

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA & KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka atau biasa juga disebut literature, merupakan bagian yang sangat penting dari sebuah proposal atau laporan penelitian, karena pada bab ini juga diungkapkan pemikiran atau teori-teori yang melandasi dilakukannya penelitian. Tinjauan pustaka dapat diartikan sebagai kegiatan yang meliputi mencari, membaca dan menelaah laporan-laporan penelitian dan bahan pustaka yang memuat teori-teori yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan.

2.1.1 Tinjauan Peneliti Terdahulu

Tinjauan Penelitian terdahulu adalah referensi yang berkaitan dengan informasi yang sedang diteliti oleh peneliti. Penelitian terdahulu ini berupa hasil penelitian yang sudah dilakukan, penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan acuan peneliti, antara lain :

Tabel 2.1

Penelitian yang sejenis

No.	Nama	Dita Gita Listian	Retasari Dewi	Naufal Rizkyana Yusuf
	Tahun	2012	2018	2018
1	Universitas	UNIKOM	UNPAD	UNIKOM
2.	Judul	<p>Identitas Seksual Pasangan Gay Di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Tentang Pembentukan</p> <p>Identitas Seksual Pasangan Gay Dalam Menjalin Komunikasi Antar Pribadi Di Antara Mereka Di Kota Bandung).</p>	<p>Dramturgi Dalam Media Sosial : Second Account Di Instagram Sebagai <i>Alter ego</i>.</p>	<p>Konsep Diri Remaja Hijrah (Studi Fenomenologi Tentang Konsep Diri Remaja Hijrah</p> <p>Di Komunitas Cicurug Mengaji</p> <p>Dalam Menunjukkan Eksistensinya</p> <p>Di Masyarakat).</p>
3.	Metode	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif
4.	Hasil	<p>Latar belakang pembentukan identitas seksual gay didasarkan pada faktor baik secara internal dan eksternal.</p> <p>Dalam eksternalisasi adanya pengaruh budaya lingkungan terhadap pembentukan</p>	<p>Keberadaan Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang sedang populer menjadi sarana membangun eksistensi bagi para pemilik akun.</p> <p>Beberapa alasan dari penelitian di atas adalah:</p> <p>1)Sebagai buku harian; 2)Mereka menggunakan akun</p>	<p>Remaja hijrah di Komunitas Cicurug Mengaji terbentuk melalui pandangan dimana meliputi pandangan diri dari remaja hijrah di Komunitas Cicurug Mengaji mengenai dirinya dan melihat dari pengalaman masa lalunya.</p> <p>Yang mendorong mereka untuk berubah</p>

		<p>identitas seksual gay juga terdapat bahasa tubuh atau simbol khusus yang digunakan dalam proses pembentukan identitas seksualnya.</p>	<p>kedua untuk menampilkan diri mereka yang lain, agar terhindar dari penilaian negatif;</p> <p>3). Menjadi pengikut akun berbelanja online, selebriti, dan akun gosip;</p> <p>4). Untuk keperluan bisnis. Informan dalam penelitian ini menggunakan akun keduanya karena akun pertama pada umumnya menggunakan nama asli mereka Dan akun pertama digunakan sebagai pencitraan diri mereka.</p>	<p>secara bertahap dimulai dari menjalankan kewajibannya sebagai seorang muslim dan mengikuti kajian - kajian di Komunitas Cicurug Mengaji, dan juga perasaan yang meliputi perasaan diri remaja hijrah di Komunitas Cicurug Mengaji rasakan ketika mereka rasakan sebelum berhijrah yaitu merasakan kegelisahan hingga mereka memutuskan untuk berhijrah dan menemukan perasaan senang yang sesungguhnya dengan mengenal islam dan juga perasaan dari orang lain yang bermacam – macam yang membuat remaja hijrah mengambil peran di masyarakat dengan menunjukkan eksistensinya.</p>
5.	Perbandingan	<p>Tidak melihat budaya lingkungan tetapi interaksi dengan lingkungan</p>	<p>Peneliti meneliti fenomena yang ada di Twitter dan penggunaannya menunjukkan identitas yang berbeda.</p>	<p>Akun <i>Alter ego</i> tidak melihat dari masa lalunya namun melihat dari bagaimana hubungan mereka dengan orang terdekatnya.</p>

2.1.2 Tinjauan Komunikasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan hal yang sangat mendasar didalam kehidupan manusia. Komunikasi sudah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi, di mana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi untuk mencapai suatu tujuan bersama.

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media. (Effendy,1993:5)

Komunikasi merupakan alat utama yang digunakan dalam rangka melakukan interaksi yang berkesinambungan untuk berbagai tujuan menurut kepentingannya. Komunikasi bersifat fundamental karena berbagai maksud dan tujuan yang ingin dicapai memerlukan adanya suatu pengungkapan atas dasar-dasar tujuan tersebut, maka dalam hal ini komunikasi menjadi alat utama yang digunakan untuk menyampaikan tujuan-tujuan tersebut. Komunikasi sangat mendasari berbagai pemaknaan yang akan dibuat dan yang akan terbuat setelahnya.

2.1.2.2. Tujuan Komunikasi

Seperti kegiatan lainnya, komunikasi memiliki tujuan yang ingin dicapai oleh para akun komunikasi. Menurut Schramm dalam Sendjaja menjelaskan, “Tujuan komunikasi dapat dilihat dari dua perspektif kepentingan, yaitu : kepentingan komunikator dan kepentingan komunikan”. (Sendjaja, 2004:2.19)

Tujuan komunikasi menurut Sendjaja dilihat dari sudut kepentingan sumber atau komunikator antara lain :

1. Memberikan informasi Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan yang didalamnya sarat akan informasi. Melalui komunikasi, pesan tersebut disampaikan komunikator kepada komunikan.
2. Mendidik Dari sekedar memberikan informasi, akhirnya banyak input yang disampaikan komunikator agar komunikan menjadi lebih luas pengetahuannya.
3. Menghibur Seorang komunikator berkomunikasi tidak semata-mata memberikan informasi dan pengetahuan melainkan juga menghibur perasaan komunikan. Hal ini sering dilakukan untuk mengakrabkan ikatan emosional.
4. Menganjurkan suatu tindakan Pesan yang disampaikan komunikator merupakan stimulus yang dapat menjadi acuan bagi komunikan. Komunikator dapat mempengaruhi komunikan melalui komunikasi. (Sendjaja, 2004:2.19).

