

KAJIAN SYMBOLIC INTERACTIONALISM: MAKNA LOVE PADA INSTAGRAM

Lisa Ardaniyati, Tabah Aris Nurjaman, Rahardian Yudistra, Mega Retina,
Nobertus Juliandro, Mira
E-mail: lisaardaniyati2810@gmail.com

Fakultas Psikologi, Universitas Semarang

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna simbol 'love' pada remaja pengguna Instagram. Subjek penelitian ini adalah 150 pengguna instagram dan path dengan rentang usia 12-35 tahun (berdasarkan data APJII, 2012). Tim peneliti kemudian mengklasifikasi subjek penelitian ke dalam dua kelompok berdasarkan tahap perkembangan Erikson (*dalam* Kail dan Cavanaugh, 2013) yaitu, 75 remaja (12-19 tahun) dan 75 dewasa awal (20-35 tahun). Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Pemilihan pendekatan penelitian ini dilatarbelakngi dengan fenomena yang dikaji bersifat umum atau *major*. Adapun jenis penelitian ini adalah statistik deskriptif dengan metode penelitian survey dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* untuk mengetahui makna simbol 'love' pengguna Instagram. Hasil Penelitian ini menemukan bahwa berdasarkan jenis kelamin pria dan wanita, pengguna instagram pada pria sebesar 24% dan pengguna instagram pada wanita sebesar 7 artinya 4% yang wanita mendominasi dalam menggunakan media sosial instagram pria memberikan simbol love di Instagram karena menyukai foto yang diunggah sedangkan wanita memberikan simbol love karena foto yang diunggah dapat menarik minat mereka. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pria dan wanita memiliki perbedaan dalam memberikan simbol love pada akun Instagram.

Kata Kunci: Makna simbol love, Instagram, kuantitatif deskriptif

Abstract. This study aims to determine the meaning of the 'love' symbol in adolescent Instagram users. The subjects of this study were 150 Instagram and Path users with an age range of 12-35 years (based on APJII data, 2012). The research team then classified the research subjects into two groups based on Erikson's developmental stage (in Kail and Cavanaugh, 2013), namely, 75 adolescents (12-19 years) and 75 early adults (20-35 years). The research approach used is quantitative. The choice of this research approach is motivated by the phenomenon being studied is general or major. The type of this research is descriptive statistics with survey research methods using non-probability sampling techniques to determine the meaning of the 'love' symbol for Instagram users. The results of this study found that based on male and female gender, male and female Instagram users were 24% and female Instagram users were 7, meaning that 4% of women dominate in using social media Instagram. give a love symbol because the uploaded photo can attract their interest. The conclusion of this study shows that men and women have differences in giving the love symbol on Instagram accounts.

Keywords: The meaning of the 'love' symbol, Instagram, descriptive quantitative

Pengantar

Pergeseran generasi dari *Gutenberg Galaxy* (istilah McLuhan, 1962) ke *The Information Age* telah merubah pola komunikasi. Castells (2004; Mester, 2009) menulis konsep *the space of flows* dan *timeless time* sebagai bentuk dari kuatnya akulturasi antarmanusia yang berada dalam tempat dan waktu yang berbeda. Hadirnya dunia virtual, dalam hal ini internet, menjadikan manusia dapat berkomunikasi (bersemuka) dengan manusia lain di tempat dan waktu yang berbeda. Perkembangan teknologi telah membuat internet terus berkembang menembus lapisan masyarakat. Di tahun 2012, penetrasi penggunaan internet di Indonesia telah mencapai 24,23% dari 260 juta jiwa dengan dominasi terbesar berasal dari segmen muda kelompok umur 12-35 tahun (*Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*, 2012). 65% pengguna internet di Indonesia lebih sering terkoneksi melalui ponsel, yang biasanya digunakan untuk *browsing*, bermain *games*, dan bersosialisasi di jejaring sosial (*social network*) (APJII, 2012).

Social network atau *social networking sites* (SNS) merupakan satu bentuk dari ‘social media’ yang mana pola komunikasinya dimediasi oleh komputer (*computer-mediated communication*) (Boyd & Ellison, 2008). ‘Social network’ ini memberi individu kendali penuh dalam berkomunikasi; yang mana individu dapat menghapus respon negatif individu lain, dapat memblokir individu lain di dunia virtualnya sendiri (Boyd, 2011). Dan salah satu ‘social network’ yang sering digunakan manusia saat ini adalah *instagram* (Gannon, 2014).

Instagram yang lahir pada 06 Oktober 2010 ini adalah aplikasi yang digunakan penggunanya untuk mengambil foto, mengedit foto, dan menguploadnya (*Instagram.com*). Kurang lebih sudah mencapai 130 juta orang pengguna Instagram dan tidak hanya digunakan untuk berbagi foto, melainkan juga di dalamnya melibatkan aspek kreatifitas, komunitas, dan interaksi. Dengan Instagram, manusia mendokumentasikan kehidupannya dalam bentuk potret virtual yang di upload. Potret di Instagram telah menjadi alat komunikasi, yaitu kata-kata yang diungkapkan dalam bentuk gambar virtual (Bevins, 2014).

