

BAB II

TINJAUAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Guna mencegah kemiripan skripsi, maka penulis mempresentasikan karya beberapa skripsi yang signifikan dengan judul yang penulis teliti yaitu **“Strategi Metro TV Dalam Pembentukan Citra Diri Presiden Jokowi (Studi Pada Program Acara *President’s Corner*)”** adapun penelitian tersebut antara lain :

Erika Widiastuti (2019), Universitas Lampung, Mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi, judul penelitian *“Citra Diri Presiden Dalam Media Sosial (Studi pada Vlog Kaesang)”*. Permasalahan dalam penelitiannya yaitu bagaimana representasi citra Presiden Joko Widodo didalam *vlog* Kaesang¹. Metodologi yang dipakai dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif dengan menggunakan unit analisis semiotik. Pengumpulan dan penggunaan bahan dalam penelitian ini berupa bahan empiris, seperti riwayat hidup, pengalaman pribadi, intropeksi, studi kasus, pengamatan, wawancara, interaksional, visual dan teks sejarah yang medeskripsikan momen rutin dan problematika yang seras makna dalam kehidupan individual dan kolektif.²

Esther Meilany Pattipeilohy (2015), Universitas Telkom, Mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi, judul penelitian *“Citra Diri dan Popularitas Artis”*. Permasalahan dalam penelitiannya adalah kemajuan era modernisasi yang begitu pesat telah menghasilkan kemajuan teknologi yang digunakan oleh khalayak sebagai wadah untuk membentuk citra dirinya. Salah satu bentuk kemajuan teknologi yaitu muncul banyaknya media sosial. Instagram merupakan media virtual yang banyak diakses oleh para penggunanya terutama

¹ Erika Widiastuti, *“Citra Presiden Dalam Media Sosial (Studi Pada Vlog Kaesang)”*, *Skripsi Ilmu Komunikasi*, (Lampung: digilib.unila.ac.id/57386/3/SKRIPSI_TANPA_BAB_PEMBAHASAN.pdf, 2019), hlm. 6.

² *Ibid*, hlm. 45-48.

anak muda di kalangan siswa/i anggota PASKIBRA Raksana Medan dan digunakan sebagai wadah untuk membentuk citra diri³. Metodologi yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif yang menggunakan unit deskriptif. Penelitian ini berfokus mengemukakan pendapat atau pemahaman serta gambaran mengenai mengapa dan bagaimana suatu gejala terjadi melalui wawancara mendalam dengan narasumber. Data yang dikumpulkan diambil dari proses observasi, dokumentasi dan wawancara dengan narasumber.

Dyaningtias M. Putri (2018), Universitas Bakrie, Mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi, judul penelitian “*Proses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Universitas Bakrie*”. Permasalahan dalam penelitiannya adalah bagaimana proses cara dalam pembentukan citra diri (*self image*) mahasiswa Universitas Bakrie melalui Instagram. Mengapa mahasiswa? Karena karakteristik pada usia remaja, mereka senang mengekspresikan dan mempublish berbagai aktivitas dan kegiatan akademik maupun non akademik.⁴

B. Kerangka Teori

1. Teori Agenda-Setting

Teori yang digagas oleh pemikiran Bernard Cohen dan Walter Lipmann menjadi asal usul terciptanya teori Agenda Setting. Lipmann berpendapat bahwa media massa diumpamakan sebagai seniman realitas, dimana khalayak tidak mungkin dapat mengalami semua kejadian peristiwa, meskipun kejadian tersebut menimbulkan respon dari khalayak. Baginya realitas yang diciptakan oleh media dan kemudian oleh khalayak akan merespon realitas yang diciptakan media. Tidak hanya realitas namun juga hal

³ Lisa Rahayu, “Peranan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Citra Diri Pada Anggota Paskibra Raksana Medan”, *Skripsi Ilmu Komunikasi* (Medan:

⁴ Dyaningtias M Putri, “Proses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Universitas Bakrie” *Skripsi Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: <http://repository.bakrie.ac.id/1517/1/Penelitian%20Proses%20Pembentukan%20Citra%20Diri%20Melalui%20Media%20Sosial%20Instagram.pdf>, 2018), hlm. 7-8.

konstruksi sosial. Seiring mengenai hal tersebut, Long berpendapat khalayak yang merespon konstruksi realitas yang dibentuk oleh media, akan mendapatkan konsekuensi berupa distorsi media dan ketergantungan pada media, sehingga bermunculan masalah dikepala kita.

