

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Teori *Uses and Gratifications***

Teori ini dapat menjelaskan mengenai alasan seseorang dalam memilih sebuah media dan penggunaan media tersebut. Teori penggunaan dan kepuasan (*Uses and Gratifications Theory*) yang dikemukakan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch pertama kali pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communications* dapat dianggap menjadi sebagai salah satu teori yang mencoba menjelaskan bagaimana hubungan individu dengan media. Teori ini mengemukakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif dalam pemilihan serta penggunaan media. Teori ini menjelaskan bagaimana yang menyebabkan individu sebagai mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda-beda. Perbedaan-perbedaan tersebut disebabkan oleh adanya berbagai faktor sosial dan psikologis yang berbeda-beda diantara satu individu dengan individu lainnya.

Teori *Uses and Gratifications* ini menjelaskan seseorang dalam mengkonsumsi serta durasi waktu penggunaan media pada individu. Konsep dasar dari teori *Uses and Gratifications* ini yaitu darimana asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, yang membawa harapan tertentu sesuai dengan motif pada individu terhadap media yang membawa pada pola terpaan suatu media tertentu dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan lain, tak hanya pada kebutuhan namun juga dapat berdampak

terhadap apa yang tidak kita inginkan. Pengguna media dapat memilih media apa yang akan digunakan sesuai dengan keinginan atau kebutuhannya, selain itu pengguna atau konsumen media dapat memilih bagaimana pola penggunaan media yang sesuai dengan tujuannya. Pada akhirnya, media yang dapat memenuhi kebutuhan khalayak disebut suatu media yang efektif.

Tabel 2.1 Model *Uses and Gratifications*

<b>Anteseden</b>	<b>→ Motif</b>	<b>→ Penggunaan Media</b>	<b>→ Efek</b>
- Individu	- Personal	- Hubungan	- Kepuasan
- Lingkungan	- Diversi	- Macam isi	- Pengetahuan
	- Personal	- Hubungan dengan isi	
	- <i>Identity</i>		

Sumber : Kriyantono, 2014

Salah satu macam riset pada teori *Uses and Gratifications* yang saat ini berkembang adalah dibuat oleh Philip Palmgreen dari *Kentucky University*. Pada umumnya riset yang menggunakan teori *Uses and Gratifications* ini lebih memfokuskan pada motif sebagai suatu variabel independen yang dapat mempengaruhi variabel terikat. Pada risetnya, Palmgreen menggunakan dasar yang sama dengan para peneliti sebelumnya yaitu motif tertentu pada penggunaan media, konsep yang diteliti oleh Palmgreen tidak hanya berhenti disitu. Palmgreen juga meneliti apakah para pengguna mencapai kepuasan pada saat penggunaan media tersebut. Konsep untuk mengukur kepuasan tersebut yaitu GO (*Gratification Obtained*) dan GS

(*Gratifications Sought*). Setelah itu, para pengguna konsep tersebut memunculkan teori-teori baru yang merupakan variasi dari teori *Uses and Gratifications*, teori tersebut disebut dengan teori *Expectancy Values* atau nilai pengharapan.

Menurut teori *Expectancy Values*, seseorang lebih cenderung mengarahkan diri ke dunia (seperti media) berdasarkan pada kepercayaan serta evaluasi mereka tentang dunia. *Gratifications Sought* merupakan kepuasan yang dicari oleh konsumen ketika mengkonsumsi media tertentu. GS adalah suatu motif yang mendorong seseorang untuk mengkonsumsi media. Sedangkan *Gratifications Obtained* merupakan kepuasan yang nyata yang didapat seseorang ketika mengkonsumsi media tertentu. Dengan kata lain, *Gratifications Sought* dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang dapat media berikan serta evaluasi seseorang mengenai isi media.<sup>11</sup>

## B. Remaja

Menurut Elizabeth B. Hurlock istilah remaja juga disebut *adolescence*, berasal dari bahasa latin (*adolescere*) yang artinya tumbuh kearah kematangan, sedangkan kata bendanya adalah *adolescencia* berarti remaja “tumbuh” atau tumbuh menjadi dewasa.<sup>12</sup> Dalam hal ini, kematangan tidak hanya berarti kematangan fisik saja, namun juga kematangan sosial, kematangan emosi serta psikologis yang berdampak pada pola pikir dan kebutuhan. Namun pada kategori remaja ini perkembangan sudah dapat mulai

---

<sup>11</sup> Rachmat Kriyantono, Riset Komunikasi (Jakarta:Prenada Group, 2014), 210.

