

**USULAN PENELITIAN DOSEN MUDA
PENELITIAN DASAR / TERAPAN**



**KONSTRUKSI IDENTITAS DIRI WARGA BADUY LUAR DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM**

TIM PENGUSUL:

Haekal Fajri Amrullah, S.Ikom, M.Sc	0318109301
Andi Pajolloi Bate, S.I.Kom., M.A.	0320940686

**BIDANG ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2021/2022**

HALAMAN PENGESAHAN USULAN PENELITIAN DOSEN MUDA

Judul Penelitian	: Konstruksi Identitas Diri Warga Baduy Luar
- Bidang Unggulan PT	: Teknologi Informasi dan Komunikasi
- Topik Unggulan	: Literasi Media Baru
Nama Ketua Peneliti	
a. Nama Lengkap/NIDN	: Haekal Fajri Amrullah, S.Ikom, M.Sc / 0318109301
b. Jabatan Fungsional	: Tenaga Pengajar
c. Program Studi	: Ilmu Komunikasi
d. Nomor HP	: 0812 9927 9801
e. Alamat surel (e-mail)	: haekal.fajri@mercubuana.ac.id
Anggota Peneliti	
a. Nama Lengkap/NIDN	: Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A / 120940696
b. Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Anggota Mahasiswa	
a. Nama Lengkap/NIM	: Bunga Nadya Wardani / 44218010154
b. Nama Lengkap/NIM	: Norma Arifatul A / 44218010152
Lokasi Kampus	: Universitas Mercu Buana
Lokasi Penelitian	: Baduy, Lebak, Banten
Nama Jurnal yang dituju	: Jurnal Komunikasi Indonesia (Jurnal Universitas Indonesia)
Luaran lainnya	: -
Lama Penelitian	: 6 Bulan
Biaya Keseluruhan	: - Dana Internal PT Rp. 4.500.000,-

Jakarta, 5 Februari 2022

Mengetahui
Kaprosdi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)
NIP/NIK : 106730276

Ketua Peneliti



(Haekal Fajri Amrullah, S.Ikom, M.Sc)
NIP/NIK : 119930364

Menyetujui,
Kepala Biro
Penelitian, Pengabdian Masyarakat dan Publikasi

Dr. Ir. Sawarni Hasibuan, M.T., IPU.
NIK: 115650473

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL	v
RINGKASAN	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Luaran Penelitian.....	7
BAB II RIP	8
BAB III TINJAUAN PUSTAKA	11
3.1. Penelitian Terdahulu	11
3.2. Identitas Diri.....	13
3.3. Motif	19
3.3. Media Sosial.....	21
3.4. Suku Baduy	24
BAB IV METODE PENELITIAN	26
4.1. Paradigma Penelitian.....	26
4.2. Metode Penelitian.....	27
4.3. Subyek Penelitian.....	28
4.4. Teknik Pengumpulan Data.....	29
4.5. Teknik Analisis Data.....	30
4.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	31
BAB V BIAYA DAN JADWAL RISET	33
5.1 Biaya	33
5.2 Jadwal Riset	33

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

1.1	Salah satu akun Instagram Warga Baduya luar @baduymursid.....	3
2.1	Rencana Induk Penelitian.....	9
2.2	Topik Penelitian.....	10
2.3	Peta Jalan Penelitian.....	10

DAFTAR TABEL

5.1	Perkiraan Biaya Penelitian.....	33
5.2	Jadwal Penelitian.....	33

RINGKASAN

Media sosial berfungsi sebagai sarana penggunaannya untuk menempatkan diri dalam kerangka yang mereka inginkan. Melalui media sosial masyarakat dapat dengan mudah membangun sebuah relasi, menambah wawasan, membentuk, mengekspresikan dan menampilkan identitas diri. Identitas didefinisikan sebagai imaji budaya, sosial, relasional, dan individual atas konsep diri. Identitas memiliki implikasi keanggotaan grup, antar pribadi, dan individual. Identitas bisa muncul di media media sosial dengan dinamis dibentuk. Dalam media sosial hal itu sangat memungkinkan karena orang bisa dengan mudah merancang dan menyaring apa yang ingin ia tampilkan atau tidak di akunnya.

Pembahasan mengenai identitas diri menjadi unik dan menarik ketika seorang warga Baduy menggunakan media sosial dan membentuk identitas dirinya. Tentu kita sudah maklum bahwa Baduy merupakan salah satu suku di wilayah Banten dan merupakan sekumpulan masyarakat adat di pedalaman yang masih memegang teguh budaya nenek moyang mereka. Perubahan sosial pada masyarakat saat ini pun terjadi pada masyarakat baduy, terutama dalam hal penggunaan media teknologi informasi dan komunikasi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti bagaimana warga Baduy luar mengkonstruksi identitas dirinya di media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Melalui teknis pengumpulan data melalui wawancara yang akan dilaksanakan dengan warga Baduy luar yang telah menggunakan media sosial Instagram. Penelitian ini masuk ke dalam penelitian Tingkat Kesiapterapan Teknologi pertama yaitu prinsip dasar dari teknologi diteliti dan dilaporkan. Penelitian ini akan disubmit di Jurnal Komunikasi Indonesia (Jurnal Universitas Indonesia) dengan target capaian *accepted*.

Kata Kunci: Konstruksi, Identitas Diri, Baduy, Media Sosial.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin maju dan canggih diiringi juga dengan semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia, khususnya media sosial. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menjelaskan bahwa pengguna internet di Indonesia pada November 2020 telah mencapai 196,7 Juta atau 73,7 persen dari jumlah populasi 271,349,889 jiwa (APJII, 2020). Jumlah ini meningkat dari tahun sebelumnya sampai dengan 25,5 juta dari tahun sebelumnya. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh *we are social* tentang digital Indonesia per Januari 2020 menunjukkan pengguna internet di Indonesia mencapai 175,4 Juta dari 271 Juta jiwa. Dari jumlah tersebut, 160 juta pengguna internet aktif di media sosial untuk mencari dan berbagi informasi (*we are social*, 2020).

Dari data tersebut menunjukkan bahwa pengguna Internet khususnya media sosial di Indonesia terus meningkat dan tersebar di berbagai wilayah. Mayfield (2008) mengungkapkan bahwa media sosial merupakan bagian dari media baru yang menghubungkan individu satu dengan individu lainnya atau antara kelompok satu dengan kelompok lainnya melalui pesan yang disebar (*broadcast*) atau dibagi (*share*). Maraknya penggunaan media sosial di berbagai kalangan menunjukkan peran media sosial yang sudah merambah di semua aspek kehidupan khususnya dibidang informasi.

Penggunaan media sosial di kalangan masyarakat melalui jejaring internet kemudian mengkomunikasikan dirinya dengan menampilkan foto, video, opini, dan hal-hal yang mereka konsumsi seperti, musik, berita isu-isu terkini dan informasi lainnya. Di dunia maya orang menjadi lebih bebas untuk berbicara dan mengomentari berbagai hal. Sherlyanita dan Rakhmawati (2016) dalam penelitiannya mengungkapkan pengguna mengakses media sosial untuk melakukan kegiatan seperti mengunggah foto, video, komentar, membaca umpan balik, dan

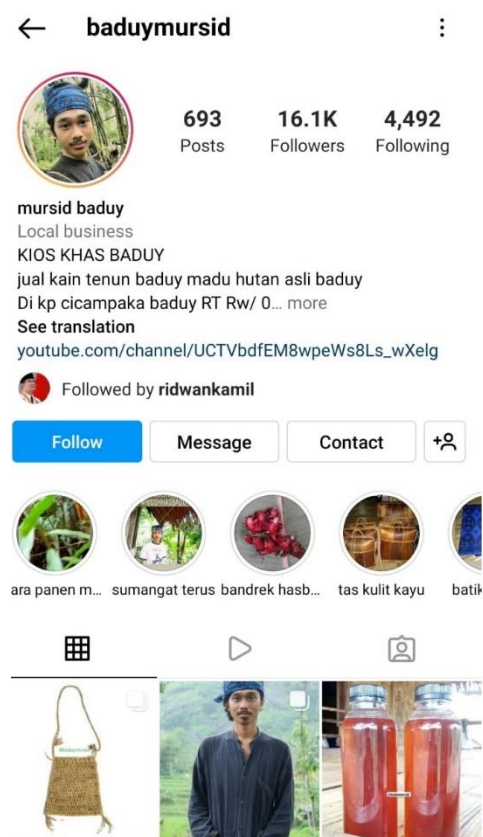
melihat beranda dengan menghabiskan waktu selama kurang lebih satu jam setiap harinya. Melalui media sosial masyarakat dapat dengan mudah membangun sebuah relasi, menambah wawasan, membentuk, mengekspresikan dan menampilkan identitas diri.

Persoalan pembentukan identitas diri kemudian menjadi suatu hal yang menarik diamati dan dikajia. Identitas bisa muncul di media media sosial dengan dinamis dibentuk. Dalam media sosial hal itu sangat memungkinkan karena orang bisa dengan mudah merancang dan menyaring apa yang ingin ia tampilkan atau tidak di akunnya. Media sosial berfungsi sebagai sarana penggunaanya untuk menempatkan diri dalam kerangka yang mereka inginkan. Pengguna memiliki kuasa untuk mengidentifikasi karakter diri yang mereka ingin bangun Sehingga bisa muncul kesan bahwa orang tersebut memiliki karakter tertentu sebagaimana yang ia tampilkan di media sosial (Nuriyatul, 2016).

Setiap pengguna media sosial mempunyai hak untuk mengekspresikan dirinya di media sosial, apapun profesinya atau latar belakangnya. Setiap pengguna juga mempunyai hak sama untuk membentuk identitas dirinya. Siapa, apa dan bagaimana ia ingin dikenal oleh orang lain. Seorang mahasiswa misalnya mengekspresikan dirinya sebagai seorang aktivis dengan memposting foto ketika ia demo turun ke jalan. Contoh yang lainnya, seorang suami membagikan pengalamannya di media sosial ketika memberikan hadiah kado ulang tahun untuk istrinya. Ini juga bisa diartikan ia ingin dikenal sebagai suami yang romantis dan penyayang.

Dua contoh di atas merupakan hal yang biasa kita lihat di media sosial bagaimana seseorang membentuk identitas dirinya. Namun, pembahasan mengenai identitas diri menjadi unik dan menarik ketika seorang warga Baduy menggunakan media sosial dan membentuk identitas dirinya. Tentu kita sudah maklum bahwa Baduy merupakan salah satu suku di wilayah Banten dan merupakan sekumpulan masyarakat adat di pedalaman yang masih memegang teguh budaya nenek moyang mereka.

Dalam penelitian Tasya (2020) menyebutkan bahwa Desa Baduy cukup terasing dari keramaian kota dan modernisasi perkotaan. Desa Baduy ditempati oleh suatu suku yang disebut Suku Baduy. Suku Baduy merupakan suatu kelompok masyarakat adat sub etnis Sunda yang menempati desa Baduy. Suku Baduy sendiri merupakan pemberian nama masyarakat luar kepada suku yang menempati wilayah Baduy tersebut, sedangkan penduduk asli Baduy lebih sering menyebut diri mereka “urang Kanekes” sesuai dengan nama wilayah mereka. (Binarwan, 2019).



