

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Media Sosial

Internet dapat menghubungkan orang dari berbagai belahan dunia baik itu yang belum mengenal atau yang sudah mengenal, baik itu dari suku, rasa atau agama yang berbeda, semuanya dapat berkomunikasi langsung melalui media internet. Seperti yang diungkapkan oleh Tracy (1997: 2) "...internet adalah semacam jagad raya yang terus menerus berkembang memiliki geografi, 'cuaca', dan budaya sendiri. Dalam dunia *cyberini*, berbagai orang dalam penjuru dunia berkomunikasi melalui zona waktu yang berbeda tanpa saling bertatap muka, dan informasinya tersedia 24 jam sehari dari ribuan tempat".

Salah satu bentuk baru dalam berkomunikasi yang ditawarkan salam dunia internet adalah media sosial. Dimana dengan menggunakan media sosial dalam internet, pengguna bisa meluaskan perkataan atau pun hal yang dia alami. Seperti yang diutarakan oleh Kaplan dan Haenlein (dalam Curran dan Lennon, September: 2011), media sosial adalah "sebuah kelompok jaringan yang berbasiskan aplikasi dalam internet yang dibangun berdasar teknologi dan konsep web 2.0, sehingga dapat membuat pengguna (*users*) menciptakan dan mengganti konten yang disebar".

Istilah "web 2.0" digunakan secara khusus untuk menjelaskan teknologi semacam *wikis*, *weblogs*, dan media internet lainnya. Web 2.0 penting untuk media sosial karena mampu mempercepat pertumbuhan dari media sosial.

Karjaluoto (2008:2) mengungkapkan bahwa istilah media sosial menggambarkan sebuah media sehingga para pengguna dapat dengan mudah

berpartisipasi dan memberi kontribusi di dalam media tersebut. Karakteristik umum yang dimiliki setiap media sosial yaitu adanya keterbukaan dialog antar para pengguna. Sosial media dapat dirubah oleh waktu dan diatur ulang oleh penciptanya, atau dalam beberapa situs tertentu, dapat diubah oleh suatu komunitas. Selain itu sosial media juga menyediakan dan membentuk cara baru dalam berkomunikasi.

Seperti diketahui, sebelum muncul dan populernya media sosial, kebanyakan orang berkomunikasi dengan cara sms atau lewathandphone. Namun sekarang dengan adanya media sosial, orang cenderung berkomunikasi lewat layanan obrolan (*chat*) atau berkirim pesan lewat layanan yang tersedia di media sosial.

Salah satu jenis media sosial menurut Karjaluoto (2008: 4) adalah Jejaring Sosial (*social networks*), yaitu komunitas virtual yang memungkinkan pengguna (*users*) untuk berkoneksi dengan pengguna (*users*) yang lainnya. Beberapa situs jejaring sosial dibuat untuk memperluas jaringan kelompok (contohnya *Facebook*), sementara yang lainnya dibuat berdasarkan wilayah tertentu saja (contohnya *LinkedIn*). Salah satu media sosial yang cukup populer yaitu jejaring sosial. Jejaring sosial merupakan struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga.

2.2 *Instagram*

2.2.1 Pengertian *Instagram*

Instagram ialah kata yang berasal dari ‘ Insta ‘atau bisa juga ‘Instan‘ mengapa *Instagram* itu berasal dari kata Insta atau Instan ? Hal ini dikarenakan *Instagram* ialah cara untuk berfoto dan membagikan foto anda kepada teman-teman terdekat anda secara mudah dan instan. Mengapa dibilang mudah ? Karena di *Instagram* ada fitur kamera polaroid nya yang berfungsi untuk foto dan membagikan foto itu ke teman-teman beserta pengikut *Instagram*. Dan Kata ‘Gram‘ mempunyai arti yaitu kata yang berasal dari kata ‘Telegram‘ yang mempunyai makna seperti telegram. Mengapa seperti telegram ?karena telegram sangat cepat di dalam mengirimkan informasi kepada seseorang. Begitu pula dengan *Instagram*, di *Instagram* kita dapat mengirimkan Informasi berupa foto kepada seseorang.