<sup>12</sup> Elizabeth B. Hurlock, Psikologi Perkembangan (Jakarta: Erlangga, 2003), 206.

terlihat pada pertumbuhan fisik seperti bertambahnya tinggi badan, munculnya jerawat, perkembangan organ seksual yaitu alat reproduksi sudah berkembang dengan mulai matang dengan baik.<sup>13</sup>

Remaja merupakan usia peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Secara psikologis, masa remaja ini adalah suatu masa dimana seseorang berintegrasi dengan kehidupan masyarakat, dimana anak-anak sudah tidak lagi dibawah orang tua, namun pada tingkat yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah integrasi masyarakat mempunyai aspek efektif, saat masa pubertas dalam hal ini perubahan juga terjadi pada intelektual yang mencolok. Pada usia remaja ini biasanya seseorang mulai memiliki cara berpikir yang khas.

Menurut pendapat WHO (*World Health Organization*) pada tahun 1974, remaja ialah suatu masa dimana seorang individu berkembang sejak mulai ia menunjukkan aktivitas perkembangan seksualitas hingga pada kematangan seksualitasnya, individu mengalami perubahan psikologi dan pola identifikasi yang berkembang dari kanak-kanak menuju dewasa serta terjadinya peralihan dari suatu keadaan ketergantungan sosial sepenuhnya kepada keadaan dimana seseorang tersebut menjadi lebih mandiri.<sup>14</sup> Batasan usia remaja menurut WHO adalah pada usia 12 sampai 24 tahun. Lalu menurut Menteri kesehatan RI pada tahun 2010, batas usia remaja ialah antara 10 sampai 19 tahun dan belum menikah. Sedangkan menurut Jhon W. Santrock masa remaja merupakan masa atau periode perkembangan transisi

---

<sup>13</sup> Sarwono Sarlito W, Psikologi Remaja (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), 8.

<sup>14</sup> Ibid, 9.

dari kanak-kanak hingga pada masa dewasa yang mencakup banyak perubahan lainnya. Perubahan tersebut dapat berupa perkembangan biologis, emosional, kognitif, serta sosial.<sup>15</sup>

Masa remaja juga ditandai dengan usia yang terus bertambah seiring berjalannya kehidupan seseorang. Secara umum, para tokoh psikologi membagi masa remaja pada tiga kategori sesuai dengan rentang umur sebagai berikut:

- a. Fase remaja awal : fase ini berada pada rentang usia 12 – 15 tahun.
- b. Fase remaja madya (tengah) : fase ini berada pada rentang usia 15 – 18 tahun.
- c. Fase remaja akhir : fase ini berada pada rentang usia 19 – 21 tahun.

Sedangkan menurut Hurlock, masa remaja dibagi pada beberapa rentang usia yakni sebagai berikut:

- a. Masa remaja awal : pada rentang usia 13-16 tahun.
- b. Masa remaja akhir : pada rentang usia 16-18 tahun.

Pada masa remaja, seseorang berkembang dengan memiliki ciri-ciri perkembangan berikut:

- a) Perkembangan biologis : perubahan fisik atau hormonal terjadi pada tubuh manusia dibawah pengaruh kerja sistem

---

<sup>15</sup> Jhon W. Santrock, *Adolescence* Perkembangan Remaja (Jakarta: Erlangga, 2002), 23.

syaraf. Pada saat ini, terjadi perubahan-perubahan pada otak, tubuh, keterampilan motorik, serta kapasitas sensorik.