Cohen kemudian berpendapat "*Pers may not successful much of time in telling people what to think, but stunningly successful telling readers what to think about it*". Dalam pandangannya, pers mungkin tidak terlalu sukses saat memberitahukan orang-orang tentang apa yang harus dipikirkan, namun sukses mengalihkan para penonton untuk berpikir tentang apa.

Kunci teori Agenda Setting ialah menentukan porsi dari suatu peristiwa atau isu didalam proses gate-keeping. Proses dalam pembentukan opini publik, media berusaha memberikan porsi pada setiap isu masalah disekitar masyarakat, contoh menonjolkan sebuah peristiwa atau isu tertentu didalam sajian media. Perbedaan dalam porsi penyajian tersebut menyiratkan perbedaan dalam atensi, kemudian akan memberikan pengaruh secara kognisi (citra dan pengetahuan) suatu isu atau peristiwa dimata khalayak.

Charles Wright berpendapat bahwa media massa menyeleksi tentang apa yang akan disajikan kepada masyarakat dan mengarahkan masyarakat agar bereaksi terhadap sebuah isu atau peristiwa yang diberitakan. Media massa menurut Wright, mempunyai suatu kekuatan untuk mengarahkan peristiwa atau isu agar di terima oleh masyarakat dan dijadikan sebagai suatu isu penting, atau yang dikenal dengan Agenda Setting.

Penonjolan isu dalam Agenda Setting yang dilakukan media tidak terlepas dari proses seleksi media yang telah melalui berbagai *gates* (pintu), pada proses penyeleksian ini dapat di pegang perorang atau kelompok orang yang akan menentukan berita layak dimuat atau tidak. Mereka yang memerankan peran untuk membuat realitas yang terjadi dikalangan masyarakat, *gate-keeper* media massa pada umumnya yang menentukan bobot sajian suatu

isu yang berdasar pada besarnya ruang yang tersedia, serta penonjolan berita (lokasi penempatan headline) dan cara agar isu di bahas secara umum dan detail.

Dua asumsi pokok yang mendasari Agenda Setting yaitu bahwa media tidak menampilkan kenyataan sepenuhnya, media hanya menyeleksi serta membentuknya. Lalu memfokuskan suatu isu yang dibentuk media didalam waktu tertentu yang berefek akan mempengaruhi masyarakat, yang mana masyarakat lalu beranggapan bahwa isu itu sangat penting daripada isu yang lainnya.

Dearing dan Roger menunjukkan bagaimana cara Agenda Setting bekerja. Masyarakat bersikap dan bereaksi terhadap suatu isu atau berita merupakan bagian dari hasil rangkaian dari sebuah media *gate-keeping*. Dalam prosesnya, Agenda Setting terbagi menjadi tiga sub area yaitu, agenda publik, agenda kebijakan, dan agenda media.

Agenda Publik ialah berupaya agar memahami bagaimana suatu opini publik bisa di pengaruhi konten didalam media massa. Agenda Kebijakan atau Policy Agenda berhubungan relasi antara opini publik pada aksi, dan keputusan, serta kebijakan elite. Agenda Setting media ialah sebuah studi yang memfokuskan terhadap konten media yang memiliki korelasi dengan seleksi, definisi isu dan penonjolan yang dilakukan oleh media.

Agenda Media ialah menentukan suatu isu yang di anggap penting dan di beritakan didalam media. Umumnya agenda media dijadikan kedalam urutan prioritas dalam pemberitaan. Agenda Publik di hasilkan melalui proses diskursus dalam masyarakat tentang suatu peristiwa atau isu didalam media yang penting. Agenda kebijakan dibuat saat pembentuk kebijakan sadar akan pentingnya isu itu. Ketiga sub area studi tersebut acap kali dijadikan para peneliti untuk mengulik seberapa besarnya kekuatan dan kemampuan media untuk mengarahkan suatu isu.