Gambar 1.1 Salah satu akun Instagram Warga Baduya luar @baduymursid

Binarwan (2019) menjelaskan lebih lanjut dalam penelitiannya Suku Baduy dibagi menjadi dua wilayah, yaitu Baduy Luar dan Baduy Dalam. Ciri khas orang Baduy Dalam adalah pakaiannya berwarna putih alami dan biru tua serta memakai ikat kepala putih, sedangkan Baduy Luar memakai pakaian adat berwarna hitam dengan motif biru. Masyarakat Baduy cenderung menutup dirinya dari dunia luar

karena menurut kepercayaan yang dianut suku baduy, mereka adalah keturunan Bhatara Cikal, salah satu dari tujuh dewa yang diutus turun ke bumi untuk menjaga harmoni dunia. Baduy dalam menolak akan adanya teknologi modern dalam kehidupan sehari-hari mereka. Mereka sangat memegang teguh tradisi dan patuh pada peraturan adat (Astari, 2009).

Pada saat ini, budaya modern mulai memasuki wilayah Baduy, khususnya Baduy Luar. Penggunaan benda-benda modern dan teknologi terkini pun mulai digunakan oleh hampir semua masyarakat Baduy Luar. Hal ini juga berdampak dengan perubahan-perubahan kehidupan masyarakat di Baduy Luar. Bahkan hampir semua masyarakat Suku Baduy Luar sudah mempunyai telfon genggam (HP), memakai kaos dan celana jeans, serta ada yang bisa berbahasa Indonesia. Bahkan saat ini, masyarakat Suku Baduy Luar sudah diperbolehkan menggunakan kendaraan umum untuk berpergian ke kota untuk berdagang ataupun kegiatan lainnya (Tasya, 2020).

Sejak kemunculan teknologi komunikasi terjadi perubahan yang dalam masyarakat disebut dengan perubahan sosial, dimana perubahan itu tidak terlepas dari akibat interaksi sosial masyarakat. Menurut John Lewis Gillin dalam Dewi dan Rahmi (2014) “perubahan sosial adalah variasi dari cara-cara hidup yang diterima sehingga menyebabkan terjadinya perubahan-perubahan kondisi geografis, kebudayaan material, komposisi penduduk, ideologi, difusi dan penemuan baru dalam masyarakat”.

Selanjutnya Dewi dan Rahmi (2014) juga menjelaskan dalam kajiannya, perubahan sosial pada masyarakat saat ini pun terjadi pada masyarakat baduy, terutama dalam hal penggunaan media teknologi informasi dan komunikasi. Banyaknya orang luar yang masuk ke wilayah masyarakat Baduy menjadikan masyarakat Baduy bersentuhan dengan teknologi modern yang selama ratusan tahun dilarang oleh adat, seperti menonton televisi, menggunakan jam tangan, memiliki radio bahkan memiliki telepon seluler (HP). Perubahan sosial ini terjadi dikarenakan mereka merasa kurang puas dengan teknologi yang mereka punya selama ini, sehingga mereka berkeinginan untuk memiliki pengetahuan yang lebih

dengan menonton televisi maupun mendengarkan radio, bahkan mungkin keinginan untuk menggunakan teknologi bukan hanya didasarkan pada peningkatan pengetahuan tetapi lebih kepada mengikuti *tren*.

Dari penilitian-penelitian sebelumnya telah ditemukan fakta bahwa beberapa warga Baduy luar telah menggunakan media sosial untuk mengakses informasi dan bahkan lebih dari pada itu mereka juga menunjukka identitas diri mereka sebagai seorang Baduy. Hal yang menarik yang bisa ditemukan adalah, walaupun mereka ikut eksis di media sosial namun mereka tidak menghilangkan ciri khas baduy, baik itu dari segi atribut, pakaian atau Bahasa yang digunakan ketika memposting gambar dan tulisan.

Dalam rangka menunjukkan identitas dirinya bahwa dia adalah seorang warga Baduya, maka ia menunjukkannya dengan memasang foto profil dengan foto menggunakan pakaian adat Baduy, menuliskan nama akun dengan menambahkan tulisan “Baduy” di belakang nama aslinya, bahkan mereka menjelaskan Bahasa Sunda yang merupakan Bahasa yang mereka gunakan sehari-hari untuk dibagikan kepada pengikutnya di media sosial. Selain itu ia juga menceritakan tradisi atau acara adat baduya di akun media sosialnya. Semua hal tersebut dilakukan agar mereka dikenal sebagai orang Baduy asli.

Dari banyaknya fenomena yang menarik tersebut, ternyata belum ada studi atau penelitian dalam kajian komunikasi yang membahas tentang identitas diri warga baduy, terutama identitas diri mereka di media sosial. Padahal kajian ini menurut peneliti sangat menarik dan suatu hal baru dalam perubahan sosial yang terjadi pada suku Baduy yang notabene merupakan suku yang sangat ketat dan sungguh-sungguh dalam memegang adat istiadatnya. Untuk itu peneliti meyakini penggunaan media sosial oleh warga Baduy menjadi hal yang unik dan menarik untuk dikaji.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pembentukan atau konstruksi identitas diri warga Baduy luar di Media Sosial. Penelitian yang akan peneliti lakukan disini adalah mengenai bagaimana aktivitas yang dilakukan oleh warga Baduy luar dapat membentuk

identitas diri mereka di media sosial. Seperti yang telah diungkapkan oleh Jenkins bahwa manusia memiliki hasrat untuk mencari dan melakukan pemaknaan terhadap suatu budaya dalam rangka membentuk identitas dirinya (Furi, 2015). Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul “Konstruksi Identitas Diri Warga Baduy Luar di Media Sosial.

Penelitian ini akan dilaksanakan pada tanggal 15-16 Maret 2022, langsung di tempat objek penelitian yaitu Kampung Kanekes, Baduy, Lebak, Banten.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka fokus penelitian ini yaitu:

1. Apa saja motif konstruksi identitas diri warga Baduy luar di media sosial instagram?
2. Apa saja aktivitas warga Baduy dalam mengkonstruksi identitas diri di media sosial instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari fokus penelitian yang telah disebutkan di atas maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui motif konstruksi identitas diri warga Baduy luar di media sosial instagram
2. Mengetahui aktivitas warga Baduy dalam mengkonstruksi identitas diri di media sosial instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi terhadap berkembangnya ilmu komunikasi, khususnya tentang analisis konstruksi identitas diri di Media Sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi masyarakat khususnya bagi warga Baduy sendiri dalam memanfaatkan media sosial dalam membentuk identitas diri. Sehingga mereka dapat memposting atau mengakses informasi dengan baik dan dikenal oleh masyarakat secara luas dengan adat budaya yang khas.

1.5. Luaran

Adapun luaran yang ditargetkan pada penelitian ini adalah publikasi pada JURNAL KOMUNIKASI INDONESIA <http://journal.ui.ac.id/jkmi> (Jurnal Universitas Indonesia) digambarkan dalam tabel rencana target capaian dibawah ini:

Tabel Rencana Target Luaran Penelitian Internal

No	Jenis Luaran		Indikator Capaian
1	Publikasi Ilmiah	Internasional	
		Nasional Terakreditasi	<i>Accepted</i>
2	Pemakalah dalam temu ilmiah	Internasional	
		Nasional	
3	Invited Speaker dalam temu ilmiah	Internasional	
		Nasional	
4	Visiting Lecturer	Internasional	
5	Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	Paten	
		Paten sederhana	
		Hak Cipta	
		Merek dagang	
		Rahasia dagang	
		Desain Produk Industri	
		Indikasi Geografis	
		Perlindungan Varietas Tanaman	
	Perlindungan Sirkuit Terpadu		
6	Teknologi Tepat Guna		
7	Model/Purwarupa/Desain/Karya seni/Rekayasa Sosial		
8	Buku Ajar (ISBN)		
9	Tingkat Kesiapan Teknologi (TKT)		

1) Fill in with nothing, draft, submitted, reviewed, or *accepted/published*³⁾

2) Fill in with nothing, draft, registered, or has been conducted

3) Fill in with nothing, draft, registered, or has been conducted

4) Fill in with nothing, draft, registered, or has been conducted

5) Fill in with nothing, draft, registered /*granted*

6) Fill in with nothing, draft, product or application

7) Fill in with nothing, draft, product or application

8) Fill in with nothing, draft, *editing process /published*

9) Fill in with 1-9 scale refer to DIKTI

BAB II

RENCANA INDUK PENELITIAN

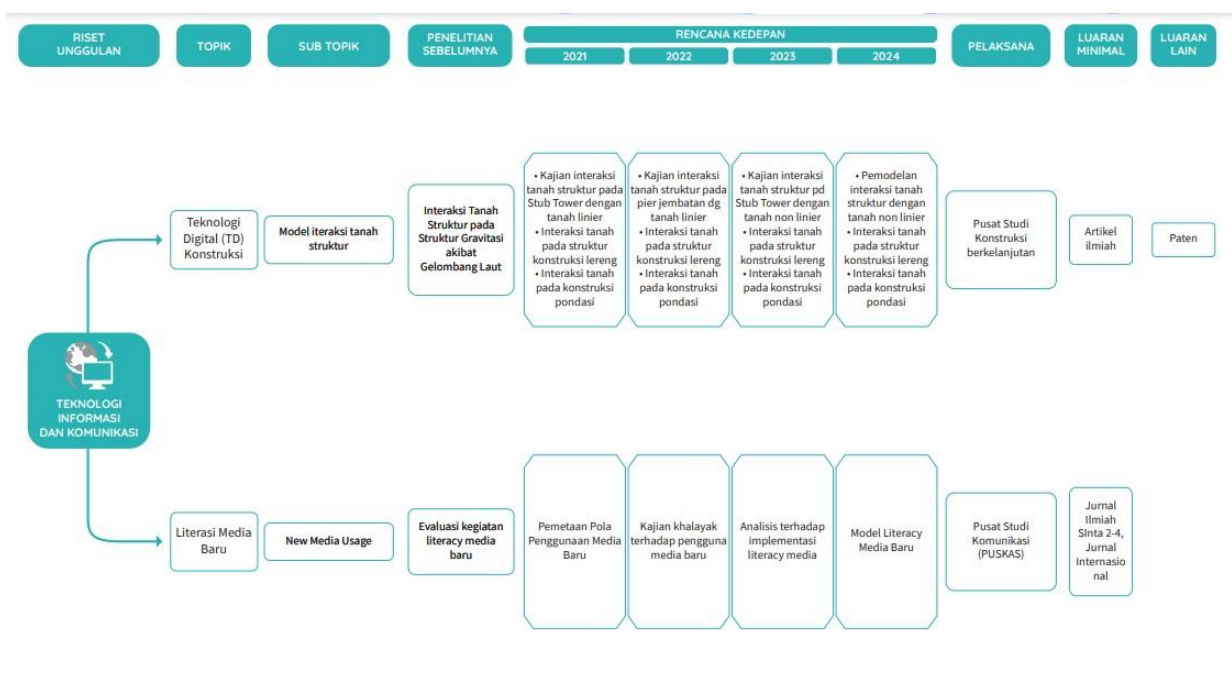
Rencana Induk Penelitian (RIP) Universitas Mercu Buana (UMB) 2021-2025 disusun pada tahun 2020 dengan sasaran untuk menjadi pedoman dalam pelaksanaan program kegiatan penelitian di UMB dalam 5 tahun ke depan. Hal ini dimaksudkan agar kegiatan penelitian lebih terarah dengan pencapaian yang dapat terukur dalam rangka membangun penelitian sebagai kegiatan Tri Dharma yang bermutu, unggul dan bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa Indonesia. Disamping itu juga sebagai perangkat pengendalian dan evaluasi kegiatan penelitian agar sesuai dengan tujuan. Untuk itu RIP UMB disusun berdasarkan berbagai kebijakan tentang penelitian ditingkat universitas dan tingkat nasional, antara lain:

1. Sistem Pendidikan Nasional pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003
2. Kebijakan riset nasional 2015 - 2019
3. Statuta Universitas Mercu Buana
4. Rencana Induk Pengembangan UMB
5. Rencana Strategis UMB (2015 - 2024)
6. Sistem Penjaminan Mutu Internal UMB
7. Sistem Penjaminan Mutu tentang penelitian No. Dokumen 02-5.2.01.01
8. Payung Riset di masing-masing Kelompok Riset dan Pusat Studi di lingkungan UMB

Terdapat 5 riset unggulan dalam RIP UMB, yaitu Keberlangsungan Bisnis, Teknologi Informasi dan Komunikasi, Rekayasa dan Teknologi Ramah Lingkungan, Ekonomi Kreatif dan Eksplorasi Kemaritiman. Penelitian ini terkait dengan salah satu dari kelima riset unggulan yang tercantum dalam RIP Universitas Mercu Buana 2021-2025, yaitu Teknologi Informasi dan Komunikasi.