- b) Perkembangan psikologis : pada perkembangan ini dapat dijelaskan dengan teori psikososial tradisional yang menganggap bahwa saat krisis perkembangan remaja menimbulkan terbentuknya identitas. Pada masa remaja, individu mulai memiliki karakter atau ciri khas.
- c) Perkembangan kognitif : Perkembangan kognitif adalah suatu perubahan kemampuan mental seperti belajar, menalar, berpikir, memori, dan bahasa. Perkembangan pola pikir kognitif dapat mencapai puncaknya pada kemampuan berpikir abstrak. Remaja tidak dibatasi dengan pola pikir yang dihadapkan dengan kenyataan dan aktual saja yang merupakan ciri berpikir konkret, namun remaja sudah dapat memerhatikan kondisi dan kemungkinan yang akan datang.
- d) Perkembangan moral : masa kanak-kanak hanya dapat menerima menerima keputusan atau sudut pandang orang dewasa, namun pada saat remaja mereka sudah mulai mengerti berbagai nilai dari proses perkembangannya pada masa kanak menuju dewasa.
- e) Perkembangan spiritual : remaja mampu memahami konsep yang abstrak serta mengintepretasikan analogi serta berbagai

simbol. Mereka sudah mulai peka dengan empati, berpikir secara logis serta berfilosofi.

- f) Perkembangan sosial : untuk mencapai kematangan secara penuh saat dewasa nanti, pada masa remaja seseorang harus bisa melepaskan diri dari dominasi sosial termasuk keluarga. Seseorang harus lebih mandiri serta percaya diri untuk mengaktualisasikan dirinya.

Ciri-ciri perkembangan remaja tersebut akan dialami oleh manusia yang terus berkembang. Pada tahap ini, manusia merasa dirinya sudah matang dan ingin diakui keberadaannya. Peralihan masa dari kanak-kanak menuju dewasa membuat remaja bersemangat dengan banyak pengetahuan akibat dari perkembangan yang terjadi pada individu. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan angka usia remaja pada rentang 15 hingga 24 tahun dengan pertimbangan data kelompok umur yang disajikan oleh Badan Statistik Pusat Kota Kediri.

### **C. Muslimah**

Muslim merupakan orang yang berserah diri kepada Allah Swt. dalam agama Islam. dengan hanya menyembah dan meminta pertolongan kepadanya terhadap segala yang ada dilangit dan bumi. Kata muslim merujuk pada penganut agama Islam. Pada Islam, muslimin adalah sebutan pemeluk agama Islam pada kaum laki-laki, sedangkan muslimah merujuk pada pemeluk agama Islam pada kaum wanita. Wanita muslimah adalah wanita yang

menjaga dirinya untuk selalu mentaati seluruh perintah Allah serta meninggalkan apa yang telah dilarang oleh Allah Swt.<sup>16</sup>

Dalam penggunaan teknologi atau media sosial. Batasan-batasan, serta bagaimana pola perilaku seorang muslimah sudah diatur dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah. Etika atau *ethic* adalah konsep yang berbicara mengenai tentang baik buruk yang bersumber pada nilai-nilai kemanusiaan serta kebudayaan sehingga dikenal dengan beberapa etika, yaitu etika timur, etika barat dan sebagainya. Sedangkan *akhlakul karimah* pada muslimah dalam berkomunikasi serta menggunakan media sosial. Konsep baik serta buruknya akhlak manusia bertumpu pada wahyu, meskipun pada manusia akal juga ikut berkontribusi dalam pembentukan konsep etika atau perilaku. Seorang muslimah dalam berkomunikasi, tidak hanya terbatas pada dunia nyata atau komunikasi langsung saja, namun populernya media sosial juga merupakan ajang seorang muslimah dalam proses komunikasi sehari-hari. Seorang muslimah harus memahami bagaimana konsep teknologi dan etika yang sudah diatur dalam Al-Qur'an dan Hadis. Seorang muslimah juga harus memiliki pengetahuan, pemahaman serta kemampuan etis sebagaimana yang telah diajarkan dalam Al-Qur'an. Berikut ini merupakan beberapa etika muslim atau *akhlakul karimah* seorang muslim yang berdasar pada Al-Qur'an dan hadis:<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Nurul Effa Atiekah, Berhanuddin Abdullah. Peranan Wanita Muslimah dalam Dakwah kepada Keluarga dan Masyarakat Volume 20 No. 2 (Jurnal Universitas Sultan Zainal Abidin, 2019).