Instagram memiliki *feature love* dan *command* (*Instagram.com*). Adanya kedua bentuk feature tersebut, potret virtual yang di upload dapat dinilai sebagai stimulus yang dapat menimbulkan respon melalui kedua feature tersebut. Pola stimulus-respon ini dapat dianggap sebagai bentuk interaksi, yaitu antara ‘potret virtual’ dengan *love-command* oleh karena dinilai telah memenuhi elemen-elemen komunikasi Shannon (1948), *source* (dalam kajian ini: kamera), *sender* (yang meng-upload), *channel* (*Instagram*), *receiver* (yang memberi komentar ataupun me-love), *destination* (para pengguna Instagram), *message* (potret yang di-upload) dan *feedback* (*love-command*).

‘Love’ merupakan salah satu feature respon dalam Instagram dalam bentuk simbol dan tidak melibatkan huruf maupun kata. Meskipun terlepas dari huruf dan kata, simbol *love* dapat diinterpretasikan sebagai bahasa virtual dan sebagai respon terhadap potret virtual yang di-upload. Anggapan ini dilatarbelakangi definisi simbol sebagai ‘tanda yang merepresentasikan suatu makna yang mengandung objek, kuantitas, kualitas, ataupun proses’ (Harisan & Masiming, 2008). Dengan memahami bahwa simbol dapat termanifestasi dalam bentuk tertulis dan tercetak, maka simbol *love* dalam Instagram merupakan objek gambar virtual bermakna yang dapat dibaca, diterjemahkan, dan diinterpretasikan. Dengan ini, tim peneliti tertarik untuk mengetahui makna simbol ‘love’ dalam Instagram.

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah pengguna instagram dengan rentang usia 12-35 tahun (berdasarkan data APJII, 2012). Penelitian ini melibatkan 136 responden pengguna Instagram. Tim peneliti kemudian mengklasifikasi subjek penelitian ke dalam dua kategori: jenis kelamin dan masa perkembangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Creswell (2005) metode kuantitatif dapat digunakan apabila peneliti menentukan apa yang hendak diteliti, bertanya secara spesifik, pertanyaannya yang sempit, mengumpulkan data numerik, dan kemudian menganalisa data numerik tersebut dengan menggunakan teknik statistik secara objektif. Metode ini dapat dilakukan melalui eksperimen, korelasional, atau pun survey dengan menggunakan pernyataan *postpositivist* dalam menguji suatu teori. Adapun bentuk penelitian kuantitatif yang digunakan adalah penelitian survey, yaitu rancangan yang digunakan untuk mengidentifikasi sikap, pendapat, perilaku, atau kepribadian sebuah populasi dengan cara mengadminstrasikan kuesioner kepada sampel populasi (Creswell, 2005).

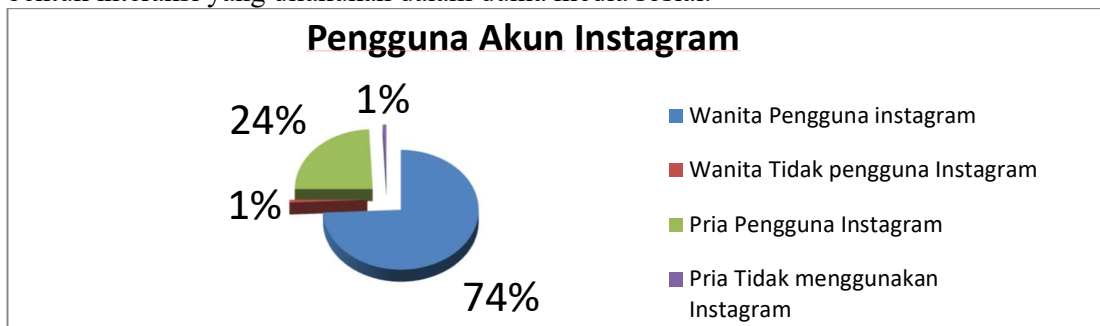
Terdapat dua alasan logis yang melatarbelakangi pemilihan pendekatan kuantitatif ini. *Pertama*, peneliti tertarik untuk mengetahui gambaran deskriptif makna 'love' dalam instagram. *Kedua*, pengguna instagram kontemporer ini begitu banyak secara kuantitasnya sehingga fenomena pemberian 'love' dalam instagram merupakan hal yang umum (*major*). Menurut Creswell (2005) fenomena bersifat umum (*major*) dapat diteliti dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan alat ukur dalam bentuk kuesioner. Kuesioner diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Creswell, 2005). Terdapat tiga jenis pertanyaan kuesioner dalam penelitian ini: pertanyaan terbuka, pertanyaan semi-terbuka, dan pertanyaan tertutup. Pertanyaan terbuka dimaksudkan untuk mengetahui lebih jauh pendapat responden mengenai pendapatnya terhadap simbol 'love' dalam Instagram. Pertanyaan semi-terbuka dimaksudkan untuk tetap memberi ruang bagi responden dalam mengungkapkan pendapatnya selain alternatif jawaban yang tersedia. Dan terakhir, pertanyaan tertutup dimaksudkan untuk memenuhi syarat ketentuan karakteristik responden, seperti contoh: Apakah Anda memiliki atau pernah memiliki akun Instagram? Iya/Tidak.