Judul penelitian ini relevan dengan topik riset tersebut dan akan peneliti jadikan pijakan untuk penelitian di tahun berikutnya. Dalam peta jalan penelitian ini, luaran yang relevan dengan penelitian ini adalah artikel ilmiah. Oleh sebab itu, penelitian ini menargetkan luaran berupa artikel yang dipublikasikan di jurnal

internasional atau jurnal ilmiah Sinta 2-4. Untuk dapat mencapai luaran yang ditargetkan, penelitian ini perlu dirancang untuk, (1) mengoptimalkan peran kelompok riset rumpun ilmu komunikasi melalui seminar riset internal dan diseminasi, dan (2) mengoptimalkan peran perpustakaan digital UMB untuk akses E-Journal ProQuest, Ebsco, Perpustakaan Nasional, INFOTRAC, agar literatur yang dirujuk *uptodate*.



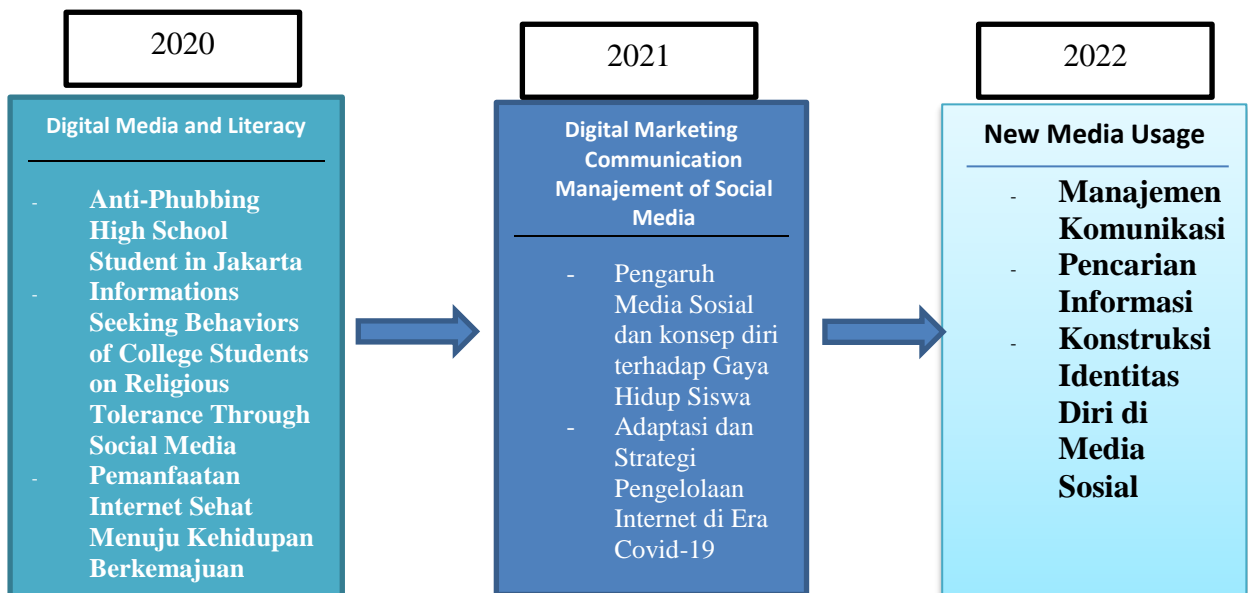
Gambar 2.1 Rencana Induk Penelitian

Rencana Induk Penelitian untuk penelitian Konstruksi Identitas Diri Warga Baduy Luar di Media Sosial Instagram berawal dari Rencana Induk Penelitian dengan unggulan Teknologi Informasi dan Komunikasi dengan topik Literasi Media Baru dengan sub topik *New Media Usage*. Penelitian ini masuk ke dalam rencana penelitian tahun 2021 yaitu pemetaan pola penggunaan media baru. Penelitian selanjutnya yang bisa dikembangkan dari penelitian ini adalah kajian khalayak terhadap penggunaan media baru.



Gambar 2.2 Topik Penelitian

Berkaitan dengan rencana penelitian ini, peneliti susun peta jalan penelitian mulai tahun 2017-2018. Penelitian sejak tahun 2017 berfokus pada kajian Ilmu Komunikasi. Ranah kajian Ilmu Komunikasi memiliki dimensi yang luas, luwes dan terbuka. Artinya, Ilmu Komunikasi dapat dikaji dari berbagai dimensi disiplin ilmu, khususnya ilmu sosial, ekonomi, dan manajemen. Jadi, peneliti tidak membatasi penelitian secara sempit pada bidang tertentu saja. Selama fenomena sosial terkait dengan fenomena komunikasi dalam arti luas tersebut, maka memungkinkan penelitian dengan kajian Ilmu Komunikasi dapat dilakukan. Peta jalan penelitian, peneliti susun sebagaimana tertuang dalam Gambar 3 di bawah ini:



Gambar 2.3 Peta Jalan Penelitian

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1. Penelitian Terdahulu

Riset berkaitan dengan identitas diri dapat dikatakan cukup banyak menghiasi keilmuan komunikasi. Namun yang secara spesifik membahas identitas diri masyarakat suku baduy luar melalui pemanfaatan media sosial sulit ditemui. Berikut merupakan beberapa penelitian yang nampaknya memiliki kesamaan dengan penelitian ini.

3.1.1. Perilaku Penggunaan Media Sosial dan Identitas Diri (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Perilaku Penggunaan Media Sosial dan Identitas Diri di Kalangan Mahasiswa S1 Jurusan Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta)

Penelitian yang dilakukan oleh Fanny Hendro Aryo Putro ini mencoba menelusuri aspek pembentukan identitas diri seseorang dengan penggunaan terhadap media sosial. Dengan menjadikan mahasiswa semester satu di Universitas Slamet Riyadi Surakarta sebagai subjek penelitian, ditemukan bahwa Mahasiswa semester satu berada pada siklus perkembangan yang bersifat transisional menuju fase yang lebih matang. sosial media menjadi sebuah kebutuhan pokok dalam kehidupan. Terkait identitas diri mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Slamet Riyadi dalam penggunaan media sosial, didapatkan bahwa media tersebut penggunaannya lebih disesuaikan dengan suasana hati. Juga dalam adanya pemakaian nama samaran dalam akun yang dibuatnya menunjukkan bahwa mahasiswa belum memiliki rasa tanggungjawab yang penuh terhadap apa yang telah ditulis dan mengunggah. maka diperlukan adanya suatu bentuk tembok pembatas sebagai pemisah perubahan tingkah laku yang ditawarkan oleh sosial media.

3.1.2. The Effect of Social Media on Identity Construction

Penelitian ini dilakukan oleh Ugur Gunduz dari Istanbul University. Gunduz melihat bahwa Media sosial memungkinkan ekspresi identitas, eksplorasi, dan eksperimen; sesuatu yang alami bagi pengalaman manusia. Agensi dalam kehidupan nyata, yang menyediakan sumber nama untuk berbagai sektor, yang menginspirasi komunitas internet dan interaksi yang mereka buat di dalam diri mereka. Media sosial Memungkinkan individu menampilkan diri mereka kepada orang lain dan menentukan cara mereka ingin dilihat selain membantu mereka terhubung dan berinteraksi dengan orang, dan berpartisipasi dalam kegiatan yang mereka inginkan. Kajian Gunduz ini juga mengupas aspek praktis konstruksi identitas, yang berkaitan dengan isu komunitas virtual dan media sosial.

3.1.3. Social Media and the Construction of ‘Self’: How Our New Sociotechnical Environment is Changing the Construction of Identity

Penelitian oleh Lucie Caffrey ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk membedakan komponen penting dari penciptaan identitas empiris yang diperlukan dalam proses pengembangan diri. Caffrey berupaya memeriksa hubungan antara diri dan teknologi untuk memeriksa hubungan antara keduanya dalam menentukan bagaimana lingkungan sosioteknik baru mempengaruhi proses konstruksi identitas yang bersifat tradisional.

Penelitian ini mengidentifikasi dua aspek utama dalam konstruksi identitas yang dipengaruhi melalui hubungan kita dengan teknologi, yakni penyimpanan memori dan proses refleksi diri. Ditemukan bahwa lingkungan online memfasilitasi peningkatan kualitas narsistik seseorang serta penanaman konsep diri yang dipengaruhi oleh faktor eksternal. Diteorikan bahwa melalui penerapan praktik refleksi diri di lingkungan online, individu

dapat mengklaim tidak hanya rasa identitas mereka yang lebih baik tetapi juga mengklaim kembali agensi mereka dalam lingkungan online yang baru ini.

3.1.4. Identity Projects of Design Professionals: Identity Construction Using Social Media.

Studi ini dilakukan oleh Kimmo Jukuri untuk mengetahui bagaimana sekelompok desainer profesional membangun dan mengevaluasi proyek identitas mereka dan jenis proses apa yang terlibat dalam pekerjaan identitas mereka. Studi ini juga melihat bagaimana kemungkinan konflik identitas diselesaikan dan peran apa yang dimainkan media sosial sebagai bagian dari proses ini.

Menggunakan pendekatan kualitatif interpretif, penelitian ini menemukan bahwa Media sosial dan sumber digital lainnya membantu desainer mempercepat fase eksplorasi desain dan memungkinkan mereka menemukan inspirasi lebih cepat atau bahkan menyimpannya dalam bentuk gambar dan teks di profil media sosial mereka. Konflik besar lainnya berkaitan dengan kategorisasi sosial dan menjadi bagian dari komunitas desain, tetapi menjaga jarak agar tetap individual dan mempertahankan perspektif uniknya sendiri. Hal Ini mensyaratkan penggunaan berbagai jenis layanan media sosial untuk berbagai bagian identitas seperti memisahkan identitas profesional dan pribadi dengan penggunaan profil media sosial yang berbeda. Ini juga berarti pengeditan profil secara konstan sehingga tetap sesuai dengan audiens mereka.