<sup>17</sup> Nur Aksin, Pandangan Islam Terhadap Pemanfaatan Media Sosial Volume 2 Nomor 2 (Jurnal Informatika Universitas PGRI Semarang, 2016), 122.

- a) Dalam menyampaikan sebuah informasi, seorang muslimah harus menyampaikan secara real atau fakta sebenarnya. Tidak boleh direkayasa atau dimanipulasi terlebih dahulu. Etika ini disebutkan pada QS. Al-Hajj (22): 30.

*"Demikianlah (Perintah Allah) dan Barang siapa mengagungkan apa-apa yang terhormat di sisi Allah. Maka itu adalah lebih baik baginya di sisi Tuhannya. dan telah dihalalkan bagi kamu semua binatang ternak, terkecuali yang diterangkan kepadamu keharamannya. Maka jauhilah olehmu berhala-berhala yang najis itu dan jauhilah perkataan-perkataan dusta".*

Menahan diri untuk menyebarkan suatu informasi tertentu baik secara langsung maupun melalui media sosial yang belum diketahui sendiri fakta atau kebenarannya adalah lebih baik daripada memberikan informasi dengan persepsi sendiri yang dianggap fakta.

- b) Bersikap bijaksana dalam berkomentar, memberi nasehat yang baik, serta berargumentasi yang jelas dengan fakta, terstruktur dan dengan baik pula. Etika ini diatur pada QS. An-Nahl (16): 125.

*"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk".*

Beragamnya karakter, kadar pemahaman, pola pikir serta perilaku individu dengan individu yang lainnya membuat proses pertukaran informasi atau lainnya harus terlebih dahulu dicerna dan dipahami. Penyampaian seorang individu dengan individu lain tentu tidak sama, oleh karena itu penyampai pesan harus belajar mengenai penggunaan

tata bahasa yang baik dan jelas, serta penerima pesan harus lebih bijak dalam memaknai isi pesan yang diterima.

- c) Meneliti fakta atau *check and recheck*, untuk mencapai kebenaran informasi yang diterima, pengguna *instagram* atau media komunikasi lainnya harus paham darimana informasi tersebut datang. Tak hanya itu, ketika mendapatkan suatu informasi dari seseorang harus terlebih dahulu meneliti atau menelusuri kebenaran dari informasi yang diterimanya agar tidak terjadi *ghibah*, *suudzon*, *fitnah*, *naminah* dan *kidzb*. Dalam Al-Qur'an dijelaskan pada surah QS. Al-Hujurat (49): 6 yang artinya,

*"Hai orang-orang yang beriman, jika datang padamu orang Fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal dikemudian hari"*.

Kesengajaan atau kecerobohan dalam memberikan informasi yang tidak benar dalam berkomunikasi baik melalui dunia nyata atau dunia maya yaitu media sosial adalah dilarang, selain dilarang dalam Al-Qur'an, hal tersebut juga merupakan suatu pelanggaran yang sudah diatur dalam UU ITE.

- d) Tidak mencaci-maki, mengolok-ngolok atau melakukan suatu tindakan penghinaan yang dapat menumbuhkan kebencian lainnya. Hal tersebut sudah dijelaskan pada QS. Al-Hujarat (49): 11 yang artinya,

*"Hai orang-orang yang beriman, janganlah sekumpulan laki-laki merendahkan kumpulan orang lain, boleh jadi yang ditertawakan itu lebih baik dari mereka. Dan jangan pula sekumpulan perempuan"*

*merendahkan kumpulan lainnya, boleh jadi yang direndahkan itu lebih baik. Dan janganlah suka mencela dirimu sendiri dan jangan memanggil dengan gelaran yang mengandung ejekan. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk sesudah iman dan barang siapa yang tidak bertobat, Maka mereka itulah orang-orang yang Zalim”.*

Ruang lingkup komunikasi yang semakin luas membuat manusia memiliki kebebasan untuk melakukan tindakan apa saja yang ingin dilakukan, hal tersebut biasanya dilakukan oleh pengguna tanpa identitas (anonim) yang tidak ingin identitasnya diketahui saat sedang mengujar kebencian, dengan motif yang buruk seperti provokasi atau adu domba. Pengguna yang baik harus memiliki adab atau etika dalam bertutur maupun bertindak.

