

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Media Media Sosial Instagram

##### 1. Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan media *online* yang para penggunanya dapat dengan mudah menggunakannya dengan cara berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isinya meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan virtual. Media sosial seperti blog, wiki dan jejaring sosial merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*.<sup>8</sup> Media sosial mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :<sup>9</sup>

- a. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet.
- b. Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *Gatekeeper*.
- c. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya.

---

<sup>8</sup>Kaplan, Andreas M, “*Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*”, Bussines Horizons, hlm. 53.

<sup>9</sup>Gamble, Teri and Michael, *Communication Works*, Seven Edition.

d. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

Pengertian media sosial menurut Chriss Garrett adalah sebuah alat atau jasa komunikasi yang memfasilitasi hubungan antara satu sama lain dengan tujuan memiliki kepentingan yang sama. Sejak komputer dapat dihubungkan dengan internet, banyak cara untuk mendukung jejaring sosial melalui komunikasi antar komputer. Situs jejaring sosial ini pertama kali muncul pada tahun 1995.

Pada tahun 1999, terdapat dua model jejaring sosial yang berbasiskan kepercayaan dan berbasiskan pertemanan. Hal ini kemudian dipakai pada beberapa situs UK regional diantara 1999 dan 2001. Namun seiring perkembangan zaman, adanya sebuah inovasi tidak hanya memperlihatkan siapa berteman dengan siapa, tetapi juga memberikan pengguna kontrol yang lebih akan isi dan hubungannya. Hingga, pada tahun 2005 layanan jejaring sosial MySpace dilaporkan lebih banyak digunakan dibandingkan Google dan Facebook. Dikarenakan dari tahun ke tahun, keberadaan jejaring sosial semakin banyak yang menggunakan, sehingga memunculkan persaingan yang berkembang pesat.

Peran dari keberadaan media sosial seperti YouTube, Blog, Facebook, Twitter dan Instagram memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan. Bahkan dikategorikan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak, iklan, tv, brosur dan selebaran.

## 1. Pengertian Instagram

Instagram berasal dari kata “*instan*” atau “*insta*”, semacam kamera *polaroid* yang dulu lebih dikenal dengan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “*gram*” berasal dari kata “*telegram*”, dimana cara kerja telegram adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Begitupula dengan instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah instagram berasal dari kata “Instan-Telegram”. Instagram juga biasa dikenal dengan sebutan *IG*.

Instagram dikenal sebagai aplikasi dari *Smartphone* yang khusus untuk media sosial yang memiliki fungsi hampir sama dengan Twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunaanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.

Instagram adalah aplikasi untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya dapat mengambil foto, maupun video, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jaringan sosial, termasuk milik instagram itu sendiri. Ciri khas dari aplikasi Instagram adalah hasil fotonya yang berupa persegi, mirip dengan produk *Kodak Instamatic* dan gambar-gambar yang dihasilkan oleh foto Polaroid.

Berbeda dengan kamera modern yang biasanya memiliki bentuk persegi panjang atau dengan rasio perbandingan bentuk 16 : 9. Pada awalnya, instagram hanya tersedia untuk *smartphone* milik Apple, seperti : *iPhone*, *iPad*, dan *iPad Touch*. Kemudian sejak bulan April 2012, fasilitas Instagram mulai diintegrasikan untuk ponsel kamera Android sehingga pengguna Android pun bisa mulai menggunakan instagram aktivitas *sharing* foto mereka.

Menurut Atmoko, instagram adalah aplikasi yang memiliki fitur untuk membuat suatu foto atau video menjadi lebih indah, lebih bagus, dan lebih artistik. Atmoko dalam bukunya yang berjudul *Instagram Handbook* menjelaskan bahwa aplikasi instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak di bagian bawah aplikasi tersebut, yaitu :<sup>10</sup> *Home Page*, halaman utama menampilkan linimasa foto-foto terbaru dan sesuatu pengguna yang telah diikuti. *Search*, untuk memudahkan pengguna melakukan pencaharian pada akun pengguna lainnya atau pencaharian pada foto-foto yang sedang populer. *Camera*, dengan menu camera, pengguna dapat langsung memotret dan mengunggah foto atau video keinstagram dengan berbagai efek yang disediakan di dalam aplikasi tersebut. *Profile*, di halaman profil, seseorang bisa mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu diri sendiri maupun orang lain sesama pengguna instagram. *News Feed*, fitur ini menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna instagram.

---

<sup>10</sup> Atmoko, Bambang Dwi, *Instagram Handbook*, (Jakarta : Mediakita), 2012, Hlm 28.

Selain itu menurut Atmoko ada beberapa bagian yang sebaiknya diisi agar foto yang kita unggah lebih informative. Bagian-bagian tersebut, yaitu :<sup>11</sup> *Caption*, membuat judul atau caption foto lebih bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada foto tersebut. *Hashtag*, suatu label berupa suatu kata yang diberi awalan simbol bertanda pagar (#). Fitur pagar ini penting karena sangat memudahkan penggunaan untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan label tertentu. *Geotage* atau *lokasi*, instagram memaksimalkan teknologi ini dengan menyediakan fitur lokasi. Sehingga setiap foto yang diunggah akan menampilkan lokasi dimana pengambilannya. *Share*, instagram juga menyediakan fitur *share* ke media sosial lainnya seperti Facebook, Twitter dan lainnya.

Menurut Atmoko, meski instagram disebut layanan *Photo Sharing*, tetapi instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena disini kita bisa berinteraksi dengan sesama pengguna. Ada beberapa aktivitas yang dapat kita lakukan di instagram, yaitu :<sup>12</sup> *Follow*, bisa dibayangkan betapa sepihnya ketika sendirian di dunia Instagram yang meriah dan serba canggih. Oleh karena itu dengan adanya menu *follow*, dapat memungkinkan kita untuk mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang kita anggap menarik untuk diikuti. *Like*, jika menyukai foto yang ada di linimasa, jangan segan-segan untuk memberi *like*. Pertama, dengan menekan tombol *like* di bagian bawah *caption* yang bersebelahan

---

<sup>11</sup>*Ibid*, hlm.28

<sup>12</sup>*Ibid*, hlm.59

dengan komentar. Kedua, dengan *double tap* (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai. *Comment*, sama seperti *like*, komentar adalah bagian dari interaksi namun berkesan hidup dan ke arah personal. Karena lewat komentar, seseorang dengan bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian atau kritikan. *Mentions*, fitur ini memungkinkan pengguna untuk memanggil pengguna lainnya. Caranya adalah dengan menambahkan tanda *arroba* (@) dan memasukkan akun instagram dari pengguna tersebut. *Message*, fitur yang membantu mengirim pesan secara pribadi yang berupa foto, video, maupun tulisan dikirim oleh sesama pengguna instagram.



**Gambar 2.1**  
**Logo Instagram**

## **2. Sejarah Instagram**

Instagram pertama kali dikembangkan di San Fransisco yang dikemukakan oleh Kevin Systrom dan Brasil Michel “*Mike*” Krieger saat mereka berdua memilih untuk berfokus pada pembuatan aplikasi multi-

fitur “*HTML5 check-in*” di proyek Burbn untuk fotografi *mobile*.<sup>13</sup> Burbn Inc merupakan suatu perusahaan startup yang memang bergerak di bidang pengembangan aplikasi untuk mobile phone.<sup>14</sup> Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk check in ketika berada di tempat tertentu, dan digunakan untuk membuat rencana.