Instagram sendiri ialah Suatu jejaring sosial yang mempunyai tujuan untuk membantu penggunanya untuk membagikan foto kepada pengguna lainnya. *Instagram* sendiri masih berfokus kepada pengguna Android, Iphone, Ipad, Ipad dan Gadget yang mempunyai OS 3.2 untuk pengguna di komputer masih belum sempurna. Karena *Instagram* dibuat hanya untuk pengguna gadget saja.



Gambar 2.1 Logo *Instagram*

Instagram awal mulanya dibentuk oleh perusahaan Burb INC, perusahaan Burb INC adalah sebuah perusahaan yang mempunyai visi dan misi dalam membuat aplikasi untuk gadget. Awal mula terbentuknya perusahaan Burb INC, perusahaan itu hanya banyak melakukan pembuatan aplikasi untuk gadget.

Instagram juga berawal dari Programmer dan sekaligus CEO nya yaitu Mike Krieger dan Kevin Systrom, mereka berdua merupakan salah satu atau salah dua orang terpenting di dalam berdirinya *Instagram*. Jika tidak ada mereka maka *Instagram* pun tidak ada. *Instagram* didirikan bersama Burb INC di awal tahun 2010 sekitar di bulan januari. Setelah melewati masa 10 bulan setelah di buat *Instagram* mempunyai lebih dari 7 juta pengguna aktif (Informasi ini saya dapatkan dari situs terpercaya). *Instagram* juga mempunyai komunitas pengguna *Instagram* di indonesia, mereka menamai diri mereka sebagai IPhonesia. IPhonesia merupakan singkatan dari *I Device Photographer Indonesia*, Komunitas IPhonesia ini terbentuk pada tahun 2011 lebih tepatnya pada tanggal 12 januari 2011.

Instagram mempunyai beberapa fitur yang memudahkan para penggunanya, Diantaranya:

1. Fitur *Follow ers* atau Pengikut, Fitur ini merupakan fitur yang sangat amat disukai untuk para pengguna *Instagram*. Fitur ini bertujuan untuk mengikuti akun *Instagram* seseorang atau pun akun *Instagram* anda yang diikuti seseorang. Semakin banyak pengikut anda di *Instagram*, maka akun *Instagram* anda akan semakin populer dan dikenal banyak orang.
2. Fitur Efek untuk Foto, Fitur ini juga tidak kalah bagus yang terdapat di *Instagram*. Fitur ini mempunyai kegunaan hampir sama dengan aplikasi

mengedit foto untuk terlihat lebih bagus yang sekarang sangat terkenal yaitu Camera 360. Fitur efek foto *Instagram* ini hampir sama dengan Camera 360. Hanya saja yang membedakan lebih bagus Camera 360.

3. Fitur Bagikan Foto, Fitur ini berfungsi untuk membagikan foto-foto anda kepada pengikut anda di *Instagram*. ini merupakan fitur yang sangat utama di *Instagram*.
4. Fitur *Share* Untuk membagikan foto kepada Media Sosial lain, Fitur ini mempunyai kegunaan yaitu untuk membagikan foto dari *Instagram* ke media sosial atau jejaring sosial lain seperti *Facebook*, *Twitter*, Dll.
5. Fitur Suka Foto, Fitur ini berguna untuk menyukai foto yang terdapat di akun *Instagram* anda maupun di akun *Instagram* teman anda atau akun *Instagram* yang anda ikuti.
6. Fitur Halaman Populer di *Instagram*, Fitur ini untuk mengetahui foto-foto apa saja yang sedang populer dan paling banyak disukai oleh pengguna *Instagram*.
7. Anda bisa langsung melihat fitur-fitur *Instagram* lainnya dengan cara membuat akun baru atau masuk dengan akun yang sudah ada lewat aplikasi *Instagram* maupun lewat [Situs Resmi Instagram](#).

2.2.2 Syarat dan Ketentuan Penggunaan *Instagram*

Instagram juga mempunyai syarat dan ketentuan beserta peraturan untuk para pengguna *Instagram*, yaitu :

1. Anda harus berumur 13 tahun keatas atau lebih dari 13 tahun, Karena jika belum berumur 13 tahun anda tidak diperbolehkan mempunyai *Instagram*.
2. Anda tidak boleh menggunakan *Instagram* untuk tindakan yang ilegal dan melanggar undang-undang. Seperti mengejek pengguna *Instagram* lainnya.

