

PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL ALAT PENCITRAAN POSITIF PERSONEL TNI ANGKATAN UDARA

Much. F. Muchaddats¹, Andi Johan², Huzzatulislami³, Praditama Dika⁴.

^{1,4} National Air And Space Power Of Indonesia

^{2,3}Program Study Strategi Pertahanan Udara UNHAN RI

^{1,3} Muchammadfurqon10@gmail.com; ^{2,3} Johan531175@gmail.com

Abstrak — Penelitian ini bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada setiap personel atau anggota yang diakibatkan karena kurang pemahaman dari personel atau anggota mengenai etika dalam bermedia sosial. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Informan pada penelitian ini adalah personel yang terkait serta bertanggung jawab pada penggunaan media sosial prajurit TNI AU yang bertugas di Mako Koopsudnas. Penelitian ini menggunakan teknik keabsahan data dengan cara triangulasi, member check serta penggunaan bahan referensi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data serta menyimpulkan hasil analisis data. Hasil penelitian ini yang pertama menjelaskan bahwa Adaptasi yang dilakukan personel TNI AU saat ini berjalan dengan baik. Proses adaptasi penggunaan media sosial oleh personel TNI AU saat ini berada pada fase *Full participation*. Karena personel pada saat ini merasa nyaman dan berhasil membina hubungan serta menerima kebudayaan yang baru terkait penggunaan media sosial yang marak digunakan. Kedua, proses adaptasi anggota TNI AU dalam penggunaan media sosial di masa mendatang dapat ditingkatkan dengan lebih baik. Peningkatan tersebut dapat ditunjang dari internal maupun eksternal anggota TNI AU.

Kata Kunci: Kemampuan, adaptasi, media sosial, citra

ABSTRACT — *This research aims to resolve problems that occur with each personnel or member due to a lack of understanding by personnel or members regarding ethics in using social media. The research method used in this research is qualitative. The informants in this research are personnel who are involved and responsible for the use of social media by Indonesian Air Force soldiers who serve at the National Military Command Headquarters. This research uses data validity techniques by means of triangulation, member checking and the use of reference materials. The data analysis techniques used are data reduction, data presentation and concluding the results of data analysis. The results of this research are the first to explain that the adaptation carried out by Indonesian Air Force personnel is currently going well. The process of adapting to the use of social media by Indonesian Air Force personnel is currently in the Full Participation phase. Because personnel currently feel comfortable and have succeeded in building relationships and accepting the new culture regarding the widespread use of social media. Second, the adaptation process of Indonesian Air Force members in using social media in the future can be improved better. This increase can be supported by internal and external members of the Indonesian Air Force.*

Keywords: Ability, adaptation, social media, image

1. PENDAHULUAN

Dalam kehidupan manusia membutuhkan manusia lainnya untuk menunjang kehidupannya. Inilah yang membuat manusia harus bisa beradaptasi di lingkungan dia berada. Adaptasi adalah usaha manusia/makhluk hidup lainnya untuk menyesuaikan diri terhadap lingkungan terutama dalam mendayagunakan sumberdaya untuk menanggulangi atau menghadapi masalah yang mendesak [29]. Adaptasi yang lebih sering dikenal dengan penyesuaian diri merupakan hal yang harus dilakukan ketika seorang individu memasuki lingkungan/situasi baru. Penyesuaian diri adalah usaha dalam bentuk perilaku yang bertujuan mengatasi kesulitan/hambatan. Keinginan beradaptasi tersebut juga nampak pada pengguna media sosial. Media sosial adalah sebuah ruang virtual yang memiliki dua sisi, dapat dimaknai secara positif maupun negatif. Ketika penggunaannya hidup dalam dunia maya mereka cenderung akan lebih berminat dalam beraktivitas dan interaksi didalamnya. Penggunaan media sosial maka membutuhkan bahasa sebagai alat untuk berkomunikasi, lisan maupun dalam bentuk tulisan. Platform media sosial seperti *Twitter*, *Facebook*, *Youtube*, *Instagram* dan lain-lain merupakan media yang diminati oleh banyak khalayak [5]. Bahkan, ada sebuah fakta bahwa pengguna sebuah media sosial jauh lebih banyak dibandingkan jumlah penduduk sebuah negara. Media sosial tersebut tidak hanya digunakan untuk mendistribusikan informasi yang bisa dikreasikan oleh pemilik akun (users) itu sendiri, tetapi juga memiliki dasar sebagai portal untuk membuat jaringan pertemanan secara virtual dan medium untuk berbagi data [20]. Hal tersebut