Pada awalnya aplikasi instagram yang memiliki banyak menu ini hanya dapat digunakan oleh iPhone saja, namun pada akhirnya dikurangi oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom menjadi aplikasi hanya untuk share foto, komentar dan juga menyukai unggahan seseorang.

Pada tanggal 3 April 2012 instagram untuk *Android* akhirnya dirilis. Aplikasi tersebut diunduh sebanyak lebih dari satu juta kali dalam waktu kurang dari satu hari. Pada minggu yang sama, instagram berhasil mengumpulkan US\$ 50 juta dari *venture capitalist* untuk berbagi *share* perusahaannya, proses yang membuat nilai instagram melejit naik hingga sejumlah US\$ 500 juta.

Kenaikan pesat instagram juga terlihat pada saat tiga bulan berikutnya. Instagram mendapatkan lebih dari satu juta peringkat di google play. Kesepakatan emas datang kepada instagram pada saat tawaran akuisisi datang dari *Facebook*, dengan tawaran untuk membeli instagram (beserta seluruh 13 karyawannya) dengan nilai sekitar US\$ 1 miliar dalam bentuk tunai dan saham pada bulan April 2012. Tawaran ini datang beserta

---

<sup>13</sup> Riska Indah Cahyani, “Peran Media Sosial Instagram Akun Akhyar Tv Dalam Penyebaran Dakwah”, Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, (Lampung : Perpustakaan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018), hlm. 39, t.d.

<sup>14</sup> Hermawan, “*Pengertian Instagram Beserta Sejarah dan Fungsi Instagram yang Wajib Diketahui Pengguna Internet*”, <https://www.nesabamedia.com/pengertian-instagram/>, hlm.1.

dengan kebijakan untuk membiarkan instagram tetap dikelola secara independen. Britain's Office Of Fair Trading menyetujui kesepakatan pada tanggal 14 Agustus 2012 disusul dengan penutupan penyelidikan oleh Federal Trade Commission di Amerika Serikat pada tanggal 22 Agustus 2012 yang memungkinkan kesepakatan antara instagram dan Facebook untuk dilanjutkan. Kesepakatan tersebut akhirnya resmi pada tanggal 6 September 2012.

Pada tanggal 17 Desember 2012, instagram memperbaharui *Terms of Service* atau Ketentuan Layanan, yang memungkinkan instagram untuk mendapatkan hak penjualan foto pengguna kepada pihak ketiga tanpa pemberitahuan atau kompensasi. Kritik dari pendukung privasi hingga konsumen, seperti *National Geographic* dan selebriti Kim Kardashian, seluruhnya mengeluarkan pernyataan yang menuntut pembatalan atau pencabutan kebijakan baru tersebut. Isu kontroversial ini sempat menyebabkan banyak pengguna beralih ke layanan lain yang mirip dengan instagram.

Pada Januari 2013 instagram menegaskan kembali, bahwa pihaknya telah merevisi kebijakan yang menyebabkan terjadinya pemahaman yang ambigu di kalangan pelanggan, juga menekankan bahwa instagram tidak akan menggunakan foto milik pengguna untuk tujuan komersil dalam bentuk apapun.

### 3. Fitur-Fitur Instagram

Dalam media sosial instagram terdapat fasilitas semacam fitur-fitur instagram yang digunakan untuk mengedit foto dan video, memberikan *caption*, memberi *tag*, serta mengunggah foto atau video tersebut ke akun instagram. Membagikan sejumlah foto dan video lewat fitur *Instagram Story* yang akan hilang setelah 24 jam. Fitur *live streaming*, dimana kamu bisa membagikan kegiatanmu kepada teman dan followersmu. Mengirim pesan teks, foto atau video ke teman dan kelompokmu melalui fitur *Instagram Direct*. Menonton *Instagram Story* dan video *live streaming* dari orang-orang yang kamu *follow* di instagram. Melihat foto dan video milik orang lain dengan mudah. Memberikan tanda *like* dan komentar di postingan milik orang lain. Mengikuti atau memblokir akun tertentu. Fitur *Last Seen* seperti yang dimiliki aplikasi Whatsapp. Pengguna bisa mengetahui kapan tepatnya pengguna lain terakhir kali membuka instagram. Fitur *Type*, merupakan fitur dimana pengguna bisa membagikan cerita dengan menggunakan tulisan yang dilengkapi dengan foto latar belakang berwarna. Fitur simpan atau *bookmark*. Jika kamu menyukai postingan tertentu, kamu bisa menyimpannya agar lebih mudah untuk melihatnya di lain kesempatan dengan cara mengklik simbol *bookmark* pada foto tersebut.

#### **4. Kelebihan Instagram**

Dalam menggunakan instagram terdapat beberapa kelebihan yang dapat mempermudah pemakainya. Beberapa kelebihan tersebut di antaranya : Mempunyai berbagai jenis fitur yang bisa memperindah foto, bisa membagikan foto atau video di jejaring sosial, sebagai alat untuk mempromosikan produk, bersifat privasi untuk mengunci akun instagram agar orang asing (selain *followers*) tidak bisa melihat foto atau video yang sedang di unggah di instagram, cukup mudah untuk digunakan, seseorang bisa melihat foto atau video milik orang lain, serta memberikan tanda like atau komentar di bawahnya, mempermudah dalam mendapatkan informasi, seperti informasi lowongan kerja, resep makanan, tutorial make-up, informasi tentang pemberian beasiswa, berita terkini, fakta terselubung, diskon terkini, review makanan, dan lain sebagainya.

#### **5. Kekurangan Instagram**

Pada media sosial instagram juga memiliki kekurangan seperti media sosial lainnya. adapun kekurangan dari instagram adalah karena berbasis *smartphone* maka foto-foto yang ditampilkan di instagram seperti terlihat kecil dan kurang jelas untuk dilihat secara detail, tidak bisa mengunggah video berdurasi panjang karena batas maksimalnya hanya 1 menit, menimbulkan dampak negatif seperti banyaknya pengguna yang mengunggah konten berbau pornografi, banyaknya pihak-pihak yang sengaja mencemarkan nama baik orang lain melalui via instagram, penipuan *online shop*, dan lain sebagainya.

## 2. Teori *Uses And Gratification*

Teori *uses and gratification* dapat diimplementasikan untuk penggunaan sosial media instagram oleh pengguna sesuai dengan kebutuhannya. Teori ini sesuai karena pengguna dapat menggunakan instagram untuk memenuhi kebutuhan seperti mendapatkan informasi, hiburan, motivasi dan pertemanan.