3. Anda tidak boleh membuat akun palsu di *Instagram*.
4. Anda tidak boleh mempunyai DNS (Domain Name Service) yang mempunyai kata '*Instagram*' nya.
5. Anda tidak membagikan kata sandi atau password akun *Instagram* anda kepada teman-teman anda.
6. Anda juga bisa baca peraturan dan syarat lainnya di [Terms Of Use Instagram](#)

Jika anda sudah memenuhi peraturan dan syarat diatas, anda baru diperbolehkan mempunyai akun *Instagram* dengan cara mendaftarnya. Jika anda belum mengetahui cara mendaftar *Instagram* , di artikel kali ini saya juga akan memberitahunya. cara-cara mendaftarnya yaitu :

- a. Mempunyai *Gadget Android* atau *IPhone* atau *Ipod* atau *Gadget* yang mempunyai OS 3.2
- b. Terlebih dahulu harus mengunduh aplikasi *Instagramnya*, Unduh aplikasi *Instagram* dari Situs Resmi *Instagram* atau dari *Google Play* atau bisa juga dari *Play Store* dan *App Store*.
- c. Mempunyai aplikasi *Instagram* langkah selanjutnya ialah buka aplikasi *Instagram* tersebut.
- d. Cari tombol 'Daftar' atau 'Register' atau jika anda ingin mendaftar menggunakan akun *Facebook* juga bisa.
- e. Setelah itu isikan informasi anda di *Form Pendaftaran Instagram*.
- f. Setelah itu anda tunggu proses *loading* atau memuat nya selesai dan cari teman anda di *Instagram*.
- g. *Lalu follow* beberapa akun teman anda di *Instagram*
- h. Dan akun *Instagram* anda telah resmi dibuat.

- i. Jangan lupa untuk mengonfirmasi akun *Instagram* anda dengan menggunakan email anda. karena jika tidak di konfirmasi akun *Instagram* anda bisa ditangguhkan atau diblokir.

Setelah melakukan [instalasi aplikasi atau software *Instagram*](#) dan [mendaftar di *Instagram*](#), selanjutnya kita bisa memulai untuk membagi atau *sharing* foto di *Instagram*.

2.2.3 Aplikasi Intstagram

1. Home

Halaman *Home* adalah tempat semua postingan dari teman-teman yang kita *follow* dan postingan milik kita sendiri. Kita bisa berinteraksi dengan postingan tersebut, yaitu dengan memberi *like*, memberi komentar, ataupun melaporkannya. Khusus untuk *like* bisa juga dilakukan dengan *double tapping* pada suatu foto. Dalam berkomentar kita bisa menambahkan *hashtag* dan nama *user* lain.



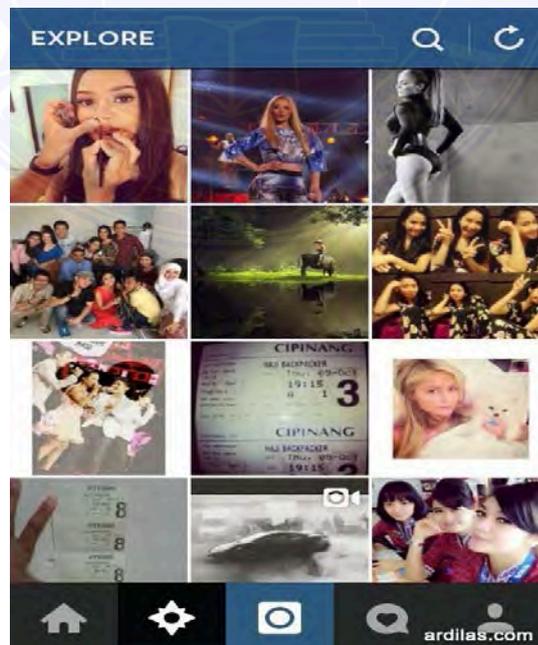
Gambar 2.2 Home

Hashtag memudahkan pengguna *Instagram* untuk mengelompokkan foto dalam suatu label. Jika ada pengguna lain yang menggunakan *hashtag* yang sama hal tersebut pasti lebih menyenangkan. Selain *hashtag* kita juga bisa menandai teman atau pengguna lain dengan men-tag namanya.