sesuai dalam penelitian yang menjelaskan bahwa hegemoni media sosial semakin hari semakin tidak terpisahkan dari (realitas) dunia maya [19]. Hal ini berdampak pada kuatnya pengaruh media sosial di masyarakat. Survey Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017 [32], menyebutkan bahwa terjadi peningkatan pengguna internet di Indonesia. Walaupun kenaikannya tidak terlalu tinggi yakni hanya sekitar kurang lebih 8%. Hal ini terjadi dikarenakan pada penelitian 2017 APJII memberikan 3 klasifikasi pengguna internet melalui perbedaan demografis berdasarkan area urban, rural urban dan rural. Bahkan dalam laporan penelitian yang telah dilakukan APJII di tahun 2018 lalu, penetrasi pengguna internet naik 10,12% yang menunjukkan bahwa tren penggunaan internet dari waktu ke waktu jelas mendominasi media lain yang digunakan secara konvensional. Permasalahannya di atas seharusnya dapat dihindari karena seharusnya dengan semakin banyaknya anggota TNI AU yang bermedia sosial dapat menjadi sarana TNI AU untuk meningkatkan citra positifnya. Karena keberadaan media sosial dapat diterima, bahkan dimanfaatkan oleh masyarakat, baik sebagai individu maupun kelompok. Kemanfaatan media sosial yang luar biasa, terutama dalam mendekatkan masyarakat, baik antar individu, antar individu dengan institusi, institusi dengan institusi, bahkan dengan benda dan pengetahuan, tidak dapat disangkal lagi. Oleh karena itu, internet yang ditopang oleh teknologi informasi yang sangat pesat sudah menjadi bagian keseharian kehidupan manusia, termasuk manusia Indonesia. Mencermati kemanfaatan tersebut maka dibutuhkan kemampuan adaptasi dalam menggunakan media sosial. Sebaliknya, apabila individu

berusaha untuk mengubah lingkungan sesuai dengan keinginan sendiri sifatnya adalah aktif (*alloplastis*), misalnya seorang personel ingin mengubah perilaku bermedia sosial pada personel TNI lain di tempat dia bertugas [29]. Kemampuan adaptasi tersebut dapat berupa personel melakukan pembelajaran mengenai penggunaan media sosial dalam sisi etika. Selain itu adaptasi dapat dilakukan dengan belajar untuk mencermati setiap konten yang masuk, apakah termasuk berita hoaks atau tidak. Pembelajaran tersebut dapat meningkatkan kemampuan adaptasi dari personel TNI. Hal ini dilakukan karena media sosial mengandung berita yang bermacam-macam.

LANDASAN TEORI

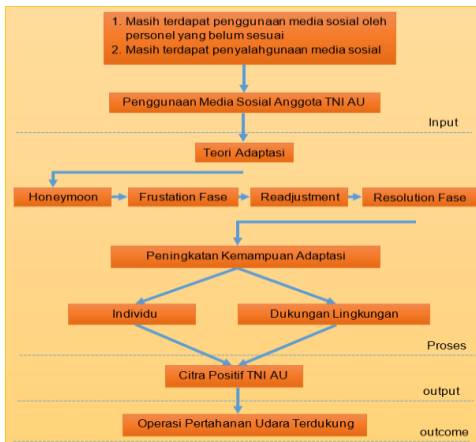
Adaptasi. Adaptasi/penyesuaian diri adalah mengubah diri sesuai dengan keadaan lingkungan tetapi juga mengubah lingkungan sesuai dengan keadaan (keinginan diri) [2], [29]. Mengubah diri sesuai dengan keadaan lingkungan sifatnya pasif (*autoplastik*), misalnya seorang bidan desa harus dapat menyesuaikan diri dengan norma dan nilai-nilai yang dianut organisasi tempat ia bertugas. Adaptasi adalah suatu penyesuaian pribadi terhadap lingkungan, penyesuaian ini dapat berarti mengubah diri pribadi sesuai dengan keadaan lingkungan, juga dapat berarti mengubah lingkungan sesuai dengan keinginan pribadi. Adaptasi mempunyai dua arti. Adaptasi yang pertama disebut penyesuaian diri yang auto plastis (*auto* artinya sendiri, *plastis* artinya bentuk), sedangkan pengertian yang kedua penyesuaian diri yang alloplastis (*allo* artinya yang lain, *plastis* artinya bentuk). Jadi adaptasi ada yang artinya “pasif” yang mana kegiatan pribadi di tentukan oleh lingkungan. Dan

ada yang artinya “aktif” yang mana pribadi mempengaruhi lingkungan terdapat 4 tahapan dalam adaptasi budaya:

- **Honeymoon**, adalah rasa dimana seseorang masih memiliki semangat dan rasa penasaran yang tinggi serta mengebuk-gebu dengan suasana baru yang akan di jalani. Individu tersebut mungkin tetap akan merasa asing, kangen rumah dan merasa sendiri namun masih terlena dengan keramahan penduduk lokal terhadap orang asing.
- **Frustration Fase**, adalah tahap dimana rasa semangat dan perasaan yang mengebuk-gebu tersebut berubah menjadi rasa frustrasi, jengkel dan tidak mampu berbuat apa-apa karena realita yang sebenarnya tidak sesuai dengan ekspektasi yang dimiliki pada awal tahapan.
- **Readjustment**, adalah tahap penyesuaian kembali, di mana seseorang akan mulai untuk mengembangkan berbagai macam cara untuk bisa beradaptasi dengan keadaan yang ada.
- **Resolution Fase**, adalah dimana seiring dengan waktu, seseorang kemudian akan sampai pada 4 kemungkinan diantaranya adalah:
 - **Full participation**, yaitu dia akan mencapai titik nyaman dan berhasil membina hubungan serta menerima kebudayaan yang baru tersebut
 - **Accommodation**, bisa menerima tetapi dengan beberapa catatan dalam hal-hal tertentu tidak bisa ditolerir
 - **Fight**, tidak merasa nyaman namun akan berusaha menjalani sampai dia kembali ke daerah asalnya dengan segala daya upaya
 - **Flight**, dimana secara fisik atau

pun psikologi menghin dari kontak untuk lari dari situasi yang mem buat dia frustrasi.

Kerangka Pemikiran



2. METODE PENELITIAN

2.1. Teknik Pengumpulan Data.

Jenis sumber data yang berupa manusia dalam penelitian pada umumnya sebagai informan. Posisi sumber data yang berupa manusia (narasumber) sangat penting perannya sebagai individu yang memiliki informasi. Peneliti dan narasumber di sini memiliki posisi yang sama, oleh karena itu narasumber bukan sekadar memberikan tanggapan pada yang diminta peneliti, tetapi ia bisa lebih memilih arah dan selera dalam menyajikan informasi yang ia miliki melalui beberapa data sebagai berikut:

- **Data Primer**, dihimpun dalam penelitian ini berupa data wawancara kepada pihak yang terkait dengan kemampuan adaptasi personel TNI AU dalam bermedia sosial untuk meningkatkan citra positif TNI AU yang dipilih sebagai informan penelitian dapat ditentukan dengan menggunakan model *criterion-based*

selection yang didasarkan pada asumsi bahwa subjek tersebut sebagai aktor dalam tema penelitian yang diajukan [17], [34].

- **Data Sekunder**. Data sekunder adalah sumber data yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, sifatnya mendukung keperluan data primer, bisa didapatkan melalui orang lain ataupun melalui dokumen seperti studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku, juga dapat diperoleh berdasarkan catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian. Dalam penelitian ini data diperoleh melalui dokumen-dokumen yang berkaitan kemampuan adaptasi personel TNI AU dalam bermedia sosial untuk meningkatkan citra positif TNI AU.

2.2. Teknik Pengolahan Data.

Pengecekan keabsahan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan uji *credibility* (validitas interbal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas) dan *confirmability* (obyek tifikas). Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji, *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*. Agar data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data [21].

2.3. Teknik Analisis Data.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari dokumentasi, wawancara, dan catatan lapangan dengan cara meng

organisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

3. HASIL PENELITIAN

3.1. Media Sosial

Permasalahan dari media sosial adalah merupakan salah satu contoh dari sebuah media yang berbasis online memiliki banyak pengguna yang tersebar hingga ke seluruh penjuru dunia [3],[6],[7],[8],[10],[13]. Kehadiran media sosial menjadi permasalahan baru yang datang dalam kehidupan seseorang/individu, tanpa melihat kelebihan/kekurangannya telah menjadi bagian hidup manusia. Perkembangan zaman menghasilkan beragam media, salah satunya media sosial. Media sosial merupakan media diinternet yang memungkinkan pengguna untuk mewakili dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual[11]. Media sosial merupakan media digital sebagai tempat realita sosial terjadi dan ruang-waktu para pengguna nya berinteraksi. Media sosial memiliki beberapa karakter yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media lainnya. Beberapa karakteristik media sosial [20] yaitu:

- Jaringan media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau internet adalah membentuk jaringan diantara pengguna nya sehingga kehadiran media sosial memberikan media bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.
- Informasi Informasi menjadi hal yang penting dari media sosial karena

dalam media sosial terdapat aktifitas memproduksi konten hingga interaksi yang berdasarkan informasi.