Teori *uses and gratification* atau pengguna isi media untuk mendapatkan pemenuhan atas kebutuhan seseorang ialah teori dan pendekatan yang sering digunakan dalam komunikasi. Teori ini tidak mencakup keseluruhan proses komunikasi karena sebagian besar pelaku *audiens* hanya dijelaskan melalui berbagai kebutuhan dan kepentingan pengguna sebagai suatu proses penerimaan pada pesan media. Pendekatan *uses and gratification* ditujukan untuk menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan media oleh individu atau agregasi individu.<sup>15</sup>

Teori ini dikenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses of Mass Communications : Current Perspective on Gratification Research*. Teori ini menjelaskan bahwa penggunaan media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan sosial media. Dengan kata lain, penggunaan media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi, pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi

---

<sup>15</sup>Effendy, *Ilmu Komunikasi dan Praktek*, (Bandung : PT Remaja Rodakarya, 2000), hlm. 289.

kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna media mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.<sup>16</sup>

Model *uses and gratification* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi, bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.<sup>17</sup>

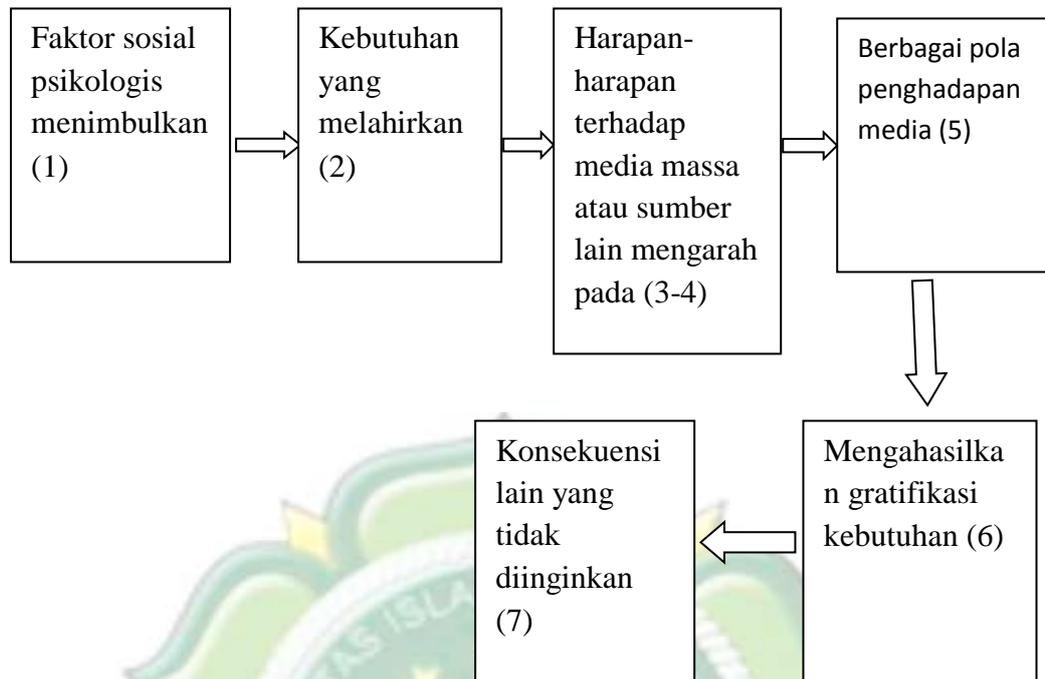
Pendekatan *uses and gratification* memberikan alternatif untuk memandang pada hubungan antara isi media dan *audience* dan pengkategorian media menurut fungsinya Katz dan kawan-kawan (1974) dan Dennis McQuail (1975) menggambarkan logika-logika yang mendasari penelitian *uses and gratification* model sebagai berikut :<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup>Nurudin, *Komunikasi Massa.*, (Malang, :CESPUR, 2004), hlm. 181.

<sup>17</sup> Effendi, *Ilmu,Teori, dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 290.

<sup>18</sup> Ardianto dan Erdinaya, *Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media 2004), hlm. 72.



**Gambar 2.2**  
**Logika Teori Uses and Gratification**

Katz, dan Blumer & Gurevitch menjelaskan mengenai asumsi dasar dari teori uses and gratification, yaitu :<sup>19</sup>

1. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan. Asumsi teori ini mengenai khalayak individu dapat tujuan cukup jelas. Anggota khalayak individu dapat membawa tingkat aktivitas yang berbeda untuk penggunaan media mereka.
2. Inisiatif dalam menghubungkan pemuasan kebutuhan akan kebutuhan pada anggota khalayak. Asumsi ini menghubungkan kepuasan

<sup>19</sup>West Ricahard dan Lynn H. Turner, Pengantar TeoriKomunikasi : Analisis dan Aplikasi, (Jakarta : Salemba Humanika, 2008), hlm. 104.

kebutuhan pada pilihan terhadap sebuah media yang berada di tangan khalayak.

3. Media massa bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipengaruhi media lebih luas, bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui media yang bergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan.
4. Mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media, minat, dan motif. Sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada peneliti. Asumsi keempat dari teori kegunaan dan gratifikasi adalah masalah metodologis mengenai kemampuan peneliti untuk mengumpulkan informasi yang akurat dari konsumen media.
5. Penilaian tentang nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak. Asumsi kelima ini juga sedikit berbicara mengenai khalayak daripada mengenai mereka yang melakukan studi mengenai ini. Hal ini menyatakan bahwa peneliti harus mempertahankan penilaiannya mengenai hubungan antara khalayak akan media atau muatan tertentu. Dikarenakan individu khalayak yang memutuskan untuk menggunakan isi tertentu untuk tujuan akhirnya, nilai muatan media dapat dinilai hanya oleh khalayaknya.

Konsepsi dasar dari *uses and gratification* menurut Katz, bahwa penelitian tentang media tidak lagi bertumpu pada apa yang media lakukan terhadap khalayak, namun lebih menekankan kepada apa yang dilakukan

oleh khalayak terhadap media. Cakupan pendekatan *uses and gratification* menurut Katz meliputi asal usul kebutuhan, kebutuhan sosial dan psikologis, pengharapan yang timbul akibat kebutuhan sosial dan psikologis, media massa atau sumber-sumber lainnya yang digunakan, perbedaan pola terpaan media akibat keterlibatan dalam aktivitas lain, timbulnya pemenuhan kebutuhan, dan timbulnya akibat-akibat yang mungkin tidak direncanakan.

Dapat dikatakan bahwa yang menjadi alasan mengapa khalayak menggunakan media adalah kondisi sosial psikologis yang dirasakan seseorang sebagai sebuah masalah oleh khalayak dan media digunakan oleh khalayak untuk mengatasi berbagai masalah tersebut. Artinya, *uses and gratification* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku seseorang, tetapi bagaimana memenuhi kebutuhan pribadi dan sosialnya tersebut. Khalayak dianggap secara aktif dengan sengaja menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan sehingga dari penggunaan media tersebut mereka mempunyai tujuan, yakni untuk mendapatkan kepuasan.

Teori penggunaan dan kepuasan menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana *audiens* sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media dan akibat atau konsekuensi apa yang didapat ketika menggunakan media tersebut. Dalam hal ini, terdapat sejumlah asumsi dasar yang menjadi inti gagasan teori penggunaan dan

kepuasan sebagaimana yang telah dikemukakan Katz, Blumber, dan Gurevitch.<sup>20</sup>

Jay G. Blumber mengemukakan sejumlah gagasan mengenai jenis-jenis kegiatan yang dilakukan audien ketika menggunakan media, yang mencakup kegunaan (*utility*), kehendak (*intentionality*), seleksi (*selectivity*), pengaruh media (*media influence*).<sup>21</sup>

*Kegunaan*, media memiliki kegunaan dan khalayak dapat memanfaatkan kegunaan media tersebut. Misal, orang mendengarkan radio di mobilnya untuk mendapatkan informasi lalu lintas, melihat internet untuk mendapatkan informasi tertentu, atau membaca buku mode untuk mengetahui gaya busana terbaru.

*Kehendak*, hal ini terjadi ketika motivasi menentukan konsumsi media. Ketika orang membutuhkan hiburan dari televisi maka mereka akan mencari program komedi. Ketika membutuhkan informasi mengenai situasi politik terbaru, mereka akan mencari program terbaru.