Kita bisa melihat waktu dari suatu postingan, yaitu dengan melihat kode di kanan atas. Ada beberapa kode waktu, diantaranya h (*hour*) = jam, d (*day*) = hari, w (*week*) = minggu, dan kode lainnya. Selain memposting foto kita di publik, kita juga bisa memposting foto di orang tertentu saja. Juga bisa disebut sebagai pesan. Hanya orang tertentu yang kita pilih sebagai orang yang bisa melihat foto kita.

2. *Explore*

Explore tampil postingan foto dan video yang populer di jagat *Instagram*. Seringkali, Anda tidak kenal siapa pengunggah foto dan video tersebut.



Gambar 2.3

Di sebelah tombol Home terdapat tombol *Explore*. Di *Explore* terdapat beberapa postingan dari beberapa *user* yang kita kenal maupun postingan yang populer di negara kita.

3. Camera

Camera merupakan alat utama dalam *Instagram*.



Gambar 2.4. Kamera

Tombol paling tengah adalah tombol Camera, setelah kita menekan tombol Camera kita diberi 2 pilihan antara memilih foto di gallery atau foto jepretan baru. Jangan lupa untuk [mengedit foto yang akan kita publis di Instagram](#). Di dalam ruang Camera ini, selain digunakan sebagai kamera pengambil gambar juga terdapat fungsi lain yaitu perekam video.

4. News

News bertujuan untuk mengetahui siapa aja yang *ng'like* atau *comen* postingan kita. Jika ingin *ngelike feeds* seseorang, tinggal *double-tap* foto itu atau klik tanda *love* di *uname* si dia.



Gambar 2.5. News

Selanjutnya tombol *News* [Gambar 2.5], di dalamnya terdapat 2 tab: *Following* Tab dan *News* Tab. Di *News* Tab berisi tentang pemberitahuan-pemberitahuan baru seperti kegiatan dari user yang kita *follow* ataupun dari *follower* kita yang baru.

5. Profil



Gambar 2.6 Profil

Tombol yang terakhir adalah **Profil** [Gambar 2.6], disini kita bisa melihat berapa jumlah total postingan, pengikut, dan *user* yang kita ikuti. Terdapat juga tombol *Edit your profil* untuk mengganti informasi tentang profil kita. Selain itu ada 4 tombol lagi di Profil yang memperlihatkan tentang semua postingan yang berkaitan dengan kita.

2.3 Persepsi

2.3.1 Definisi Persepsi

Istilah persepsi diartikan dengan makna pendapat, pandangan dan sebagainya. Namun sebenarnya istilah persepsi memiliki pengertian yang lebih mendalam tidak hanya sekedar bermakna pendapat pandangan saja. Secara umum yang dimaksud dengan persepsi pada dasarnya adalah suatu penglihatan atau penggambaran terhadap suatu objek yang dilakukan seseorang. Hal ini juga dikatakannya Soemanto (1990: 23) yang mengemukakan bahasa persepsi merupakan bayangan yang menjadi kesan yang dihasilkan pengamatan.

Thoha (1998:138), mengatakan bahwa persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik melalui penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Persepsi merupakan penafsiran yang unik terhadap situasi dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi. Yang dimaksud dengan proses kognitif di atas adalah proses atau kegiatan mental yang sadar seperti berfikir, memahami, dan kegiatan persepsi mental seperti sikap, kepercayaan dan pengharapan yang kesemuanya merupakan faktor yang menentukan perilaku.

Definisi persepsi juga diartikan oleh Indrawijaya (1989:245) “sebagai suatu penerimaan yang baik atau pengambilan inisiatif dari proses komunikasi, jadi persepsi adalah dasar proses kognitif atau proses psikologis”.

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (sensori stimuli). Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas, sensasi adalah bagian dari persepsi (Desiderato, 1976 : 129).