Dalam perkembangan, penelitian lebih sering di lakukan dalam area Agenda Setting Publik dan Agenda Setting Media. Studi Agenda Setting lebih banyak mengulik

mengenai hubungan agenda publik dengan agenda media, segala hal yang dianggap penting bagi media maka dianggap penting juga oleh masyarakat. Riset yang dilakukan oleh Shaw dan Mc Combs pada tahun 1972 menjadi rujukan. Secara metodologis, selain Shaw dan Mc Combs, Kinder dan Iyengar mengembangkan *Contingent Conditions* yang mempengaruhi korelasi antara Agenda Publik dan Agenda Media, serta Eyal dan Winter yang mengajukan *time lag* dalam riset Agenda Setting.⁵

Konsep agenda-setting menurut Shaw (1979) menyerupai teori jarum hipodermik yang membahas mengenai efek media. Untuk agenda setting terpaan dampak media pada khalayak tidak terjadi secara langsung pada sikap khalayak, tetapi pada kognisi. Atribut perubahan kognitif merupakan hasil dari media melakukan gatekeeper, atau saluran, peran pada demokrasi Barat. Hipotesis agenda setting tidak mengatakan media yang sedang mencoba untuk membujuk. Efek media pada khalayak yang dilihat sebagai hasil utama dari kerja pers dalam menginformasikan khalayak.

Media menggambarkan dan merinci apa yang sudah ada. Apa yang kita tahu tentang dunia sebagian besar didasarkan pada apa yang dikatakan, digambarkan oleh media. Lebih khusus lagi bahwa prioritas media sangat mempengaruhi prioritas masyarakat. Unsur utama pada agenda media menjadi menonjol dalam pikiran publik.⁶

Teori Agenda Setting merupakan satu dari banyaknya teori yang terkenal dilingkupi para peneliti media guna membedah apa yang dilakukan media kepada masyarakat. Dalam penempatan besar kecilnya pengaruh media massa, Agenda Setting mendudukan pengaruh media massa saat mempengaruhi masyarakat mengenai prioritas kepentingan suatu peristiwa atau isu. Media dianggap dapat mengarahkan isu didalam khalayak serta

⁵ Kharisma Nasionalita, *Relevansi Teori Agenda Setting dalam Dunia Tanpa Batas*, diakses dari Jurnal Ilmiah Komunikasi MAKNA Vol. 5 no. 2, Agustus 2014-Januari 2015, pada tanggal 01 Juni 2020, pk1 00:07 WIB.

⁶ Griffin, EM. *A First Look at Communication Theory*, (New York: Eight Edition Mc Graw Hill, 2012).

dapat membuat agenda dimana isu dibentuk untuk menjadi sebuah diskusi didalam khalayak.

Teori komunikasi massa yang pertama kali diuji secara empirik oleh Donald L Shaw dan Maxwell Combs pada tahun 1968 adalah teori Agenda Setting pada saat pemilihan Presiden Amerika Serikat. Mereka menemukan bahwa penentuan prioritas isu kampanye yang dilakukan media massa dianggap penting oleh masyarakat. Ide pokok dari teori Agenda Setting ialah media memberikan perhatian yang berbeda pada tiap peristiwa atau isu. Segala hal yang di anggap penting oleh media akan dianggap penting juga oleh masyarakat.

Media massa mempunyai kekuatan dalam penentuan porsi atensi pada suatu peristiwa atau isu dan menyematkan kedalam benak khalayak. Peristiwa dan isu tersebut hadir ditengah khalayak melalui saluran informasi (channel) seperti televisi, radio, dll. DL Shaw dan McCombs memperkenalkan teori agenda-setting pada *Public Opinion Quartely* dengan judul *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. Dasar dari teori *agenda setting* adalah memberikan tekanan terhadap suatu isu atau peristiwa, yang dapat mempengaruhi masyarakat dan menaggapnya sangat penting. Karena itu, apapun hal yang di anggap penting oleh media, maka akan di anggap penting pula oleh khalayak. Oleh sebab itu, jika media massa memberikan perhatian lebih dan khusus serta menyoroti suatu peristiwa atau isu dan mengabaikan peristiwa lainnya, maka akan mempengaruhi opini dari masyarakat.

Pendapat lain menyatakan bahwa efek dari media massa sangat kuat, berhubungan dengan proses belajar, perubahan sikap serta pendapat. Karena itu, didalam teori agenda setting beranggapan jika khalayak belajar tentang isu serta bagaimana isu itu di susun berdasarkan kepentingan bagi khalayak ataupun media.