3.2. Identitas Diri

Identitas diri adalah proses menjadi seorang individu yang unik dengan peran yang penting dalam hidup (Papalia, 2008), suatu kesadaran akan kesatuan dan kesinambungan pribadi, serta keyakinan yang relatif stabil

sepanjang rentang kehidupan (Desmita, 2008), dan merupakan pengorganisasian dorongan-dorongan (*drives*), kemampuan-kemampuan (*abilities*), keyakinan-keyakinan (*beliefs*), dan pengalaman kedalam citra diri (*image of self*) yang konsisten yang meliputi kemampuan memilih dan mengambil keputusan, baik menyangkut pekerjaan, orientasi seksual, dan filsafah hidup Woolfolk dalam (Yusuf, 2011). Bila seseorang telah memperoleh identitas, maka ia akan menyadari ciri-ciri khas kepribadiannya, seperti kesukaan atau ketidaksukumannya, aspirasi, tujuan masa depan yang diantisipasi, perasaan bahwa ia dapat dan harus mengatur orientasi hidupnya (Desmita, 2008).

Menurut Erikson dalam (Jannah, 2014) identitas diri adalah kesadaran individu untuk menempatkan diri dan memberikan arti pada dirinya dengan tepat di dalam konteks kehidupan yang akan datang menjadi sebuah kesatuan gambaran diri yang utuh dan berkesinambungan untuk menentukan jati dirinya. Erikson dalam (Schwartz dkk, 2000) menempatkan identitas berkaitan dengan pengetahuan diri, yang diperluas ke identitas kebingungan sebagai kutub yang berlawanan.

Self identity didefinisikan sebagai sebuah penilaian terintegrasi seorang individu terhadap citra dirinya sendiri sebagai seseorang yang unik, yang membedakan dirinya dengan orang lain Bernstein dalam (Suparno, 2017). Selain itu, secara etimolog, identitas dalam pengertian ini hanya berkaitan dengan identitas personal seseorang individu, bukan pengalamannya Bailey dalam (Suparno, 2017). Identitas diri ditandai dengan kemampuan memandang diri sendiri yang berbeda dengan orang lain, memiliki percaya diri, dapat mengontrol.

Menurut Handoko & Subandi (2017) identitas diri seseorang adalah sebuah model kognitif bagaimana orang tersebut memproses dan mengolah berbagai hal yang relevan dengan identitas diri. Selain itu Rageliené dan Justickis dalam (Handoko & Subandi, 2017) juga mengungkapkan teori self

realisation yang dikemukakan oleh Waterman, Menurut teori ini identitas diri merupakan suatu bentuk realisasi dari potensi diri seseorang yang paling baik.

Thomas dalam (Aryanti, 2014) yang menyatakan bahwa identitas berhubungan dengan pertanyaan siapa kita manakala berinteraksi dengan orang lain. Hal ini berkaitan dengan pernyataan diri yang oleh Steward dalam (Aryanti, 2014) yang menyatakan bahwa identitas diri adalah sebuah proses pengungkapan diri sendiri secara verbal dan non verbal kepada orang lain tentang siapa dirinya.

3.2.1 Pembentukan Identitas Diri

Proses pembentukan identitas diri merupakan proses yang panjang dan kompleks, yang membutuhkan kontinuitas dari masa lalu, sekarang dan yang akan datang dari kehidupan individu, dan hal ini akan membentuk kerangka berfikir untuk mengorganisasikan dan mengintegrasikan perilaku kedalam berbagai bidang kehidupan (Soetjiningsih, 2004). Pembentukan identitas berfungsi sebagai pengikat, menurut Erik Erikson dalam (Berzonsky, 2010) sebuah keselarasan dan memberikan rasa identitas yang stabil, kerangka acuan untuk menafsirkan pengalaman dan informasi yang relevan sendiri dan pembuatan keputusan masalah pribadi. Pembentukan identitas juga memberi dasar untuk mempertahankan rasa persatuan diri dari waktu ke waktu.

Marcia dalam (Jannah, 2014) mengatakan bahwa pembentukan identitas diri dapat digambarkan melalui status identitas diri berdasarkan ada tidaknya eksplorasi (krisis) dan komitmen. Eksplorasi yang juga dikenal dengan istilah krisis adalah suatu periode dimana adanya keinginan untuk berusaha mencari tahu, menyelidiki berbagai pilihan yang ada dan aktif bertanya secara serius, untuk mencapai sebuah keputusan tentang tujuan-tujuan yang akan dicapai, nilai-nilai, dan keyakinan-keyakinan. Sedangkan komitmen merupakan aktifitas yang relatif tegas dan menarik tentang elemen-elemen identitas remaja, berperan sebagai pengarah

menuju tindakan penuh arti pada sesuatu yang dipilih dengan disertai keyakinan, kesetiaan, dan sulit untuk digoyang atau dipengaruhi.

Erikson dalam (Berk, 2012) adalah orang pertama yang menganggap identitas (*identity*) sebagai pencapaian pribadi utama diusia remaja sebagai 22 langkah penting menuju sosok yang produktif dan berguna. Pembentukan identitas melibatkan pendefinisian tentang siapa diri anda, apa yang anda hargai, dan arah yang anda pilih dalam menjalani hidup. Menurut Afrilyanti dalam (Kurniawati 2017) pembentukan identitas diri pada masa remaja merupakan masa paling penting karena tugas dari perkembangan remaja adalah penyesuaian diri dengan perubahan dirinya baik fisik maupun psikologis, memantapkan kemandirian dan perilaku, dapat menerima tata tertib perilaku, memahami tata nilai dan memantapkan identitas.

Schwartz (2000) mengembangkan paradigma yang berorientasi pada proses pembentukan identitas berdasarkan perspektif teori konstruktivis “individu membangun rasa siapa yang mereka pikirkan dan „realitas“ dimana mereka bertindak”. Berzonsk dalam Schwartz (2000) mengembangkan tiga model pembentukan identitas diri sosial- kognitif yang terdiri dari informatif, normatif dan penolakan. Ketiga model ini dikembangkan berdasarkan perbedaan proses sosial dan kognitif yang dilakukan oleh individu dalam mengatasi konflik identitas dan pengambilan keputusan.

Proses identitas diri model informasi merupakan individu yang memiliki pencapaian status identitas moratorium dan pencapaian identitas. individu yang dijelaskan oleh Berzonsky sebagai individu yang reflektif, skeptis, tertarik untuk mempelajari hal-hal baru tentang diri mereka untuk melakukan introspeksi diri. Proses identitas diri model norma merupakan individu yang teliti, disiplin, memiliki komitmen yang kuat dalam mencapai tujuan. Sedangkan proses identitas model penolakan merupakan individu yang mencoba untuk menghindari konflik dan pengambilan keputusan identitas selama mungkin.

3.2.2 Aspek-Aspek Identitas Diri

Berdasarkan dari beberapa riset sebelumnya, para pengkaji tedahulu menggunakan status identitas dari Marcia sebagai aspek. Adapun aspek identitas diri menurut Marcia dalam (Soetjiningsih, 2004) mencakup empat konsep status identitas diri. Keempat status identitas tersebut adalah:

1. Identity Achievement

Seorang individu dikatakan telah memiliki identitas, jika dirinya telah mengalami krisis dan ia dengan penuh tekad mampu menghadapinya dengan baik. Justru dengan adanya krisis akan mendorong dirinya untuk membuktikan bahwa dirinya mampu menyelesaikan dengan baik. Walaupun kenyataannya ia harus mengalami kegagalan, tetapi bukanlah akhir dari upaya untuk mewujudkan potensi dirinya. Identity achievement yaitu suatu keadaan dimana seseorang telah menemukan identitasnya dan membuat komitmen-komitmen setelah melalui eksplorasi terlebih dahulu Erikson dalam (Soetjiningsih, 2004).

2. Identity Foreclosure

Identitas ini ditandai dengan tidak adanya suatu krisis, tetapi ia memiliki komitmen atau tekad. Sehingga individu seringkali berangan-angan tentang apa yang diinginkan dicapai dalam hidupnya, tetapi seringkali tidak sesuai dengan kenyataan yang dihadapinya. Akibatnya, ketika individu dihadapkan pada masalah realitas, tidak mampu menghadapi dengan baik. Bahkan kadang-kadang melakukan mekanisme pertahanan diri seperti rasionalisasi, regresi, pembentukan reaksi dan sebagainya. Identitas foreclosure ini terbentuk dari hasil eksplorasi yang tidak maksimal. Pengetahuan tentang berbagai alternatif tidak dikuasai dengan baik, bahkan individu dengan status identitas ini cenderung kurang senang mencari informasi. Pilihan-pilihan ini dibuat tanpa dukungan dengan pemahaman yang lengkap tentang kelebihan dan kelemahan secara objektif dan proporsional

3. Identity Moratorium

Identitas ini ditandai dengan adanya krisis, tetapi ia tidak memiliki kemauan kuat (tekad) untuk menyelesaikan masalah krisis tersebut. Ada dua kemungkinan tipe individu ini, yaitu:

- 1) Individu yang menyadari adanya suatu krisis yang harus diselesaikan, tetapi ia tidak mau menyelesaikan, menunjukkan bahwa individu ini cenderung dikuasai oleh prinsip kesenangan dan egoisme pribadi. Apa yang dilakukan seringkali menyimpang dan tidak pernah sesuai dengan masalahnya. Akibatnya, ia mengalami stagnasi perkembangan, artinya seharusnya ia telah mencapai tahap perkembangan yang lebih maju, namun karena ia terus menerus tidak mau menghadapi atau menyelesaikan masalahnya, maka ia hanya dalam tahap itu.
- 2) Orang yang memang tidak menyadari tugasnya, namun juga tidak memiliki komitmen. Ada kemungkinan, faktor sosial, terutama dari orangtua kurang memberikan rangsangan yang mengarahkan individu untuk menyadari akan tugas dan tanggungjawabnya. Moratorium status yaitu suatu keadaan yang menggambarkan seseorang sedang sibuk-sibuknya mencari identitas diri, berada dalam keadaan untuk menenun diri. Seseorang tidak membuat komitmen tertentu namun secara aktif mengeksplorasi sejumlah nilai, minat, ideologi, dan pekerjaan dalam rangka mencari identitas dirinya Erikson dalam (Soetjiningsih, 2004).

4. Identity Diffusion

Orang tipe ini, yaitu orang yang mengalami kebingungan dalam mencapai identitas. ia tidak memiliki krisis dan juga tidak mmiliki tekad untuk menyelesaikannya. Difussion status yaitu suatu keadaan dimana seseorang kehilangan arah, dia tidak melakukan eksplorasi dan tidak mempunyai komitmen terhadap peran-peran tertentu, sehingga mereka tidak dapat menemukan identitas dirinya. Mereka akan mudah menghindari persoalan dan cenderung mencari pemuasan dengan segera Erikson dalam (Soetjiningsih, 2004).

3.3 Motif

Motif berasal dari bahasa latin yakni *movere*, yang memiliki arti bergerak. Oleh sebab itu motif diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri organisme yang mendorong untuk berbuat atau *driving force* dalam upayanya untuk mencapai sebuah tujuan tertentu (Siagian, 2012).

Motif sebagai pendorong sangat terikat dengan faktor-faktor lain yang disebut dengan motivasi (Walgito, 2010). Motivasi merupakan keadaan dalam diri individu atau organisme yang mendorong perilaku ke arah tujuan. Sejumlah hal lain juga termasuk ke dalam makna motivasi, mulai dari keinginan, kebutuhan, tujuan, harapan, dorongan, hingga insentif.

Motif adalah alasan seseorang melakukan suatu aksi atau tindakan dengan mempunyai tujuan tertentu. Blumler dalam (Rakhmat, 2012) menyebutkan tiga orientasi motif, yaitu Kognitif (kebutuhan akan informasi, surveillance atau eksplorasi realitas), Diversi (kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan), serta Identitas Personal (yakni menggunakan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri).