Sedangkan tujuan komunikasi menurut Sendjaja dilihat dari sudut kepentingan penerima atau komunikan antara lain:

1. Memahami informasi Minimnya informasi menjadikan seseorang menjadi kurang paham mengenai suatu hal. Melalui informasi yang disampaikan komunikator, komunikan menjadi lebih paham mengenai informasi yang dibutuhkannya.
2. Mempelajari Pesan yang disampaikan komunikator sarat akan pengetahuan dan informasi. Dengan berkomunikasi dengan komunikator, komunikan dapat mempelajari hal-hal yang tidak diketahuinya.

3. Menikmati Tanpa disadari seorang komunikator adalah entertainer sejati. Komunikator dimanjakan oleh banyaknya informasi, pengetahuan, dan sekaligus hiburan dari komunikator.
4. Menerima atau menolak anjuran komunikator Mereka kerap kali menjadi sasaran dari komunikator. Komunikasi memungkinkan seorang dapat menerima atau menolak sesuatu akibat pengaruh komunikator. (Sendjaja, 2004:2.19)

2.1.2.3 Proses Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah proses. Asumsi ini tentu saja menjadi bagian penting bagi seluruh peristiwa komunikasi, di mana dalam setiap proses, tentu saja meliputi tahapan-tahapan tertentu. Dalam setiap proses komunikasi, setidaknya melibatkan beberapa komponen komunikasi.

Laswell dalam Onong Uchjana Effendy (1994:11-19) membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap; Proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder. Proses Komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Di mana lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (gestur, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat/mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media ke dua dalam menyampaikan komunikasi karena komunikan sebagai sasaran berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya

banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film adalah media yang sering digunakan dalam komunikasi. Proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (surat kabar, televisi, radio, dsb) dan media nir massa (telepon, surat, megapon, dsp).

2.1.2.4. Fungsi Komunikasi

Komunikasi pun memiliki beberapa fungsi . Ada empat fungsi komunikasi antara lain:

1. Menginformasikan (*to inform*)
Komunikasi berfungsi memberikan informasi kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide, atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.
2. Mendidik (*to educate*)
Komunikasi merupakan sarana pendidikan manusia agar dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain dapat menginformasikan dan ilmu pengetahuan.
3. Menghibur (*to entertain*)
Komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi pendidikan, komunikasi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.
4. Mempengaruhi (*to influence*)
Fungsi yang mempengaruhi setiap individu yang melakukan komunikasi , tentunya berusaha mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan.
(Effendy, 1994 : 6)

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, 2003:188) dalam buku Elvinaro, Lukiati dan Siti yang berjudul Komunikasi Massa Suatu pengantar, yakni :

“Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people)”. (Elvinaro,Lukiati & Siti, 2007:3)

Dari definsi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi, keduanya dikenal sebagai media elektronik,surat kabar dan majalah keduanya disebut sebagai media cetak.

2.1.3.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Kita sudah mengetahui bahwa definisi-definisi komunikasi massa itu secara prinsip mengandung suatu makna yang sama, bahkan antara satu definisi lainnya dapat dianggap saling melengkapi. Melalui definisi itu pula

kita dapat mengetahui karakteristik komunikasi massa. Komunikasi massa berbeda dengan komunikasi antarpersona dan komunikasi kelompok, perbedaannya terdapat dalam komponen-komponen yang terlibat di dalamnya dan proses berlangsungnya komunikasi tersebut. Berikut ini karakteristik-karakteristik komunikasi massa yaitu :

1. Komunikator terlembagakan

Ciri komunikasi yang pertama adalah komunikatornya, kita sudah memahami bahwa komunikasi massa itu menggunakan media massa baik itu media cetak maupun elektronik.

2. Pesan bersifat umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu, oleh karenanya pesan komunikasi massa bersifat umum.

3. Komunikannya anonym dan heterogen

Komunikannya pada komunikasi massa bersifat anonym dan heterogen. Pada komunikasi antarpersona, komunikator akan mengenal komunikannya, mengetahui identitasnya.

4. Media massa menimbulkan keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas.

5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan

Salah satu prinsip komunikasi menurut (Mulyana, 2000:99) adalah bahwa komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan yaitu dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi yaitu apa yang dikatakan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu. (Elvinaro, Lukiati & Siti, 2007:9)

6. Komunikasi massa bersifat satu arah

Secara singkat, komunikasi massa itu adalah komunikasi dengan menggunakan atau melalui media massa. Karena melalui media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung.

7. Stimulasi alat indera terbatas

Ciri komunikasi massa lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahannya adalah stimulasi alat indera terbatas. Pada komunikasi

antarpersona yang bersifat tatap muka, maka seluruh alat indra akun komunikasi, komunikator dan komunikan, dapat di gunakan secara maksimal.

8. Umpan balik tertunda (delayed) dan tidak langsung (indirect)

Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan feedback merupakan faktor penting dalam proses komunikasi antar persona, kelompok dan massa. Efektivitas komunikasi seringkali dapat dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikan.

2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi Massa tentu memiliki fungsi didalamnya. Fungsi komunikasi massa secara umum menurut Effendy (1993) dalam buku Elvinaro, Lukati dan Siti (2007:18), mengemukakan fungsi komunikasi massa secara umum adalah :

1. Fungsi Informasi

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa.

2. Fungsi Pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (massa education). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik, salah satu cara mendidik yang disajikan media massa melau

pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca.

3. Fungsi Mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk atau editorial, features, iklan, artikel, dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi ataupun surat kabar.

Sedangkan fungsi komunikasi massa bagi masyarakat menurut Domminick (2001) dalam buku Elvinaro, Lukiati & Siti yang berjudul Komunikasi Massa Suatu Pengantar terdiri dari :

1. Surveillance (Pengawasan)

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama yaitu :

- a. Warning or beware surveillance (pengawasan peringatan) Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dari angin topan, meletusnya gunung merapi, kondisi yang memprihatinkan, tayangan inflasi atau serangan militer.
- b. Instrumental surveillance (pengawasan instrumental) Fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

2. Interpretation (Penafsiran)

Fungsi penafsiran hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting.

3. Linkage (Pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk linkage (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

4. Transmission of Values (Penyebaran nilai-nilai)

Fungsi penyebaran nilai tidak kentara, fungsi ini juga disebut socialization (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok.

5. Entertainment (Hiburan)

Sulit dibantah lagi bahwa kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Televisi adalah media massa yang mengutamakan sajian hiburan.