- e) Menghindari berprasangka yang buruk kepada orang lain / *su'udzon* sudah dijelaskan pada Al-Qur'an pada QS. Al-Hujarat (49): 12 yang artinya,

*“ Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu adalah dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya, dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang”.*

Dalam berkomunikasi baik secara langsung maupun virtual, seseorang lebih baiknya berpegang pada asas hukum “praduga tak bersalah”. Prasangka yang buruk terhadap orang lain dapat menimbulkan tindakan *bullying* serta pembunuhan karakter.

f) Hindari membuka aib orang lain. Rasulullah SAW. bersabda:

*“Setiap umatku mendapat pemaaf-an kecuali orang yang menceritakan aibnya sendiri. Sesungguhnya diantara perbuatan menceritakan aib sendiri adalah seorang yang melakukan suatu perbuatan (dosa) di malam hari dan sudah ditutupi oleh Allah Swt. Kemudian dipagi harinya lalu ia sendiri yang membuka apa yang telah ditutupi Allah itu.”* (HR. Bukhori dan Muslim).

Aib merupakan hak pribadi seseorang, dan menceritakan kepada orang lain adalah merupakan perbuatan dosa bagi orang itu sendiri. Oleh karena itu, seseorang muslim harus pandai memilah mana yang merupakan aib untuk disimpan, dan mana cerita untuk disebar melalui proses komunikasi atau ditulis pada akun media sosial.

Islam merupakan agama yang terbuka terhadap perkembangan teknologi. Islam adalah salah satu agama yang menuntun kehidupan manusia dari taraf terbelakang menuju taraf yang lebih maju dan *modern*. Ajaran yang terkandung dalam agama Islam menggugah manusia untuk hidup menjadi dinamis, kreatif dan pengabdian kepada agama, negara serta masyarakat.

#### **D. Eksistensi Diri**

Eksistensialisme secara etimologi yakni berasal dari kata eksistensi serta berasal dari bahasa latin *existere* yang berarti apa yang ada, apa yang memiliki aktualitas serta apa saja yang dialami. Pada konsep ini menekankan bahwa sesuatu itu ada. Eksistensi manusia dipandang secara menyeluruh sebagai satu kesatuan yaitu manusia dan dunianya.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Cassandra Willianti dan Roswita Oktavianti, Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Followers @pluffyschoice) Vol. 3 No. 1 (Jurnal Ilmu Komunikasi, Universitas Trumanegara, 2019), 49.

Dalam bukunya analisis eksistensialisme, Zainal Abidin menggambarkan sebuah konsep dasar eksistensi diri yaitu sebagai berikut:<sup>19</sup>

- a. Eksistensi merupakan sebuah proses yang dinamis, suatu proses seseorang “menjadi” atau “mengada”. Eksistensi ini tidak bersifat kaku dan statis. Perkembangannya sesuai dengan potensi diri seseorang dan bagaimana seseorang tersebut mengaktualisasikan dirinya.
- b. Eksistensi adalah proses pemberian makna. Hakekat manusia yang memiliki kesadaran manusia itu sendiri selalu ingin melampaui batas dirinya. Realitas yang semula objektif lalu diberi makna subjektif berdasar dengan kebutuhannya.
- c. Eksistensi berarti ada dalam dunia. Manusia tidak merealisasi dirinya tanpa ada dunianya. Manusia selalu identik dengan subjektifitas seperti pemikiran sebagai keyakinan, persepsi serta perasaan.
- d. Eksistensi selalu mendahului esensi. Dalam hal ini berarti segala takdir ataupun nasib manusia, konsep tentang manusia, struktur hidup manusia ditentukan sendiri oleh manusia.
- e. Manusia hidup dalam tiga macam dunia sekaligus, yaitu :
  - 1) Dunia biologis (*umwelt*), dunia bersifat objektif. *Umwelt* merupakan objek-objek disekitar manusia. *Umwelt* adalah suatu dunia kebutuhan biologis, naluri secara tidak sadar,

---

<sup>19</sup> Zainal Abidin, Analisis Eksistensial (Bandung: Refika Aditama, 2002), 10-12.

dorongan hewani, serta segala sesuatu yang disebut lingkungan.