2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Robbins (2001 : 289) mengemukakan bawasanya ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi persepsi yaitu :

a. Pelaku persepsi

Bila seseorang memandang suatu objek dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya dan penafsiran itu sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi dari perilaku persepsi individu itu.

b. Target atau objek

Karakteristik-karakteristik dan target yang diamati dapat mempengaruhi apa yang di persepsikan. Target tidak dipandang dalam keadaan terisolasi, hubungan suatu target dengan latar belakangnya mempengaruhi persepsi kecenderungan kita untuk mengelompokkan benda-benda yang berdekatan atau mirip.

c. Situasi

Dalam hal ini penting melihat konteks objek atau peristiwa sebab unsur-unsur lingkungan sekitar mempengaruhi persepsi kita.

Menurut Thoha (1998 : 141) dalam persepsi ada beberapa subproses yang dapat dipergunakan sebagai bukti bahwa sifat itu merupakan hal yang kompleks dan interaktif, yaitu :

a. Stimulus atau situasi yang terjadi

Persepsi terjadi diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu situasi atau suatu stimulus. Situasi yang dihadapi itu mungkin bisa berupa stimulus penginderaan dan lingkungan atau berupa bentuk lingkungan sosiokultural dan fisik yang menyeluruh.

b. Registrasi

Dalam masalah registrasi suatu gejala yang nampak adalah mekanisme fisik yang berupa penginderaan dan syarat seseorang terpenuhi, kemampuan fisik untuk mendengar dan melihat akan mempengaruhi persepsi. Dalam hal ini seseorang mendengar atau melihat informasi terkirim padanya. Mulailah ia mendaftar semua informasi yang terdengar atau terlihat padanya.

c. Interpretasi

Merupakan aspek kognitif dari persepsi yang amat penting. Proses interpretasi ini tergantung pada cara pendalaman (*learning*), motivasi, dan kepribadian seseorang. Akan berada dengan orang lain. Oleh karena itu interpretasi terhadap suatu informasi yang sama, akan berbeda antara satu orang dengan orang lain.

d. Umpan balik

Sub proses ini dapat mempengaruhi persepsi seseorang setelah apa yang dilihat, didengar, dan dirasakan.

2.4 Teori Interaksi Simbolik

Defenisi Teori Interaksi Simbolik Istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh Herbert Blumer dalam lingkup sosiologi, sebenarnya ide ini telah dikemukakan oleh George Herbert Mead (guru Blumer) yang kemudian dimodifikasi oleh Blumer untuk tujuan tertentu. Karakteristik dasar ide ini adalah suatu hubungan yang terjadi secara alami antara manusia dalam masyarakat dan hubungan masyarakat dengan individu. Interaksi yang terjadi antar individu berkembang melalui simbol-simbol yang mereka ciptakan.

Joel M. Charon (dalam Efendy, 2007:390) dalam bukunya "*Symbolic Interactionism*" mendefinisikan interaksi sebagai "aksi sosial bersama, individu-individu berkomunikasi satu sama lain mengenai apa yang mereka lakukan dengan mengorientasikan kegiatannya kepada dirinya masing-masing".

Blumer (Efendy, 2007 : 393) mengawali pemikirannya mengenai interaksi simbolik dengan tiga dasar pemikiran penting sebagai berikut :

1. Manusia berperilaku terhadap hal-hal berdasarkan makna yang dimiliki hal-hal tersebut baginya.
2. Makna hal-hal itu berasal dari, atau muncul dari, interaksi sosial yang pernah dilakukan dengan orang lain.
3. Makna-makna itu dikelola dalam, dan diubah melalui, proses penafsiran yang dipergunakan oleh orang yang berkaitan dengan hal-hal yang di jumpainya.

Salah satu pendapat Blumer yang dipaparkan oleh K.J. Veegers dalam bukunya "realitas sosial" adalah konsep interaksi sosial. Interaksi berarti pemindahan perilaku yang terlibat secara mental kedalam posisi orang lain.

Dengan demikian, mereka mencoba mencari makna yang oleh orang lain diberikan kepada aksinya memungkinkan terjadinya komunikasi atau interaksi.