2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Antarpribadi

Menurut Deddy Mulyana dalam buku “Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar”, komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa sosial. Secara luas, konteks komunikasi disini berarti semua faktor-faktor diluar orang-orang yang berkomunikasi yang terdiri dari :

1. Aspek bersifat fisik seperti iklim, suhu, cuaca, bentuk ruangan, warna dinding, tempat duduk, jumlah peserta komunikasi dan alat untuk menyampaikan pesan.
2. Aspek psikologis seperti sikap, kecenderungan, prasangka dan emosi para peserta komunikasi.
3. Aspek sosial seperti norma kelompok, nilai sosial dan karakteristik budaya.
4. Aspek waktu yaitu kapan berkomunikasi. Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteks atau tingkatan adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi.

Sehingga dikenal adanya komunikasi dengan diri sendiri (*intrapersonal communication*), komunikasi diadik (*dyadic communication*), komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok kecil (*small group communication*), komunikasi publik (*public communication*), komunikasi organisasi (*organization communication*), dan komunikasi massa (*mass communication*). (Mulyana,2002:69-70)

2.1.4.1 Definisi Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi atau interpersonal communication merupakan komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka yang dilakukan oleh dua orang atau lebih (Solihat, 2015, 98). DeVito mendefinisikan komunikasi antarpribadi yaitu;

“..The process of sending and receiving messages between two persons among a small group of persons with some effect and some immediate feedback...”

Artinya komunikasi antarpribadi merupakan proses pengiriman dan menerima pesan antar dua orang atau didalam kelompok dengan adanya efek dan umpan balik.

2.1.4.2 Tujuan Komunikasi Antar Pribadi

Setiap komunikasi tentu saja memiliki tujuannya masing-masing. Menurut Sendjaja, Komunikasi antarpribadi memiliki beberapa tujuan diantaranya :

1. Mengetahui Diri Sendiri dan Orang Lain Komunikasi antarpribadi memberikan kesempatan bagi kita untuk mengenal diri sendiri dan orang lain. komunikasi antarpribadi membantu kita untuk mengenal lebih jauh mengenai diri kita sendiri, yaitu sejauhmana kita membuka diri dengan orang lain. Selain itu, komunikasi antarpribadi juga membantu kita mengenal sikap, perilaku dan juga tingkah laku orang lain.
2. Mengetahui Dunia Luar Komunikasi antarpribadi membantu kita untuk mengenal lingkungan disekitar baik berkaitan dengan objek maupun kejadian yang berada disekitar. Dengan komunikasi antarpribadi kita mampu melakukan interaksi dengan orang – orang yang berada di lingkungan kita. Sehingga dengan komunikasi antarpribadi kita bisa mengetahui keadaan diluar dunia.
3. Menciptakan dan Memelihara Hubungan Menjadi Bermakna Manusia diciptakan sebagai makhluk individu dan juga makhluk sosial. Manusia sering melakukan interaksi dengan manusia lainnya. Komunikasi antarpribadi mampu memelihara dan menciptakan hubungan dengan sesama. Selain itu, komunikasi antarpribadi mampu membantu mengurangi kesepian dan juga menciptakan suasana baru.
4. Mengubah Sikap dan Perilaku Dalam komunikasi antarpribadi sering kita berupaya mengubah sikap dan perilaku orang lain. Melalui pesan yang persuasif maka kita bisa mempengaruhi orang lain.
5. Bermain dan Mencari Hiburan Bermain mencakup semua kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh kesenangan. Melalui komunikasi antarpribadi kita bisa memperoleh hiburan. Karena komunikasi antarpribadi bisa memberikan suasana yang lepas dari keseriusan, ketegangan, kejenuhan dan sebagainya.

6. Membantu Komunikasi antarpribadi bisa membantu seseorang untuk melepaskan kesedihan. Komunikasi antarpribadi yang sering dilakukan adalah dengan menasihati. (Sendjaja,2004:5.13)

2.1.5 Tinjauan Psikologi Komunikasi

2.1.5.1 Pengertian Psikologi Komunikasi

Banyak tokoh yang mendefinisikan tentang psikologi komunikasi. George A. Miller mendefinisikan tentang psikologi yang mencakup semuanya : *Psychology is the science that attempts to describe, predict, and control mental and behavioral event.* Dengan demikian, psikologi komunikasi adalah ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan, dan mengendalikan peristiwa mental dan behavioral dalam komunikasi. Peristiwa mental adalah "*internal meditation of stimuli*", sebagai akibat berlangsungnya komunikasi. (Rakhmat, 2008, 9)

2.1.5.2 Ruang Lingkup

Hovland, Janis, dan Kelly, mendefinisikan komunikasi sebagai

"the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience)." (Rakhmat, 2008 : 10).

Artinya komunikasi sebagai proses antara komunikator memberikan stimulus untuk merubah tingkah laku komunikan (Rakhmat, 2008).

Kamus psikologi, menyebutkan enam pengertian komunikasi:

1. Penyampaian perubahan energi dari satu tempat ke tempat yang lain seperti dalam sistem saraf atau penyampaian gelombang-gelombang suara.
2. Penyampaian atau penerimaan sinyal atau pesan oleh organisme.
3. Pesan yang disampaikan
4. (Teori Komunikasi) Proses yang dilakukan satu sistem yang lain melalui pengaturan sinyal-sinyal yang disampaikan.

5. (K.Lewin) Pengaruh suatu wilayah persona pada wilayah persona yang lain sehingga perubahan dalam satu wilayah menimbulkan perubahan yang berkaitan pada wilayah lain.
6. Pesan pasien kepada pemberi terapi dalam psikoterapi. (Rakhmat, 2008)

Dari pengertian di atas menunjukkan makna komunikasi yang digunakan dalam dunia psikologi. Dalam psikologi, komunikasi mempunyai makna yang luas, dapat berupa energi, organisme, proses mempengaruhi kepada pasien terapi psikoterapi.

2.1.6 Tinjauan Tentang Konsep Diri

Salah satu faktor penentu berhasil atau gagalnya seseorang dalam menjalani kehidupan adalah konsep diri. Konsep diri yang ada pada seorang individu adalah sebagai bentuk keyakinan dirinya bahwa dia mampu dan bisa untuk menyelesaikan berbagai persoalan yang dihadapinya.

Konsep diri merupakan suatu konsep mengenai diri individu yang meliputi bagaimana seseorang memikirkan, dan menilai dirinya sehingga tindakan-tindakannya sesuai dengan konsep tentang dirinya tersebut. (Solihat, 2015, 57).