Penggunaan media di kalangan khalayak memiliki berbagai motif di dalamnya. Alan Rubin dalam (Syahreza & Tanjung, 2018) menemukan beberapa alasan atau motif orang dalam menggunakan media, yaitu:

- a. Menghabiskan waktu
- b. Sebagai teman (companionship)
- c. Memenuhi ketertarikan (excitement)
- d. Pelarian
- e. Kesenangan
- f. Interaksi sosial
- g. Relaksasi
- h. Memperoleh informasi
- i. Mempelajari isi media.

Menurut penelitian Papacharissi dan Rubin, motif dibagi menjadi beberapa macam, yaitu motif entertainment, motif convenience, motif passing time, motif utility, dan motif seeking information (Drestya, 2014).

- a. Motif entertainment, yaitu dorongan setiap manusia dalam mencari hal yang berbeda dari rutinitas, tidak berpikir secara berat, mencari hal-hal yang ringan yang membuat relaksasi pada diri individu, mengembalikan stimulus yang positif, melupakan emosi dan melupakan kejenuhan dalam rutinitas.
- b. Motif convenience, yaitu dorongan pengungkapan diri, menentukan perilaku dengan nilai-nilai yang ada pada gambaran suatu media dan meningkatkan tentang pemahaman akan diri sendiri.
- c. Motif passing time, yaitu dorongan melakukan sesuatu ketika waktu kosong atau meluangkan waktu dengan dirinya sendiri, sering dihabiskan khalayak sambil bersantai dengan melihat-lihat konten yang ada.
- d. Motif utility, yaitu dorongan yang berasal dari keperluan khalayak pada sesuatu dengan harapan hal itu tidak pernah di dapatkan sebelumnya, dan dipenuhi kebutuhan dan merasa puas.
- e. Motif seeking information, yaitu dorongan akan interaksi sosial demi mendapatkan sebuah pengetahuan baru dengan cara mendapatkan suatu informasi, memilah informasi ini dirasa akan mendorong manusia lebih percaya diri untuk bergaul dengan lingkungan sosialnya

Motif khalayak kemudian menjadi punya pengaruh terhadap bagaimana penggunaan media oleh khalayak berdasarkan upaya mencapai tujuan atau kepuasan tertentu. Hal yang sama juga disampaikan oleh Papacharissi (2008), ia menyatakan bahwa motif merupakan disposisi umum yang memengaruhi pengambilan tindakan seseorang dalam pemenuhan kebutuhan atau keinginan dan perilaku komunikasi.

3.3. Media Sosial

Media sosial adalah istilah yang sering digunakan untuk merujuk pada bentuk media baru yang melibatkan partisipasi interaktif. Seringkali perkembangan media terbagi menjadi dua usia yang berbeda, yaitu usia siaran dan usia interaktif. Di era penyiaran, media hampir secara eksklusif terpusat di mana satu entitas — seperti stasiun radio atau televisi, perusahaan surat kabar, atau studio produksi film — mendistribusikan pesan ke banyak orang. Umpan balik ke outlet media seringkali tidak langsung, tertunda, dan impersonal. Komunikasi yang dimediasi antar individu biasanya terjadi pada tingkat yang jauh lebih kecil, biasanya melalui surat pribadi, panggilan telepon, atau terkadang dalam skala yang sedikit lebih besar melalui sarana seperti buletin keluarga yang difotokopi. (Manning, 2014).

Definisi teknokratis dari media sosial berbunyi: "sekelompok aplikasi berbasis Internet yang membangun fondasi ideologis dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten buatan pengguna/ user generated content" (Kaplan & Haenlein, 2010)

Kane (2014) memperluas definisi ini dengan menambahkan bahwa pengguna juga harus dapat membuat dan mengakses konten digital. Definisi-definisi ini meningkatkan definisi teknis Kaplan dan Haenlein dengan menambahkan elemen "koneksi" (daftar pengguna yang saling berhubungan) dan elemen "manusia" (profil).

Mayfield (2008) menyebut bahwa media sosial paling baik dipahami sebagai kelompok jenis media online baru, yang memiliki sebagian besar atau semua karakteristik berikut:

a. Partisipasi

Media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik dari semua orang yang tertarik. Ini mengaburkan batas antara media dan audiens.

b. Keterbukaan

Sebagian besar layanan media sosial terbuka untuk umpan balik dan partisipasi. Mereka mendorong pemungutan suara, komentar dan berbagi informasi. Jarang ada hambatan untuk mengakses dan memanfaatkan konten - konten yang ada.

c. Percakapan Sementara media tradisional lebih kepada konsep "penyiaran" (konten yang dikirim atau didistribusikan ke audiens) media sosial lebih baik dilihat sebagai percakapan dua arah.

d. Komunitas

Media sosial memungkinkan masyarakat untuk membentuk dengan cepat dan berkomunikasi secara efektif. Masyarakat berbagi minat yang sama, seperti kecintaan terhadap fotografi, masalah politik, atau acara TV favorit.

e. Keterhubungan

Sebagian besar jenis media sosial berkembang dengan keterhubungannya, memanfaatkan tautan ke situs, sumber daya, dan orang lain.

3.3.1 Instagram

Menurut Albarran (2013) dalam bukunya yang berjudul *The Social Media Industries*. Media sosial Instagram merupakan situs jejaring sosial untuk berbagi foto yang dibuat pada Oktober 2010. Pengguna media sosial Instagram dapat mengambil foto, mengeditnya dengan menggunakan efek yang tersedia, dan membagikan foto mereka ke situs jejaring sosial. Media sosial Instagram yang diluncurkan pada tahun 2010 dan langsung meledak di jagat media sosial. Sekarang media sosial Instagram sangat populer di kalangan para selebritas dan politisi, sejak bulan Juli 2012, media sosial Instagram telah digunakan oleh 80 juta pengguna juga telah dibeli oleh Facebook. Pada September 2012, Zuckerberg melaporkan bahwa media sosial Instagram telah digunakan oleh 100 juta orang (Diamond, 2015).

Dalam situs resmi media sosial Instagram, dikatakan bahwa :
“Instagram adalah sebuah cara yang cepat, indah, dan menyenangkan untuk berbagi kehidupan Anda dengan teman dan keluarga. Ambil foto atau video,

pilih filter untuk mengubah tampilan dan rasanya, kemudian kirim ke Instagram — semudah itu. Anda bahkan bisa berbagi ke Facebook, Twitter, Tumblr dan lainnya. Ini adalah cara baru untuk melihat dunia.”

Media sosial Instagram sebagai aplikasi berbagi foto dimana penggunanya dapat mengambil foto, melakukan filter, dan membagikannya ke beberapa jaringan media sosial dalam sekaligus. Menurut studi global yang bertajuk “Social Media Around the World 2012” yang dilakukan oleh Insite Consulting yang di muat di dalam buku the Visual Marketing Revolution (Diamond, 2015) para pengguna Instagram adalah : • 43% laki laki dan 57% perempuan • 49% berusia antara 25 dan 34 tahun.

3.3.2 Fitur pada Media Instagram

Berikut adalah beberapa cara untuk memulai aplikasi Instagram menurut Diamond (2015):

- Dapat dengan mudah berbagi foto di Facebook, Twitter, Flickr, Tumblr, Posterous, Foursquare, atau ke alamat email langsung dari aplikasi ini
- Fitur utama yang membuat Instagram sangat populer adalah alat filter yang sudah ada di dalamnya : alat tersebut memungkinkan para pengguna Instagram untuk menambah filter-filter virtual sehingga mereka dapat menaruh tanda foto mereka. Alasan filter-filter ini sangat populer adalah hampir semua orang tidak memiliki keahlian fotografi. Apalagi kamera pada ponsel cerdas tidak memiliki pengaturan profesional. Dengan menambahkan filter yang dapat dengan mudah diterapkan oleh para pengguna, Instagram membedakan dirinya dengan aplikasi foto lainnya. Dengan menerapkan filter, para pengguna mendapatkan foto yang lebih bagus daripada yang tidak menggunakan filter. Filter-filter yang tersedia adalah : Normal Toaster Hefe Amaro Branna Valencia Rise Inkwell Nashville Hudson Walden 1997 X-Pro II Sierra Kelvin Lo-Fi Earlybird Sutro Cara terbaik untuk dapat memilih

filter adalah dengan mencoba beberapa filter, kemudian memilih satu yang sesuai.

- Untuk melihat foto di Instagram, dapat dengan cara membuka beberapa situs web yang dapat digunakan untuk mencari dan melihat foto-foto tersebut. Situs web ini termasuk Pinstagram, Statigram.com dan Webstagram.com.
- Untuk melindungi foto-foto tersebut, kita dapat mengunduh foto-foto tersebut dari situs web. Cara yang mudah untuk melakukannya adalah dengan menggunakan Instaport.me.
- Instagram memiliki fitur keterangan foto, jika menulis keterangan foto yang menarik, kita dapat menarik pembaca untuk tinggal lebih lama dan membaca seluruh teks

3.4. Suku Baduy

Dikutip dari Tagar.id, Suku Baduy merupakan suku yang berada di Kanekes, Kecamatan Leuwidamar, Kabupaten Lebak, Banten. Suku ini dibagi menjadi dua kelompok yakni Suku Baduy Dalam dan Suku Baduy Luar. Meskipun terbagi menjadi dua golongan, pada dasarnya masyarakat Baduy sendiri hanya menganggap ada satu Baduy. Suku Baduy Dalam merupakan kelompok yang biasa tinggal di dalam hutan. Ciri khas suku ini bisa dilihat dari pakaiannya yang berwarna putih. Mereka tidak mengenal teknologi, uang maupun sekolah. Sehingga, orang-orang suku Baduy Dalam hanya bisa berkomunikasi dengan bahasa asli, yakni bahasa Sunda dialek Banten. Berbeda dengan suku Baduy Dalam, Suku Baduy luar ini mempunyai ciri khas pakaian yang berwarna hitam. Suku ini tinggal di daerah yang letaknya mengelilingi wilayah tinggal suku Baduy Dalam. Sehingga mereka sudah mengenal baik kebudayaan luar seperti teknologi, sekolah dan uang. Karena sudah mengenal uang, terkadang ada beberapa orang Suku Baduy Luar pergi ke kota untuk menjual hasil panennya seperti madu.

Dari Wikipedia, disebutkan bahwa Komunitas ini mendiami lereng pegunungan Kendeng dengan luas wilayah sekitar 5.101,85 hektare. Secara administratif terletak di Desa Kanekes, Kecamatan Leuwidamar, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Berkisar 160 km sebelah barat Kota Metropolitan Jakarta. Sebutan orang Baduy pada awalnya bukanlah berasal dari warga Baduy sendiri. Penduduk wilayah Banten Selatan yang sudah beragama Islam, biasa menyebut 'Baduy' kepada orang-orang Kanekes yang tidak beralas kaki, pantang naik kendaraan, pantang sekolah formal, dan suka berpindah-pindah seperti halnya orang Badawi di Arab. Urang Baduy, baik secara etnis, geografis, sejarah, bahasa, juga dalam pengakuan mereka sendiri Urang Baduy adalah Urang Sunda. Untuk membedakan dengan Orang Sunda lainnya yang bertempat tinggal dan berasal di luar daerah Kanekes, mereka menamakan dirinya Sunda Wiwitan. Adapun istilah Sunda Wiwitan bagi orang Baduy Kanekes, pengertiannya tidak hanya terbatas pada etnik atau sub-etnik, tapi juga meliputi geografis, sejarah, bahasa, budaya termasuk adat dan kepercayaan. Masyarakat Baduy Penduduk masyarakat Baduy berjumlah 10.879 jiwa, laki-laki 5.465 jiwa dan perempuan 5.414, berdasarkan Data Sensus Penduduk Desa Kanekes tanggal 28 Februari 2008.