- 2) Dunia sosial (*mitwelt*), merupakan dunia yang menghubungkan antar manusia. Dalam dunia ini, manusia memiliki ikatan atau hubungan dan melaksanakan peran sebagai manusia sosial.
  - 3) Dunia diri sendiri (*eigenwelt*), dunia ini merupakan pusat dari pandangan manusia serta pusat dari hubungan antar manusia dan dengan benda atau orang lainnya.
- f. Eksistensi adalah milik pribadi, tidak ada satu individu dengan individu lainnya memiliki karakter yang identik. Pengalaman yang dimiliki satu dengan lainnya juga tak akan pernah identik. Oleh karena itu, eksistensi milik pribadi yang kepemilikannya tidak akan digantikan oleh siapapun.
- g. Eksistensi adalah suatu hal yang autentik atau tidak. Menurut Heidegger dan Sartre, eksistensi sebagian besar tidak paham dengan dirinya sendiri, berarti manusia tidak otentik. Hal tersebut karena manusia selalu berusaha mengikuti *trend*, terpedaya oleh media massa atau media sosial, tergodaya oleh iklan, hal itulah membuat manusia terkadang lupa diri. Padahal tiap manusia dapat menjadi autentik atau menjadi dirinya sendiri dengan memiliki kesadaran diri, dan tetap memiliki eksistensi diri.

Individu yang memiliki eksistensi diri dinilai memiliki ciri-ciri sebagai berikut ini:

- a) Kesadaran diri adalah kemampuan untuk mengenali diri sendiri yang meliputi kekuatan dan kelemahan, lalu apa saja yang mampu untuk dilakukan, dan bagaimana caranya.
- b) Kepercayaan diri, yaitu kemampuan seseorang bagaimana ia dapat melihat suatu peristiwa dari sudut pandang yang positif.
- c) Harga diri adalah bagaimana seseorang memiliki nilai dari dalam diri sendiri.
- d) Kesadaran akan peran adalah bagaimana seseorang tersebut menyadari bagaimana penting perannya dalam masyarakat atau lingkungannya.
- e) Kesadaran akan kekuatan misi pribadi yaitu bagaimana seseorang sadar dan paham mengenai suatu tujuan dalam kehidupannya
- f) Kesadaran daya tarik serta keunikan pribadi adalah kesadaran seseorang mengenai daya tarik yang dimiliki oleh masing-masing individu yang memiliki daya tarik serta keunikan masing-masing
- g) Konsistensi terhadap kehidupan, yaitu tidak menjadi terombang-ambing terhadap suatu peluang atau perubahan yang akan terjadi,
- h) Ketenangan dan kedamaian yaitu kemampuan untuk tetap tenang dan damai dalam menghadapi setiap masalah dalam kehidupannya.

Eksistensi diri merupakan kebutuhan manusia untuk diakui dalam dunia. Eksistensi berarti keberadaan (manusia itu sendiri). Seseorang atau manusia selalu membutuhkan pengakuan diri. Pembentukan kepercayaan diri merupakan bagian dari eksistensi diri. Bagaimana kemampuan manusia itu

pandai mengaktualisasikan diri dengan kepercayaan diri yang dimiliki. Kepercayaan diri menurut Santrock ialah menyatakan rasa percaya diri (*self esteem*) yang merupakan dimensi evaluatif yang menyeluruh dari dalam diri. Rasa percaya diri juga disebut harga diri atau gambaran diri. Kepercayaan diri merupakan suatu keyakinan atas kemampuan diri sendiri sehingga seseorang atau individu tidak ragu bertindak, merasakan kebebasan atas hal-hal yang disukai, bertanggung jawab, sopan saat berinteraksi, menghargai orang lain serta lebih mengenali kekurangan pada diri mereka masing-masing. Dalam penelitian ini, eksistensi diri akan dinilai dari rasa percaya diri, bagaimana ia menghadapi arus yang sedang trend, popularitas yang saat ini sangat menarik, bagaimana ia mengaktualisasikan diri dengan penampilannya, serta fenomena *narsisme* yang sering terjadi saat ini.