*Seleksi*, penggunaan media oleh audien mencerminkan ketertarikan atau preferensinya. Jika orang menyukai musik dangdut maka ia akan mencari stasiun televisi yang menyajikan jenis musik tersebut. Jika ia menyukai sinetron, maka ia akan memilih saluran televisi yang banyak menayangkan program jenis itu.

*Pengaruh media*, audien menciptakan makna terhadap isi media yang akan mempengaruhi apa yang mereka pikirkan dan kerjakan, namun

---

<sup>20</sup> Morissan, A.C., *Teori Komunikasi Massa*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2013), hlm. 78.

<sup>21</sup> *Ibid*, hlm. 80

mereka juga secara aktif sering menghindar terhadap jenis pengaruh media tertentu. Misalnya, orang tertentu membeli produk karena kualitasnya dan bukan karena iklan yang ditontonnya, atau orang tidak menunjukkan perilaku agresif walaupun mereka selalu menonton tayangan yang banyak mengandung kekerasan.

### **3. Psikologi Remaja**

Remaja merupakan masa peralihan antara masa anak dengan masa dewasa. Dikatakan remaja karena berada di periode transisi dari masa awal anak-anak hingga masa awal dewasa yang dimasuki pada usia kira-kira 10 hingga 12 tahun dan berakhir pada usia 18 tahun hingga 22 tahun. Pada usia remaja memiliki rentang waktu yang dibedakan menjadi 3 hal, yakni masa remaja awal dengan rentang usia 12-15 tahun, masa remaja pertengahan dengan rentang usia 15-18 tahun, dan masa remaja akhir dengan rentang usia 18-21 tahun. Dimana pada masa tersebut terjadi proses pematangan baik itu pematangan fisik, maupun psikologis.

Proses pematangan tersebut dimulai dengan terjadinya perubahan fisik yang cepat, penambahan berat badan dan tinggi badan, perubahan bentuk badan serta perkembangan karakteristik seksual seperti pembesaran payudara, pinggang, kumis, dan terjadinya pada perubahan suara.

Remaja juga dikatakan dengan masa yang penuh dengan permasalahan. Dimana pada masa tersebut terjadi sebuah krisis identitas pada diri seseorang. Sebagian remaja memang mampu mengatasi transisi ini dengan baik, namun beberapa remaja lainnya bisa jadi mengalami

penurunan pada kondisi psikis, fisiologis dan sosial. Beberapa permasalahan remaja yang muncul biasanya banyak berhubungan dengan karakteristik yang ada diri remaja. Beberapa karakteristik remaja yang dapat menimbulkan permasalahan pada diri remaja seperti rasa canggung dalam pergaulan dan kekakuan dalam gerakan, ketidakstabilan emosi, adanya perasaan kosong akibat perombakan pandangan dan petunjuk hidup, adanya sikap menentang dan menantang orang tua.

Pada psikologi remaja terdapat aspek-aspek karakteristik diantaranya :

**a. Fase Remaja**

Setiap fase pada usia seseorang, memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Demikian pula dengan fase remaja. Remaja memiliki ciri-ciri yang berbeda dengan karakteristik dari fase kanak-kanak, fase dewasa maupun fase orangtua. Selain itu, setiap fase yang dimiliki individu memiliki kondisi dengan tuntutan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, kemampuan individu untuk bersikap dan bertindak dalam menghadapi suatu keadaan berbeda dari satu fase ke fase yang lain. Hal ini tampak jelas ketika seseorang mengekspresikan emosinya.<sup>22</sup>

Seperti bagaimana melepaskan stress dengan cara yang sesuai, mengungkapkan kemarahan dengan kata-kata ketimbang tindakan negatif, mengatasi situasi sulit atau berbahaya dengan tenang, mengatasi situasi yang sedih dengan cara yang tepat, menangani situasi mengejutkan dengan

---

<sup>22</sup>Sayyid Muhammad Az-Za'Balawi, *Pendidikan Remaja antara Islam dan Ilmu Jiwa*, (Jakarta, Gema Insani, 2007), hlm. 7.

kontrol menunjukkan kesukaan, kasih sayang, cinta terhadap orang lain dan lain sebagainya.<sup>23</sup>

Pertumbuhan terjadi serentak dengan perkembangan fisik, sosial, kognitif, bahasa, dan kreatif. Namun, respon yang terjadi dari setiap fase perkembangan mengalami perubahan pada anak sejalan dengan berlangsungnya waktu karena kedewasaannya, lingkungan, reaksi orang lain di sekitarnya, atau pembimbingan dari orangtua.

Menurut WHO, remaja adalah penduduk dalam rentang usia 10-19 tahun, menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 25 tahun 2014, remaja adalah penduduk dalam rentang usia 10-18 tahun dan menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) rentang usia remaja adalah 10-24 tahun dan belum menikah.<sup>24</sup>

Masa remaja adalah masa peralihan atau masa transisi dari anak menuju masa dewasa. Pada masa ini begitu pesat mengalami pertumbuhan dan perkembangan baik itu fisik maupun mental. Sehingga dapat dikelompokkan remaja terbagi dalam tahapan berikut ini :<sup>25</sup>

- 1) Pra Remaja (11 atau 12-13 atau 14 tahun)

Pra remaja merupakan fase yang sangat pendek. Kurang lebih sekitar satu tahun dengan rentang untuk usia laki-laki adalah 12 tahun atau 13

---

<sup>23</sup>JaniceJ. Beaty, *Observasi Anak Usia Dini*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2013), Ed. 7, hlm.91.

<sup>24</sup>Brief Notes, “Ringkasan Studi, Prioritaskan Kesehatan Reproduksi Remaja Untuk Menikmati Bonus Demografi”, Jurnal Lembaga Demografi FEB UI, (Jakarta : Lemabaga Demografi FEB UI,2017), hlm. 2, t.d.

<sup>25</sup>Alex Sobur, *Psikologi Umum Dalam Lintasan Sejarah*, (Bandung: Penerbit Pustaka Setia, 2003), hlm.134.

tahun. Sedangkan untuk usia perempuan antara 13 tahun atau 14 tahun. Fase ini dikatakan sebagai fase negatif. Hal ini dilihat dari tingkah laku remaja yang cenderung ke arah negatif.

Fase pra remaja adalah fase yang sukar untuk dapat berhubungan komunikasi antara anak dengan orang tua. Perkembangan fungsi-fungsi pada tubuh remaja juga terganggu karena mengalami perubahan-perubahan termasuk perubahan hormonal yang dapat menyebabkan perubahan suasana hati yang tidak terduga.

#### 2) Remaja Awal (13 atau 14 tahun - 17 tahun)

Fase remaja awal merupakan fase dimana seseorang sibuk mencari identitas dirinya. Fase ini ditandai dengan perubahan-perubahan yang sangat pesat. Hal ini terjadi karena adanya ketidakseimbangan emosional dan ketidakstabilan dalam banyak hal. Pada tahap ini, remaja berasumsi sering merasa berhak untuk membuat keputusannya sendiri. Pada fase ini juga pencapaian kemandirian dan identitas remaja sangat menonjol, pemikiran yang semakin logis, abstrak maupun idealistis, dan semakin banyak waktu yang diluangkan diluar keluarga.<sup>26</sup>

#### 3) Remaja Lanjut (17-20 atau 21 tahun)

Pada fase ini, remaja ingin menjadi pusat perhatian masyarakat. Rasa ingin menonjolkan diri, rasa idealistis, cita-cita tinggi, semangat juang yang membara dan mempunyai energi yang besar adalah ciri-ciri dari fase

---

<sup>26</sup>Teressa M. Mc Devitt, Jeanes Ellis Omrod, *Child Development and Education*, (Colombos Ohio : Merril Prentice Hall, 2002), hlm. 17.

remaja lanjut. Ia berusaha memantapkan identitas dirinya, dan ingin mencapai ketidaktergantungan emosional pada hal apapun.