Jadi, interaksi tidak hanya berlangsung melalui gerak-gerak secara fisik saja, melainkan melalui lambang-lambang yang maknanya perlu dipahami. Dalam interaksi simbolik seseorang mengertikan dan menafsirkan gerak-gerak orang lain dan bertindak sesuai makna yang dikandungnya.

2.5 Remaja

2.5.1 Definisi Remaja

Remaja merupakan salah satu tahapan pertumbuhan dan perkembangan dalam siklus kehidupan manusia. Remaja merupakan fase pertumbuhan dan perkembangan ketika seseorang berada pada rentang usia 11–18 tahun (Hurlock, 2008). Pertumbuhan adalah bertambahnya ukuran sel dalam tubuh sehingga tubuh lebih besar atau tinggi. Perkembangan adalah proses bertambahnya kematangan seseorang dalam pengetahuan, watak, serta cara pandang seseorang. Setiap manusia dalam siklus kehidupannya akan menghadapi proses pertumbuhan dan perkembangan yang berbeda. Seperti tugas perkembangan pada anak usia sekolah berbeda dengan tugas perkembangan pada remaja.

Menurut Anna Freud (1969 dalam Santrock, 2010) remaja akan mengalami perubahan yang berhubungan dengan perkembangan psikoseksual, orangtua dan cita – cita mereka yang mengakibatkan timbulnya berbagai masalah dalam diri mereka. Remaja adalah masa transisi, artinya masa peralihan diantara periode anak-anak dan dewasa (Sudrajat, 2008). Masa remaja adalah masa peralihan dari ketidakmatangan pada masa anak-anak menuju kematangan pada masa dewasa. Masa remaja merupakan periode transisi yang meliputi segi-

segibiologis, fisiologis, social, dan ekonomis yang didahului oleh perubahan fisik (bentuk tubuh dan proporsi tubuh) maupun fungsi fisiologis (kematangan organ - organ seksual).

Menurut Mu'tadin (2002), *adolescence* adalah waktu “*storm and stress*”. Hal ini menjelaskan bahwa remaja adalah masa yang penuh dengan “badai dan tekanan jiwa”. Hal tersebut yang menjelaskan perubahan-perubahan yang terjadi pada masa remaja akan menyebabkan kesedihan dan kebingungan (konflik) pada seseorang, serta menimbulkan konflik dengan lingkungannya.

Perubahan pada remaja terjadi pada berbagai level. Pada level individual termasuk maturasi aspek biologis, pengembangan kognitif dan pengembangan psikologik. Perubahan juga terjadi pada konteks social seperti dalam keluarga, teman bermain (*peer group*), sekolah, dan tempat kerja (Hockenberry, et al, 2003).

2.5.2 Klasifikasi Masa Remaja

Remaja pada umumnya dibagi menjadi tiga tingkatan yaitu remaja awal (11-15 tahun), remaja menengah (16-18 tahun), dan remaja akhir (19-20 tahun). Seorang remaja mencapai tugas-tugas perkembangannya dapat dipisahkan ke dalam tiga tahap secara berurutan (Marcia, 1991 dalam Sprinthall & Collins, 2002) :

a. Masa remaja awal

Remaja awal adalah remaja dengan usia 11–14 tahun. Tugas-tugas perkembangan yang harus diselesaikan pada masa ini adalah penerimaan terhadap keadaan fisik dirinya dan menggunakan tubuhnya secara lebih efektif. Hal ini karena remaja pada usia tersebut mengalami perubahan-perubahan fisik yang sangat drastis, seperti pertumbuhan tubuh yang meliputi tinggi badan, berat badan,

panjang organ–organ tubuh, danperubahan bentuk fisik seperti tumbuhnya rambut,payudara, panggul, dan sebagainya.Pada masa remaja awal, memiliki karakteristiksebagai berikut:

1. Lebih dekat dengan teman sebaya
2. Ingin bebas
3. Lebih bayak memperhatikan keadaan tubuhnya dan mulai berpikir abstrak

b. Masa remaja menengah

Pada masa remaja menengah atau madya, adalahremaja dengan usia sekitar 16–18 tahun. Tugasperkembangan yang utama adalah mencapai kemandiriandan otonomi dari orang tua, terlibat dalam perluasanhubungan dengan kelompok sebaya dan mencapaikapasitas keintiman hubungan pertemanan.

