

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan, gagasan, dari satu pihak ke pihak yang lain. Komunikasi bisa dilakukan dengan cara lisan, *faceto face*, atau menggunakan bahasa verbal yang mudah dimengerti oleh komunikan. Selain itu komunikasi juga bisa dilakukan dengan bahasa isyarat atau gerak tubuh sehingga bisa membuat orang mengerti, yang biasa disebut bahasa nonverbal.

Menurut *Bittner* dalam buku pengantar komunikasi massa, komunikasi massa adalah proses komunikasi yang membutuhkan peran media massa sebagai alat untuk menyampaikan atau menyebarkan informasi. Komunikasi massa meliputi internet, televisi dan radio yang digunakan agar pesan yang disampaikan kepada *audience* dapat diterima dengan baik.¹

Masyarakat di zaman milenial sekarang sudah tidak asing lagi dengan dunia teknologi, yang sudah mutlak menjadi kebutuhan sehari-hari untuk berinteraksi dengan pihak lain. Oleh karena itu manusia sekarang tidak hanya berinteraksi secara langsung atau *face to face*, tetapi juga berinteraksi melalui teknologi.

¹Nuruddin pengantar komunikasi massa –Ed, 1,-jakarta:Rajawali pers,2014 hal. 7

Teknologi memudahkan penggunanya untuk mengakses sebuah informasi dan kepentingan lainnya. Seperti halnya mencari data melalui alat teknologi, masyarakat sudah tidak asing lagi dengan kecanggihan alat teknologi. Di zaman yang modern semua kalangan bisa memakai teknologi tersebut.

Teknologi komunikasi sudah sangat maju, sehingga dapat memberikan kebutuhan apa yang diinginkan para penggunanya. Teknologi komunikasi ini tidak dapat dipisahkan dari manusia karena sangat dibutuhkan dalam berinteraksi dengan memiliki tujuan masing-masing. Teknologi komunikasi juga lebih memudahkan manusia demi suatu kepentingan personal maupun kelompok.

Media sosial adalah sebuah media online yang dimanfaatkan manusia sebagai ajang pergaulan sosial melalui media internet. Di media sosial ini manusia bisa berkomunikasi. Media sosial ini berbasis website atau aplikasi yang bisa membuat komunikasi ke dalam bentuk dialog interaktif. Contohnya facebook, twitter, merupakan sebuah aplikasi media sosial yang bisa menciptakan komunikasi dengan banyak orang.

Aplikasi dalam *smarthpone* ada berbagai macam, dari yang dapat dimanfaatkan untuk belajar, belanja online, menghafal, permainan, dan aplikasi *dating* facebook, line, instagram, dan lain-lain. Aplikasi bertujuan untuk mempublikasikan diri sendiri dengan mendapatkan *feedback* dari orang lain dengan hal yang positif. Semua masyarakat sekarang menggunakan media sosial, baik anak kecil, pelajar, siswa, mahasiswa, bahkan orang tua

Media sosial digunakan untuk menghubungi saudara atau teman yang dekat maupun yang jauh. Apalagi sekarang sudah banyak aplikasi-aplikasi yang bagus dan menarik masyarakat untuk mengekspresikan kehidupan mereka sehari-hari. Baik dari Facebook, Line, Whatsapp, Twitter. Sudah tidak heran lagi, jika kita mendengarkan kata media sosial, maka pikiran seseorang tentu akan langsung tertuju pada Internet. Facebook, Twitter, Youtube, dan fasilitas lainnya yang menjembatani hubungan dan interaksi antar manusia.

Di negara kita, masyarakat sangat pandai bersosialisasi atau berinteraksi. Dalam media sosial warga negara Indonesia sangat aktif berinteraksi dengan yang lain. Sementara media sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *webpage* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas.

Kini untuk mengakses media sosial itu sendiri bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone*. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi. Karena kecepatannya, media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa dalam menyebarkan berita. Perkembangan teknologi informasi tidak hanya mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun secara materi dapat mengembangkan ruang gerak kehidupan

baru bagi masyarakat. Tanpa disadari, komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yakni kehidupan masyarakat nyata dan masyarakat maya.

Media sosial yang paling digemari saat ini adalah instagram. Anak muda sangat senang dengan aplikasi tersebut. Mereka bisa mengekspresikan apa yang diinginkan. Salah satunya kegiatan setiap hari mereka yang diaplikasikan dalam instastory instagram. Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang diakses oleh semua kalangan, terutama kalangan anak muda. Melalui Instagram, seseorang dapat mengunggah foto atau video, mempublikasikannya, dan terpampang pada jendela pengguna yang lain. Sistem pertemanan yang ada di Instagram menggunakan istilah *follower* (pengikut) dan *following* (orang yang diikuti). Terdapat fitur *like* dan *comment* sehingga orang dapat leluasa memberikan apresiasi berupa tanda suka atau komentar pada foto yang diunggah. Manfaat dari penggunaan Instagram adalah sebagai media promosi, informasi, dan menyalurkan ide kreatif melalui fotodan video.

