai dengan yang diharapkan tiap-tiap anggota dari Komunitas Escola Cultural Zunga Capoeira Surabaya tersebut.

Sumber: hasil olahan peneliti.

Perbedaan penelitian yang dilakukan Yufan Irsahufany dengan penelitian peneliti adalah efektivitas Instagram sebagai sarana membentuk citra pada tiap-tiap anggota dengan teori presentasi diri dengan memilih antara lima strategi konstruksi presentasi diri dari Jones (1990) yang sesuai dengan

yang dibuat anggota tersebut sedangkan penelitian peneliti adalah pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi dalam membangun citra seorang seniman dengan konsep personal branding dan teori presentasi diri secara verbal dan non verbal.

Persamaan penelitian Yufan Irsahufany dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti tentang citra diri dengan memanfaatkan instagram selain itu teori yang digunakan juga memiliki kesamaan. Sehingga penelitian terdahulu ini dijadikan sumber referensi untuk penelitian sekarang.

Dilihat dari penjabaran isi penelitian dari Yufan Irsahufany memiliki kekuatan dan kelemahan didalamnya. Kekuatan dari penelitian terdahulu ini terletak pada penulisan bahasa yang mudah dipahami sedangkan kelemahan dalam penelitian ini adalah tidak adanya kesimpulan dari penelitian sehingga pembaca tidak bisa melihat dan tau kesimpulan dari penelitian terdahulu tersebut.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Citra

2.2.1.1 Pengertian Citra

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, citra merupakan kata benda yang berarti rupa, gambar(an), gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk. Ropingi el Ishaq (2017 : 160). Sedangkan menurut Jalaluddin Rakhmat dalam Ropingi el Ishaq (2017 : 161) citra adalah gambaran subyektif melalui realitas yang dapat membantu seseorang dalam menyesuaikan diri dengan realitas kongkret dalam pengalaman seseorang.

Sedangkan menurut Philip Kotler dalam Ropingi el Ishaq (2017 : 192) citra adalah,

“image is the set of beliefs, ideas, and impressions a person holds regarding an object. People’s attitude and actions toward an object are highly conditioned by that object image” (citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan seseorang terhadap suatu obyek tertentu. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu obyek ditentukan oleh citra obyek tersebut).

Sehingga dari beberapa definisi tentang citra atau *image* ini, dapat disimpulkan bahwa citra adalah gambaran, ide ataupun kesan yang dimiliki atau dilakukan seseorang terhadap obyek-obyek diantara adalah perusahaan, organisasi, ataupun benda dan produk.

2.2.1.2 Macam-macam Citra

Thomas W.J. Mitchel yang dikutip oleh Piliang dalam Ropingi el Ishaq (2017 : 163) membedakan bagian-bagian dalam citra, diantaranya; Citra Grafis (*graphic image*), adalah citra yang dibuat dengan berdasarkan apa yang dapat dilihat oleh mata secara nyata (*visual*) seperti gambar, foto, ilustrasi, lukisan, poster, film, video, Citra Optikal (*Optical Image*) yaitu citra refleksi (*mirror image*) dari sebuah obyek konkret pada sebuah cermin. Citra ini tidak nyata, Citra Perseptual (*Perceptual Image*) citra yang nampak secara visual dari suatu obyek namun citra ini ada didalam pikiran seseorang, Citra Mental (*Mental Image*) obyek yang nampak seperti visual dan ada dalam pikiran seseorang tapi tidak terlihat secara nyata, seperti ide, khayalan atau fantasia, mimpi, memori, Citra Verbal (*Verbal Image*) elemen yang bersifat linguistik seperti gambaran yang hadir ketika bahasa verbal digunakan, baik dalam bentuk deskripsi maupun metafora.