Ada perubahan fisik yang begitu cepat yang terjadi pada fase remaja, misalnya perubahan pada karakteristik seksual seperti pembesaran buah dada, perkembangan pinggang untuk anak perempuan, sedangkan pada anak laki-laki tumbuhnya kumis, jenggot serta perubahan suara yang semakin dalam. Perubahan mental pun mengalami perkembangan pada fase ini.

Pada fase remaja lanjut, pencapaian identitas diri sangat lebih menonjol, pemikiran semakin logis, abstrak, dan idealistis, dan semakin banyak waktu diluangkan di luar keluarga.<sup>27</sup> Selanjutnya, perkembangan tersebut di atas disebut fase pubertas (*puberty*) yaitu suatu periode dimana kematangan kerangka atau fisik tubuh seperti proporsi tubuh, berat dan tinggi badan mengalami perubahan serta kematangan fungsi seksual yang terjadi secara pesat terutama pada awal masa remaja. Akan tetapi, pubertas bukanlah peristiwa tunggal yang tiba-tiba terjadi. Pubertas adalah bagian dari suatu proses yang terjadi secara berangsur-angsur (*gradual*).<sup>28</sup>

Pada fase ini, kita banyak melihat fenomena remaja yang duduk berjam-jam di depan kaca untuk meyakinkan bahwa dirinya berpenampilan menarik dan sempurna. Terkadang juga remaja berpenampilan yang aneh-aneh supaya mendapat perhatian dan diakui keberadaannya oleh masyarakat. Misalnya, tentang model rambut, model

---

<sup>27</sup>John W Santrock, *Life Span Development, Perkembangan Masa Hidup*, (Jakarta: Erlangga, 2002), Ed.5 Jilid 1, hlm. 23

<sup>28</sup>*Ibid.*, hlm. 7.

baju, model asesoris yang selalu mengikuti perkembangan jaman dan tingkah laku lain yang kadang kita anggap tidak sewajarnya dan lain sebagainya.

Karena pada fase ini, hormon-hormon sexnya sudah bekerja dan berfungsi, maka remaja sudah mempunyai rasa ketertarikan dengan lawan jenis sehingga remaja begitu sangat cemas dan tertekan apabila ada yang kurang pada penampilan dirinya. Mereka berusaha untuk menutupi kekurangannya dengan berbagai cara. Dalam masa pubertas ini, remaja berusaha tampil secara meyakinkan dan tanpa rasa minder ketika mereka bergaul dengan teman-teman sebayanya. *Preokupasi* (perhatian) terhadap citra tubuh itu cukup kuat di masa remaja, secara khusus kecenderungan ini menjadi akut di masa pubertas. Sekalipun demikian, mimik keraguan masih seringkali terlihat pada raut mukanya, terutama ketika berbicara dengan orang-orang dewasa.

Pada tahun 1904, psikolog Amerika, G Stanly Hall menulis buku ilmiah pertama tentang "Hakekat Masa Remaja". G. Stanly Hall mengupas mengenai masalah "pergolakan dan stres" (*storm-and-stress*). Hall mengatakan bahwa masa remaja adalah merupakan masa-masa pergolakan yang penuh dengankonflik dan buaian suasana hati dimana pikiran, perasaan, dan tindakan bergerak pada kisaran antara kesombongan dan kerendahan hati, kebaikan dan godaan, serta kegembiraan dan kesedihan. Anak remaja mungkin nakal kepada teman sebayanya pada suatu saat dan baik hati pada saat berikutnya, atau mungkin ia ingin dalam

kesendiriannya, tetapi beberapa detik kemudian ingin bersama-sama dengan sahabatnya.<sup>29</sup>

#### **b. Problematika Remaja**

Setiap tahap usia remaja memiliki tugas perkembangan yang harus dilalui. Apabila seseorang gagal dalam melaksanakan tugas perkembangan pada usia sebenarnya, maka perkembangan pada tahap berikutnya akan mengalami gangguan. Sehingga munculah masalah pada diri remaja tersebut. Pada usia ini, remaja mencoba mencari penyesuaian diri dengan kelompok sebayanya. Dia menjadi pemerhati pendapat orang lain, selain menginginkan kebebasan dan keyakinan diri sendiri.

Secara psikologi, kenakalan remaja adalah wujud daripada konflik yang tidak diselesaikan dengan baik pada masa kanak-kanaknya, sehingga pada fase remaja ia menjadi gagal dalam menjalani proses perkembangan jiwanya. Bisa juga terjadi pada masa kanak-kanak dan remaja yang berlangsung begitu singkat berbanding perkembangan fisikal, psikologi dan emosi yang begitu cepat. Pengalaman pada masa anak-anak atau pada masa lampau yang menimbulkan traumatik seperti dikasari atau yang lainnya dapat menimbulkan gangguan pada fase pertumbuhannya. Sehingga mereka menjadi tertekan dengan lingkungan atau status sosial ekonomi lemah yang dapat menimbulkan perasaan minder. Hal itu dikarenakan remaja belum stabil dalam mengelola emosinya.

---

<sup>29</sup>*Ibid.*, hlm. 8.

Dalam masa peralihan remaja dihadapkan pada masalah-masalah penguasaan diri atau kontrol diri. Pertentangan dan pemberontakan adalah bagian alamiah dari kebutuhan para remaja untuk menjadi dewasa yang mandiri dan peka secara emosional.<sup>30</sup> Remaja suka memberontak dan idealis. Kadang, ketegangan-ketegangan sering terjadi dengan menantang dan menentang orangtua, guru dan bahkan orang-orang yang ada di sekitar mereka. Dengan asumsi dan gagasan-gagasan yang kadang berbahaya dan nampak kaku.

Persoalan-persoalan lain pada remaja yang membuat orang tua prihatin adalah dalam rutinitas sehari-hari, seperti tidur larut malam, tidak betah tinggal di rumah, mencuri, berbohong, merokok, bersumpah dengan bahasa yang tidak jelas, mengucapkan kata-kata yang cenderung vulgar, tidak patuh dan suka membantah, selalu menolak apabila diperintahkan, suka berdebat, membolos dari sekolah, mendengarkan musik dengan keras, tidak membersihkan tubuhnya dengan benar atau sebaliknya berlama-lama di kamar mandi (mandi secara berlebihan), bermalas-malasan dengan tidak melakukan sesuatu (menganggur), memakai pakaian yang tidak rapi atau membuat model atau potongan rambut yang sembarangan, melakukan sesuatu dengan tanpa pertimbangan yang matang serta dengan resiko yang konyol, bergaul dengan orang-orang yang tidak kita sukai karena tidak jelas orientasi hidupnya, melalaikan pelajaran

---

<sup>30</sup>Ruqayyah Waris Masqood, *Mengantar Remaja Ke Syurga*, (Bandung : Penerbit Mizan, 1998), hlm. 43.

agamanya atau tidak memperhatikan ibadahnya seperti tidak sholat atau sholat tidak tepat waktu, dan lain-lain.<sup>31</sup>