#### **E. Instagram**

Era komunikasi yang terus berkembang saat ini terus menghadirkan berbagai media baru. Media sosial yang awalnya dikembangkan sebagai alat komunikasi saat ini juga terus berkembang mengikuti arus kebutuhan manusia. *instagram* merupakan salah satu media sosial yang disukai oleh masyarakat karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagi foto atau video dengan kebutuhan individu masing-masing hanya dengan menghubungkan ponsel pintarnya dengan jaringan internet. *Instagram* atau juga bisa disebut *IG* atau *instagram* merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang membuat penggunaanya dengan mudah mengambil foto,

video, menerapkan filter digital, hingga membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri. Berbagai fitur menarik dimiliki oleh *instagram* membuat masyarakat khususnya remaja sangat tertarik menggunakannya, berbagai fitur menarik yaitu:

- h. *Instagram story*: dalam fitur ini pengguna dapat membagikan foto atau video dalam selang waktu yang terbatas, yaitu 24 jam.
- i. Unggah foto dan video: pengguna dapat mem-*posting* foto atau video yang telah diedit atau dianggap menarik yang nantinya akan dilihat oleh teman pengguna *instagram* lainnya.
- j. Suka (*like*): pada fitur ini pengguna memberi tanda “love” sebagai tanda menyukai postingan yang ia lihat.
- k. Pengikut (*followers*): pada fitur ini pengguna *instagram* dapat saling mengikuti (*following*) pada akun *instagram* orang lain.
- l. Berbagi (*share*): pengguna dapat membagikan postingan yang ia lihat kepada pengguna *instagram* lain.
- m. *Geotagging*: pada fitur ini pengguna dapat mengaktifkan lokasi atau *G-maps* pada saat mengunggah foto agar area dapat terdeteksi.
- n. *Arroba*: fitur ini dapat membuat pengguna *instagram* dapat menyinggung atau menandai akun lain dengan menggunakan tanda “@”.
- o. *Hastag*: *hastag* digunakan oleh pengguna *instagram* sebagai suatu tanda tagar yang sesuai dengan postingannya atau sesuatu yang

sedang populer agar pengguna lain dapat melihat postingannya di hastag serupa.

- p. Filter video dan foto: keinginan untuk menampilkan sesuatu yang menarik selalu ada pada diri manusia, *instagram* menyediakan filter video dan foto agar mempercantik postingannya.

Beberapa fitur di atas dapat dimanfaatkan pengguna *instagram* untuk berkreasi dan berekspresi sesuai dengan karakteristik dirinya serta motif atau tujuannya.

#### **F. Motif (Motivasi)**

Kata motif berasal dari bahasa Inggris *motive*, berasal dari kata *movere* atau *motion* yang memiliki arti sesuatu yang bergerak. Motif merupakan suatu dorongan, keinginan, hasrat dan tenaga penggerak lainnya dari manusia. Motif muncul dari dalam diri manusia dan dirangsang oleh kebutuhan internal dan eksternal, oleh karena itu motif menjadi faktor penentu arah gerak atau perilaku manusia. Dalam motif terdapat dua unsur yang pokok yaitu tujuan dan dorongan.

Sebenarnya motif sangat banyak dan tidak terbatas selama kehidupan manusia terus berkembang dan berjalan. Blumber menyebutkan tiga orientasi: orientasi kognitif (kebutuhan akan informasi, *surveillance*, atau eksplorasi realitas), diversifikasi (kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan), serta identitas personal (yakni, “menggunakan isi media untuk memperkuat/menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi

khalayak sendiri”). Tidak jauh berbeda dengan pendapat Blumber, menurut Ardianto dan Komala yang dikutip oleh Hesti Wulandari dalam penelitiannya, terdapat empat motif yang menyebabkan dorongan seseorang dalam menggunakan media sosial. Beberapa motif tersebut diuraikan sebagai berikut:<sup>20</sup>

- q. Motif informasi yaitu dorongan keingintahuan manusia terhadap peristiwa apa yang sedang terjadi disekitar.
- r. Motif identitas pribadi, upaya menunjukkan nilai dengan membentuk citra diri sebagai cara untuk memperkuat nilai-nilai individu.
- s. Motif identitas sosial serta integritas, yaitu rasa ingin memperoleh pengakuan dan penilaian baik dari orang lain yang berhubungan dengan empati.
- t. Motif hiburan, rasa ingin memperoleh kesenangan dari penggunaan media. Dalam penggunaan media seseorang ingin melepaskan diri dari suatu permasalahan, menyalurkan emosi, mengisi waktu luang serta me-*refresh* dirinya.