Hasil Dan Diskusi

A. Perbedaan Gender

Dalam penelitian yang telah dilakukan, terdapat hasil bahwa berdasarkan jenis kelamin pria dan wanita, pengguna Instagram dari wanita sebanyak 102 dan pengguna Instagram dari pria sebanyak 34 orang. Dari hasil tersebut terlihat jelas bahwa dalam hal ini wanita mendominasi dalam menggunakan media sosial Instagram. Dalam menggunakan media sosial Instagram, semua pengguna Instagram disini pernah memberikan symbol love sebagai salah satu bentuk symbol yang disediakan dalam Instagram tersebut. Mengapa symbol love? Dalam media sosial Instagram, symbol love disini mengisyaratkan bahwa pengguna Instagram tersebut menyukai atau mengapresiasi dengan gambar atau video yang terdapat dalam Instagram tersebut. Dalam hasil survey yang telah dilakukan terhadap 136 pengguna Instagram, terdapat bermacam – macam jawaban mengenai alasan mereka terhadap pemberian symbol love tersebut. hal ini juga terkait dengan dengan siapa saja symbol love tersebut mereka berikan. Symbol love merupakan sebuah isyarat ataupun juga sebuah symbol yang diberikan dengan berbagai macam interpretasi dalam menafsirkannya. George Harbert Mead, menafsirkan bahwa sebuah interaksi yang di dalamnya terkandung isyarat nonverbal dan juga makna dari suatu pesan verbal akan mempengaruhi pikiran dari seseorang yang sedang berinteraksi. Dalam sebuah pemikiran Mead, dalam hal ini, sebuah pesan nonverbal (*body language*, gerak fisik, dll) dan juga verbal (suara, kata-kata, dll) dimaknai dalam sebuah kesepakatan bersama oleh semua pihak yang

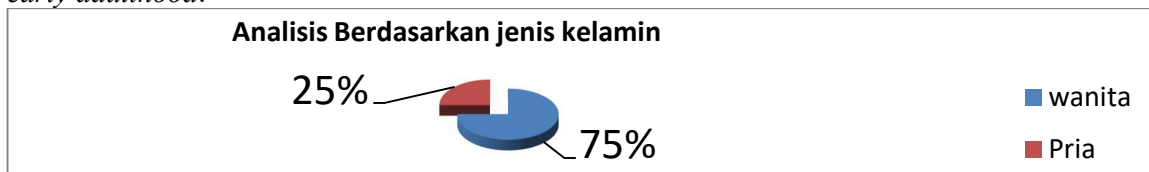
terkait dan merupakan sebuah bentuk interaksi yang merupakan bentuk symbol yang mempunyai arti yang sangat penting (a significant symbol). Terkait dengan penjelasan Mead, symbol merupakan sebuah unsur yang penting terkait dengan adanya interaksi yang telah terjadi dalam seseorang. Instagram, sebagai sebuah salah satu media sosial disini memberikan symbol *love* sebagai salah satu bentuk interaksi yang dilakukan dalam dunia media sosial.



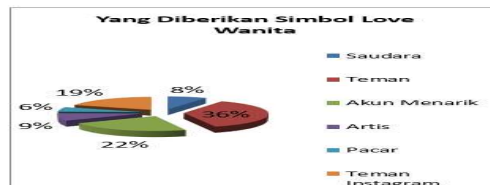
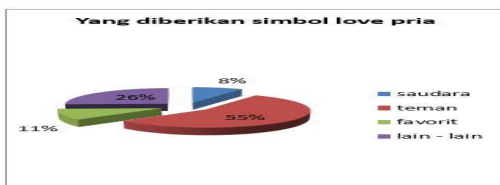
Berdasarkan table di atas diketahui bahwa yang mempunyai akun Instagram dari data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa pengguna Instagram pada pria sebesar 24% dan pengguna Instagram pada wanita sebesar 74%. Sedangkan yang tidak memiliki akun Instagram pada pria sebesar 1% dan pada wanita sebesar 1%. Berdasarkan table tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penelitian ini, 98% adalah pengguna Instagram, dan 2% tidak menggunakan akun Instagram.



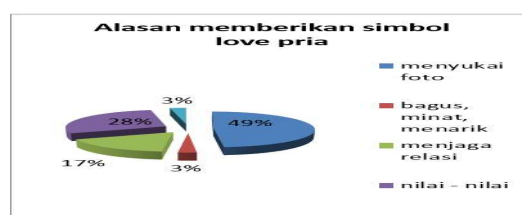
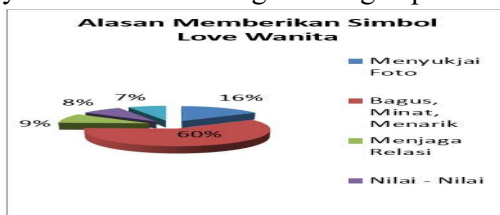
Berdasarkan table di atas menyatakan bahwa pengguna Instagram dari usia perkembangan berdasarkan teori Elizabeth terbagi menjadi 3 kelompok, yaitu usia *puberty* (12 – 15 tahun), *adolscene* (16-21 tahun), dan *early adulthood* (22-40 tahun). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil yaitu pengguna Instagram dari tahap perkembangan *puberty* sebanyak 10%. Kemudian pengguna Instagram dari tahap perkembangan *adolscene* sebanyak 45%, dan pengguna Instagram dari tahap perkembangan *early adulthood* sebanyak 45%. Dari hasil yang telah didapatkan, pengguna instagram rata-rata berusia 16-40 tahun atau dalam tahap perkembangan *adolscene* dan *early adulthood*.