Sedangkan permasalahan utama yang dihadapi pada kota-kota besar, dan kota-kota kecil lainnya ialah kriminalitas di kalangan remaja. Dalam berbagai acara liputan kriminal ditelevisi misalnya, hampir setiap hari selalu ada berita mengenai tindak kriminalitas di kalangan remaja. Hal ini cukup meresahkan, dan fenomena ini terus berkembang di masyarakat. Sebagai contoh peristiwa kenakalan remaja di antaranya seperti pencabulan dan pelecehan seksual, tawuran antar pelajar sekolah dan penganiayaan

Remaja yang berasal dari keluarga yang penuh perhatian, hangat, dan harmonis mempunyai kemampuan dalam menyesuaikan diri dan sosialisasi yang baik dengan lingkungan di sekitarnya. Sebaliknya, remaja yang sejak dini kurang kasih sayang dan perhatian dari orang tua cenderung tidak bisa menyesuaikan diri dan tidak pandai dalam bersosialisasi di lingkungan masyarakat. Berikut beberapa permasalahan yang mempengaruhi dari remaja adalah masalah penyalahgunaan obat-obatan, masalah kenakalan remaja, masalah seksual, dan masalah-masalah yang berkaitan dengan sekolah.

Remaja yang paling beresiko adalah remaja yang memiliki masalah lebih dari satu masalah tersebut.<sup>32</sup> Namun, peneliti menemukan bahwa

---

<sup>31</sup>*Ibid.*, hlm. 7.

<sup>32</sup>John W. Santrock, *Remaja*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2002), Ed.11, Jilid 2, hlm. 269.

perilaku bermasalah yang dialami dimasa remaja ialah saling berkaitan. Misalnya, penyalahgunaan obat-obatan berkaitan dengan aktivitas sexual dini, rendahnya nilai sekolah, putus sekolah, dan broken home. Aktivitas sexual dini berkaitan dengan penggunaan rokok dan minuman-minuman keras, penggunaan meriyuana dan obat-obatan narkotika lainnya. Meskipun tidak seluruhnya, sebagian anak-anak muda berisiko tinggi melakukan semua hal-hal tersebut. Diakui atau tidak, saat ini terjadi krisis nyata dan mengkhawatirkan dalam masyarakat dengan melibatkan milik kita yang paling berharga, yaitu anak-anak. Krisis ini antara lain berupa meningkatnya pergaulan bebas.<sup>33</sup>

#### 4. Teori Behavioristik

Pada teori behavioristik digunakan untuk mengetahui proses psikologi pada remaja. Teori ini sesuai untuk menjelaskan perubahan tingkah laku remaja mengenai penguatan positif, penguatan negatif serta hukuman yang ditujukan kepada remaja.

Teori belajar *behavioristik* adalah teori yang dianut oleh Gage dan Berliner yang menjelaskan tentang perubahan tingkah laku sebagai hasil dari pengalaman.<sup>34</sup> Belajar merupakan akibat adanya interaksi antara stimulus dan respon.<sup>35</sup> Seseorang dianggap telah belajar sesuatu jika dia dapat menunjukkan perubahan perilakunya. Menurut teori

---

<sup>33</sup>Zubaidi, *Desain Pendidikan Karakter Konsepsi dan Aplikasinya dalam Lembaga Pendidikan*, (Jakarta: Penerbit Kencana, 2011), Ed. 1., h. 1.

<sup>34</sup>Gage, N.L., & Berliner, D., *Educational Psychology*, Second Edition, (Chicago: Rand Mc. Nally, 1979), hlm. 123.

<sup>35</sup>Drs. M. Dimiyati dan Mahmud, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Depdikbud), 1989, hlm 45.

ini dalam belajar yang penting adalah input yang berupa stimulus dan output yang berupa respon.

Stimulus adalah apa saja yang diberikan guru kepada siswa, sedangkan respon berupa reaksi atau tanggapan siswa terhadap stimulus yang diberikan oleh guru tersebut. Proses yang terjadi antara stimulus dan respon tidak penting untuk diperhatikan karena tidak dapat diamati dan tidak dapat diukur. Yang dapat diamati adalah stimulus dan respon, oleh karena itu apa yang diberikan oleh guru (stimulus) dan apa yang diterima oleh siswa (respon) harus dapat diamati dan diukur.

Jika ditinjau dari konsep atau teori, teori behavioristik memang berbeda dengan teori yang lain. Hal ini dapat kita lihat dalam pembelajaran sehari-hari di kelas. Ada berbagai asumsi atau pandangan yang muncul tentang teori behavioristik. Teori behavioristik memandang bahwa belajar adalah mengubah tingkah laku siswa dari yang tidak bisa menjadi bisa, dari yang tidak mengerti menjadi mengerti. Hal ini dikarenakan tugas seorang guru adalah mengontrol stimulus dan lingkungan belajar, agar perubahan mendekati tujuan yang diinginkan.

Teori belajar behavioristik sudah lama dianut oleh para pendidik, namun dari semua pendukung teori behavioristik, teori Skinnerlah yang paling besar pengaruhnya terhadap perkembangan teori belajar behavioristik lainnya. Program-program pembelajaran seperti *Teaching Machine*, pembelajaran berprogram, modul dan program-program pembelajaran lain yang berdasar pada konsep hubungan stimulus-respons

serta mementingkan faktor-fktor penguat merupakan program-program pembelajaran yang menerapkan teori belajar yang dikemukakan oleh Skinner. Berdasarkan percobaan Skinner terhadap tikus dan burung merpati, hal ini ditujukan untuk melihat sisi dari unsur terpenting dalam belajar adalah penguatan. Maksudnya adalah bahwa penguatan yang terbentuk melalui ikatan stimulus respon akan semakin kuat bila diberi penguatan, baik itu penguatan positif maupun penguatan negatif.

Bentuk penguatan positif diibaratkan dengan hadiah, perilaku, atau penghargaan. Sedangkan bentuk penguatan negatif adalah dengan menunda atau tidak memberi penghargaan, memberikan tugas tambahan, atau menunjukkan perilaku tidak senang. Skinner mengemukakan ketidakpercayaannya terhadap asumsi yang dikemukakan Guthrie, bahwa hukuman memegang peranan penting dalam proses belajar. Hal tersebut dikarenakan adanya pengaruh hukuman terhadap perubahan tingkah laku sangat bersifat sementara, dampak psikologis yang buruk mungkin akan terkondisi dengan menjadi bagian dari jiwa terhukum bila hukuman berlangsung lama, hukuman mendorong si terhukum mencari cara lain meskipun salah atau bahkan buruk agar ia terbebas dari hukuman, hukuman dapat mendorong si terhukum melakukan hal-hal lain yang kadangkala lebih buruk dari pada kesalahan pertama yang diperbuatnya. Skinner lebih percaya dengan apa yang disebut penguatan baik negatif maupun positif. Maksud konsep tersebut ialah :

Penguatan positif (*positive reinforcement*), ialah penguatan yang menimbulkan kemungkinan untuk bertambah tingkah laku. Contoh seorang siswa yang mencapai prestasi tinggi diberikan hadiah maka dia akan mengulangi prestasi itu dengan harapan dapat hadiah lagi. Penguatan bisa berupa benda, penguatan sosial (pujian, sanjungan) atau token (seperti nilai ujian).