Karakteristikpada remaja menengah adalah sebagai berikut :

1. Mencari identitas diri
2. Timbulnya keinginan untuk kencan
3. Mempunyai rasa cinta yang mendalam
4. Mengembangkan kemampuan berpikir abstrak : remajausia menengah pada umumnya mengembangkankapasitas untuk berpikir abstrak, menikmati kekuatanintelektual dan perhatian pada filosofi, politik, danmasalah sosial.
5. Berkhayal tentang aktifitas seks

Hubungan antara remaja dengan keluarganyaterdapat konflik mengenai kebebasan atau kemandirian dankontrol. Pertumbuhan dan perkembangan identitas remajausia ini dimodifikasikan dengan *body image*, sangat focus pada dirinya dan mempunyai banyak impian.Remaja usia menengah juga sangat

tergantung pada penerimaan dirinya di *peer group* yang sangat dibutuhkan untuk identitas dirinya dalam membentuk gambaran diri.

Konsep diri yang impulsif dan kebingungan dalam mencari identitas juga muncul pada remaja usia ini.

c. Masa remaja akhir

Masa remaja akhir adalah masa remaja dengan usia 18 – 20 tahun. Tugas perkembangan utama pada tahap ini adalah mencapai kemandirian seperti yang dicapai pada remaja menengah, namun lebih berfokus pada persiapan diri untuk terlepas dari orang tua, membentuk pribadi yang bertanggung jawab, mempersiapkan karir ekonomi, dan membentuk ideology pribadi yang di dalamnya juga meliputi penerimaan terhadap nilai dan sistem etik. Pada tahap remaja akhir, karakteristiknya adalah sebagai berikut:

1. Pengungkapan identitas diri
2. Lebih selektif dalam mencari teman sebaya
3. Mempunyai citra jasmani dirinya
4. Dapat mewujudkan rasa cinta
5. Mampu berpikir abstrak

Berdasarkan klasifikasi remaja di atas, maka peneliti akan menggunakan responden dengan klasifikasi remaja menengah dengan rentang usia 15 – 18 tahun dan mempunyai tugas utama yaitu mencari identitas diri.

2.6 Foto Seksi

Foto seksi ialah merupakan salah satu dari bentuk pornografi dimana Foto merupakan istilah lain dari potret. Secara pengertian foto adalah gambar yang dibuat dengan kamera dan peralatan fotografi lainnya. Selain itu foto dan potret

juga sering digunakan sebagai kiasan. Misalnya: “Foto/potret masa silam itu sering muncul kembali dalam benaknya”. Dalam hal ini, foto/ potret berarti bayangan, gambaran, atau kenangan.

Selain definisi diatas dan makna kiasan yang dapat dikiasakan dengan kata foto. Secara kategorisasi foto juga harus dibedakan menjadi beragam. Kategorisasi ini bertujuan untuk memudahkan pembuatan dan pemanfaatannya, sesuai dengan standar kualitas bagi masing-masing keperluan.

Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia seks diartikan merangsang rasa berahi (bentuk badan, pakaian, dsb). Hal tersebut sejalan dengan uu no. 44 Tahun 2008 Tentang pornografi sebagai berikut:

“Pornografi adalah gambar, sketsa, ilustrasi, foto, tulisan, suara, bunyi, gambar bergerak, animasi, kartun, percakapan, gerak tubuh, atau bentuk pesan lainnya melalui berbagai bentuk media komunikasi dan/ atau pertunjukan di muka umum, yang memuat kecabulan atau eksploitasi seksual yang melanggar norma kesusilaan dalam masyarakat.”

Menurut dua sumber tersebut seks dan pornografi memiliki arti yang sama namun berbeda penggunaannya atau konteksnya. Seks lebih mengara kepada sensasi seseorang ketika melihat orang yang dapat merangsang birahi secara langsung atau pun tidak melalui media. Pornografi merupakan produk media yang dapat merangsang birahi. Dari hal diatas dapat kita lihat dengan jelas perbedaan penggunaan konteks dua konsep tersebut.