William D. Brooks dalam Jalaluddin Rakhmat mendefinisikan konsep diri sebagai “*those physical, social, and psychological perceptions of ourselves that we have derived from experiences and our interaction with others.*” Persepsi sosial, fisik, dan psikologis dari diri kita sendiri yang diperoleh dari pengalaman dan interaksi dengan orang lain.”

Jadi dapat disimpulkan bahwa konsep diri merupakan pandangan dan perasaan kita tentang diri kita yang diperoleh dari pengalaman kita di masa lalu

dan juga interaksi kita dengan orang lain.

Konsep diri merupakan sifat yang unik pada manusia, sehingga dapat digunakan untuk membedakan setiap manusia. Konsep diri seseorang dinyatakan melalui sikap dirinya dalam suatu lingkungan. Manusia sebagai organisme yang memiliki dorongan untuk berkembang yang pada akhirnya menyebabkan ia sadar akan keberadaan dirinya. Perkembangan yang berlangsung tersebut kemudian membantu pembentukan konsep diri individu yang bersangkutan.

Terbentuknya konsep diri terjadi karena adanya interaksi perilaku baik secara verbal atau non verbal. Verbal mencakup bahasa lisan yaitu tulisan, bahasa, kode dan lain sebagainya. Sedangkan non-verbal mengacu pada ciri paralinguistik seperti gerak tubuh, isyarat, mimik, gerak mata dan lain sebagainya. George Herbert Mead mengatakan setiap manusia mengembangkan konsep dirinya melalui interaksi dengan orang lain dalam masyarakat dan itu dilakukan lewat komunikasi. (Mulyana, 2002:10)

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya konsep diri yaitu :

1. Orang lain (*significant other*)
2. Kelompok rujukan (*reference group*) (Rakhman, 2008)

Konsep diri seseorang terbentuk dari bagaimana penilaian orang terhadap dirinya dan bagaimana ia memandang dirinya sendiri. Pandangan ini bisa dilakukan dengan mencoba menempatkan diri pada posisi orang lain.

Konsep diri sangat dipengaruhi oleh orang – orang yang berada disekitar kita. Akan tetapi, tidak semua orang lain bisa mempengaruhi dan membentuk

konsep diri seseorang. Ada orang-orang yang paling mempengaruhi terbentuknya konsep diri seseorang. Adapun orang-orang ini disebut *significant others*. Orang-orang ini akan mendorong dan mengiring kita tindakan kita, mempengaruhi perilaku, pikiran dan membentuk pikiran kita. Mereka menyentuh kita secara emosional. Menurut George H.Mead bahwa *significant others* ini adalah orang-orang yang penting dalam kehidupan kita. Mereka ini adalah orang tua, saudara-saudara dan orang yang tinggal satu rumah dengan kita.

Dalam kehidupan sehari – hari , setiap orang akan melakukan interaksi sosial baik dengan kelompok maupun dengan organisasi. Orang-orang yang berada dalam kelompok atau organisasi ini disebut kelompok rujukan (*reference group*) yaitu orang – orang yang ikut membantu mengarahkan dan menilai diri kita. Adapun kelompok rujukan ini adalah orang-orang yang berada disekitar lingkungan kita misalnya guru, teman-teman, masyarakat dan lain sebagainya. Dengan adanya kelompok rujukan ini, orang akan meniru perilaku yang ada dalam kelompok rujukan. Jadi, bisa dikatakan kelompok rujukan juga ikut mengarahkan perilaku dan juga tindakan kita.

2.1.7 Tinjauan Tentang Interaksi Simbolik

Manusia selalu melakukan interaksi dengan manusia lainnya. Dalam interaksi tersebut, terjadi pertukaran simbol-simbol baik itu verbal ataupun nonverbal. Dalam simbol-simbol atau lambang-lambang tersebut terdapat makna yang hanya dipahami oleh anggotanya saja. Makna ini akan sangat mempengaruhi individu bertingkah laku atau berperilaku. Pendekatan atau teori yang mengkaji mengenai interaksi ini adalah interaksi simbolik. Interaksi simbolik dalam hal ini

merupakan sebuah perspektif.

Perspektif interaksi simbolik sebenarnya berada dibawah payung fenomenologis. Perspektif ini lahir berlandaskan pada Teori Evolusi Darwin. Pada abad Ke-19 teori Darwin ini menekankan pada perubahan manusia. Teori Evolusi Darwin menekankan pada pandangan bahwa semua perilaku manusia, bukanlah perilaku yang acak, melainkan dilakukan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan mereka masing-masing. (Mulyana, 2004)

Melalui dasar teori tersebut maka lahirlah interaksi simbolik. Perspektif interaksi simbolik mencoba memahami perilaku manusia saat melakukan interaksi dengan lingkungannya. Interaksi simbolik mempelajari sifat interaksi yang merupakan kegiatan dinamis manusia, kontras dengan pendekatan struktural yang memfokuskan pada individu dan ciri-ciri kepribadiannya, atau bagaimana struktur sosial membentuk tentang perilaku manusia tertentu. Perspektif interaksi simbolik memandang bahwa manusia sebagai makhluk yang aktif yang selalu melakukan interaksi dengan manusia lainnya.

Ada tiga premis yang dibangun dalam interaksi simbolik yaitu : *pertama*, manusia bertindak berdasarkan makna-makna; *kedua*, makna tersebut didapatkan dari interaksi dengan orang lain; dan *ketiga* makna tersebut berkembang disempurnakan ketika interaksi tersebut berlangsung. (Mulyana, 2007:35)

Salah satu tokoh perspektif interaksi simbolik adalah Mead. Inti interaksi simbolik menurut Mead adalah “Diri”. Mead memberikan definisi interaksi simbolik yaitu sebagai berikut :

Interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia (*Mind*) mengenai diri (*Self*), dan hubungannya di tengah interaksi sosial, dan tujuan bertujuan akhir untuk memediasi, serta menginterpretasi makna di tengah masyarakat (*Society*) dimana individu tersebut menetap. Makna itu berasal dari interaksi, dan tidak ada cara lain untuk membentuk makna, selain dengan membangun hubungan dengan individu lain melalui interaksi. Berdasarkan paparan diatas, maka interaksi simbolik erat kaitannya dengan *Mind* (pikiran), *Self* (diri) dan *Society* (masyarakat).