McCombs dan Donald Shaw berpendapat bahwa khalayk atau audience bukan hanya mempelajari berita serta hal-hal lainnya dari media massa, namun mempelajari juga mengenai arti penting serta seberapa penting dan seberapa besar sebuah topik atau isu media massa memberi penekanan mengenai isu.⁷

2. Strategi Komunikasi

Strategi didalam komunikasi merupakan bagaimana cara untuk mengatur dan mengelolah operasi komunikasi agar berhasil mencapai tujuan. Pada hakikatnya strategi komunikasi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) dalam mencapai suatu tujuan bersama. Dalam mencapai tujuan tersebut, strategi bukan sebagai fungsi menjadi sebuah peta jalan, tetapi juga harus menunjukkan taktik jalan operasionalnya.⁸

Komunikator hendaknya membuat strategi komunikasi sebelum berkomunikasi agar pesan yang ingin di sampaikan dapat diterima oleh target komunikasi yang sesuai dengan harapan. Komunikasi merupakan suatu proses menyampaikan sebuah pesan dalam bentuk kode atau simbol dari satu pihak ke pihka lainnya yang berefek dapat merubah tindakan atau sikap.⁹ Menurut Effendy Uchjana, komunikasi merupakan suatu proses menyampaikan sebuah pesan dari satu orang ke orang lainnya yang bertujuan mengirimkan informasi, pendapat, merubah perilaku dan sikap, baik secara langsung (lisan) ataupun secara tidak langsung (melalui media).

Pada hakikatnya strategi komunikasi ialah (perencanaan) *planning*) dan (manajemen) *management* agar mencapai suatu tujuan.¹⁰ Startegi komuikasi ialah suatu tahap yang konkret didalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis dalam satuan teknik bagi

⁷ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikas: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 285.

⁸ Yusuf Zainal Abidin, *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi)* (Bandung: Pustaka Setia 2015), hlm 155.

⁹ Humaidi, *Teori Komunikasi Dan Strategi Dakwah*, (Malang: UMM Press), hlm 6.

¹⁰ Efendy, Onong Uchana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosda Karya2005), hlm 32.

penerapan tujuan dari komunikasi, adapun teknik merupakan suatu tindakan komunikasi tertentu yang sebelumnya telah ditetapkan.¹¹

Rencana yang mencakup teknik, tata hubungan fungsional, dan metode antara faktor dan unsur dari proses komunikasi dalam kegiatan operasional dan dalam rangka mencapai tujuan serta sasaran. Dalam hakikatnya ialah suatu manajemen serta perencanaan dalam mencapai suatu tujuan. Middleton seorang ahli perencanaan komunikasi mengemukakan definisi serta menyatakan strategi komunikasi ialah kombinasi terbaik dari tiap unsur komunikasi, yaitu komunikator, media (saluran), pesan dan komunikan hingga efek yang diinginkan agar tercapainya tujuan komunikasi.¹²

Strategi merupakan keputusan keseluruhan kondisional mengenai langkah yang akan di jalankan untuk mencapai sebuah tujuan yang diinginkan. Untuk merumuskan strategi komunikasi selain membutuhkan perumusan tujuan yang jelas, juga perlu untuk memperhitungkan kondisi dan situasi sasaran atau masyarakat.¹³ Brent D. Paterson, R. Wayne Pace, dan M. Dallas Burnet dalam bukunya, *Techniques for Effective Communication*, mengemukakan ada tiga tujuan sentral dari strategi komunikasi, yaitu:

- a. *to secure understanding*
- b. *to establish acceptance*
- c. *to motivate action*

To secure understanding, adalah memastikan agar komunikan atau penerima pesan memahami pesan yang disampaikan. Saat komunikan telah menerima serta memahami pesan yang diterimanya, penerima nya itu harus di bina (*to establish acceptance*). Hingga akhirnya, proses komunikasi di motivasikan (*to motivate action*).¹⁴ Dengan begitu, strategi komunikasi ialah keseluruhan taktik, cara serta perencanaan yang di pergunakan

¹¹ *Ibid*, hlm 240.

¹² Hafied Cangara, *Perencanaan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada 2013), hlm

¹³ Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi Suatu Pengantar Ringkas*, (Bandung: Armico1984), hlm 59.

¹⁴ *Ibid*, hlm 115-116.

agar lancarnya suatu komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi demi mencapai tujuan bersama.