Dilihat dari tahun-tahun sebelumnya, pertumbuhan penduduk sangat pesat sebesar 1.79 % per tahun. Seiring pertumbuhan warga yang pesat, perubahan lahan tempat tinggal (teritorial) pun terus menerus berkembang meluas. Dalam Peraturan Daerah No. 23 Tahun 2001 berdasarkan posisi, dalam dan luar, tempat tinggal warga, secara administratif masyarakat Baduy dibagi menjadi dua: Baduy Dalam dan Baduy Luar.[4] Masyarakat Baduy Dalam yang berjumlah 1.053 jiwa menempati tanah yang didiami tiga kampung: Cikeusik, Cikertawa dan Cibeo. Masyarakat Baduy Luar yang berjumlah 9.826 jiwa menempati tanah yang didiami 57 kampung dan 5 babakan (pemekaran kampung). Pada tahun sebelumnya, 2003 diketahui bahwa masyarakat Baduy Luar hanya memiliki 45 kampung dan 6 babakan.

BAB IV

METODOLOGI PENELITIAN

4.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme, para konstruktivis percaya bahwa pengetahuan itu ada dalam diri seseorang yang sedang mengetahui. Pada proses komunikasi, pesan tidak dapat dipindahkan begitu saja dari otak seseorang ke kepala orang lain. Penerima pesan sendirilah yang harus mengartikan apa yang telah diajarkan dengan menyesuaikan terhadap pengalaman mereka. Pentingnya pengalaman dalam proses pengetahuan ini membuat proses konstruksi membutuhkan kemampuan mengingat dan mengungkapkan kembali pengalaman, kemampuan membandingkan dan mengambil keputusan, dan kemampuan untuk lebih menyukai pengalaman yang satu dari yang lain (Ardianto et al. 2007).

Menurut Patton, para peneliti konstruktivis mempelajari beragam realita yang terkonstruksi oleh individu dan implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lain. Dalam konstruktivis, setiap individu memiliki pengalaman yang unik. Dengan demikian, peneliti dengan strategi seperti ini menyarankan bahwa setiap cara yang diambil individu dalam memandang dunia adalah valid, dan perlu adanya rasa menghargai atas pandangan tersebut. (Patton & Michael Quinn, 2002)

Paradigma konstruktivisme memiliki beberapa kriteria yang membedakannya dengan paradigma lainnya, yaitu ontologi, epistemologi, dan metodologi. Level ontologi, paradigma konstruktivis melihat kenyataan sebagai hal yang ada tetapi realitas bersifat majemuk, dan maknanya berbeda bagi tiap orang. Dalam epistemologi, peneliti menggunakan pendekatan subjektif karena dengan cara itu bisa menjabarkan pengkonstruksian makna oleh individu.

Dalam metodologi, paradigma ini menggunakan berbagai macam jenis pengkonstruksian dan menggabungkannya dalam sebuah konsensus. Proses ini melibatkan dua aspek: hemeunetik dan dialetik. Hemeunetik merupakan aktivitas

dalam mengaitkan teks-percakapan, tulisan, atau gambar. Sedangkan dialektik adalah penggunaan dialog sebagai pendekatan agar subjek yang diteliti dapat ditelaah pemikirannya dan membandingkan dengan cara berpikir penelitian. Dengan begitu, harmonitas komunikasi dan interaksi dapat dicapai dengan maksimal. (Neuman & William Lawrence, 2003).

4.2 Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2019) kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa saja yang pernah terjadi pada subjek penelitian contohnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lainnya. Sedangkan menurut Zohrabi (2013) Penelitian kualitatif adalah suatu bentuk tindakan sosial yang menekankan pada cara orang menafsirkan, dan memahami pengalaman mereka untuk memahami realitas sosial individu, dengan meneliti melalui wawancara, buku harian, jurnal dan observasi kelas, untuk mendapatkan, menganalisis, dan menafsirkan analisis isi baik dari data visual, tekstual maupun secara lisan.

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menggambarkan perilaku pencarian informasi maka metode kualitatif sangat sesuai untuk mengetahui informasi, menganalisis dan memahami subjek kajian. Penelitian kualitatif dianggap sesuai untuk mengkaji kebutuhan yang mendasari perilaku pencarian informasi karena: pertama, tujuan penelitiannya adalah mengungkap fakta kehidupan aktivitas informan; kedua, dengan mengungkap fakta yang ada, penelitian ini akan mudah memahami keperluan yang memotivasi informan ketika melakukan pencarian informasi; ketiga dengan mengetahui keperluan informasi informan, penelitian ini bisa difahami makna informasi untuk kehidupan informan; keempat dengan pengetahuan-pengetahuan darisemua alasan itu penelitian ini akan mampu memahami informan sebagai pengguna informasi dengan lebih baik. Pemahaman isi kemudian boleh selanjutnya membantu dalam merancang jasa yang lebih baik.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Rahardjo (2017) menjelaskan studi kasus adalah suatu serangkaian

aktivitas ilmiah yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam tentang suatu program, peristiwa dan aktivitas, baik di tingkat individu, kelompok, lembaga, atau organisasi untuk memperoleh pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut. Biasanya, peristiwa yang dipilih yang selanjutnya disebut kasus adalah hal yang *update* baru terjadi dan *real life events*. Sedangkan menurut Yin (2013) menjelaskan secara umumnya studi kasus merupakan strategi yang sesuai apabila asas dari pertanyaan suatu penelitian tentang bagaimana *how* atau mengapa *why*.

Penelitian ini juga akan dilaksanakan dengan studi kasus ilustratif atau deskriptif. Yusof Abdullah dalam Normah Mustaffa (2018) mengatakan studi kasus ilustratif atau deskriptif adalah studi kasus yang menunjukkan atau menerangkan sesuatu fenomena contohnya penggunaan internet dalam kaum remaja. Studi kasus ini mencoba untuk menjelaskan keadaan sebenarnya tentang penggunaan internet dalam golongan mahasiswa dengan memerhatikan perlakuan penggunaan internet.

4.3 Subyek Penelitian

Subyek penelitian memegang peranan penting dalam sebuah penelitian. Hal tersebut dikarenakan subyek penelitian atau yang biasa disebut dengan narasumber (informan) merupakan seseorang atau beberapa orang yang berperan sebagai sumber data. Merekalah yang kemudian membantu peneliti untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam upaya menjawab segala permasalahan yang ada dalam sebuah penelitian yang sedang berlangsung.

Narasumber yang akan diwawancarai untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah *key informan* (narasumber) yang berkompeten di bidangnya dan dapat dipercaya, antara lain :

1. Mursid: Merupakan warga asli Baduy luar yang aktif di Instagram dengan nama akun @badurmursid. Beliau sering memposting pakaian dan kegiatan warga Baduy. Selain itu Mursid juga memanfaatkan akun Instagram miliknya untuk mempromosikan produk-produk khas Baduy seperti pakaian, makanan, minuman sampai dengan adat istiadat.

2. Nata Perssik: Warga Asli Baduy luar, pemilik akun instagram natta_perssik. Sering menampilkan gambar sebagai orang Baduy luar dengan ciri khas memakai Baju Khas baduy. Nata juga memanfaatkan akun instagram untuk berjualan produk kerajinan khas Baduy.
3. Inah: Warga asli Baduy luar. Pemilik akun @baduy Sering memposting tentang diri dan keluarganya di Media sosial.

4.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data-data dalam proses penelitian (Sugiyono, 2013). Arikunto (2002) mengutarakan bahwa secara garis besar, maka alat evaluasi yang digunakan dapat digolongkan menjadi dua macam, yaitu tes dan non-tes (bukan tes). Peneliti mengumpulkan data penelitian dengan teknik wawancara. Wawancara merupakan alat pengumpulan data yang sangat penting dalam penelitian kualitatif yang melibatkan manusia sebagai subjek (pelaku, aktor) sehubungan dengan realitas atau gejala yang dipilih untuk diteliti. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

Tujuan diadakannya wawancara antara lain adalah mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain kebulatan: merekonstruksi kebulatan-kebulatan demikian sebagai yang dialami masa lalu; memproyeksikan kebulatan-kebulatan sebagai yang diharapkan untuk dialami pada masa yang akan datang; memverifikasi, mengubah, dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain, baik manusia maupun bukan manusia, dan memverifikasi, mengubah dan memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan anggota.

Agar mendapatkan data yang diharapkan, maka peneliti menggunakan teknik wawancara *interview guide* yang dikemukakan Patton yaitu dengan membuat panduan pertanyaan wawancara untuk menggali pertanyaan guna mendapatkan pemahaman yang mendalam. Kelebihan dari bentuk wawancara ini

adalah fokus penelitian tetap terjaga, dan bisa digunakan dalam waktu yang terbatas serta lebih sistematis

4.5 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan menentukan data dalam pola kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang diarahkan oleh data. Menurut Nazir analisis adalah mengelompokkan, membuat suatu urutan, memanipulasi, serta meningkatkan data sehingga mudah untuk difahami. (Nazir, 2011)

Teknik analisis data yang digunakan menggunakan langkah-langkah yang dipaparkan oleh Burhan Bungin, yaitu:

1. Pengumpulan Data (Data Collection)

Pengumpulan data merupakan bagian integral dari kegiatan analisis data. Kegiatan pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan wawancara dan studi dokumentasi.

2. Reduksi Data (Data Reduction)

Reduksi data, diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi dilakukan sejak pengumpulan data dimulai dengan membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus, menulis memo dan sebagainya dengan maksud menyisihkan data atau informasi yang tidak relevan.

3. Display Data

Display data adalah pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif. Penyajiannya juga dapat berbentuk matrik, diagram, tabel dan bagan.

4. Verifikasi dan Penegasan Kesimpulan (Conclusion Drawing and Verification)

Merupakan kegiatan akhir dari analisis data. Penarikan kesimpulan berupa kegiatan interpretasi, yaitu menemukan makna data yang telah disajikan.

Antara display data dan penarikan kesimpulan terdapat aktivitas analisis data yang ada. Dalam pengertian ini analisis data kualitatif merupakan upaya berlanjut, berulang dan terus-menerus. Masalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/ verifikasi menjadi gambaran keberhasilan secara berurutan sebagai rangkaian kegiatan analisis yang terkait (Bungin, 2011)

Dari definisi di atas dapat dipahami bahwa, analisis data bermaksud mengorganisasikan data yang terkumpul, yang terdiri dari catatan lapangan, gambar, dokumentasi dan lain-lain, yang berfungsi untuk mengatur, mengarahkan, mengelompokkan dan mengategorikan data-data yang sudah terkumpul, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan sehingga mendapat kesimpulan yang valid dan obyektif dengan menggunakan metode induktif.

Dengan demikian data yang terkumpul tersebut dibahas, ditafsirkan dan dikumpulkan secara deduktif, sehingga dapat diberikan gambaran mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian tersebut. Dalam penelitian ini, jenis analisis data yang peneliti gunakan adalah analisis induktif yaitu berangkat dari fakta-fakta yang bersifat khusus dilanjutkan dengan fakta-fakta yang bersifat umum, jadi dengan demikian, metode induktif ialah jalan berfikir dengan mengambil kesimpulan dari data yang bersifat khusus.