2.2.2 Citra Diri

Menggunakan citra tidak hanya dilakukan individu untuk perusahaan-perusahaan, organisasi ataupun produk saja. Nyatanya citra juga digunakan untuk memberikan kesan atau gambaran diri sendiri terhadap orang lain. Hal seperti ini biasa disebut dengan citra diri. Menurut Theo Riyanto (2010 : 53) citra diri adalah perwujudan diri. cara kita mewujudkan diri adalah mengembangkan talenta-talenta yang kita miliki. Citra diri terbentuk dari informasi, pengalaman, umpan balik dan kesimpulan yang dibuat diri sendiri dan citra diri terbentuk dari penilaian yang dibuat oleh diri kita sendiri. Citra diri adalah gambaran tentang siapa kita dan perwujudan atas diri kita sendiri yang nantinya akan membentuk kepribadian kita tentang bagaimana kita berpenampilan, bagaimana kita bersikap, bagaimana kita berbicara dengan orang lain. Cita diri digolongkan menjadi dua, yaitu:

Yang pertama, menurut Samuel S. Lusi (2010 : 59) citra diri positif dibangun diatas kesadaran sepenuhnya tentang adanya diri sejati dengan segala totalitas potensi dan talentanya. Dampak dari citra diri positif ini akan membawa individu dalam kehidupan yang lebih bahagia dan sukses. Mereka akan lebih percaya diri, lebih mudah dalam mengoptimalkan potensi yang dimiliki.

Kedua, menurut Samuel S. Lusi (2010 : 58) citra diri negatif adalah gambaran dari individu yang salah mengenal diri dan salah mendefinisikan dirinya. Mereka yang memiliki citra diri negatif menjadi salah dalam memperlakukan diri dan salah pula dalam menjalani hidup. Citra diri negatif ini membuat individu kurang percaya diri, merasa rendah diri, peragu, dll.

Membangun citra diri positif dapat dilakukan dengan *Personal Branding*. Menurut Timothy P.O' Brien, penulis buku *The Power of Branding* (2007) dalam Dewi Haroen (2014 : 13) mengatakan bahwa "*personal brand* adalah identitas pribadi yang mampu menciptakan sebuah respon emosional terhadap orang lain mengenai kualitas dan nilai yang dimiliki orang tersebut." Senada dengan itu, penjelasan yang tidak berbeda jauh juga sudah pernah dituliskan. *Image* yang kuat dan jelas dan melekat pada benak klien adalah sebuah *personal brand* (Montoya, 2009).

Dengan tujuan dari melakukannya personal branding ini agar khalayak bisa mengenal dan memberikan pandangan positif kepada kita dan berakhir dengan kepercayaan akan kita sehingga mereka mau menggunakan barang atau jasa kita. Terdapat 3 dasar penguat yang harus dimiliki dalam melakukan personal branding. McNally & Speak (2004) menuliskan 3 hal tersebut adalah :

Kekhasan, *Personal brand* yang kuat akan menampakkan dengan jelas sesuatu yang khas yang membedakan satu dengan yang lainnya. Kekhasan ini bisa dalam bentuk penampilan secara fisik, karakter atau kepribadian, dan keahlian yang dimiliki.

Relevansi, kesesuaian antara apa yang dianggap penting oleh orang lain dengan personal brand yang kita buat. Dengan relevansi tersebut akan menimbulkan respon positif. Namun jika relevansi tersebut sama sekali tidak sesuai maka akan sulit membuat persepsi positif dalam menguatkan brand.

Konsisten, membentuk personal brand yang kuat biasanya dilakukan secara terus-menerus dan secara konsisten dan jelas. Hal ini berguna agar pembentukan personal branding tidak menjadi bias. Sehingga jelas citra yang dibuat seperti apa.

2.2.3 Teori Presentasi Diri

Toeri Presentasi Diri ialah gambaran dari apa di dalam diri seseorang yang di tunjukkan kepada orang lain. Teori ini digagas oleh seorang Sosiolog Erving Goffman yang menganggap atau menggambarkan

bahwa kehidupan seperti didalam pertunjukkan drama. Situasi yang terdapat didalamnya adalah panggung drama dan orang yang bermain disebut aktor. (Morissan, 2013 : 123). Presentasi diri ini dilakukan untuk mengorganisir tingkah laku individu agar orang lain bisa terkesan dengan individu tersebut. Menurut Goffman (1975) dalam Morissan (2013: 124) “Self-presentation is very much a matter of impression manajement” (presentasi diri sangat terkait dengan pengelolaan kesan). Jadi presentasi diri dilakukan oleh seseorang agar orang lain memberikan kesan bahwa orang tersebut sangat hebat. Dari sini dapat disimpulkan “bahwa peran atau karakter yang dipilih seseorang bukanlah sesuatu yang sepele namun betul-betul menentukan diri seorang komunikator ketika ia berhubungan dengan orang lain.” (Morissan, 2013 : 125)