Instagram memiliki sebuah daya tarik untuk mengekspresikan apa yang diinginkan contohnya seperti mempublikasikan foto cantik atau ganteng kita agar dapat dilihat oleh banyak pengguna instagram. Apalagi yang memiliki banyak follower. Dari akun @syahmaig tersebut memanfaatkan bahwasanya gaya (*style*) yang dipakai dapat membuat pengguna instagram lainnya bisa melihat gayanya. Juga dapat memberikan suatu kesan yang positif tentang gaya (*style*). Semakin banyak kita mempublikasikan hal yang menarik tentang gaya (*style*) yang kita pakai unik atau cocok (*match*) akan banyak yang tertarik dengan gaya tersebut. Bisa di contoh dan bisa kita terapkan saat kita sedang bepergian.

Tagar (*hashtag*) adalah simbol (#) yang digunakan untuk menandai sesuatu kata kunci atau topik. Tagar (*hashtag*) memberikan kemudahan seseorang ketika mencari sebuah tema di media sosial instagram. Tagar (*hashtag*) memiliki banyak kegunaan, misalnya ketika mencari sebuah informasi seperti tempat wisata, *fashion*, *cafe*, alam, dan lain-lain.

Tagar (*hashtag*) yang biasanya digunakan oleh anak muda/selebgram adalah #ootd#ootdindo #followforfollow #likeforlike dan lain-lain. Dalam sekali mempublikasikan selalu mencantumkan tagar (*hashtag*) tersebut sehingga dapat dilihat oleh banyak penikmat instagram.

OOTD adalah gaya yang kita pakai pada saat itu dan memberikan kesan tentang *fashion*. OOTD tidak hanya dipakai pada saat kita mau mempublikasikan di instgram melainkan kita juga di acara-acara tertentu seperti pernikahan atau ulang tahun. Tagar (*sering*) dipakai oleh para remaja sekarang, karena hal tersebut merupakan hashtag yang sangat keren dan mampu membuat penampilan foto menjadi lebih keren dan beda dari yang lainnya.

Contohnya, tagar (*hashtag*) OOTD (*outfit of the day*) memperlihatkan anak muda dengan gambaran diri modis yang menampilkan pakaian, sepatu, tas, dan aksesoris bermerek. Ketika mencantumkan *tag location* di media sosial, tempat yang ditampilkan adalah cafe, tempat makan mewah, dan lokasi *traveling*, baik perjalanan di dalam maupun luar negeri. Contoh lainnya adalah anak muda yang mengunggah video di *Insta-stories* ketika membawa mobil pribadi, sedang berbelanja di mal, atau berada di bandara ketika hendak bepergian.

Menurut anak muda, ada beberapa tujuan dalam mengunggah foto dalam media sosial Instagram. Pertama untuk mendapatkan pengakuan bahwasanya dirinya itu ada. Kedua memberikan rasa percaya diri tentang apa yang dia lakukan, seperti memposting foto, video, dengan memakai hastag yang diinginkan. Hal-hal tersebut diperkirakan dapat meningkatkan rasa percaya diri anak muda.

Percaya diri adalah salah satu dari suatu kepribadian dalam kehidupan manusia. Mempunyai rasa percaya diri sangat penting bagi siapapun, oleh karena itu bisa membuktikan seseorang bahwa kita mampu untuk mencapai tujuan yang kita harapkan. Percaya diri juga memberikan seseorang keyakinan yang kuat pada diri sendiri. Keyakinan bisa memberikan kita hal positif terhadap apa yang kita lakukan, tidak menutup diri untuk mengeksplorasi apa yang dimiliki. Contohnya kita mempunyai rasa percaya diri terhadap fashion atau gaya (*style*) yang kita pakai meskipun itu sedikit berbeda dengan yang lain. Perbedaan itu bisa menunjukkan bahwa tidak semua orang bisa percaya diri dengan apa yang kita pakai.

Oleh karena itu peneliti memilih akun @syahmaig menggunakan tagar (*hastag*) ootd. Dari akun tersebut terlihat jelas bahwa dari segi penampilan memiliki daya tarik yang bagus dan mempunyai gaya tersendiri. Dengan begitu, menggunakan deskriptif kualitatif dengan pendekatan metode studi kasus. Dimana memberikan pemahaman yang sistematis mengenai bagaimana kita menggunakan pengharapan untuk memaknai situasi sehari-hari dengan orang-orang yang ada didalamnya.

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalahnya adalah :
Apakah penggunaan tagar (*hashtag*) ootd pada akun @Syahmaig berpengaruh terhadap rasa percaya diri?

1.3. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah tagar (*hashtag*) ootd dari akun @syahmaig berpengaruh terhadap rasa percaya diri

1.4. Manfaat penelitian

Dengan adanya penelitian ini, saya berharap dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu sesuai dengan tema yang diangkat, maka kegunaan penelitian ini. Secara umum diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada semua mata kuliah ilmu komunikasi.

1. Secara teoritis: Dari hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai penggunaan tagar (*hashtag*) ootd pada akun @syahmaig terhadap rasa percaya diri.
2. Secara praktis: Diharapkan dapat berguna untuk menambah dan memperluas wawasan pengetahuan mengenai penggunaan tagar (*hashtag*) di media sosial instagram terhadap rasa percaya diri dan menjadi rujukan bagi para peneliti yang berminat untuk meneliti hal ini lebih lanjut.