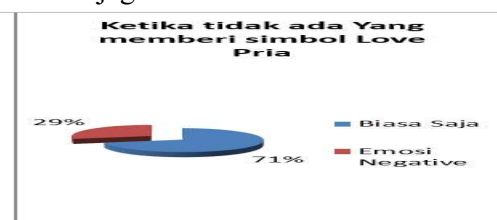
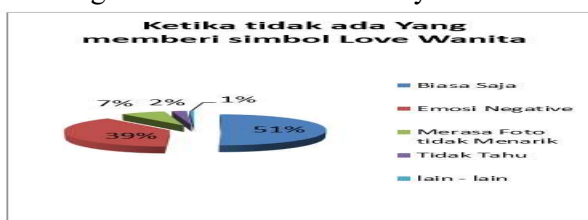
Berdasarkan hasil penelitian pada table di atas, diketahui bahwa keseluruhan subjek yang diteliti 75% merupakan wanita yang menggunakan akun Instagram dan sebanyak 25% merupakan pria yang menggunakan akun Instagram. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengguna Instagram yang terbanyak berasal dari jenis kelamin wanita di bandingkan pria.



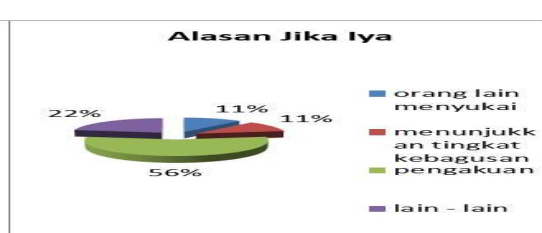
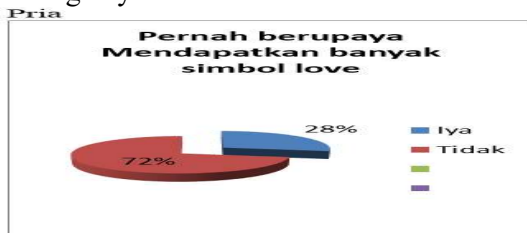
Berdasarkan hasil penelitian di atas merupakan jawaban subjek terhadap siapa saja yang diberikan *symbol love* dalam instagram mereka. Terdapat sedikit perbedaan antara siapa saja yang diberikan *symbol love* antara wanita dan pria. Dan dapat disimpulkan dalam hasil penelitian ini, pria lebih spesifik dalam memberikan *symbol love*. Wanita lebih banyak penilaian dalam memberikan *symbol love* dibandingkan dengan pria.

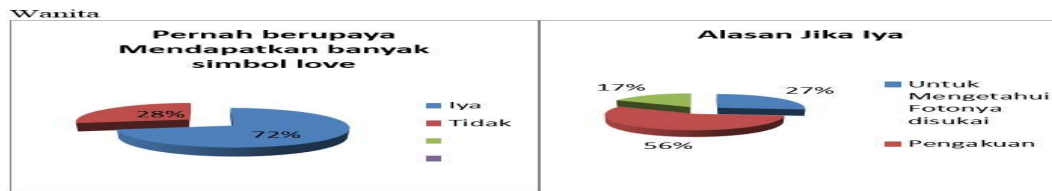


Berdasarkan hasil penelitian pada tabel di atas, terdapat perbedaan dalam alasan memberikan *symbol love* baik pada instagram pria maupun wanita. Tertulis di atas bahwa alasan terbesar pria dalam memberikan *symbol love* adalah karena menyukai foto yang terpampang dalam instagram tersebut dengan presentase 49%. namun pada wanita alasan terbesar wanita memberikan *symbol love* adalah karena menurut mereka foto tersebut menarik minat mereka dengan presentase 60%. Adapula penjelasan diatas menjelaskan bahwa pria memberikan *symbol love* karena menjaga relasi sebesar 17% sedangkan wanita memberikan *symbol love* untuk menjaga relasi sebesar 9%.