Pemaknaan atau kesan yang diberikan individu terhadap penampilan individu bersifat mana suka, situasional dan serba mungkin. Presentasi sosial merupakan peran yang dimainkan seseorang yang terbentuk dari kontruksi sosial dalam interaksi sosial. Menurut Goffman dalam Kriyantono (2017 : 219) proses dari presentasi diri dikenal juga dengan teori impression management. Teori manajemen impresi (impression management) menyebutkan bahwa dalam interaksi sosial setiap individu berupaya menampilkan gambaran dirinya didepan orang lain. Karena teori ini terkait langsung dengan cara mempresentasikan diri, maka Rosenfeld, Giacalone & Riordan (1994) dalam Kriyantono (2017 : 220) menyebutnya sebagai teori presentasi diri. komunikasi digunakan dalam mengelola impresi orang lain terhadap individu (Goffman, 1959). Ada dua bagian didalamnya yaitu komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Karena individu ibaratkan sebagai seorang aktor drama, jadi individu tersebut harus berusaha mengontrol situasi dan isi dari situasi yang melibatkan mereka. Dalam interaksi sendiri, simbol secara verbal dan nonverbal menghasilkan dua jenis pesan yaitu : *expression given on* (pesan yang sengaja disampaikan) dan *expression given off* (pesan yang tidak disampaikan).

Expression given on lebih merujuk kepada simbol verbal dan disebut sebagai wilayah depan, dalam pertunjukan drama berarti panggung depan. Dimana wilayah depan atau panggung depan ini berisikan tentang bagaimana individu berpenampilan ataupun bergaya di hadapan orang lain. Biasanya perilaku dipanggung depan ini mengikuti aturan-aturan dan norma-norma yang berlaku dimasyarakat seperti cara berpenampilan atau berpakaian, cara makan, cara bertingkah laku, dll. Wilayah depan atau

panggung depan sendiri terdiri dari personal front dan setting. Personal front adalah alat-alat atau perlengkapan yang menunjang individu tersebut dan dianggap khalayak semua perlengkapan yang harus dimiliki. Setting merupakan situasi fisik yang harus ada ketika individu merencanakan suatu kegiatan atau pertunjukan.

Expression given off biasa disebut sebagai wilayah belakang atau panggung belakang dimana biasanya menggunakan simbol non verbal. *Expression given off* sendiri merujuk pada pesan yang sengaja disembunyikan dari hadapan orang lain. Tapi dimungkinkan masyarakat atau khalayak dapat menerima makna tersebut meskipun individu itu tidak sengaja melakukan atau mengekspresikannya dikarenakan untuk mengontrol simbol nonverbal cukup sulit. Panggung belakang ini memungkinkan si aktor untuk menyiapkan diri agar dapat berperan dengan baik didepan orang atau panggung depan.

2.2.4 Media Komunikasi

Media berasal dari bahasa latin, yaitu Medium (media, jamak; medium, tunggal), namun secara harfiah media diartikan sebagai perantara, penyampaian atau penyalur. Menurut Ropingi el Ishaq (2017 : 120) media adalah saluran yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Dengan kata lain media digunakan dalam berbagai aspek untuk mempermudah komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan. pada zaman dahulu sebelum teknologi berkembang sangat pesat seperti sekarang ini, media yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada individu ataupun kelompok masyarakat adalah melalui kentongan, atau sandi.

Namun sekarang media komunikasi sudah berkembang dengan melalui surat kabar, radio ataupun televisi. Media cetak ataupun audio visual sendiri sudah banyak digunakan oleh banyak orang dari berbagai kalangan. Seperti contoh seorang politisi yang ingin menyampaikan visi misi saat kampanye, politisi tersebut dapat menggunakan spanduk sebagai salah satu cara menyampaikan visi misinya. Dimana visi misi politisi tersebut adalah pesan dan spanduk adalah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut. Lalu bisa melalui radio ataupun televisi ataupun melalui internet.

Perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat membuat media komunikasi juga mengalami perkembangan. Orang-orang mulai mengikuti perubahan tersebut dan berganti dari media tradisional seperti

tulisan, media cetak seperti koran, majalah, radio dan televisi ke konvergensi media. Menurut Ropingi el Ishaq (2017 : 143) konvergensi adalah kata yang dipakai dalam perkembangan teknologi digital dalam bentuk integrasi teks, angka, bayangan dan suara serta unsur-unsur yang berbeda dalam media. Atau yang biasa disebut “compunication” yaitu gabungan dari media-media komunikasi yang diantaranya seperti teks, koran, majalah, radio, televisi dengan komputer. Pada konvergensi media ini masyarakat disebut sebagai masyarakat informasi, dimana masyarakat mulai menjadikan informasi sebagai sarana utama dalam bekerja. Anual Report oleh American Markle Foundation dalam Ropingi el Ishaq (2017 : 143) menggambarkan masyarakat ini:

“konvergensi media telah mengubah komunikasi... pada saat layanan baru yang semakin luas dapat dicapai, maka semuanya itu telah mengubah cara kita hidup dan bekerja, mengambil persepsi, keyakinan dan lembaga-lembaga kita. Penting sekali kita memahami semua dampak ini untuk mengembangkan sumber daya elektronik kita untuk kepentingan masyarakat.”

Dengan munculnya konvergensi media ini membuat perkembangan internet semakin pesat, sehingga banyak muncul seperti forum, wikipedia, blog bahkan media sosial seperti facebook, twitter dan juga instagram.

2.2.5 Instagram

Instagram adalah media sosial yang dikhususkan untuk *mobile device*. Awal kemunculan Instagram, jejaring sosial ini digunakan untuk sistem iOS namun sekarang pengguna android juga bisa menikmatinya. Instagram merupakan aplikasi yang digunakan untuk membagikan berbagai kegiatan seseorang melalui foto dengan menampilkan efek foto atau filter secara digital ataupun video. Aplikasi ini pertama kali dirilis khusus untuk *Apple App Store* pada tanggal 06 Oktober 2010. Awal terbentuknya Instagram ini atas dasar gagasan dari 2 orang yang dulunya pernah bekerja di Twitter dan Google. Ia adalah Kevin Systrom dan Mike Krieger. Instagram sendiri terdiri dari menu; Homepage dimana setiap aktivitas dari pemilik akun dan following akan muncul di homepage, Pencarian digunakan untuk melihat foto-foto atau video dari orang lain tanpa mengikuti orang tersebut, Menu like, dimana kita bisa melihat aktivitas dari following yang kita miliki seperti foto atau video apa saja yang following kita lihat,

Menu profil adalah menu aktivitas sendiri yang menampilkan foto *profile*, bio, *feeds* yaitu foto atau video yang pernah diunggah bisa dibidang feed adalah *gallery* pemilik akun dan foto atau video ditandai serta sorotan cerita dari *story* yang dibuat lalu disimpan.

