

## ***ANALISIS SELF CONCEPT DALAM KOMUNIKASI INTERPERSONAL PENGGUNA AUGMENTED REALITY***

**(Studi Fenomenologi pada Perempuan Pengguna Filter Wajah Instagram)**

Seminar Hasil ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Audryna Talitha Zachra

NIM : 1910411071



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
VETERAN JAKARTA**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan benar:

Nama : Audryna Talitha Zachra

NIM : 1910411071

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Bogor, 11 Juni 2023

Yang Menyatakan,



Audryna Talitha Zachra

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai Civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Audryna Talitha Zachra  
NIM : 1910411071  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul:

***Analisis Self Concept dalam Komunikasi Interpersonal Pengguna Augmented Reality (Studi Fenomenologi pada Perempuan Pengguna Filter Wajah Instagram)***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media atau format, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Bogor

Pada tanggal: 11 Juni 2023



Audryna Talitha Zachra

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Audryna Talitha Zachra  
NIM : 1910411071  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **Analisis *Self Concept* dalam Komunikasi Interpersonal Pengguna *Augmented Reality* (Studi Fenomenologi pada Perempuan Pengguna Filter Wajah Instagram)**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Mengetahui dan Menyetujui

**Pembimbing Skripsi**



(Intan Putri Cahyani M.I.Kom)

**Penguji I**



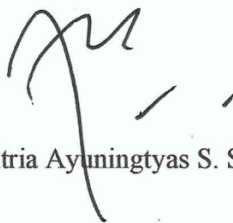
(Dra. Rini Riyantini, M.Si)

**Penguji II**



(Vinta Sevilla, S.IIP., M.I. Kom)

**Ketua Program Studi**



(Dr. Fitria Ayuningtyas S. Sos, M.Si)

**Ditetapkan di: Jakarta  
Tanggal Ujian: 15 Juni 2023**

## ABSTRAK

Meningkatnya pengguna Instagram membuat fenomena *selfie* atau *self photography* juga mengalami peningkatan. Salah satu fitur Instagram yang mendukung fenomena *selfie* menjadi semakin menarik khususnya dikalangan perempuan adalah filter wajah *augmented reality*. Maraknya penggunaan filter wajah menimbulkan *hyperreality* dikalangan perempuan ditandai dengan munculnya jarak antara *real self* dan *ideal self*. Hal ini tentu saja mempengaruhi proses pembentukan *self concept*. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pembentukan *self concept* perempuan dalam komunikasi interpersonal melalui penggunaan filter *augmented reality* pada media sosial Instagram menggunakan teori fenomenologi Alfred Schuzt. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi interpretasi subjektif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam (*depth interview*) yang melibatkan 6 informan perempuan pengguna Instagram dengan rentang usia 15-40 tahun. Penelitian ini menunjukkan bahwa perempuan remaja pertengahan (15- 19 tahun) memiliki *self concept* negatif dengan tidak adanya keterbukaan diri, rendahnya kepercayaan diri (*self confidence*) dan selektivitas negatif, sedangkan pada perempuan remaja akhir (19-21 tahun) memiliki *self concept* positif dengan keterbukaan diri, tingginya rasa kepercayaan diri (*self confidence*) dan selektivitas positif, terakhir pada perempuan dewasa awal (22-40 tahun) memiliki *self concept* positif dengan keterbukaan diri, tingginya rasa kepercayaan diri (*self confidence*) dan selektivitas positif.

Kata Kunci: *Augmented Reality*, Filter Wajah Instagram, Komunikasi Interpersonal, Perempuan, *Self Concept*.

## **ABSTRACT**

*The increasing popularity of Instagram has resulted in a cultural phenomenon known as "selfies" or self photography. One of Instagram's features that supports the phenomenon of selfies, particularly among women, is augmented reality face filters. However, this widespread usage of face filters has led to a state of hyperreality among women, characterized by the contrast between their actual self and the ideal. This disparity between the real and ideal self has an impact on the formation of women's self concept. Thus, this study seeks to investigate the formation of self concept in women through interpersonal communication using augmented reality filters on Instagram, employing Alfred Schuzt's phenomenology theory. The study used a descriptive qualitative approach, employing an interpretative phenomenological method. Six female Instagram users aged 15 to 40 years were interviewed. The findings suggest that adolescent girls (15-19 years old) have a negative self concept with no self disclosure, low self-confidence and negative selectivity, whereas late adolescents (19-21 years old) have a positive self concept with self disclosure, high self confidence and positive selectivity. Meanwhile, for early adulthood (22-40 years old) have a positive self concept with self disclosure, high self confidence and positive selectivity.*

*Keywords: Augmented Reality, Face Filters, Instagram, Interpersonal Communication, Women, Self Concept.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan studi strata satu Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah ditetapkan FISIP UPN “Veteran” Jakarta. Selama penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa selesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil. Oleh karenanya, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan rasa hormat antara lain kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sekaligus kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini hingga akhir.
2. Dr. S. Bekti Istiyanto, M.Si. sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Dr. Fitria Ayuningtyas S. Sos, M.Si selaku Ketua program Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Intan Putri Cahyani M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan masukan dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi.
5. Vinta Sevilla S.IIP., M.I. Kom selaku Dosen yang telah memberikan masukan dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPNVJ yang telah memberikan ilmu dan motivasi yang luar biasa kepada peneliti.
7. Seluruh Jajaran Tata Usaha FISIP UPNVJ yang telah membantu peneliti dalam urusan akademis maupun organisasi.
8. Para informan yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu serta bersedia melakukan wawancara sehingga penelitian ini dapat selesai dengan baik.