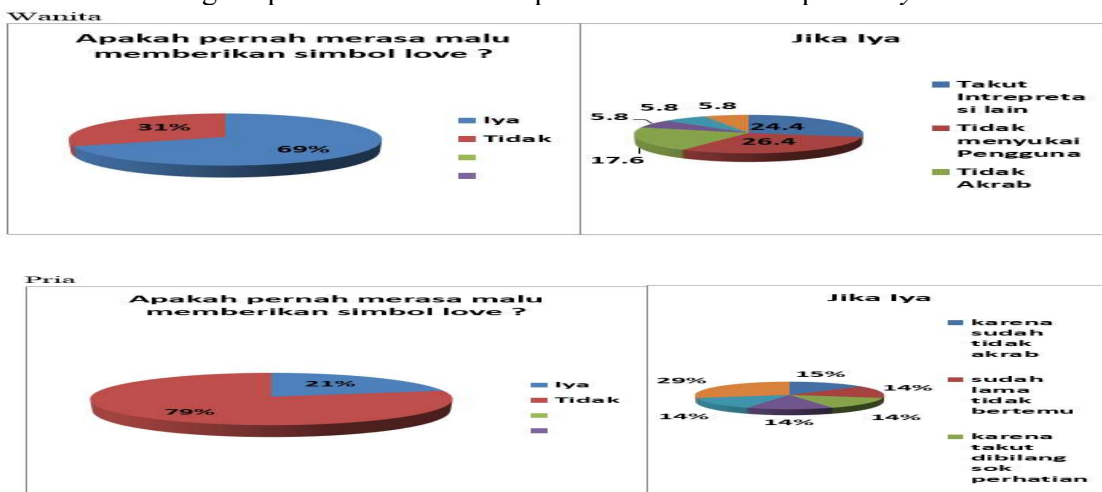


Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di atas, didapatkan hasil bahwa perasaan pria ketika tidak ada yang memberikan *symbol love* sebesar 71% biasa saja dan pada wanita sebesar 51%. Namun dalam hasil di atas, wanita cenderung memiliki banyak jawaban untuk mengekspresikan perasaan ketika tidak mendapatkan *symbol love* seperti merasa foto tidak menarik, tidak tahu, dan lain sebagainya.





Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada tabel di atas, terdapat perbedaan yang mencolok antara pria dan wanita dalam hal upaya untuk mendapatkan simbol love. Pria yang menjawab iya untuk mendapatkan simbol love sebesar 28%, sedangkan wanita yang menjawab iya untuk mendapatkan simbol love sebesar 72%. Hal ini membuktikan bahwa wanita lebih berusaha untuk mendapatkan simbol love agar kepercayaan diri dari pengguna Instagram lebih meningkat, lebih eksis. Sedangkan pria lebih tidak ada kepedulian untuk mendapatkan *symbol love*.



Berdasarkan hasil penelitian pada tabel di atas didapatkan hasil bahwa terdapat perbedaan antara pria dan wanita ketika merasa malu untuk memberikan simbol love dalam Instagram mereka. Wanita lebih merasa malu dalam memberikan simbol di Instagram mereka, hal ini ditunjukkan dengan presentase sebesar 69%. Sedangkan pria lebih merasa malu untuk memberikan *symbol love* pada Instagram mereka dengan presentase sebesar 21%. Hal ini dikarenakan wanita lebih pada menggunakan perasaan dalam memberikan *symbol love*.

B. Perbedaan Usia

Penelitian ini berkaitan dengan symbolic interactionism dan identity subyek yang dilihat dari aktifitas subyek dalam mengekspresikan perasaannya melalui simbol love yang ada dalam Instagram. Penelitian dilakukan dengan membuat qesonare yang berisi open-ended question mengenai simbol love dan beberapa hal terkait demi memperoleh hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian. Berdasarkan pada makna akan symbolic interactionism, manusia berperilaku dan menanggapi sesuatu berdasarkan pada makna yang didapat dari proses interaksi dan interpretasi yang dilakukan oleh tiap individu. Dalam hal ini proses pemaknaan dilakukan dengan menilai pentingnya simbol love yang ada dalam Instagram sebagai bentuk komunikasi dan interaksi sosial.

Pemaknaan simbol love itu sendiri akan berbeda-beda pada setiap jenjang usia, hal ini tentu dipengaruhi oleh tugas perkembangan setiap masa perkembangan. Hasil penelitianpun menunjukan demikian, dimana terdapat perbedaan respon dari setiap tahapan usia.

		Perentase (%)		Early Adulthood
		Puberty	Adolescent	
Subyek yang diberi simbol love	Saudara	12	5	11
	Teman	12	39	35
	Pacar	3	5	10
	Akun menarik	44	17	16
	Artis	7	8	13
	Teman di Instagram	12	21	8
	Lain-lain	5	3	2
	Akun official	5 %	2	5
Alasan memberikan simbol love	Menyukai foto	39	19	7
	Bagus minat menarik	50	58	42
	Menjaga relasi	5	19	45
	Nilai-nilai	-	-	-
	Lain-lain	6	4	6

Dari hasil penelitian yang terpapar pada tabel di atas dapat dilihat bahwa individu pada tahapan puberty cenderung memberikan love atau like untuk akun-akun yang menarik, hal tersebut di akibatkan karena perubahan yang terjadi pada masa puber yang berakibat pada sikap dan perilaku. Hurlock menjelaskan bahwa perubahan fiik yang terjadi pada puber mempengaruhi sikap dan perilaku mereka. Anak-anak yang beranjak puber cenderung menarik diri dari teman-teman, keluarga, hal ini berkaitan dengan ketidakinginan berkomunikasi dengan orang-orang lain. alasan tersebut sekiranya bisa menjadi penejlas mengapa individu pada tahapan puber cenderung memberikan simbol love untuk akun-akun yang menarik seperti, tempat wisata, manga dan sejenisnya.