Beragamnya motif di atas yang melatari penggunaan *instagram* membuat peneliti ingin mengetahui bagaimana motif remaja muslimah di Kota Kediri menggunakan *instagram*. Dalam penelitian ini, peneliti ingin meneliti beberapa variabel di atas sebagai indikator variabel motif sebagai variabel independen ( $X_1$ ).

---

<sup>20</sup> Hesti, 56.

## G. Intensitas

Intensitas dalam kamus KBBI berarti suatu keadaan tingkatan atau ukuran intensitasnya. Sedangkan menurut kamus Sains dan Teknologi, intensitas merupakan ukuran dari suatu laju perpindahan antara energi dan radiasi. Sedangkan menurut kamus Psikologi intensitas adalah kekuatan atau besarnya tingkah laku, jumlah energi fisik yang diperlukan untuk merangsang suatu indra, data indera serta ukuran fisik dari suatu energi. Maka dapat disimpulkan bahwa intensitas adalah suatu ukuran waktu untuk mengukur keadaan objek.

Intensitas dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu intensitas secara kualitas dan intensitas secara kuantitas. Secara kualitas, intensitas dapat dipahami sebagai bentuk ketertarikan, penghayatan dan perhatian terhadap suatu hal. Secara kuantitas, intensitas dapat diartikan sebagai waktu, durasi serta frekuensi seseorang terhadap objek. Dalam penelitian ini, intensitas yang akan diteliti adalah intensitas secara kualitas yaitu bagaimana ketertarikan serta perhatian seseorang terhadap *instagram*, sedangkan untuk intensitas secara kuantitas, peneliti membahas bagaimana durasi, frekuensi penggunaan *instagram*.

Menurut Ajzen yang dikutip Frisnawati<sup>21</sup> menjelaskan bahwa terdapat beberapa aspek yang menjadi bagian dalam intensitas penggunaan media sosial, dalam penelitian ini *instagram*, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>21</sup> Frisnawati, A. "hubungan antara intensitas menonton Reality Show dengan kecenderungan perilaku prososial" Vol. 1 ( Jurnal *Empathy*, 2012), 50-54.

- u. Perhatian, perhatian adalah ketertarikan seseorang terhadap suatu objek yang menjadi target perilaku. Dapat diilustrasikan seperti seseorang menggunakan media sesuai dengan kebutuhannya, jika media dapat memenuhi kebutuhannya tersebut maka khalayak akan terus bertindak (menggunakan) media tersebut.
- v. Penghayatan, merupakan penyerapan serta pemahaman seseorang terhadap suatu informasi, selanjutnya informasi tersebut dipahami dan dapat menjadi pengetahuan baru bagi pengguna tersebut. Dari proses tersebut, pengguna dapat memperoleh pemahaman yang baru atau lebih dengan penggunaan *instagram*.
- w. Durasi, dalam hal ini durasi adalah intensnya atau lamanya selang waktu penggunaan media tersebut. Pada penelitian ini, menghitung berapa lama waktu target dalam penggunaan media sosial. Seperti berapa jam penggunaan media dalam waktu sehari.
- x. Frekuensi, frekuensi merupakan banyaknya pengulangan dalam penggunaan media dalam beberapa kurun waktu. Biasanya frekuensi penggunaan bagi setiap individu berbeda, tergantung kebutuhan serta motif pelaku.

Pada penelitian ini, peneliti tak hanya mengukur intensitas berdasarkan segi kuantitas, namun juga pada segi kualitas. Peneliti merasa pentingnya untuk mengetahui keduanya agar lebih memperkuat penelitian ini. Oleh karena itu penghayatan, perhatian, durasi dan frekuensi menjadi indikator peneliti untuk mengukur seberapa besar pengaruh intensitas

penggunaan *instagram* terhadap eksistensi diri remaja muslimah di Kota Kediri. Dalam penelitian ini, intensitas merupakan variabel independen ( $X_2$ ).