Seks yang kita kenal melalui KBBI seiring waktu telah mengalami perubahan makna. Perubahan makna tersebut terdapat dalam persepsi orang yang berbeda-beda. Hal tersebut dapat kita lihat ketika orang menyatakan seks bukan atas dasar terangsangnya birahi. Misalnya ketika seseorang disuguhkan sebuah

foto orang yang menggunakan baju rapi dan secara universal tidak membangkitkan birahi, namun seseorang tersebut mengatakan foto tersebut seksi.

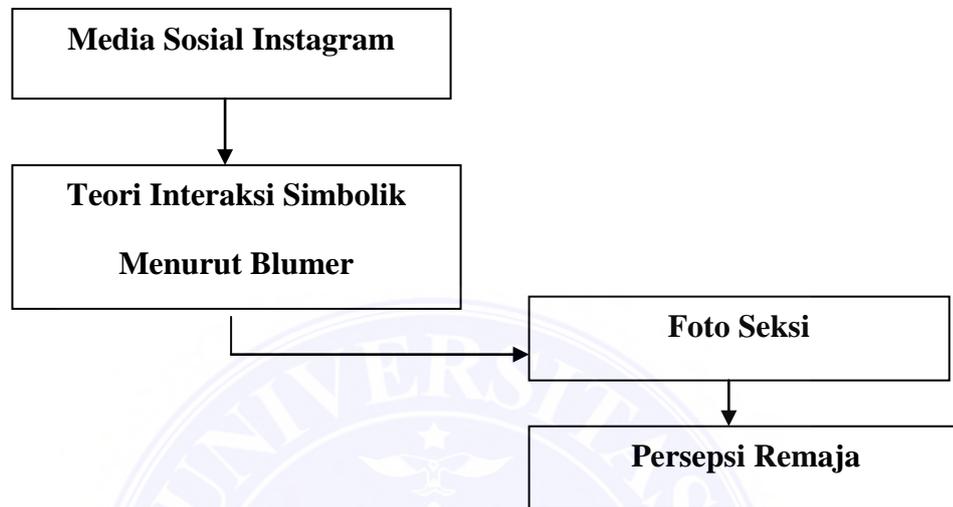


Gambar 2.7 Foto Selfi Seksi

Foto seksi sesuai dengan uu no. 44 Tahun 2008 tentang pornografi adalah pornografi itu sendiri dan dilarang. Namun masi banyak beredarnya foto-foto di

Instagram yang tidak diketahui oleh orang sebagai foto seksi. Di Indonesia norma-norma yang berlaku juga tidak setuju dengan foto seksi ini.

2.7 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.8. Kerangka Pemikiran

Instagram adalah sebuah [aplikasi berbagi foto](#) yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan [filter](#) digital, dan membagikannya ke berbagai layanan [jejaring sosial](#), termasuk milik *Instagram* sendiri. *Instagram* dapat digunakan di [iPhone](#), [iPad](#) atau [iPod Touch](#) versi apapun dengan sistem operasi [iOS](#) 3.1.2 atau yang terbaru, dan [telepon genggam Android](#) apapun dengan sistem operasi versi 2.2 ([Froyo](#)) ke atas.

Melalui media sosial *Instagram* setiap penggunanya dapat melakukan interaksi dengan siapapun lewat gambar atau foto yang mereka *upload*. Hal ini lah yang dapat disebut sebagai interaksi simbolik dimana menurut Blumer, interaksi berarti pemindahan perilaku yang terlibat secara mental kedalam posisi orang lain, yakni mencari makna yang oleh orang lain diberikan kepada aksinya memungkinkan terjadinya komunikasi atau interaksi. Maka interaksi tidak hanya

berlangsung melalui gerak-gerik secara fisik saja, melainkan melalui lambang-lambang yang maknanya perlu dipahami.

Banyaknya pengguna *Instagram* yang meng-*Upload* foto atau gambar yang tidak senonoh pastilah menarik perhatian dari beberapa pihak. Dimana foto-foto yang tidak seharusnya dapat dilihat oleh semua pihak pada saat ini justru dengan sangat mudah dapat dilihat dan didapat pada media sosial *Instagram*. Hal inilah yang merujuk pada bagaimanakah persepsi remaja terhadap maraknya foto seksi di media sosial *Instagram*.