Selain hal tersebut Hurlock juga menyebutkan bahwa anak-anak puber cenderung mudah bosan, dengan adanya akun menarik mereka dapat menepiskan rasa bosan mereka sekaligus dapat menghindari komunikasi yang mungkin tercipta setelah mereka memberikan simbol love untuk teman atau anggota keluarga. Meskipun demikian komunikasi yang baik diperlukan untuk bersosialisasi dan berelasi. Dunbar menyatakan bahwa komunikasi merupakan penentu reaksi efektif terhadap perubahan. Dengan mengaplikasikan komunikasi yang baik anak-anak yang memasuki tahap puber tidak perlu menghindari keluarga maupun teman. Kemudian alasan yang diberikan oleh individu pada rentang usia puber mengenai alasan mereka meberi simbol love, dijelaskan bahwa mereka tertarik dengan postingan atau foto dalam Instagram itu sendiri, hal ini dipengaruhi oleh kecenderungan puber unuk bosan pada hal-hal yang ada disekitar mereka. Gambar bagus yang menarik perhatian mereka tentu akan mendapat poin plus dari subyek dengan rentang usia puber.

Hasil penelitian untuk usia remaja menunjukkan persentase tertinggi dari subyek yang dibeli simbol love oleh remaja adalah teman, dengan kata lain remaja-remaja tersebut lebih banyak berinteraksi dengan teman sebaya yang sudah ia kenal dalam kehidupan sehari-hari maupun teman yang ia dapatkan dari Instagram atau dunia maya itu sendiri. Hal tersebut masih sangat berkaitan dengan karakteristik dan tugas perkembangan remaja untuk menemukan identitas dirinya. Remaja biasanya akan mencari penyesuaian dengan diri dengan menyamakan apa yang ada dalam dirinya dengan standar kelompok atau teman sebaya yang ada. Hurlock menambahkan, pengaruh teman sebaya terhadap remaja sangatlah kuat sehingga mempengaruhi sikap, pembicaraan, minat, penampilan dan perilaku yang lebih besar dibanding keluarga. Keterbukaan remaja untuk berkomunikasi dengan teman sebaya sangatlah kuat dan salah satu bentuk komunikasi tersebut adalah dengan memberikan simbol love untuk teman-teman yang ia kenal.

Selanjutnya, usia dewasa awal dimana hasil menunjukkan kecenderungan pemberian simbol love masih untuk teman, hal ini masih berkaitan dengan kondisi sosio emosi dewasa awal yang masih berada dalam masa transisi dari remaja ke dewasa. Subyek di usia dewasa awal memiliki kecenderungan menjaga relasi dengan teman-temannya. Hal tersebut dapat mendukung peran mereka sebagai individu dalam kehidupan sehari-hari. Semakin banyak teman dan relasi maka akan semakin mudah pula langkah mereka ketika mereka dihadapkan pada tanggung jawab akan finansial. Selain itu akun menarik juga mendapat perhatian yang cukup tinggi dari jenjang usia dewasa awal ini, hal

ini berkaitan dengan minat dari individu pada tahap dewasa awal untuk mencari sesuatu hal yang baru demi menunjang kehidupan pribadinya. Kebuthan untuk menjaga relasi ditunjukkan dari alasan subyek dewasa awal dalam memberikan simbol love kepada teman mereka. Berbeda dengan jenjang usia remaja yang memberi love karena menarik, tahap dewasa ini lebih pada untuk menjaga relasi mereka dengan teman agar tercipta sebuah interaksi yang harmonis.

Selanjutnya, akan dibahas hasil yang berkaitan dengan emosi, dan perasaan subyek ketika tidak mendapat simbol love dalam postingan Instagram mereka. Hasil dari penelitian dapat dilihat dalam tabel berikut.

Jawaban responden mengenai perasaan ketika tidak mendapat simbol *love*

		Perentase (%)		
		Puberty	Adolescent	Early Adulthood
Perasaan ketika tidak mendapat simbol love	Biasa saja	46	47	68
	Emosi negative	39	45	27
	Merasa foto tidak menarik	15	8	5
	Tidak tahu			
	Lain-lain			

Pada tabel di atas terlihat feedback utama yang muncul dari responden dengan jenjang usia puber hingga dewasa awal adalah perasaan yang biasa saja ketika tidak mendapat simbol *love*, hal ini berkaitan dengan pemaknaan dari masing-masing responden akan simbol itu sendiri. Seperti apa yang dijelaskan mead bahwa sebuah obyek bisa menjadi sangat representative atau mempunyai nilai sendiri sebagai sebuah simbol, dimana simbol tersebut tersusun sebagai sebuah memori didalam ingatan kita, dimana makna dari simbol tersebut tidak akan berubah akan tetapi dapat mempengaruhi bagaimana seseorang indiviu bertindak. Hal tersebut bisa menjelaskan perasaan biasa saja yang muncul dari sebagian besar responden, hal ini bisa disebabkan karena simbol love itu sendiri tidak begitu bermakna pada mereka, bahwasanya sesuai dengan persepsi mereka, bahwa love dalam Instagram hanya berupa sebuah tanda yg bisa diberikan dan didapat oleh siapa saja, bukanlah hal krusial dalam kehidupan yang dapat mempengaruhi emosi.