Untuk menyusun suatu strategi komunikasi membutuhkan sebuah pemikiran yang memperhitungkan faktor-faktor penghambat dan pendukung. Strategi komunikasi akan lebih bagus apabila dengan memperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor penghambat serta pendukung dalam setiap komponen, diantaranya faktor situasi serta kondisi, faktor kerangka referensi, tujuan pesan komunikasi, pemilihan media komunikasi, serta peranan komunikator dalam komunikasi.¹⁵ Untuk mampu membuat rencana yang baik Anwar Arifin mengemukakan beberapa langkah yang harus diikuti dalam penyusunan strategi komunikasi, yaitu:

a. Mengenal Khalayak

Langkah pertama bagi para komunikator agar komunikasi yang dilakukan dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

b. Menyusun Pesan

Langkah kedua setelah mengenal publik serta situasi, maka langkah selanjutnya adalah menyusun pesan yang dapat menarik perhatian dari masyarakat. Dengan menentukan materi atau tema maka pesan akan terbentuk. Syarat utama untuk mempengaruhi masyarakat, yaitu mampu menghidupkan perhatian masyarakat. Perhatian adalah pengamatan yang terpusat. Awal dari efektivitas didalam komunikasi yaitu dengan bangkitnya perhatian dari masyarakat terhadap pesan yang tersampaikan.

c. Menetapkan Metode

¹⁵ Yusuf Zainal Abidin, *Manajemen Komunikasi (Filosofi, Konsep, dan Aplikasi)*, (Bandung: Pustaka Setia), hlm 116.

Metode penyampaian pesan pada dunia komunikasi, dapat di lihat pada dua aspek: *pertama*, menurut cara pelaksanaannya, dengan semata-mata melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya kemudian melepaskan perhatian dari isi pesan. *Kedua*, menurut bentuk isi, dengan melihat komunikasi dari segi bentuk pesan serta maksud yang terkandung. Metode komunikasi menurut cara pelaksanaannya terbagi menjadi tiga bentuk :

a. Metode *redudancy*, merupakan suatu cara untuk mempengaruhi audience atau publik dengan cara mengulang-ulang pesan kepada audience. Pesan-pesan yang diulang mampu menarik perhatian khalayak. Khalayak juga akan lebih mengingat pesan yang disampaikan secara berulang. Dengan metode ini, komuniaktro memiliki kesempatan untuk memperbaiki kesalahan sebelumnya dalam menyampaikan pesan.

b. Metode *Canalizing*, dalam metode ini, komunikator lebih dulu mengenal audiencenya dan memulai penyampaian pesan sesuai dengan sikap-sikap, kepribadian dan motif khalayak tersebut.

Sedangkan Menurut bentuk isinya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk :

a. Metode *Informatif*, didunia komunikasi masa atau *publistik* di kenal salah satu bentuk pesan yang bersifat informatif, yaitu suatu bentuk isi pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi audience dengan cara memberikan penerangan. Penerangan yang dimaksudkan adalah menyampaikan informasi apa adanya, yang sesungguhnya, berdasarkan data-data dan fakta-fakta yang benar.

b. Metode *Edukatif*, di wujudkan dalam bentuk pesan yang berisi fakta, pendapat serta pengalaman yang merupakan kebenaran yang dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penyampaian isi pesan di susun secara terencana dan teratur dengan tujuan untuk mengubah perilaku audience.

c. Metode Koersif, merupakan cara untuk mempengaruhi audience dengan cara memaksa, audience dipaksa untuk menerima idenatau gagasan, karenanya isi pesan dari komunikasi berisi ancaman dan berisi pendapat.

d. Metode Persuasif, suatu cara dalam mempengaruhi komunikan, dengan cara tidak terlsu berpikir kritis, bahkan jika bisa khalayak terpengaruh tanpa sadar.¹⁶

Wilbur Scharamm mengemukakan beberapa syarat dalam berhasilnya pesan, sebagai berikut:

1) Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dituju.

2) Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada kedua pengertian itu bertemu.

3) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi dari sasaran dan menyarankan cara-cara mencapai kebutuhan itu.

4) Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakan untuk memperoleh jawaban yang dikehendaki. Strategi Komunikasi Samovar dan Porter Penggunaan kode verbal dan non verbal yang diketahui bersama.

a) Tidak tergesa-gesa membuat kesimpulan tentang orang lain.

b) Mempertimbangkan kondisi fisik dan lingkungan.

c) Memberikan kesempatan pada pihak lain untuk memberikan feedback.

d) Mengembangkan empati atas dasar asumsi adanya perbedaan.¹⁷

1. Pengertian Citra Diri (*Self-Image*)

¹⁶ Fajar, Marhaeni, *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek Edisi Pertama*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2009), hlm 194.

¹⁷ Liliweri, Alo, *Gatra-gatra Komunikasi Antar Budaya*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hlm 43.