- Arsip Bagi pengguna media sosial arsip merupakan sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.
- Interaksi Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Fungsinya tidak sekedar memperluas hubungan per teman untuk memperbanyak pengikut di internet. Bentuk sederhana yang terjadi di media sosial dapat berupa memberi komentar dan lain sebagainya.
- Simulasi Sosial Media sosial memiliki karakter sebagai media berlangsungnya masyarakat di dunia virtual (maya). Ibarat sebuah Negara, media sosial juga memiliki aturan dan etika bagi para penggunanya. Interaksi yang terjadi di media sosial mampu menggambarkan realitas yang terjadi akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi yang terkadang berbeda sama sekali.
- Konten oleh Pengguna Karakteristik ini menunjukkan bahwa konten dalam media sosial sepenuhnya milik dan jugaberdasarkan pengguna maupun pemilik akun. Konten oleh pengguna ini menandakan bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten mereka sendiri melainkan juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain.

3.2. Keamanan Bermedia Sosial.

Permasalahan keamanan media sosial adalah bagaimana usaha masing-masing individu untuk menjaga keamanan dan kerahasiaan data yang dimiliki dalam media sosial, sehingga diperlukan beberapa jenis enkripsi agar

data tidak dapat dibaca atau dimengerti oleh sembarangan orang kecuali untuk penerima yang berhak [19],[35]. Pengamanan data tersebut selain bertujuan untuk meningkatkan keamanan data, juga berfungsi untuk:

- Melindungi data agar tidak dapat dibaca oleh orang/pihak yang tidak berhak [33].
- Mencegah agar orang/pihak yang tidak berhak tidak menyisipkan, menghapus, dan merubah data. Selain keamanan dan kerahasiaan data dalam jaringan komputer, konsep ini juga berlaku untuk keamanan dan kerahasiaan data pada internet [32].
- Ancaman paling signifikan terhadap keamanan dari mediasosial pada saat ini bukan berupa ancaman terhadap keamanan fisik, tetapi juga ancaman terhadap keamanan non-fisik yang dapat dibagi dalam 2 (dua) kategori yaitu Intruders dan Malicious Program. Keamanan komputer memiliki cabang yang sangat banyak, dalam masalah keamanan pertambangan untuk keamanan sistem harus diperhatikan seperti keamanan database, keamanan data, komputer, aplikasi, jaringan dan informasi [19].

3.3. Citra Media Sosial.

Dalam bermedia sosial sangat penting menjaga privasi data dan perlu menjaga citra bermedia sosial sehingga reputasi dan prestasi yang hendak dicapai dapat terlindungi. Walaupun citra media sosial merupakan sesuatu bentuk yang abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis, namun wujudnya dapat dirasakan dari hasil penelitian baik dan buruk yang datang dari khalayak atau masyarakat luas. Penilaian atau tanggapan tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat (*respect*),

kesan-kesan yang baik yang berakar pada nilai-nilai kepercayaan. Citra organisasi dianggap sebagai penilaian keseluruhan organisasi dalam pikiran orang-orang [9]. Citra organisasi adalah gambar di benak konsumen tentang organisasi. Citra organisasi adalah hasil dari suatu proses. Proses ini berasal dari ide-ide, perasaan, dan pengalaman konsumen Jasa yang diterima dari organisasi yang ide-ide ini, perasaan dan pengalaman yang diperoleh dari mereka memori dan bentuk citra mental tentang organisasi. Citra organisasi adalah ide, pikiran dan tayangan dari posisi dan menunjukkan bahwa citra organisasi adalah persepsi organisasi. Citra organisasi mencerminkan kinerja organisasi yang dibentuk dalam memori konsumen. Gambar dari tanggung jawab sosial organisasi dapat memiliki efek positif pada citra organisasi dan dalam masyarakat. Sebuah organisasi yang berkomitmen untuk pembangunan ekonomi, etika dalam organisasi, mendukung karyawan dan keluarga mereka, mendukung kelompok nirlaba dan penyediaan kebutuhan masyarakat, memiliki citra yang jauh lebih baik dalam pikiran masyarakat daripada organisasi-organisasi lain [4] dapat dibagi menjadi beberapa citra [15], [17], [22] antara lain:

- **Citra Bayangan.** Citra ini melekat pada individu mengenai anggapan pihak luar tentang pandangan pada organisasinya. Dalam kata lain, citra bayangan adalah citra atau pandangan individu mengenai pandangan dari luar, terhadap organisasinya. Citra ini seringkali tidak tepat, bahkan hanya sekedar ilusi, sebagai akibat dari tidak adanya informasi, pengetahuan atau pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam organisasinya mengenai pendapat/pandangan dari pihak luar. Citra ini bersifat terlalu positif [22], [31], [34].