Dilain sisi emosi negative menjadi perasaan yang sering muncul bagi ketiga jenjang usia setelah perasaan biasa saja, hal ini dapat dijelaskan dengan pendapat yang diajukan oleh Mead yang berupa, feedback dan dukungan positif dari orang lain dapat meningkatkan komitmen seseorang akan identitas mereka, ketika mereka mendapat feedback positif maka self-esteem mereka pun akan bertambah. Selanjutnya, dijelaskan juga bahwa emosi negative yang bisa saja muncul dari negative feedback adalah perasaan marah, sebal, sedih dan lainnya. Dari hasil penelitian beberapa persen subyek merasa sedih dan tidak percaya diri untuk kembali mengunggah foto setelah mendapat negative feedback yaitu tidak adanya yang memberi love pada hasil karyanya.

Emosi negative paling tinggi ditunjukkan oleh subyek dengan jenjang usia remaja, hal ini berkaitan dengan keadaan sosioemosi remaja itu sendiri yang belum dapat mengendalikan emosinya, sehingga sering meledak-ledak. Untuk mengatasi hal tersebut komunikasi yang baik dengan orang tua dan teman sebaya dapat membantu remaja untuk merepresi emosinya. Feedback negative bukanlah hal yang sederhana bagi remaja karena dapat mengaggu emosi mereka.

Kemudian setelah membahas mengenai, perasaan yang muncul pada partisipan yang tidak mendapa simbol love, pembahasan selanjutnya dari hasil penelitian yang berkaitan dengan upaya dari responden untuk mendapatkan simbol love.

		Perentase (%)		Early Adulthood
		Puberty	Adolescent	
Usaha untuk mendapatkan simbol love	Iya	37	42	31
	Tidak	63	58	69
Alasan	Untuk mengetahui fotonya disukai	37	24	55
	Pengakuan	63	56	35
	Lain-lain	-	20	10

Selanjutnya, berkaitan dengan keinginan partisipan mendapat simbol *love*, pada tabel 3 hasil yang ada menunjukkan sebagian besar partisipan tidak begitu tertarik untuk mendapat simbol *love* sebanyak-banyaknya. Akan tetapi angka yang cukup tinggi juga ditujukan oleh partisipan yang ingin mendapat simbol *love*. Untuk partisipan dengan jenjang usia puber sebagian besar menjawab tidak berusaha untuk mendapat simbol *love* yang banyak, kondisi sosio emosi puber akibat perubahan masa puber. Akan tetapi disisi lain partisipan dengan usia puber ini sangat ingin mendapat pengakuan, hal ini berkaitan dengan kepercayaan diri dari anak yang sedang mengalami pubertas.

Sama halnya dengan partisipan dari jenjang usia remaja dan dewasa awal, presentase dari pengakuan mendapat poling yang tinggi hal ini menunjukkan bahwa setiap individu ingin agar keberadaannya diakui baik dalam interaksi sosial secara langsung maupun dalam jejaring sosial dunia maya. Makna simbol *love* disini sebagai bentuk pengakuan lingkungan sosial terhadap individu yang bersangkutan. Dalam teori symbolic interactionism yang disampaikan oleh Sheldon Stryker, perilaku individu sosia di bentuk dengan seleksi simbol dari semua aspek lingkungan. Hal yang paling penting dalam penentuan ini adalah simbol dan makna yang terasosiasi sehingga seorang individu dapat memposisikan diri dalam struktur sosial. Simbol dan makna *love* dalam Instagram yang terasosiasi sebagai bentuk pengakuan membuat sejumlah partisipan berupaya untuk menunjukkan pastingan terbaik dan mendapat simbol yang banyak sehingga ia merasa bahwa keberadaannya diakui dan ia dapat mengambilposisi yang tepat dalam struktur sosial.

Pembahasan terakhir berkaitan dengan perasaan canggung dan malu yang mungkin dimiliki oleh seseorang yang ingin memberi simbol *love* kepada orang lain.

		Perentase (%)		Early Adulthood
		Puberty	Adolescent	
Perasaan canggung untuk memberikan simbol love	Iya	21	31	28
	Tidak	79	69	72
Alasan	Takut di interpretasi lain	33	20	22
	Tidak menyukai pengguna	-	15	28
	Tidak akrab	67	15	17
	Tidak memberi love	-	10	-
	Menjaga relasi	-	40	5
	Lain-lain	-	-	-
	Sudah lama ndak ketemu	-	-	-
	Postingan jelek	-	-	-
	gengsi	-	-	-
	Suka pengguna	-	-	28

Dari hasil di atas diketahui bahwa mayoritas partisipan puber enggan dan canggung memberi *love*, dengan alasan karena sudah tidak akrab dengan pengguna lain. kembali pada pembahasan mengenai kecenderungan sikap dan perilaku usia puber yang cenderung ingin menyendiri, bosan, antagonism sosial, emosi meninggi dan hilangnya kepercayaan diri. Anak puber seringkali enggan bekerja sama, dan sakit hati hal ini dapat menjelaskan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebagian anak puber malu memberi simbol *love* karena tidak akrab. Pola komunikasi dalam interaksi sosial yang dimiliki anak puber belum stabil diakibatkan perubahan yang terjadi pada dirinya.

