

KONSTRUKSI CITRA DIRI DALAM MEDIA BARU MELALUI APLIKASI INSTAGRAM (ANALISIS SEMIOTIK POSTINGAN INSTAGRAM @MAUDYAYUNDA)

Oleh:

Maslichatus Sholichah,

Poppy Febriana

Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juli, 2022

Pendahuluan

- Instagram menjadi sebuah media informasi dalam penyaluran ide-ide kreatif dan bentuk ekspresi diri sebagai kepuasan ketika mengunggah foto atau video pada akunnya. Selain bentuk ekspresi diri, **instagram juga berperan dalam penawaran dan penyebaran sebuah pemikiran, gaya hidup, dan imaji dalam foto atau video yang diunggah.**
- Media sosial membantu seseorang dalam pembentukan citra dirinya yakni **bagaimana orang lain memandang seseorang melalui apa yang dia perlihatkan.**
- Citra diri dikenal sebagai penggambaran dan penilaian terhadap tubuh atau fisik seorang individu. Menurut (Ardianto, 2013) **citra sengaja diciptakan untuk membentuk gambaran atau kesan.** Melalui media sosial, pengguna akan memilih gambar atau foto terbaiknya untuk membentuk citra diri.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Bagaimana citra diri Maudy Ayunda dibangun melalui postingan akun Instagramnya @maudyayunda ?

Metode

- Menggunakan penelitian kualitatif deskriptif
- Melalui prinsip teori analisis semiotika yang dikembangkan dengan model Ferdinand De Saussure yaitu sistem tanda yang meliputi signified (penanda) dan signifier (petanda).
- Peneliti menganalisis dengan cara mengamati foto pada unggahan instagram @maudyayunda serta memaknai pesan verbal dan non verbal dari unggahan instagram @maudyayunda dalam membentuk citra diri.

Hasil dan Pembahasan



Gambar 1

Cara Maudy dalam membagikan momen kelulusannya melalui Instagram dapat membentuk citra dirinya sebagai seorang aktris yang juga bisa berprestasi dalam dunia pendidikan.



Gambar 2

Melalui caranya dalam memotret disela aktivitas olahraga dan membagikan pada akun Instagramnya bertujuan dalam membentuk citra diri yang baik untuk menyerukan kepada masyarakat bahwasannya olahraga sangat penting untuk dilakukan.



Gambar 3

Hasil dan Pembahasan



Gambar 4

Cara Maudy Ayunda dalam merayakan Hari Kartini adalah bentuk kepeduliannya terhadap pemberdayaan perempuan dan membangun citra baik untuk perempuan-perempuan di Indonesia.



Gambar 5

Citra yang ia bangun menunjukkan bahwa hubungan asmara yang berhak diketahui orang lain adalah hubungan asmara yang telah menikah.

Kesimpulan

- **Pertama**, bahwa citra diri pada akun instagram @maudyunda, menunjukkan **bahwa seorang Maudy Ayunda adalah sosok perempuan feminim yang memiliki kepribadian semangat dalam belajar, memiliki pemikiran yang kritis, inspiratif, dan mempunyai gaya hidup yang sehat.**
- **Kedua**, bahwa penggunaan pesan verbal dan non verbal dapat **memberikan kesan pertama pada citra diri seseorang melalui apa yang ditampilkan di media sosial.** Hal ini merupakan bentuk dari dampak adanya pemanfaatan media baru

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan yang berhubungan dengan penggunaan media instagram sebagai pembentukan citra diri seseorang.

Referensi

Ardianto, E. (2013). Handbook of Public Relations. Simbiosis Rekatama Media.

Bungin, B. (2015). Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen serta Kritik Terhadap Peter L. Beger & Thomas Luckman. Kencana Prenada Media Group.

Dwinantika, D. R. (2020). Konstruksi Citra Diri Influencer (Analisis Semiotika Pada Akun Instagram Atta Halilintar). Institut Agama Islam Negeri Tulungagung

Fanani, F. (2013). Semiotika Strukturalisme Saussure. Jurnal The Messenger, 5(1), 10.
<https://doi.org/10.26623/themessenger.v5i1.149>

Goodman, D. J., & Ritzer, G. (2004). Teori Sosiologi Modern. Kencana.

Loretta, D. (2015). It's Me! Superbrand Diri Untuk Jadi Beda. Lintas Mata.

Marlina, N. C., & Husen, R. (2015). KONSTRUKSI CITRA DIRI MELALUI UPDATE STATUS DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK Neneng. Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian.

McQuail, D. (2011). Teori Komunikasi Massa. Erlangga.

Munir, A. L., Maisya, S. R., Putri, K. Y. S., Styrom, K., & Kata, K. (2021). Konstruksi Makna Postingan Instagram @ najwashihab Dalam Membangun Citra Diri (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure). 12, 75–87.

Referensi

- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Rampersad, H. K. (2008). *Sukses Membangun AUNTHENTIC PERSONAL BRANDING*. PPM Manajemen.
- Restusari, F. N., & Farida, N. (2019). Instagram Sebagai Alat Personal Branding Dalam Membentuk Citra Diri (Studi Pada Akun Bara Pattiradjawane). *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 176–186. <https://doi.org/10.35760/mkm.2019.v3i2.2340>
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). Penggunaan media sosial instagram dalam pembentukan identitas diri remaja. *UNDIP E Journal*, 6(4), 1–12. <http://www.fisip.undip.ac.id>
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya
- Suprihatin. (2019). Identitas Diri Perempuan di Facebook. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 7(1), 62–77. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v7i1.30>
- Yanti, V. S., & Bajari, A. (2020). Konstruksi Cantik Dalam Akun Instagram. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(2), 55. <https://doi.org/10.25077/rk.3.2.55-68.2019>