Penguatan negatif (*negative reinforcement*), ialah penguatan yang menimbulkan perasaan menyakitkan atau yang menimbulkan keadaan tidak menyenangkan atau tidak mengenakan perasaan sehingga dapat mengurangi terjadinya sesuatu tingkah laku. Contoh seorang siswa akan meninggalkan kebiasaan terlambat mengumpulkan tugas atau PR karena tidak tahan selalu dicemooh oleh gurunya.

Hukuman (*Punishment*), respons yang diberi konsekuensi yang tidak menyenangkan atau menyakitkan akan membuat seseorang tertekan. Contoh seorang siswa yang tidak mengerjakan PR tidak dibolehkan bermain bersama teman-temannya saat jam istirahat sebagai bentuk hukuman.

**Tabel 2.1**  
**Indikator Variabel Independen**

No	Indikator	Sub. Indikator
1.	Kegunaan	1. Fungsi instagram 2. Fungsi fitur-fitur instagram 3. Cara menggunakan fitur-fitur instagram
2.	Kehendak	1. Kebutuhan mendapatkan motivasi di instagram

		<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Kebutuhan mendapatkan hiburan di instagram</li> <li>3. Kebutuhan mendapatkan informasi di instagram</li> <li>4. Kebutuhan mendapatkan pertemanan di instagram</li> </ol>
3.	Seleksi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketertarikan khalayak terhadap media instagram</li> <li>2. Sebab ketertarikan khalayak terhadap media instagram</li> </ol>
4.	Pengaruh Media	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keunggulan isi media yang ditampilkan di instagram</li> <li>2. Kelemahan isi media yang ditampilkan di instagram</li> </ol>

**Tabel 2.2**  
**Indikator Variabel Dependen**

No.	Indikator	Sub Indikator
1.	Penguatan Positif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hadiah berupa barang</li> <li>2. Pujian atau sanjungan</li> <li>3. Pemberian nilai</li> <li>4. Senyuman</li> <li>5. Dorongan untuk menyemangati</li> </ol>
2.	Penguatan Negatif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Emosi</li> <li>2. Menunda-nunda pekerjaan</li> <li>3. Rasa khawatir dan gelisah</li> <li>4. Ketidakpercayaan diri</li> <li>5. Perilaku buruk</li> </ol>
3.	Hukuman	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hukuman</li> <li>2. Bentakan</li> <li>3. Umpatan</li> </ol>

## 5. Kajian Penelitian Terdahulu

Pada bagian tinjauan pustaka, peneliti mengambil sumber dari beberapa jurnal penelitian terdahulu yang membahas tentang pengaruh penggunaan media sosial instagram mengenai kasus yang berhubungan dengan perilaku remaja, diantaranya :

*Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Nadia Faidatun Nasiha dengan judul Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Tubuh Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo, penelitian ini dilakukan pada tahun 2016 dengan hasil penelitian untuk mengungkapkan penggunaan media sosial instagram mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo termasuk dalam kategori sedang dengan prosentase 59,37%, tingkat citra tubuh mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Ponorogo termasuk dalam kategori sedang dengan prosentase 65,62%, terdapat pengaruh antara media sosial instagram terhadap citra tubuh mahasiswa Jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo karena  $F_{hitung}$  (9,8550) lebih besar dari  $F_{tabel}$  (taraf signifikansi 1% = 7,56 dan taraf signifikansi 5% = 4,17).<sup>36</sup>

*Kedua*, penelitian oleh Rubiyati, Muhamad Asrori, Luhur Wicaksono dengan judul Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Kreativitas Belajar Pada Remaja Kelas VII, penelitian ini dilakukan pada tahun 2016 dengan hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang

---

<sup>36</sup>Nadia Faidatun Nasiha, Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Tubuh Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2 No. 4, 2016.

positif signifikan antara pemanfaatan media sosial instagram terhadap kreativitas belajar pada remaja kelas VII SMP Negeri 23 Pontianak. Artinya pemanfaatan media sosial instagram berpengaruh terhadap kreativitas belajar remaja, sehingga semakin baik pemanfaatan media sosial instagram maka semakin baik pula kreativitas belajar remaja. Sebaliknya, semakin tidak baik pemanfaatan media sosial instagram maka semakin tidak baik pula kreativitas belajar pada remaja kelas VII SMP Negeri 23 Pontianak.<sup>37</sup>

*Ketiga*, Penelitian oleh M. Arif Wicaksono dengan judul Pengaruh Media Sosial Instagram @wisatadakwahokura Terhadap Minat Berkunjung *Followers*. Penelitian yang dilakukan pada tahun 2017 ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh media sosial instagram Wisata Dakwah Okura terhadap minat berkunjung *followers*. Dibuktikan dengan nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah  $Y = 6.919 + 0.689X$ . Bilangan konstanta sebesar 6.919 dan koefisien variabel nilai media sosial sebesar 0.689. Sementara itu  $t$  hitung 6.919 lebih besar jika dibandingkan dengan  $t$  tabel sebesar 1.667 dengan tingkat signifikansi 0.000 lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Berdasarkan tabel “Model Summary” memperlihatkan bahwa nilai  $R = 0,757$  dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebesar 0.573. Angka tersebut menunjukkan pengertian bahwa sumbangan pengaruh variabel media sosial instagram Wisata Dakwah Okura terhadap minat

---

<sup>37</sup>Rubiyati, Muhamad Asrori, Luhur Wicaksono, Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Kreativitas Belajar Pada Remaja Kelas VII, *Jurnal Ilmu Pendidikan*, Vol. 2 No. 4, 2016.

berkunjung *followers* adalah sebesar 57.30%. Media sosial instagram Wisata Dakwah Okura berpengaruh terhadap minat berkunjung *followers*, dan besarnya pengaruh dengan kategori “kuat”.<sup>38</sup>

*Keempat*, penelitian yang dilakukan oleh Agustina pada tahun 2016 dengan judul Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di SMA Negeri 3 Samarinda. Hasil dari penelitian ini berupa gambaran dari sikap remaja di SMA Negeri 3 Samarinda yang membeli barang pada media sosial instagram yang dianggapnya lucu, unik, harganya murah namun kualitas bagus dan lain sebagainya. Dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan, hasil dari menggunakan teori S-O-R dan Hipperleastic Media adalah bahwa remaja menggunakan media sosial instagram dan mengikuti akun jual beli pada instagramnya guna mempermudah dan mempersingkat waktu dalam berbelanja dan dampak negatif dari media sosial ini tidak begitu signifikan berpengaruh kepada sikap remaja SMA Negeri 3 Samarinda dalam berbelanja online.<sup>39</sup>

*Kelima*, penelitian oleh Kadeni dan Ninik Srijeni dengan judul Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, penelitian ini dilakukan pada tahun 2018 dengan hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, ada pengaruh pergaulan teman sebaya terhadap

---

<sup>38</sup>M. Arif Wicaksono, Pengaruh Media Sosial Instagram @wisatadawahokura Terhadap Minat Berkunjung Followers, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 4 NO. 2, 2017.