Citra diri merupakan bagian konsep diri yang berkaitan dengan sifat-sifat fisik. Citra diri adalah gambaran seorang individu mengenai fisik dirinya. Burns mengemukakan citra diri ialah gambaran yang dimiliki seseorang mengenai dirinya sendiri sebagai makhluk yang memiliki fisik, sehingga citra diri sering kali di kaitkan dengan karakteristik fisik termasuk cara berpakaian, ukuran tubuh, pemakaian kosmetik, potongan rambut dan penampilan seseorang secara umum.

Pendapat ini juga di dukung oleh Susanto, menurutnya citra diri adalah suatu konsep yang kompleks mencakupi karakter, kepribadian, penampilan serta tubuh seseorang. Mappiere berpendapat berdpapat kesamaan arti pada istilah citra diri (*self image*) maupun konsep diri (*self concept*). Menurut Mappiere kedua istilah ini merujuk pada pengertian atau pandangan seorang individu mengenai dirinya. Byrne dan Baron mengungkapkan tentang orang yang menurut dirinya memiliki evaluasi serta reaksi yang penting yang dapat mempengaruhi konsepsi seseorang terhadap dirinya. Orang penting tersebut yaitu orang tua, teman dekat, anggota keluarga dan guru. Dapat disimpulkan bahwa citra diri adalah gambaran mengenai diri seorang individu yang ditampilkan atau terlihat (di bayangkan) sendiri oleh individu, atau diri yang di bayangkan oleh individu yang di pengaruhi oleh pihak lainnya.¹⁸

Citra merupakan sebuah cara seseorang menampilkan jati dirinya kepada orang lain untuk membentuk konsepsi atau penilaian orang lain terhadap dirinya. Pencitraan adalah cara untuk membentuk gambaran atau mental pribadi.

Citra diri merupakan konsep terbentuk yang terbentuk didalam fikiran seseorang tentang bagaimana dirinya menjadi manusia. Citra diri seseorang merupakan gambaran

¹⁸Dyaningtias M Putri, "Proses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Universitas Bakrie" *Skripsi Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: <http://repository.bakrie.ac.id/1517/1/Penelitian%20Proses%20Pembentukan%20Citra%20Diri%20Melalui%20Media%20Sosial%20Instagram.pdf>, 2018), hlm 29.

yang ia miliki mengenai dirinya kemudian terbentuk persepsi yang kolektif kewajiban seseorang dan aset.

Self image merupakan cara seorang berlandaskan kelemahan serta kekuatannya yang biasanya menjadi jelas dengan melalui label yang telah diberikan kepada diri sendiri agar menggambarkan karakteristik dan kualitas dirinya. Contohnya, gambaran seperti: 'aku pemberani, karena aku dapat...' atau 'aku rajin, karenanya aku dapat...' itu beberapa contoh dari label yang tersematkan untuk dirinya sendiri serta kesimpulan yang tidak dapat dihindarkan yang dapat dicapai. Kesimpulan ini lah menjadi dasar pemahaman negatif dan positif tentang citra diri seorang. Hal ini menjadikan label yang membentuk dasar bagi kepercayaan terhadap dirinya sendiri.

Faktanya citra diri terbangun berdasarkan pemikiran seorang mengenai kenyataan dan hal tersebut di pengaruhi bagaimana seseorang mempercayai pandangan orang lain serta pandangan masyarakat. Citra diri individu tidak terbangun berdasarkan realita.

a. **Jenis dan Dimensi Citra Diri**

Berdasarkan pandangan tentang citra diri, lalu citra diri didalam ilmu psikologi yang terdiri atas empat jenis yang mungkin menjadi representasi secara akurat tentang individu, mungkin juga tidak satupun serta beberapa ada yang benar. Citra diri terdiri dari beberapa jenis, yaitu:

- 1) Citra diri di hasilkan dari bagaimana cara seorang memandang dirinya sendiri.
- 2) Citra diri di hasilkan berdasarkan bagaimana cara orang lain melihat individu atau seorang.
- 3) Citra diri di hasilkan berdasarkan cara seorang atau individu yang menganggap perspektif orang lain kepada dirinya Dengan kata lain, bagaimana ia pikir orang lain memandang dirinya.

4) Citra diri di hasilkan berdasarkan bagaimana cara seorang melihat anggapan individu tersebut atau bagaimana dia ingin menjadi dirinya ideal.