9. Keluarga yang selalu mendukung penelitian setiap waktu, karena doa dan restunya peneliti bisa menyelesaikan mata kuliah hingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi.
10. Adi Surya Darmawan yang telah memberikan support yang luar biasa hingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi.
11. Teman-teman seperjuangan sedari awal kuliah hingga saat ini Marlin Merliana, Chika Marshanda, dan Naomi Zefanya Sumendap yang telah mewarnai kehidupan dan canda tawa di masa perkuliahan peneliti hingga saat ini.
12. Kepada teman-teman departement Sales Support yang namanya tidak bisa saya sebutan satu persatu yang selalu memberikan support yang luar biasa.

Akhir kata saya tutup, skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya. Namun tentu saja dibalik itu semua, masih terdapat kekurangan, karena itu izinkan peneliti untuk memohon maaf dan pengertiannya. Skripsi ini peneliti harapkan dapat menambah wawasan bagi pembaca dan dapat bermanfaat bagi masyarakat luas.

Bogor, 11 Juni 2023



Audryna Talitha Zachra



## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS .....	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	13
1.3. Tujuan Penelitian .....	13
1.4. Manfaat Penelitian .....	14
1.4.1. Manfaat Akademis .....	14
1.4.2. Manfaat Praktis .....	14
1.5. Sistematika Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	16
2.1. Konsep Penelitian dan Teori Penelitian .....	16
2.1.1. Media Sosial .....	16
2.1.2. Perempuan dalam Media Sosial.....	18
2.1.3. Instagram .....	19
2.1.4. <i>Augmented Reality</i> .....	21
2.1.5. Filter Wajah <i>Augmented Reality</i> Instagram .....	23
2.1.6. Komunikasi Interpersonal.....	25
2.1.7. <i>Self Concept</i> dalam Komunikasi Interpersonal.....	29

2.1.8. Teori Fenomenologi.....	31
2.2. Kerangka Pemikiran.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	35
3.1. Subjek Penelitian.....	36
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	38
3.3. Teknik Analisis Data.....	40
3.4. Teknik Keabsahan Data .....	41
3.5. Waktu dan Tempat Penelitian .....	42
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL .....	43
4.1. Profil Informan.....	43
4.2. Proses Analisis dan Interpretasi Data.....	45
4.3. Hasil dan Temuan Penelitian.....	46
4.3.1. Intensitas Penggunaan Instagram di kalangan Perempuan .....	46
4.3.2. Kebiasaan Perempuan dalam Menggunakan Media Sosial Instagram .....	48
4.3.3. Keunggulan Instagram.....	49
4.3.4. Penggunaan Filter Wajah <i>Augmented Reality</i> dikalangan Perempuan .....	50
4.3.5. <i>Hyperreality</i> Penggunaan Filter Wajah Instagram .....	52
4.3.6. Filter Wajah dan Usia Dewasa Pertengahan.....	53
4.4. Analisis dan Pembahasan .....	55
4.4.1. Proses Pemaknaan <i>Real Self</i> dan <i>Ideal Self</i> Perempuan Pengguna Filter Wajah <i>Augmented Reality</i> .....	55
4.4.2. Berbagai Faktor Pendorong dan Pertimbangan Perempuan dalam Menggunakan Filter Wajah <i>Augmented Reality</i> pada Media Sosial Instagram.....	61
4.4.3. Berbagai Pertimbangan Perempuan dalam Memilih Jenis Filter Wajah <i>Augmented Reality</i> pada Media Sosial Instagram.....	64
4.4.4. Pembentukan <i>Self Concept</i> Perempuan dalam Komunikasi Interpersonal Pengguna Filter Wajah <i>Augmented Reality</i> pada Media Sosial Instagram .....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	79
5.1. Kesimpulan .....	79
5.2. Saran.....	79
5.2.1. Saran Akademis .....	79

5.2.2. Saran Praktis .....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	81
LAMPIRAN.....	85
A. Lampiran Kuesioner Mini Survei .....	85
B. Lampiran Petunjuk Wawancara <i>Guideline Interview</i> Informan .....	86
C. <i>Transcript</i> Wawancara Informan Kategori Remaja Pertengahan .....	90
D. <i>Transcript</i> Wawancara Informan Kategori Remaja Akhir .....	103
E. <i>Transcript</i> Wawancara Informan Kategori Dewasa Awal .....	118
F. Lampiran Triangulasi Informan.....	136
G. Lampiran Dokumentasi Wawancara Informan .....	141
H. Lampiran Riwayat Hidup.....	143
I. Lampiran Proses Analisis Data .....	144

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kriteria Informan Peneltian .....	38
Tabel 2. Susunan Kegiatan Peneliti .....	42
Tabel 3. Profil Informan Penelitian .....	44

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Pemikiran .....	38
-----------------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Alasan Utama dalam Menggunakan Internet 2022.....	1
Gambar 2. Tampilan <i>Trend Filter Wajah Augmented Reality</i> Instagram .....	4
Gambar 3. Perbandingan Foto Menggunakan dan Tidak Menggunakan Filter Wajah <i>Augmented Reality</i> Instagram .....	5
Gambar 4. Persentase Penggunaan Filter Wajah <i>Augmented Reality</i> Instagram .....	7
Gambar 5. Struktur <i>Video Based Augmented Reality Displays</i> .....	22
Gambar 7. Tampilan Berbagai Konten Instagram .....	50
Gambar 9. Foto Informan Menggunakan Filter Wajah Favorit.....	64
Gambar 10. Tampilan Profil Instagram Informan .....	65
Gambar 11. Foto Informan Menggunakan <i>Make Up</i> dan Foto dengan Tambahan Filter Wajah.....	66
Gambar 12. Foto Informan Tanpa Menggunakan <i>Make Up</i> dan Foto dengan Tambahan Filter Wajah .....	67