4.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk memperoleh data yang valid dan obyektif serta dapat dijamin keabsahannya, maka peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Meleong mengutip pendapat Denzin (2019) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori.

Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal ini dapat dicapai dengan jalan:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan persepektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintah.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Pada triangulasi dengan metode, menurut Patton (2002) terdapat dua strategi, yaitu:

- a. Pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data.
- b. Pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

Teknik triangulasi jenis ketiga ini adalah dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Pemanfaatan pengamat lainnya membantu mengurangi kemelencengan dalam pengumpulan data. Pada dasarnya penggunaan suatu tim penelitian dapat direalisasikan dilihat dari segi teknik ini. Cara lain adalah membandingkan hasil pekerjaan seorang analisis dengan analisis lainnya.

BAB V BIAYA DAN JADWAL RISET

Sebuah penelitian ilmiah tentu diperlukan berbagai persiapan dan perencanaan secara matang dan komprehensif. Untuk itu diperlukan perencanaan biaya serta perencanaan jadwal pelaksanaan penelitian. Maka peneliti sampaikan mengenai estimasi biaya serta jadwal penelitian dalam bagan berikut ini:

5.1 Perkiraan Biaya Penelitian

1. Persiapan	Biaya
a. Mencari dan membeli literatur	Rp. 500.000,-
b. Pembuatan proposal	Rp. 450.000,-
2. Pelaksanaan	
a. Pengumpulan data	Rp. 500.000,-
b. Transportasi	Rp. 600.000,-
c. Pengolahan data	Rp. 500.000,-
d. Analisis data	Rp. 500.000,-
3. Pembuatan laporan	
a. Penulisan laporan	Rp. 450.000,-
b. Penulisan jurnal	Rp. 500.000,-
c. Laporan hasil penelitian	Rp. 500.000,-
Total	Rp. 4.500.000,-

5.2 Jadwal Penelitian

Tabel 5.2 Jadwal Penelitian

No	Jenis Kegiatan	2022					
		01	02	03	04	05	06
1	Pengajuan Proposal Penelitian	x					
2	Seminar Proposal Penelitian		x				
3	Penyerahan Perbaikan Proposal Penelitian		x				
4	Pelaksanaan Penelitian			x			
6	Laporan Kemajuan Penelitian				x		
7	Submit Publikasi Jurnal Nasional					x	
8	Terbit Jurnal (Publikasi)						x

DAFTAR PUSTAKA

- Albarran, Alan B. 2013. *The Social Media Industries*, Routledge, New York.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi VI, Jakarta : PT Rineka Cipta, 2006.
- Aryanti, N. Y. 2014. Pengembangan Identitas Remaja Transmigran Jawa di Lampung Melalui Pertemanan Antara Budaya di Sekolah. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 93-104.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [APJII] .2019. *Profil Pengguna Internet Indonesia*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Astrid Kurnia Sherlyanita, Nur Aini Rakhmawati. 2016. Pengaruh dan Pola Aktivitas Penggunaan Internet serta Media Sosial pada Siswa SMPN 52 Surabaya. *Journal of information systems engineering and Business intelligence*. Volume 2 No. 1. <https://e-journal.unair.ac.id/JISEBI/article/view/1394>
- Bimo, Walgito. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: C.V Andi
- Binarwan, Robby. 2019. *Daya Tarik Kampung Baduy Sebagai Destinasi Wisata Budaya*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Bungin, B. 2011. Penelitian kualitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya. *Kencana* 29(3). doi:10.1002/jcc.21776
- Caffrey, L. 2017. *Social Media and the Construction of “Self”: How Our New Sociotechnical Environment is Changing the Construction of Identity*. The University of Dublin
- Denzin, Norman K. dan Yvonna S. Lincoln (eds.). 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Terj. Dariyatno dkk. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Desmita. 2009. *Psikologi Perkembangan*. Bandung: Remaja Rosdakarya

- Dewi Widowati Dan Rahmi Mulyasih. 2014. Perubahan Perilaku Sosial Masyarakat Baduy Terhadap Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi. *Jurnal Komunikasi*. Volume 3 No. 1.
- Drestya, Dyane Aulia. 2014. Motif Menggunakan Social Media Path pada Mahasiswa di Surabaya. *Commonline (e-journal)*, 528.
- Furi Nur Fulamah. 2015. Konstruksi Identitas Kelompok Penggemar (*Fandom*) *Fanfiction* Di Kalangan Remaja Urban. *Jurnal Unair*. Volume 4 No.3
- Jukuri, K. 2013. Identity Projects of Design Professionals - Identity Construction Using Social Media. Aalto University School of Business.
- K. Yin, Robert. 2013. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59—68.
- Lexy J. Moleong, D. M. A. 2019. *Metodologi penelitian kualitatif (edisi revisi)*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya. doi:10.1016/j.carbpol.2013.02.055
- Manning, J. 2014. Social media, definition and classes of. In K. Harvey (Ed.), *Encyclopedia of social media and politics* (pp. 1158-1162). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Mayfield. Antony *E-book What is Social Media?*. London: iCrossing. 2008
- Nazir, Moh, 2011. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Neuman, & William Lawrence. 2003. *Social Research Methods: Qualitative and quantitative Approaches*. *Pearson Education*.
- Normah Mustaffa, A. S. dan B. R. A. H. 2018. Reka bentuk penyelidikan komunikasi. Kuala Nerus. Terengganu: Universiti Malaysia Terengganu.
- Nuriyatul Lailiyah. 2016. Presentasi Diri Netizen dalam Konstruksi Identitas di Media Sosial dan Kehidupan Nyata. *Jurnal Ilmu Sosial*. Volume 16 No. 2.

- Papacharissi, Zizi dan Andrew L. Mendelson. Exploration Study of Reality Appeal: Uses & Gratification TV Shows. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*.
- Patton, & Michael Quinn. 2002. *Qualitative Research and Evaluation Methods*. California: Sage Publications
- Piane E Papalia, S. W. 2008. *Human development*. Jakarta: Kencana.
- Rahardjo, M. 2017. Studi kasus dalam penelitian kualitatif: konsep dan prosedurnya. *Journal of Personality and Social Psychology*. doi:10.1111/j.1469-7610.2010.02280.x
- Rakhmat, Jalaludin. 2015. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Seth J Schwartz, R. L. 2000. Ego Identity Status, Identity Style, and Personal Expressiveness: An Emprical Investigation oF Three Convergen constructs. *Journal of Adolecence Research*, 504-521.
- Siagian. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Bumi Aksara.
- Soetjiningsih. 2004. *Tumbuh kembang remaja dan permasalahannya*. Jakarta: Sagung Seto
- Subandin, A. H. 2017. Peran Identity Tokoh Wayang dalam Pembentukan Identitas Diri. *Jurnal Psikologi*, 97-106.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta
- Suparno, C. 2017. Pengaruh Self- Identity, Sikap Individu dan Norma Subyektif Terhadap Niat Untuk Membeli Produk Hijab Fasion. *Media Ekonomi dan Management*, 154-161.
- Syahreza, M. F., & Tanjung, I. S. 2018. Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED. *Jurnal Interaksi*, 61-84.

- Tasya Kintan Sabilla. 2020. Makna Modern Bagi Suku Baduy Luar. Tugas Akhir Mahasiswa. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Mercu Buana: Jakarta.
- We Are Social & Hootsuite. (2020). Digital Data Indonesia 2020. In Data Reportal. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Wikipedia. Pikukuh Baduy. Diakses tanggal 22 Maret 2021, dari: https://id.wikipedia.org/wiki/Pikukuh_Baduy#:~:text=Masyarakat%20yang%20sangat%20tertutup%20dari,wilayah%20sekitar%205.101%2C85%20hektare.&text=Sebutan%20orang%20Baduy%20pada%20awalnya%20bukanlah%20berasal%20dari%20warga%20Baduy%20sendiri.
- Yusuf, S. 2005. *Psikologi Perkembangan Anak & Remaja*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Zohrabi, M. 2013. Mixed method research: instruments, validity, reliability and reporting findings. *Theory and Practice in Language Studies* 3(2). doi:10.4304/tpls.3.2.254

Lampiran 1. Sarana dan Prasarana Penelitian

No	Sarana & Prasarana	Kapasitas	Daya Dukung / Kemampuan
1	Lab Komputer	1	Digunakan untuk pengolahan dan analisis data
2	Ruang Rapat	1	Digunakan untuk pengumpulan data (wawancara)
3	Voice Recorder	1	Digunakan untuk mendokumentasikan data

Lampiran 2. Susunan Organisasi Tim Peneliti/Pelaksana dan Pembagian Tugas

No	Nama / NIDN	Instansi Asal	Bidang Ilmu	Alokasi Waktu (jam/minggu)	Uraian Tugas
1	Haekal Fajri Amrullah, S.Ikom, M.Sc (0318109301)	UMB	Ilmu Komunikasi	8 jam / minggu	Ketua Koordinator & penanggungjawab seluruh proses dan kegiatan operasional penelitian, kajian teori dan pustaka, review instrumen penelitian, analisis data, penyusunan laporan penelitian
2	Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A (0320940686)	UMB	Ilmu Komunikasi	2 Jam/Minggu	Anggota 1 Membantu ketua peneliti dalam proses dan kegiatan operasional penelitian, kajian teori dan pustaka, review instrumen penelitian, analisis data, penyusunan laporan penelitian
3	Bunga Nadya Wardani / 44218010154	UMB	Ilmu Komunikasi	2 Jam/Minggu	Anggota Mahasiswa 1 Membantu ketua peneliti dalam proses dan kegiatan operasional penelitian, kajian teori dan pustaka, review instrumen penelitian
4	Norma Arifatul A / 44218010152	UMB	Ilmu Komunikasi	2 Jam/Minggu	Anggota Mahasiswa 2 Membantu ketua peneliti dalam proses dan kegiatan operasional penelitian, kajian teori dan pustaka, review instrumen penelitian

Biodata Ketua Peneliti

I. IDENTITAS DIRI

Nama Lengkap (dengan gelar)	Haekal Fajri Amrullah, S.Ikom, M.Sc
Jabatan Fungsional	Tenaga Pengajar
NIP/NIK/No. Identitas lainnya	119930364
NIDN	0318109301
Tempat dan Tanggal Lahir	Tangerang, 18 Oktober 1993
Alamat Rumah	Jalan Jati Raya, Gang Sairun, No.20 RT/RW 005/006, Kelurahan Jati Padang, Kecamatan Pasar Minggu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta.
Nomor Telepon/Faks	021-789-1386
Nomor HP	0812-9927-9801
Alamat Kantor	Universitas Mercu Buana Jl. Meruya Selatan No. 1, Kembangan, Jakarta Barat
Nomor Telepon/Faks	Telp. 021-5840815/021-5840816
Alamat e-mail	haekal.fajri@mercubuana.ac.id
Mata Kuliah yang diampu	1. Pengantar Public Relations 2. Human Relations 3. Manajemen Public Relations 4. Pengelolaan Program Public Relations 5. Komunikasi Antar Budaya

I. RIWAYAT PENDIDIKAN

Program :	S-1	S-2	S-3
Nama PT	Universitas Mercu Buana	Universiti Kebangsaan Malaysia	
Bidang Ilmu	Ilmu Komunikasi	Ilmu Komunikasi	
Tahun Masuk	2011	2017	
Tahun Lulus	2015	2019	
Judul Skripsi/ Tesis/Disertasi	Identitas Diri Punk Muslim	Tingkah Laku Pencarian Maklumat oleh Mahasiswa Melalui Media Sosial tentang Toleransi Agama	
Nama Pembimbing/ Promotor	Dr. Agustina Zubair M.Si	Prof. Madya. Dr. Mohd Nor Shahizan Ali	

II. PENGALAMAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)

1	2019	Cerdas Dan Bijak Bermedia Sosial Bagi Siswa/I Smai Az-Zammir Kota Tangerang	Universitas Mercu Buana	3,500,000
2	2019	Internet Sehat Dan Aman Di Kalangan Guru Madrasah Ibtidaiyah Negeri 6 Lebak	Universitas Mercu Buana	3,500,000
3.	2019	Literasi Media: Cerdas Menggunakan Media Sosial Dalam Melawan Hoax Di Kalangan Guru Madrasah Ibtidaiyah Negeri 6 Lebak	Universitas Mercu Buana	3,500,000
4.	2019	Let's Disconnect To Connection, Anti-Phubbing Attitude For High School Students In South Jakarta	Universitas Mercu Buana	7,500,00

III. PENGALAMAN PENULISAN ARTIKEL ILMIAH DALAM JURNAL (Tidak termasuk Makalah Seminar/*Proceedings*, Artikel di Surat Kabar)

No	Tahun	Judul Artikel Ilmiah	Volume/ Nomor	Nama Jurnal
1.	2019	Information-Seeking Behavior of College Students on Religious Tolerance through Social Media	Vol 41, No.2	Islamiyyat The International Journal of Islamic Studies

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidak- sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Usulan PPM Internal.