Pikiran (*Mind*) menghasilkan suatu bahasa isyarat yang disebut simbol. Simbol-simbol yang mempunyai arti bisa berbentuk gerak gerak atau gesture tapi juga bisa dalam bentuk sebuah bahasa. Dan kemampuan manusia dalam menciptakan bahasa inilah yang membedakan manusia dengan hewan. Bahasa membuat manusia mampu untuk mengartikan bukan hanya simbol yang berupa gerak gerak atau *gesture*, melainkan juga mampu untuk mengartikan simbol yang berupa kata-kata.

Kemampuan inilah yang memungkinkan manusia menjadi bisa melihat dirinya sendiri melalui perspektif orang lain dimana hal ini sangatlah penting dalam mengerti arti-arti bersama atau menciptakan respon yang sama terhadap simbol-simbol suara yang sama. Agar kehidupan sosial tetap bertahan, maka seorang individu harus bisa mengerti simbol-simbol dengan arti yang sama, yang berarti bahwa manusia harus mengerti bahasa yang sama.

Proses berpikir, bereaksi, dan berinteraksi menjadi mungkin karena simbol-simbol yang penting dalam sebuah kelompok sosial mempunyai arti yang sama

dan menimbulkan reaksi yang sama pada orang yang menggunakan simbol-simbol itu, maupun pada orang yang bereaksi terhadap simbol-simbol itu. *Mind* (pikiran) merupakan mekanisme penunjuk diri, untuk menunjukkan makna pada diri sendiri dan kepada orang lain.

Perkembangan *self* (diri) mengarah pada sejauhmana seseorang akan mengambil peran. Pengambilan peran ini akan merujuk pada bagaimana seseorang memahami dirinya dari perspektif orang lain. *Self* mengalami perkembangan melalui proses sosialisasi, dan ada tiga fase dalam proses sosialisasi tersebut.

Pertama adalah *Play Stage* atau tahap bermain. Dalam fase atau tahapan ini, seorang anak bermain atau memainkan peran orang – orang yang dianggap penting baginya. Fase kedua dalam proses sosialisasi serta proses pembentukan konsep tentang diri adalah *Game Stage* atau tahap permainan, dimana dalam tahapan ini seorang anak mengambil peran orang lain dan terlibat dalam suatu organisasi yang lebih tinggi. Sedang fase ketiga adalah *generalized other*, yaitu harapan-harapan, kebiasaan-kebiasaan, standar-standar umum dalam masyarakat. Dalam fase ini anak-anak mengarahkan tingkah lakunya berdasarkan standar-standar umum serta norma-norma yang berlaku dalam masyarakat.

Setelah melewati tahap-tahap perkembangan, maka akan terlihat bagaimana *self* seseorang. Menurut Mead sebagai suatu proses sosial, diri terdiri dari dua fase, yaitu “Aku” (*I*) dan daku (*me*).

“Aku” kecenderungan individu yang impulsif, spontan, tidak terorganisasikan atau dengan kata lain merespresentasikan kecenderungan individu yang tidak terarah. Sedangkan “daku” menunjukkan individu yang bekerjasama dengan orang

lain, meliputi seperangkat sikap dan definisi berdasarkan pengertian dan harapan dari orang lain atau yang dapat diterima dalam kelompok. (Kuswarno,2009,115).

Masyarakat dalam teori Interaksi Simbolik ini bukanlah masyarakat dalam artian makro dengan segala struktur yang ada, melainkan masyarakat dalam ruang lingkup yang lebih mikro, yaitu organisasi sosial tempat akal budi (*mind*) serta diri (*self*) muncul. Masyarakat itu sebagai pola-pola interaksi dan institusi sosial yang adalah hanya seperangkat respon yang biasa terjadi atas berlangsungnya pola-pola interaksi tersebut, karena Mead berpendapat bahwa masyarakat ada sebelum individu dan proses mental atau proses berpikir muncul dalam masyarakat.

Proses sosial dilihat sebagai kehidupan kelompok yang membentuk aturan-aturan dan bukan aturan yang membentuk kelompok. Proses sosial atau realitas sosial mengacu pada perilaku individu di lingkungan sosial. Dalam realitas sosial, individu akan merepresentasikan pada *habit* atau kebiasaan. Dengan kebiasaan ini, orang bisa menginterpretasikan dan juga memberikan pandangan mengenai bagaimana kita bertindak. Jadi, pada dasarnya Teori Interasionisme Simbolik adalah sebuah teori yang mempunyai inti bahwa manusia bertindak berdasarkan atas makna-makna, dimana makna tersebut didapatkan dari interaksi dengan orang lain, serta makna-makna itu terus berkembang dan disempurnakan pada saat interaksi itu berlangsung.

Interaksi simbolik tidak terlepas dari simbol-simbol ataupun lambang-lambang pada saat melakukan komunikasi atau interaksi. Melalui simbol-simbol yang bermakna inilah yang akan menggiring perilaku manusia dalam berinteraksi dilingkungannya. Manusia selalu melakukan manipulasi terhadap simbol-simbol

yang mereka gunakan. Menurut Mead, pentingnya komunikasi khususnya melalui mekanisme isyarat vokal (bahasa), meskipun teorinya bersifat umum. Isyarat vokallah yang potensial menjadi seperangkat simbol yang membentuk bahasa.

Simbol adalah suatu rangsangan yang mengandung makna dan nilai yang dipelajari bagi manusia, dan respon manusia terhadap simbol adalah dalam pengertian makna dan nilainya alih-alih dalam pengertian stimulasi fisik dari alat-alat inderanya. Makna atau simbol bukanlah ciri-ciri fisiknya, namun apa yang dapat orang lakukan mengenai simbol tersebut. (Mulyana,2004)

Suatu simbol bisa dikatakan memiliki makna apabila bisa membangkitkan respon yang sama pada individu lainnya. Tidak selama simbol itu memiliki makna yang sama, tetapi akan mengalami perubahan. Simbol ini terdiri dari verbal dan nonverbal. Simbol verbal yaitu berupa tulisan, kata-kata/ucapan, kode dan lain sebagainya. Sedangkan simbol non verbal berupa *gesture*, gerakan tubuh, mimik muka dan lain sebagainya.

2.1.7 Twitter

Salah satu media sosial yang telah banyak diakses ialah Twitter. Twitter adalah layanan jejaring sosial dan *microblogging* daring yang memungkinkan penggunaanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter, yang dikenal dengan sebutan kicauan (*tweet*). *Microblogging* sendiri adalah sebuah layanan blog multimedia yang menggunakan batasan karakter. File seperti teks, foto maupun audio dapat dipublikasikan kepada khalayak umum atau terbatas sesama anggota.