Beberapa jenis dimensi citra diri yang melibatkan seorang dalam menilai dirinya secara keseluruhan Dimensi citra diri dalam psikologi, yaitu:

1) Dimensi Fisik

Bagaimana seorang dalam mengevaluasi tentang penampilan fisiknya, yaitu dari bentuk tubuh, cara berpakaian, dan lain sebagainya.

2) Dimensi Psikologis

Bagaimana seorang bisa mengevaluasi kepribadian dirinya secara psikologis

3) Dimensi Intelektual

Evaluasi akan kecerdasan akan dirinya sendiri yang dilakukan sendiri

4) Dimensi Keterampilan

Cara evaluasi dilakukan seorang terhadap keterampilan sosial serta keterampilan teknisnya.

5) Dimensi Moral

Bagaimana cara seseorang mengevaluasi nilai – nilai dan prinsip hidupnya.

6) Dimensi Seksual

Bagaimana seorang agar merasa cocok terhadap norma – norma tentang maskulinitas atau feminin didalam masyarakat.

Kesemua dimensi dan elemen ini menjadi salah satu cara berpikir yang mungkin dilakukan individu mengenai penilaian terhadap citra dirinya.

b. Peranan dan Fungsi Citra Diri

Citra diri didalam psikologi dapat ditanam kealam bawah sadar individu seseorang dikarenakan pengaruh individu lain, pengalaman masa alu, lingkungan, atau dengan sengaja ditanamkan oleh diri sendiri melalui alam sadar nya. Citra diri yang bersifat positif sehingga membangun kepribadian individu dnegan baik, namun juga dapat bersifat negatif yang dapat merusak mental individu. Peranan dari citra diri didalam kehidupan seseorang antara lain, yaitu:

- 1) Menjadi hasil cetakan dari dasar kehidupan seorang ia yang kelak akan menjalani kehidupannya yang sesuai dengan gambaran mental dalam citra dirinya.
- 2) Menjadi gambaran mental yang ada didalam pikiran bawah sadar seorang mengenai citra dirinya akan cenderung juga muncul pada kehidupan nyata.
- 3) Dalam kiprah pencapaian seorang di batasi oleh citra dirinya sehingga tidak akan pernah melewati batasan yang tergambar pada pikiran bawah sadarnya.
- 4) Citra diri negatif dapat menghancurkan seorang serta membawa kegagalan dikarena menarik unsur negatif kedalam hidupnya juga mengalami gangguan dalam konsep diri.
- 5) Citra diri positif juga dapat menarik hal – hal positif didalam hidup seorang sehingga membawa sebuah keberhasilan.

Fungsi dari citra diri didalam dunia psikologi hanya bermanfaat didalam kehidupan apabila citra diri tersebut, realistis serta positif. Beberapa manfaat citra diri yang positif yaitu antara lain:

- 1) Dapat meningkatkan timbulnya rasa percaya diri sehingga dapat menjadi kunci utama dari keberhasilan seseorang.

- 2) Mampu meningkatkan gairah dan semangat hidup karena mengetahui potensi dari diri sendiri.
- 3) Dapat menumbuhkan keberanian untuk dapat merealisasikan tujuan serta sasaran hidup seorang.
- 4) Membuat hidup menjadi lebih bebas dari rasa ketakutan juga keraguan karena telah dapat menemukan potensi dan kepercayaan diri.
- 5) Menjadi individu yang mencintai diri sendiri ketika sudah mampu menerima kekurangan dan kelebihan diri sendiri.
- 6) Bisa menemukan siapa jati dirinya yang membuat kita menemukan kedamaian serta kebahagiaan dimanapun.
- 7) Dapat menemukan potensi akan diri yang tersembunyi juga akan menjamin keberhasilan dalam hidup.¹⁹

c. Karakteristik Citra Diri

Fleet mengemukakan beberapa karakteristik dari individu yang memiliki citra diri yang positif. Adapun karakteristik tersebut adalah :

- 1) Memiliki rasa percaya diri yang tinggi
- 2) Berorientasi pada ambisi baik dan sasaran
- 3) Terorganisir dengan baik dan efisien
- 4) Bersikap mampu
- 5) Memiliki kepribadian yang menyenangkan
- 6) Mampu mengendalikan diri

¹⁹ Devita Retno, diaskes dari <https://dosenpsikologi.com/citra-diri-dalam-psikologi>, tanggal 13 Mei 2020, pkl 23:26 wib.