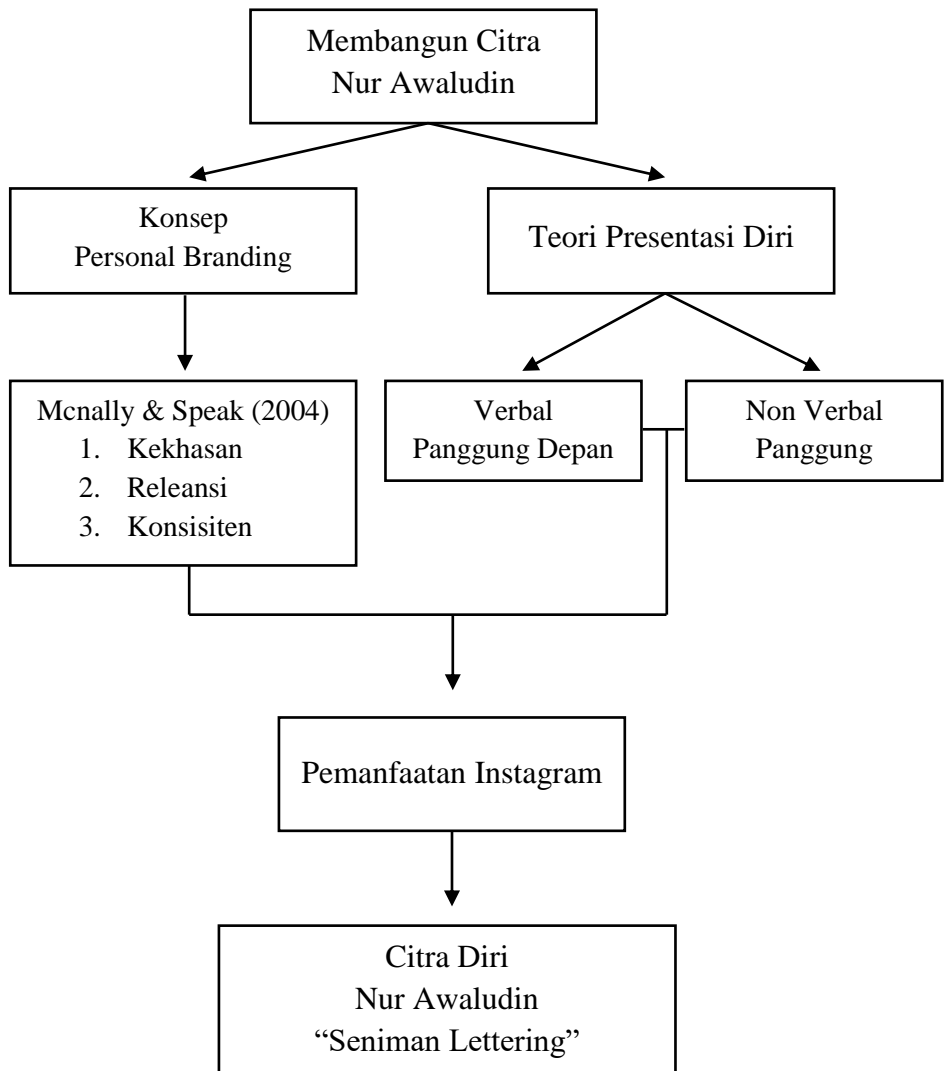
Seiring dengan semakin berkembangnya Instagram, sekarang ini pengguna instagram tidak hanya bisa mengunggah foto ataupun video karena mulai banyaknya fitur-fitur baru yang disajikan. Fitur-fitur yang ada baru tersebut *Instastory*, dimana status yang dibuat akan bertahan 24 jam saja dan hanya si pengguna yang tahu siapa saja yang melihat story tersebut. Dari *instastory* pun terdapat beberapa fitur lain seperti boomerang, *live Instagram* , mundur, *hands-free* dan teks. Selain itu juga ada fitur baru yaitu IG-TV dimana pengguna Instagram bisa membuat channel atau siaran sendiri.

2.2.6 Seni *Lettering*

Seni adalah salah satu cara sederhana dalam berkomunikasi. Orang-orang bebas mengekspresikan semua yang mereka inginkan lewat seni. Karena dari sebuah karya seni terdapat pesan yang tersirat didalamnya. Salah satu seni yang sedang banyak diminati sekarang ini adalah *Lettering*. *Lettering* adalah seni menggambar huruf. Dimana elemen utama dalam membuat karya seni ini adalah semua huruf abjad dari huruf A hingga Z sehingga visualnya terlihat sangat menarik. M. Dini Handoko (2017 : 1). Proses awal dalam membuat *handlettering* adalah dengan membuat sketsa terlebih dahulu, prosesnya dibuat secara manual menggunakan alat-alat seperti pensil, penghapus, penggaris dan kertas terlebih dahulu, setelah sketsa selesai bisa tambahkan dengan cat, pensil warna, spidol, *drawing pen*, atau yang lainnya. Sehingga hasil dari *hand lettering* sendiri menjadi lebih otentik.

Seni *handlettering* dikerjakan secara manual sehingga biasa disebut sebagai *handlettering*. Media yang digunakan dalam membuat *handlettering* sendiri biasanya menggunakan kertas. Namun seiring perkembangan teknologi dan semakin kreatifnya para seniman *lettering* ini media yang digunakanpun semakin beragam, tidak hanya menggunakan kertas namun sekarang *handlettering* bisa diaplikasikan dengan memanfaatkan media dinding, tas, kaos, dll.

2.3 Kerangka Dasar Pemikiran



Gambar : 2.1 Kerangka Pemikiran
Sumber : Hasil Olahan Peneliti