Selanjutnya pada tahapan remaja, berbagai macam alasan muncul sebagai sebab anak remaja malu memberikan simbol *love*, sebagai usia transisi, anak remaja kebanyakan masih mencari jati diri dan masih sering mendapat kebingungan akan apa yang sedag ia rasakan dan inginkan. Hal lain terjadi pada pengguna Instagram usia dewasa awal yang enggan memberikan simbol *love* karena tidak menyukai pengguna, hal ini bisa disebabkan karena gengsi yang tinggi dalam diri pengguna.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, berdasarkan jenis kelamin pria dan wanita, pengguna instagram pada pria sebesar 24% dan pengguna instagram pada wanita sebesar 74%. Sedangkan yang tidak memiliki akun instagram pada pria sebesar 1% dan pada wanita sebesar 1%. Dari hasil tersebut terlihat jelas bahwa dalam hal ini wanita mendominasi dalam menggunakan media sosial instagram.

Berdasarkan hasil penelitian terkait makna simbol love pada Instagram pada pria karena menyukai foto yang terpampang dalam instagram tersebut dengan presentase 49%. namun pada wanita karena menurut mereka foto tersebut menarik minat mereka dengan presentase 60%. Berdasarkan penelitian pada rentang usia, pengguna Instagram sebagian besar merupakan remaja yang berada pada tahapan *puberty*. pada tahapan *puberty* ini, mereka cenderung memberikan love atau like untuk akun-akun yang menarik, hal tersebut di akibatkan karena perubahan yang terjadi pada masa puber yang berakibat pada sikap dan perilaku. Dari hasil penelitian, remaja memberikan simbol love di Instagram karena hubungan teman dan tidak tertarik memberikan simbol love pada orang lain atau orang yang tidak di kenal.

Kepustakaan

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2012). Profil Pengguna Internet Indonesia. Jakarta
- Bevins, Chelsea. (2014). *A visual social semiotic analysis of target's branding using instagram*. USA: Liberty University
- Boyd, Danah M. & Nicole Ellison. (2008). Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210–230
- Boyd, Dahna M. (2011). *Social Network Sites as networked publics: affordances, dynamics, and implications*, in Papacharissi, Zizi (ed), *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. Oxon: Routledge
- Castells, Manuel. (2004). *An introduction to the information age*, in Rank Webster, Raimo Blom, Erkki Karvonen, Harri Melin, Kaarle Nordenstreng, & Ensio Puoskari, *The Information Society Reader*. New York: Routledge
- Creswell, John W. (2005). *Research design: Qualitative and quantitative approach*. California: Sage Publication
- Driyanti, R. (2011). *Makna simbolik tato bagi manusia Dayak dalam kajian Hermeneutika Paul Ricoeur*. Depok: Universitas Indonesia
- Gannon, Adrienne C. (2014). *Social media and self-concept: Does social media have an effect on college students' self-concept?* Alabama: University of Alabama
- Harisah, A. dan Z. Masiming. (2008). Persepsi manusia terhadap tanda, simbol dan spasial. *Jurnal SMARTek*, 6(1), 29 – 43
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif: Untuk ilmu-ilmu sosial*. Jakarta: Salemba Humanika
- Levy, J. (1959). *Symbols for sale*. Cambridge: Harvard Business Review
- McLuhan, H. M. (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Canada: University of Toronto Press

- Mester, B. (2009). Space and time in a global world. *Systhesis Phylosophica*, 47(1), 131-139.
- Nopiyanti, S., Simatupang, M., & Mubina, N. (2021). Pengaruh inferiority feeling terhadap kecenderungan melakukan kekerasan dalam berpacaran pada dewasa awal di Karawang. *Jurnal Psikologi Prima*, 4(1), 42-52.
- Raho, B. (2007). *Teori sosiologi modern*. Jakarta: Prestasi Pustaka
- Salim, A. (2008). *Pengantar sosiologi mikro*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Shannon, C. E. (1948). A mathematical theory of communication. *The Bell System Technical Journal*, 55.
- Soeprapto, R. (2002). *Interaksionalisme simbolik*. Malang: Averroes Press
- Sunarto, K. (2004). *Pengantar sosiologi (Edisi Revisi)*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- West, R., & Lynn, T. (2008). *Pengantar teori komunikasi: Analisis dan aplikasi*. Alih bahasa: Maria Natalia Damayanti Maer. Jakarta: Salemba Humanika
- Winarsunu, T. (2007). *Statistik dalam penelitian psikologi dan pendidikan*. Malang: UMM Press