Fleet menjelaskan proses agar mencapai citra diri yang positif, antara lain:

- 1) Berpenampilan yang menarik, jika seorang individu berkeinginan untuk menggambarkan citra diri untuk merasa penting dan kelihatan penting. Penampilan seorang individu memproyeksikan individu lain tentang kondisi individu yang terjadi sebenarnya. Individu akan memiliki citra positif dan kelihatan penting.
- 2) Berpikir tentang pekerjaan merupakan suatu hal penting, maka dapat menerima pertanda dari mental pikiran alam bawah sadar kita tentang cara penyelesaian pekerjaan dengan sebaik mungkin.
- 3) Hibur diri sendiri. Hal ini dapat dilakukan beberapa kali dalam sehari, temukan hal-hal yang dapat menghibur dalam setiap kegiatan yang dijalani.
- 4) Selalu ingat bahwa kita bisa menjadi seperti apa yang kita pikirkan.²⁰

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi citra diri

Citra diri dapat dipengaruhi oleh kejadian dimasa lalu mengenai kesuksesan serta kegagalan dan pikiran mengenai citra diri ideal menurut orang lain. Orang yang mampu menerima keadaan raga atau fisiknya akan memiliki citra diri yang negatif.

Menurut Minor dan Mowen citra diri seorang individu terpengaruhi oleh pemikiran individu lain. Individu bisa menjadi seperti apa yang diprespektifkan oleh individu lain apabila ingin dilihat seperti apa yang diinginkan oleh individu lain.

Factor-fator yang mempengaruhi citra diri, yaitu:

- 1). Faktor intrinsik mencakup kematangan fungsi organis serta perubahan-perubahan hormonal yang meningkat.

²⁰ Sri Murni Hartini, *Hubungan antara Citra Diri dan Kepercayaan Diri Pada Remaja*, diakses pada [https://www.academia.edu/19859119/Hubungan antara citra diri dan kepercayaan diri pada Remaja](https://www.academia.edu/19859119/Hubungan_antara_citra_diri_dan_kepercayaan_diri_pada_Remaja), pada tanggal 18 Mei 2020, pkl 00:27 WIB.

2). Faktor ekstrinsik mencakup kegiatan teman sebaya, internal, lingkungan social dan eksternal.

Citra diri seorang dapat menjadi rendah / tinggi dapat terpengaruhi oleh faktor ekstrinsik dan juga intrinsik. Haryono menjelaskan faktor intrinsik pada individu contohnya pemikiran pada obje tertentu, kepercayaan diri, dan kemampuan menghadapi realitas. Sedangkan faktor ekstrinsik didasarkan keluarga, teman kelompok serta hubungan sosial.

Dalam ilmu psilogi citra diri yang sehat pada umumnya di dasarkan Citra diri dalam psikologi yang sehat utamanya didasarkan pada prespektif dan perasaan individu, dimana seorang tidak terpengaruhi pendapat individu lainnya konsep diri dalam psikologi komuniasi. Ia justru akan menetapkan pikirannya sendiri mengenai gambaran mental internal atau ide mengenai dirinya sendiri. Hasilnya, individu kerap kali tampak semakin optmistik didalam hidupnya serta semakin percaya diri pada kemampuan diri yang di miliknya, dikarenakan merasa pengontrolan yang semakin besar pada dirinya serta hidupnya.

Individu yan memiliki citra diri positif, tentunya tidak menolak kekurangan yang ada pada dirinya berdasarkan konsep diri Realitanya, mereka sangat realistis serta mampu memahami serta menerima fakta yang ada bahwa mereka mempunyai masalah yang pribadi, tapi tidak ada nilai buruk megenainya. Mereka dapat mengetahui serta menerima siapa diirnya serta bagaimana diri nya pada waktu itu juga melakukan hal terbaik atas apa yang di miliki. Citra diri sehat pastinya dibangun berdasarkan harga diri tinggi dan juga kedua nya akan berfungsi bersama

dalam membentuk pribadi yang secara efektif serta sehat dalam membentuk dasar kehidupan berdaya.²¹

²¹ Kharina Putrie Sunastiko, dkk, *Hubungan Antara Citra Diri (Self Image) dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Produk Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Diponegoro Semarang*, (<https://media.neliti.com/media/publications/66583-ID-hubungan-antara-citra-diri-self-image-de.pdf>), diakses pada Kamis 16 Januari 2020 pukul 22:30 WIB.