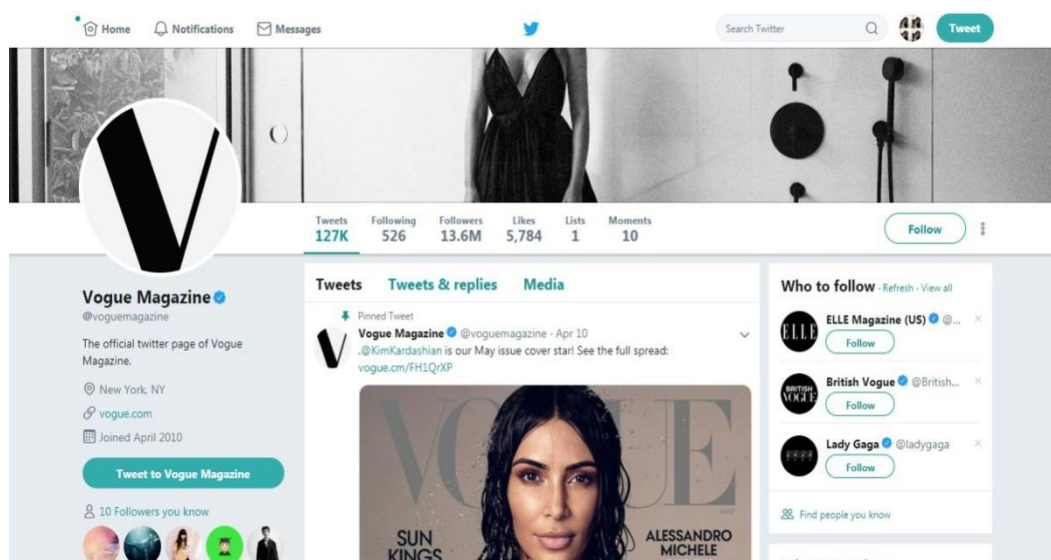


Gambar 2.1

Tampilan Profile Twitter
 Sumber : [Twitter.com/freaksprincess](https://twitter.com/freaksprincess)

Twitter didirikan pada bulan Maret 2006 oleh Jack Dorsey, dan situs jejaring sosialnya diluncurkan pada bulan Juli. Sejak diluncurkan, Twitter menjadi salah satu dari sepuluh situs yang paling sering dikunjungi di Internet, dan dijuluki dengan "pesan singkat dari Internet". Di Twitter, pengguna tak terdaftar hanya bisa membaca kicauan, sedangkan pengguna terdaftar bisa menulis kicauan melalui antarmuka situs web, pesan singkat (SMS), atau melalui berbagai aplikasi untuk perangkat seluler. Twitter dimiliki dan dioperasikan oleh Twitter, Inc., yang berbasis di San Francisco, dengan kantor dan peladen tambahan terdapat di New York City, Boston, dan San Antonio. Hingga Mei 2015, Twitter telah memiliki lebih dari 500 juta pengguna, 302 juta di antaranya adalah pengguna aktif. (<https://id.wikipedia.org/wiki/Twitter> diakses pada tanggal 25 Maret 2019 pukul 22:15 WIB)

Tweet dari pengguna Twitter dapat berisi bermacam-macam informasi, foto, video, kisah, cerita dan lain-lain. Pengguna Twitter juga bisa mendapatkan informasi dengan memfollow akun yang lain. Akun-akun di Twitter juga banyak jenisnya seperti akun pribadi, akun fansite, dan akun majalah juga radio. Twitter juga bersifat real time, mengembangkan jaringan yang tak terbatas.



Gambar 2.2

Tampilan Twitter majalah Vogue

Sumber : [Twitter.com/voguemagazine](https://twitter.com/voguemagazine)

Adapun kekuatan Twitter adalah: Following: Twitter dapat mengidentifikasi jumlah akun yang diikuti; Followers: Twitter dapat mengidentifikasi jumlah akun yang mengikuti; Updates :Twitter mendeteksi seberapa sering orang melakukan posting (menulis konten); ReTweet: Dengan meretweet status following, menunjukkan tweet tersebut dapat dibaca oleh seluruh followers; Keterlibatan: harus mampu untuk meningkatkan keterlibatan dalam

berbagai percakapan; Kecepatan: Konsistensi dan frekuensi diperlukan untuk mengimbangi kecepatan perubahan informasi yang beredar di Twitter.

2.1.8 *Alter ego*

Dalam *Oxford Learner's Dictionaries*, *Alter Ego* merupakan seseorang yang kepribadiannya berbeda dengan kepribadian aslinya tetapi yang menunjukkan atau bertindak sebagai sisi lain dari kepribadian aslinya. Dalam bahasa Latin sendiri, *Alter Ego* yaitu "aku yang lain" yang merupakan diri kedua, yang diyakini berbeda dari kepribadian normal atau asli seseorang.

Untuk memahami ini perlu diketahui terlebih dahulu tentang analisis kejiwaan manusia yang dikenal dalam psikoanalisis. Sigmund Freud, menyatakan perilaku manusia merupakan hasil dari tiga sub sistem kepribadian manusia, yaitu *Id*, *Ego*, dan *Super Ego*. (Rakhmat, 1992)

1. "*Id*" merupakan kepribadian asli seseorang yang dibawa sejak lahir dan merujuk pada ruang bawah sadar manusia. *Id* bergerak berdasarkan prinsip kesenangan dan sesegera mungkin ingin mewujudkan keinginannya.
2. "*Ego*" sendiri berkembang dari *Id* agar manusia mampu menangani realita. Sehingga *Ego* berjalan dengan mengikuti prinsip realita (*reality principle*). Prinsip realita sendiri dikerjakan melalui proses sekunder yaitu berfikir realistik menyusun rencana kemudian menguji apakah rencana yang seseorang itu buat dapat menghasilkan obyek yang diinginkan. Maka dari itu cara kerja dari *Ego* ini sebagian besar merupakan perilaku yang berada di kesadaran, namun ada sebagian kecil yang berjalan taksadar.

3. “*Super Ego*” merupakan kekuatan moral dan etik dari kepribadian manusia yang memakai prinsip idealistik (*idealistic principle*) sebagai lawan dari id dan *Ego*. Berbeda dengan *Ego*, *Super Ego* memegang prinsip idealistik, dimana kebutuhan atau keinginan yang dimiliki oleh seseorang tidak diperjuangkan secara realistis.

