

MOTIF PENGGUNAAN IPHONE SEBAGAI *SYMBOLIC MARKER* IDENTITAS REMAJA DI INSTAGRAM

Oleh:

Khodriatul Rizeta Putri Ermanu (192022000023)

Dosen Pembimbing :

Poppy Febriana., S.Sos, M.Med.Kom.

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

19 Mei 2023

Pendahuluan

- Remaja adalah masa masa dimana seseorang sedang dalam masa pencarian identitas yang selalu ikut serta tiap pertumbuhan era. Dengan pertumbuhannya, remaja hendak merasakan perubahan yang signifikan, melalui sisi kognitif, fisik, emosional serta sosial. Gaya hidup seluruh remaja yang makin berubah menjadi konsumtif, lebih berkontribusi pada zaman maka mengganti sudut pandangnya guna menentukan pergaulan yang selaras menurutnya
- Saat ini, *smartphone* tak hanya menjadi alat interaksi saja, tapi menjadi hal yang menunjukkan taraf sosial individu, sehingga kerap melihat ponsel guna menilai taraf sosial serta remaja yang berkompetisi menggantikan ponselnya (Aufa Yolanda, 2016).
- Banyaknya pemakaian iPhone yang sebuah alat interaksi, tapi sekarang ini berganti sebagai eksistensi serta identitas. Adanya tahap konstruksi identitas berujung membentuk sebuah gaya hidup, artinya dikenal dan dimaknai berasal dari kalangan menengah atas, padahal tidak semua demikian.

- Pemakaian *smartphone* pada pelajar begitu umum, secara berkolerasi dengan banyaknya sosial media yang muncul maka tak heran *smartphone* makin diinginkan sebab pemakaiannya bisa memfasilitasi pemakaian media social. Munculnya media social dikalangan remaja membentuk ruang pribadi melebur terhadap ruang public
- Foto dan video pada sebuah postingan pada akun intagram dapat menunjukkan karakter dan motif individu pemilik akun instagram. Setiap akun memiliki motivasi yang beragam serta tentu saja alasan yang beragam juga seseorang menggunakan instagram.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

- ❑ Apa motif penggunaan Iphone?
- ❑ Apa kesan dan citra dari penggunaan Iphone sebagai *symbolic marker* identitas remaja di Instagram?

Teori

- Teori motif komunikasi yang berdasarkan paparan Kamus Besar Bahasa Indonesia, motif dapat berupa sebuah dorongan atau hasrat untuk melakukan sesuatu. Karena motif dapat disesuaikan dengan berbagai kepentingan dan kebutuhan manusia yang berbeda-beda. Motif ini muncul sebagai dorongan dari dalam diri manusia karena adanya kebutuhan yang ingin dipenuhi (Daryanto, 2011:197). Kecenderungan, seseorang melakukan komunikasi dengan tujuan atau motif tertentu dengan didasarkan oleh motif tersebut, cara dan bentuk tindakan komunikasi yang dilakukan dapat terlihat. Tindakan komunikasi ini sudah ada sejak manusia dilahirkan, dan bahkan dianggap sebagai indikator keinginan untuk diakui keberadaannya sebagai individu dan sebagai makhluk sosial. Menurut Mulyana (2005), terdapat empat motif komunikasi berdasarkan fungsinya, yang mengacu pada kerangka yang dikemukakan oleh Gorden: motif komunikasi sosial, motif komunikasi ekspresif, motif komunikasi ritual, motif komunikasi instrumental.

Metode

Jenis Penelitian	Objek Penelitian	Fokus Penelitian
<p>Penelitian ini menggunakan metode netnografi. Melalui Robert V Kozinets (2010) pada bukunya dengan judul <i>Netnography: Doing Ethnographic Research Online</i>. Netnografi ialah kajian yang berfokus memahami ruang siber yang didalamnya ada orang-orang yang berinteraksi satu sama lain dan mampu membentuk budaya dan system masyarakat tersendiri.</p>	<p>Objek penelitian pada penelitian ini siswa-siswi SMA Negeri 1 Krebung yang menggunakan <i>smartphone</i> Iphone dan aktif menggunakan media social Instagram</p>	<p>Merujuk pada rumusan masalah yaitubagaimana motif penggunaan iPhone,kesan atau citra apa yang ditimbulkan akibat penggunaan iPhone sebagai <i>symbolic marker</i> identitas remaja di instagram.</p>

PEMBAHASAN DAN HASIL

A. Pembentukan Citra Produk Iphone (Apple Inc)

- Pembentukan sebuah merek bertujuan untuk membedakan dari produk atau layanan yang ditawarkan oleh kompetitor. Merek dapat didefinisikan sebagai sebuah nama, istilah, tanda, simbol maupun desain (Ruslan, 2007). Dalam paparannya Setiadi (2003), *brand image* mengacu pada ingatan tentang sebuah merek.

B. Personal *Branding* Sebagai Aktualisasi Diri

- Puncak prestasi seseorang dalam mengoptimalkan bakat dan potensinya melalui proses penemuan identitas diri disebut sebagai aktualisasi diri. Untuk mencapai hal ini, penting bagi seseorang untuk membangun atau menciptakan personal *branding* yang baik

C. Identitas Remaja

- Masa remaja merujuk pada periode kehidupan seseorang yang berlangsung pada usia belasan tahun. Dalam fase ini, seseorang belum sepenuhnya dikatakan sebagai seorang dewasa dan anak-anak. Namun fase ini dinamakan sebagai fase transisi antara fase kanak-kanak menuju dewasa yang ditandai dengan karakteristik dan pola tingkah laku tertentu (Desmita, 2011:20).

Berdasarkan data yang telah dihimpun oleh peneliti dari hasil observasi dan wawancara dengan 5 pelajar SMAN 1 Kerembung dengan motif penggunaan iphone sebagai *symbolic marketer* identitas remaja yang menggunakan media sosial instagram memperlihatkan bahwa narasumber atau informan memiliki hasrat maupun dorongan untuk menggunakan iphone sebagai sarana *symbolic marker* identitas remaja di dalam media sosial instagram, yang mengacu pada motif komunikasi sosial, ekspresif dan ritual atau melibatkan individu lain.

KESIMPULAN

- Berdasarkan hasil penelitian di atas maka penelitian ini dapat disimpulkan bahwa siswa-siswi SMA Negeri 1 Krembung melakukan *personal branding* dari kepemilikan Iphone di latar belakang untuk terlihat keren dan up to date. Selain itu siswa-siswa SMA Negeri 1 Krembung juga ingin mencitrakan dirinya dan mengikuti trend yang muncul dari lingkungan. Hal tersebut dilakukan oleh siswa-siswi SMA Negeri 1 Krembung dengan cara melalui Kepemilikan Iphone dengan cara mirror Selfie, upload instagram tentang kehidupan sehari-hari. Hal tersebut juga merupakan usaha mengandalkan kualitas kamera dan ada pembeda dari smartphone biasa. Sehingga untuk memperoleh validitas seseorang siswa-siswi SMA Negeri 1 Krembung tersebut menggunakan iPhone guna untuk menunjukkan dirinya melalui mirror selfie media sosial untuk menunjukkan bahwa dirinya mempunyai iPhone yang mana Iphone ini ialah barang yang mewah, mahal dan juga bergengsi di kalangan orang kaya