<sup>39</sup>Agustina, Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di SMA Negeri 3 Samarinda, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 4 No. 3, 2016.

perilaku konsumtif mahasiswa dan ada pengaruh media sosial dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.<sup>40</sup>

**Tabel 2.3**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil penelitian
1.	Nadia Faidatun Nasiha	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Tubuh Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo	Metode kuantitatif, wawancara mendalam dan teknik pengumpulan data memakai kuesioner.	Terdapat tiga hasil penelitian dari jurnal ini, salah satunya penggunaan media sosial instagram mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo termasuk dalam kategori sedang dengan prosentase 59,37%
2.	Rubiyati, Muhamad Asrori, dan Luhur Wicaksono	Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Kreativitas Belajar Pada Remaja Kelas VII	Metode kuantitatif, Teknik pengumpulan data teknik komunikasi tidak langsung, dan alat pengumpulan data dengan kuesioner.	terdapat pengaruh yang positif signifikan antara pemanfaatan media sosial instagram terhadap kreativitas belajar pada remaja kelas VII SMP Negeri 23 Pontianak. Artinya pemanfaatan media sosial instagram berpengaruh terhadap kreativitas belajar

<sup>40</sup>Kadeni dan Ninik, Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6 No. 1, 2018.

				remaja, sehingga semakin baik pemanfaatan media sosial instagram maka semakin baik pula kreativitas belajar remaja
3.	M. Arif Wicaksono	Pengaruh Media Sosial Instagram @wisatadakwa hokura Terhadap Minat Berkunjung Followers	Metode kuantitatif, pendekatan eksplanatori dengan penyajian analisis kualitatif, alat penyebarannya melalui kuesioner.	Terdapat pengaruh media sosial instagram Wisata Dakwah Okura terhadap minat berkunjung followers. Dibuktikan dengan nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 6.919 + 0.689X$ . Bilangan konstanta sebesar 6.919 dan koefisien variabel nilai media sosial sebesar 0.689
4.	Agustina	Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di SMA Negeri 3 Samarinda	Metode kualitatif, menggunakan teknik purpose sampling dan model interaktif Miles dan Huberman.	Menggunakan teori S-O-R dan Hipperleastic Media adalah bahwa remaja menggunakan media sosial instagram dan mengikuti akun jual beli pada instagramnya guna mempermudah dan mempersingkat waktu dalam berbelanja dan dampak negatif dari media sosial

				ini tidak begitu signifikan berpengaruh kepada sikap remaja SMA Negeri 3 Samarinda dalam berbelanja online
5.	Kadeni dan Ninik Srijani	Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Metode kuantitatif, jenis penelitian korelasional, alat penyebaran menggunakan kuesioner dan dokumentasi, teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.	Ada pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, ada pengaruh pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan ada pengaruh media sosial dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nadia Faidatun Nasiha memiliki persamaan yakni membahas mengenai pengaruh penggunaan instagram, sama-sama menggunakan metode kuantitatif, memakai teknik wawancara dan teknik pengumpulan datanya memakai kuesioner. Dalam penelitian tersebut, pengaruh instagram menjadi masalah utama namun dalam penelitian pengaruh instagram menjadi variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen.

Selanjutnya, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rubiyati, Muhammad Asrori, dan Luhur Wicaksono memiliki persamaan pada pembahasan pengaruh penggunaan instagram dengan metode yang

digunakan adalah kuantitatif, dan alat pengumpulan datanya memakai kuesioner. Masih sama dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menjadi variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen.

Kemudian pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh M. Arif Wicaksono memiliki persamaan seperti penelitian sebelumnya, yakni membahas pengaruh penggunaan instagram yang menjadikan pengaruh penggunaan instagram sebagai variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan alat penyebarannya menggunakan kuesioner.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan Agustina juga masih memiliki kesamaan di penggunaan instagram sebagai variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen. Namun, pada penelitian ini sedikit berbeda karena metode yang digunakan adalah kualitatif. Serta alat penyebarannya melalui kuesioner.

Untuk penelitian terdahulu yang selanjutnya adalah penelitian dari Kadeni dan Ninik Srijani. Penelitian ini memiliki persamaan pada variabel independen yaitu pengaruh media sosial instagram, dan pada variabel dependen membahas tentang tingkah laku. Kemudian penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif, meskipun dalam penelitian ini jenis penelitiannya adalah korelasional, dan teknik analisis datanya menggunakan regresi linier, akan tetapi alat penyebarannya masih sama menggunakan kuesioner.

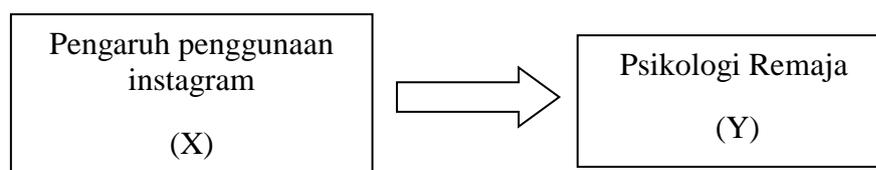
Dari ringkasan penelitian terdahulu yang ada pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa media sosial instagram dapat berpengaruh dalam segi yang berbeda-beda. Kemudian pada pembahasan psikologi remaja dikhususkan sebagai alat kontrol dalam menggunakan media sosial instagram. Ringkasan peneliti dari beberapa jurnal yang telah diambil, menegaskan bahwa ada perbedaan dan kesamaan melalui hasil riset terdahulu dengan hasil riset peneliti. Sehingga, pada penelitian ini tentunya memiliki sisi kelemahan dan keunggulan.

Berdasarkan tabel ringkasan penelitian terdahulu dari uraian singkat tentang perbedaan dan persamaan di atas, maka dapat ditarik hipotesis sementara pada penelitian kuantitatif ini yaitu sebagai berikut:

**Ha : Terdapat pengaruh penggunaan instagram terhadap psikologi remaja di MA Masalilik Huda Tahunan Jepara.**

## 6. Kerangka Teori

Berdasarkan deskripsi teori yang telah dipaparkan, maka skema kerangka berpikir dalam penelitian ini menggunakan pemikiran paradigma sederhana yaitu menghubungkan variabel Independent (X) ke variabel Dependent (Y), seperti berikut ini :



**Gambar 2.3**  
**Paradigma Sederhana**

Dari gambar di atas maka dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini memiliki variabel independen sebagai X yaitu pengaruh penggunaan instagram. Sedangkan variabel dependennya sebagai Y adalah psikologi remaja. Dengan mengetahui variabel independen dan variabel dependen, maka dapat digunakan peneliti untuk menemukan indikator guna memudahkan penyusunan kuesioner yang akan dibagikan kepada para responden.



<b>Penggunaan Instagram Variabel Independen (X)</b>	<b>Psikologi Remaja Variabel Dependen (Y)</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Fungsi instagram</li><li>2. Fungsi fitur-fitur instagram</li><li>3. Cara menggunakan fitur-fitur instagram</li><li>4. Kebutuhan mendapatkan motivasi di instagram</li><li>5. Kebutuhan mendapatkan hiburan di instagram</li><li>6. Kebutuhan mendapatkan informasi di instagram</li><li>7. Kebutuhan mendapatkan pertemanan di instagram</li><li>8. Ketertarikan khalayak terhadap media instagram</li><li>9. Sebab ketertarikan khalayak terhadap media instagram</li><li>10. Keunggulan isi media yang ditampilka di instagram</li><li>11. Kelemahan isi media yang ditampilkan di instagram</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Hadiah berupa barang</li><li>2. Pujian atau sanjungan</li><li>3. Pemberian nilai</li><li>4. Senyuman</li><li>5. Dorongan untuk menyemangati</li><li>6. Emosi</li><li>7. Menunda-nunda pekerjaan</li><li>8. Rasa khawatir dan gelisah</li><li>9. Ketidakpercayaan diri</li><li>10. Perilaku buruk</li><li>11. Hukuman</li><li>12. Bentakan</li><li>13. Umpatan</li></ol>