2.1.9 Akun Alter di Twitter

Twitter merupakan salah satu media sosial yang memiliki sekitar lebih dari 126 juta pengguna aktif pada setiap harinya. Para penggunanya dapat dengan mudah mengakses berita terkini atau pun pemikiran seseorang dari berbagai penjuru dunia. Seiring berjalannya waktu, Twitter banyak memunculkan suatu hal yang baru, salah satunya Akun *Alter*.



Gambar 2.3

Salah satu akun alter Twitter
 Sumber : Twitter/bukanbastiancjr

Istilah *Alter* sendiri diambil dari pengertian *Alter ego*. Dari istilah psikologi, *alter ego* diartikan sebagai penyakit psikologis yaitu seseorang yang mempunyai kepribadian ganda. Namun *alter ego* di Twitter bukanlah sebuah penyakit seperti yang dijelaskan pada ilmu psikologi. *Alter ego* dalam Twitter merupakan sebuah akun yang menggunakan identitas berbeda dan perilaku yang berbeda. Akun-akun alter ini menunjukkan image seksi pada dunia virtualnya sedangkan pada dunia nyatanya pakaiannya sama sekali tidak seksi atau terbuka yang berlebihan. Para akun alter tentu bebas memilih dirinya ingin seperti apa di Twitter, apa yang ingin mereka tampilkan dengan tujuan yang tentunya berbeda-beda (Yonathan. 2013. <http://www.lib.ui.ac.id/naskahringkas/2016-03/S46320-Yonathan%20L%20M>). Para pemilik pengguna akun *alter ego* hanya menggunakan *alter ego* sebagai

istilah saja untuk membedakan akunya dengan akun-akun yang lain seperti akun pribadi juga akun *roleplayers*.

Pengguna akun *alter ego* dapat dikatakan sebagai sesuatu dari diri seseorang yang ‘berbeda’ tanpa mengikuti ‘aturan’ atau prinsip dimana ia harus menjadi sesuatu yang ingin dilihat oleh orang lain; ‘palsu’. pengguna akun *alter ego* merupakan akun yang dimiliki seseorang dan mencerminkan sisi personalitas lain daripada yang ia bangun dan dikenal oleh lingkungannya. Sebuah dunia yang berisi akun-akun anonim atau akun yang menampilkan sisi lain dari penggunaannya. Pengguna akun *alter ego* ini dapat dijalankan sebagai mana pemilik akun tersebut menginginkannya terlepas dari semua aturan dan menjadi dirinya sendiri, tanpa mengecualikan unsur-unsur eksplisit juga di dalamnya. ([Ratih Dwi Pratiwi](#) . 2019 . penakota.id)

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar pemikiran untuk memperkuat indikator yang melatar belakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang di angkat dalam penelitian ini.

Alter ego, merupakan istilah penyakit dalam psikologi. Namun dalam penelitian ini, *alter ego* bukanlah merupakan penyakit. Dalam *Oxford Learner’s Dictionaries*, *Alter Ego* merupakan seseorang yang kepribadiannya berbeda dengan kepribadian aslinya tetapi yang menunjukkan atau bertindak sebagai sisi

lain dari kepribadian aslinya.

Dalam bahasa Latin sendiri, *Alter Ego* yaitu "aku yang lain" yang merupakan diri kedua, yang diyakini berbeda dari kepribadian normal atau asli seseorang. Dari arti ini lah *alter ego* di Twitter muncul. Mereka menunjukkan diri mereka yang lain melalui Twitter dan menyebutkan bahwa itu merupakan *alter ego* mereka dan akunnya di sebut sebagai pengguna akun *alter ego*.

Pengguna Akun *Alter* di Twitter tidaklah sedikit jumlahnya. Namun yang menjadi fokus pada penelitian ini yaitu pengguna akun *alter* yang masih dibawah 20 tahun. Identitas yang mereka tunjukkan di akun *alter*nya merupakan dengan memposting foto-foto seksi mereka. *Image* seksi di akunnya tersebut bukanlah *image* aslinya dan justru berbeda dengan *image* dirinya di lingkungannya.

Centi (1993:9) mengemukakan konsep diri sebagai bagaimana kita melihat diri sendiri sebagai pribadi, bagaimana kita merasa tentang diri sendiri, dan bagaimana kita menginginkan diri sendiri menjadi manusia sebagaimana kita harapkan. (Solihat, 2015, 58)

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa konsep diri merupakan bagaimana individu melihat, merasakan, dan menginginkan dirinya menjadi manusia yang ia harapkan. Dari sini, peneliti memfokuskan untuk mengetahui konsep diri dari pengguna akun *alter ego* bagaimana ia memandang dirinya, dan perilaku bagaimana yang ia inginkan.

Terbentuknya konsep diri terjadi karena adanya interaksi perilaku baik secara verbal atau non verbal. Verbal mencakup bahasa lisan yaitu tulisan, bahasa, kode dan lain sebagainya. Konsep diri merupakan suatu konsep mengenai diri

individu yang meliputi bagaimana seseorang memikirkan, dan menilai dirinya sehingga tindakan-tindakannya sesuai dengan konsep tentang dirinya tersebut. (Solihat, 2015, 57).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi terbentuknya konsep diri. Menurut Jalaludin Rakhmat dalam buku Psikologi Komunikasi ada dua faktor yang mempengaruhi konsep diri seseorang, yaitu; 1. *Significant other* dan 2. *Reference group*.

1. Orang lain (*significant other*)

Konsep diri seseorang terbentuk dari bagaimana penilaian orang terhadap dirinya dan bagaimana ia memandang dirinya sendiri. Pandangan ini bisa dilakukan dengan mencoba menempatkan diri pada posisi orang lain. Konsep diri sangat dipengaruhi oleh orang – orang yang berada disekitar seseorang. Akan tetapi, tidak semua orang lain bisa mempengaruhi dan membentuk konsep diri seseorang. Ada orang-orang yang paling mempengaruhi terbentuknya konsep diri seseorang. Adapun orang-orang ini disebut *significant others*. Orang-orang ini akan mengiringi tindakan seseorang, mempengaruhi perilaku, pikiran dan membentuk pikiran orang tersebut. Mereka menyentuh orang tersebut secara emosional. Menurut George H.Mead bahwa *significant others* ini adalah orang-orang yang penting dalam kehidupan kita. Mereka ini adalah orang tua, saudara-saudara dan orang yang tinggal satu rumah dengan orang tersebut. Dari merekalah seseorang mendapatkan senyuman, pujian, penghargaan, semangat, motivasi dan lain sebagainya.