Jakarta, 9 Februari 2022

Haekal Fajri Amrullah, S.Ikom, M.Sc

Biodata Anggota Peneleliti**II. IDENTITAS DIRI**

Nama Lengkap (dengan gelar)	Andi Pajolloi Bate, S.I.Kom., M.A.
Jabatan Fungsional	Tenaga Pengajar
NIP/NIK/No. Identitas lainnya	120940686
NIDN	0318109301
Tempat dan Tanggal Lahir	Bone, 3 Juni 1994
Alamat Rumah	Jalan Pesanggrahan Raya, Meruya Utara, Jakarta Barat
Nomor Telepon/Faks	-
Nomor HP	085217065929
Alamat Kantor	Universitas Mercu Buana Jl. Meruya Selatan No. 1, Kembangan, Jakarta Barat
Nomor Telepon/Faks	Telp. 021-5840815/021-5840816
Alamat e-mail	andi.pajolloi@mercubuana.ac.id
Mata Kuliah yang diampu	6. Penulisan Media PR Cetak 7. Penulisan Media PR Non Cetak 8. Digital PR 9. Produksi Media PR Cetak

IV. RIWAYAT PENDIDIKAN

Program :	S-1	S-2	S-3
Nama PT	Universitas Mercu Buana	Universitas Gadjah Mada	
Bidang Ilmu	Ilmu Komunikasi	Ilmu Komunikasi	
Tahun Masuk	2012	2018	
Tahun Lulus	2016	2019	
Judul Skripsi/ Tesis/Disertasi	Pencitraan Kota Bandung Sebagai Kota Kebahagiaan Selama Pelaksanaan Konferensi Asia-Afrika Ke- 60 dalam Fanpage Facebook Ridwan Kamil	Penggunaan Media Sosial dalam Proses Pengambilan Keputusan Investasi Saham Oleh Pengikut Akun Instagram @ngertisaham	
Nama Pembimbing/ Promotor	Dr. Agustina Zubair M.Si	Dr. M. Sulhan, M.Si	

V. PENGALAMAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

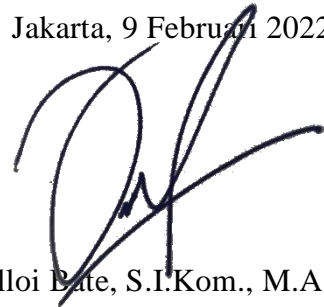
No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1				

VI. PENGALAMAN PENULISAN ARTIKEL ILMIAH DALAM JURNAL (Tidak termasuk Makalah Seminar/*Proceedings*, Artikel di Surat Kabar)

No	Tahun	Judul Artikel Ilmiah	Volume/ Nomor	Nama Jurnal
----	-------	----------------------	------------------	-------------

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidak- sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Usulan PPM Internal.

Jakarta, 9 Februari 2022



Andi Pajolloi Bate, S.I.Kom., M.A.

**SURAT PERNYATAAN KETUA RISET DASAR/ TERAPAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama/NIDN : Haekal Fajri Amrullah, S.Ikom., M.Sc / 0318109301
Jabatan Fungsional : Tenaga Pengajar
Judul : Konstruksi Identitas Diri Warga Baduy Luar di Media Sosial Instagram
Skema Penelitian : Muda

Dengan ini menyatakan bahwa Usulan Riset saya dengan judul:

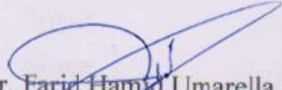
Konstruksi Identitas Diri Warga Baduy Luar di Media Sosial Instagram

Yang diusulkan ke Pusat Penelitian UMB untuk tahun anggaran 2021/2022 bersifat original dan belum pernah dibiayai oleh lembaga/sumber dana lain.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan di proses sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan mengembalikan seluruh biaya Riset yang sudah diterima ke kas Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Mengetahui,
Kaprodik Ilmu Komunikasi


Dr. Farid Hamid Umarella A, M.Si
NIP/NIK. 106730276

Jakarta, 9 Februari 2022
Yang menyatakan,



Haekal Fajri Amrullah, S.Ikom., M.Sc
NIP/NIK. 219930364



SURAT PERNYATAAN LUARAN RISET DASAR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Haekal Fajri Amrullah, S.Ikom., M.Sc
NIDN : 0318109301
Pangkat/Golongan : Dosen Muda
Jabatan Fungsional : Tenaga Pengajar

Dengan ini menyatakan bahwa Proposal Riset saya dengan judul :
Konstruksi Identitas Diri Warga Baduy Luar di Media Sosial Instagram

Yang diusulkan ke Pusat Penelitian UMB untuk tahun anggaran 2021/2022 dengan luaran riset berupa :

Luaran Wajib (Luaran Penelitian)

No	Jenis Luaran	Keterangan
1	Publikasi Ilmiah Nasional	Ya

Luaran Tambahan (Luaran Tambahan)

No	Jenis Luaran	Keterangan
----	--------------	------------

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan mengembalikan seluruh biaya Riset yang sudah diterima ke kas Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

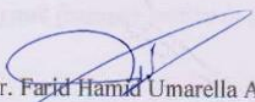
Jakarta, 9 Februari 2022

Yang menyatakan:



Haekal Fajri Amrullah, S.Ikom., M.Sc
NIP 219930364

Mengetahui, Kaprodi
Ilmu Komunikasi


Dr. Farid Hamid Umarella A, M.Si
NIP 106730276

Lampiran 5.

Lembar Revisi Seminar Usulan Riset Internal

Nama Dosen : Haekal Fajri Amrullah, S.Ikom, M.Sc

NIDN : 0318109301

Judul Riset : KONSTRUKSI IDENTITAS DIRI WARGA BADUY LUAR DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Telah melakukan revisi sesuai dengan saran yang disampaikan dengan rincian berikut ini.

No	Reviewer	Saran/Pernyataan	Hasil Revisi	Status
1.	Reviewer 1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Halaman Pengesahan belum dilengkapi tanda tangan Kaprodi dan masih menggunakan format lama, belum sesuai format terbaru Tahun 2021/ 2022. KKRPM bukan KKR dan Biro PPMP buka Kapuslit!!!. 2. Belum ada Surat Pernyataan Ketua Peneliti yang ditandatangani di atas materai oleh Ketua Peneliti dan dilengkapi ditandatangani Kaprodi. 3. Belum ada Surat Pernyataan Luaran Penelitian yang ditandatangani di atas materai oleh Ketua Peneliti dan dilengkapi ditandatangani 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Halaman pengesahan sudah dilengkapi tanda tangan Kaprodi, sudah menggunakan format baru sesuai panduan penulisan di SIRIS, tanda tangan, yang memberikan tanda tangan adalah KAPRODI bukan KKRPM dan bukan PPMP sesuai buku panduan penelitian Internal halaman 26 2. Surat Pernyataan ketua penelitian sudah dibuat dan ditanda tangani oleh KAPRODI sesuai buku panduan penelitian halaman 39 3. Surat luarat penelitian telah dibuat dan ditanda tangani oleh KAPRODI bukan KKRPM sesuai 	Sudah direvisi

		KKRPM, bukan Kaprodi.	panduan buku penelitian internal halaman 40.	
2.	Reviewer 2	<p>Secara keseluruhan sudah cukup baik, tambahkan beberapa hal terkait, seperti:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Judul, tetapkan periode waktu penelitian dan tetapkan media sosial apa yang akan diteliti, jadi perbaiki judulnya. 2. Bab 1, sebutkan jurnal dan indikator capaian publikasi yang akan dihasilkan, cantumkan pada rencana target luarannya. Lalu sebutkan kontribusi penelitian ini bagi kampus 3. Bab 2, RIP dan Peta Jalan peneliti dilihat kembali 4. Bab 4. paradigma dan metode penelitiannya dilihat kembali 5. bab 5. Lihat kembali jadwal penelitian, tahun penyelenggaraan dan lamanya pelaksanaan penelitian. daftar pustaka disesuaikan, menggunakan sumber buku 10 tahun terakhir teknik penulisan sesuaikan format yang diberikan, serta lampiran lampiran ditambahkan. untuk proposal versi dikti, disesuaikan jumlah kata yang diminta. jangan lupa semua yang perlu ditanda tangani, bubuhkan tanda tangan, lihat halaman 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Judul sudah sesuaikan dengan media sosial yang akan diteliti, periode penelitian sudah dicantumkan pada BAB 1 halaman 6 2. Jurnal sudah disebutkan nama jurnalnya adalah Jurnal Komunikasi Indonesia ini adalah jurnal dari universitas Indonesia http://journal.ui.ac.id/jkmi. Target luaran sudah dicantumkan <i>accepted</i>, kontribusi penelitian untuk kampus sudah dicantumkan. 3. RIP dan Peta penelitian telah disesuaikan dan diperbaiki 4. Paradigma dan Metode sudah disesuaikan dan diperbaiki 5. Jadwal penelitian telah disesuaikan dan diperbaiki 6. Daftar pustaka telah disesuaikan dan diperbaiki 7. Rujukan telah diperbaiki dengan menghapus rujukan dari tahun 2000 ke bawah 8. Semua pengesahan sudah ditanda tangani 	Sudah direvisi

		pengesahan dan biodata. bab 2,		
3.	Reviewer 2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penulisan Tahun diganti menjadi tahun 2021 2. Penggunaan sumber referensi harus di atas tahun 2000 3. Sebaiknya dijelaskan macam2 media sosial. Atau fokus pada 1 media sosial? IG atau FB? 4. Bagaimana caranya meneliti Konstruksi tetapi tdk ada teorinya di Bab tinjauan Pustaka 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penulisan sudah diperbaiki menjadi 2021 2. Sumber referensi sudah diperbaiki di atas tahun 2000 3. Penjelaasn media sosial dan Instagram sudah dituliskan 4. Konsep dan teori konstruksi identitas sudah dituliskan dengan menggunakan konsep erikson dan Marcia. 	Sudah direvisi