2. Kelompok rujukan (*Reference group*)

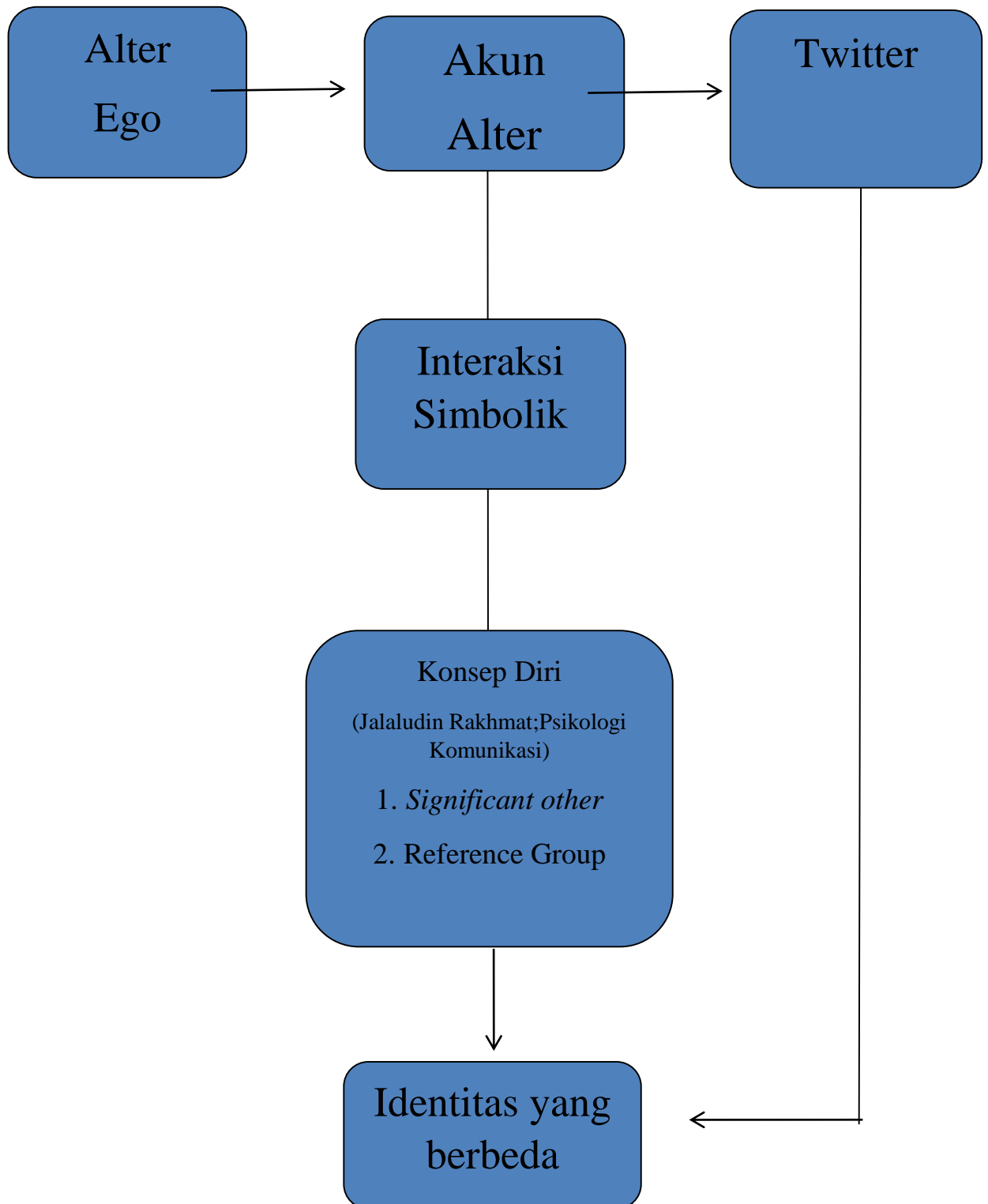
Dalam kehidupan sehari – hari , setiap orang akan melakukan interaksi sosial baik dengan kelompok maupun dengan organisasi. Orang-orang yang berada dalam kelompok atau organisasi ini disebut kelompok rujukan (*Reference group*) yaitu orang – orang yang ikut membantu mengarahkan juga menilai diri seseorang. Adapun kelompok rujukan ini adalah orang-orang yang berada disekitar lingkungan orang tersebut. Misalnya guru, teman-teman, masyarakat dan lain sebagainya. Dengan adanya kelompok rujukan ini, orang akan meniru perilaku yang ada dalam kelompok rujukan. Jadi, bisa dikatakan kelompok rujukan juga ikut mengarahkan perilaku dan juga tindakan seseorang.

George Herbert Mead mengatakan setiap manusia mengembangkan konsep dirinya melalui interaksi dengan orang lain dalam masyarakat dan itu dilakukan lewat komunikasi. (Mulyana, 2002:10) Interaksi simbolis menjadi teori yang mendukung penelitian ini. Interaksi simbolik dengan konsep diri kaitannya sangat erat. Interaksi simbolik menurut Mead adalah “Diri”. Mead memberikan definisi interaksi simbolik yaitu sebagai berikut :

Interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia (*Mind*) mengenai diri (*Self*), dan hubungannya di tengah interaksi sosial, dan tujuan bertujuan akhir untuk memediasi, serta menginterpretasi makna di tengah masyarakat (*Society*) dimana individu tersebut menetap. Makna itu berasal dari interaksi, dan tidak ada cara lain untuk membentuk makna, selain dengan membangun hubungan dengan individu lain melalui interaksi. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa interaksi simbolik meliputi pikiran manusia (*Mind*), mengenai diri sendiri (*Self*) dan ada

hubungannya dengan interaksi sosial dan bertujuan untuk menginterpretasikan makna di tengah masyarakat (*Society*) di lingkungan individu tersebut.

Adanya interaksi simbolis juga membentuk konsep diri pengguna akun *alter ego*. Dari interaksi simbolik ini kita dapat melihat bagaimana pengguna akun alter berfikir tentang dirinya juga bagaimana *Significant other* dan *Reference group* pada konsep dirinya. Maka dari itu, penelitian ini didukung oleh teori interaksi simbolik untuk melihat konsep diri dari pengguna akun *alter ego* di Twitter, atau bisa digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.3

Kerangka Pemikiran

Sumber:Peneliti 2019