- **Citra yang Berlaku.** Citra yang berlaku adalah suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. Citra yang tidak berlaku selama nya, karena terbentuk dari pengalaman atau pengetahuan orang luar yang bersangkutan yang tidak memadai. Biasanya citra ini cenderung negatif. Citra ini amat ditentukan oleh banyak sedikitnya informasi yang dimiliki oleh penganut yang mempercayainya. Yang perlu diperhatikan bukan hanya pendapat positif dan negatif, tetapi segenap kesan serta gambaran mental masyarakat terhadap segala macam aspek organisasi.
- **Citra Harapan.** Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen suatu organisasi. Citra ini juga tidak sama dengan citra yang sebenarnya. Citra harapan dirumuskan untuk menyambut sesuatu yang relative baru, yakni ketika khalayak belum memiliki informasi yang memadai dalam organisasi yang memiliki citra positif memiliki keuntungan yaitu :
 - Hubungan yang baik dengan para pemuka masyarakat
 - Hubungan positif dengan pemerintah setempat
 - Resiko krisis yang lebih kecil
 - Rasa kebanggaan dalam organisasi serta khalayak umum baik secara internal dan eksternal.
 - Meningkatkan rasa kepedulian terhadap informasi diantara staf dalam organisasi.

3.4. Perkembangan Media sosial. Perkembangan bermedia sosial [12] dalam beberapa tahun terakhir ini tidaklah mengherankan, karena dalam hasil penelitian ditemukan banyak hal

menarik yang bisa dikatakan sebagai bentuk kebiasaan yang dalam bahasa sosial disebut sebagai budaya, artinya berbeda dari pemahaman masyarakat sebelumnya yang menganggap media sosial harus dijauhkan dari anak-anak karena bisa mengganggu pembelajaran. Akan tetapi ada juga yang bisa mendorong siswa untuk kreatif, berinovatif, dan mampu beradaptasi secara kritis menghadapi serangkaian efek negatif media sosial. Meskipun ada beberapa catatan yang perlu diperhatikan atau sekedar tip dan trik dari para pengajar atau guru untuk menghindari dampak negatif media sosial. Dalam penelitiannya [19], menjelaskan bahwa Hegemoni media sosial dapat dilihat melalui kaca mata psikologi sosial (terapan), meliputi konsep, teori dan hasil penelitian psikologi sosial dalam perilaku individu yang berhubungan dengan topik-topik terkait aktivitas penggunaan media sosial, seperti swafoto, *cyberwar*, belanja daring, personalisasi diri pengguna, dan budaya share. Perilaku manusia yang semakin hari semakin tidak terpisahkan dari (realitas) dunia maya patut menjadi perhatian yang serius, sehingga pada tiap-tiap sub-tema perilaku media sosial sebagaimana yang telah disebutkan di atas dapat ditindaklanjuti menjadi ide penelitian bagi peminat kajian psikologi sosial khususnya, maupun disiplin ilmu lain yang terkait dan diharapkan dari hasil penelitian tiap sub-tema didapatkan hasil dan bahasan spesifik yang memperkaya kajian tentang perilaku penggunaan media sosial. Dalam penelitiannya [18], menjelaskan bahwa penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa berbagai pemberitaan kekerasan yang terjadi di Kota Makassar misalnya hanya melalui media sosial dan pengaruh pemberitaan tersebut akan menciptakan

pembentukan citra negatif kota Makassar. Penelitian dilaksanakan di Kota Makassar dengan data yang ada di media sosial [18]. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari kumpulan tangkapan layar media sosial akun yang memposting berbagai kejadian kekerasan di kota Makassar dan data sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui kajian pustaka, dokumen-dokumen, dan hasil penelitian yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua media sosial yang sering memposting dan memberitakan kejadian kekerasan yang terjadi di kota Makassar yakni *facebook* dan *Instagram*. Media *online* dan media sosial merupakan media komunikasi yang digunakan Humas dalam mencitrakan perguruan tinggi kepada khalayak luas. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dampak penggunaan media online maupun media sosial di perguruan tinggi terhadap peningkatan citra positif perguruan tinggi. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, dengan mengkombinasikan tiga teknik pengambilan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan menggunakan studi kasus Universitas Kristen menunjukkan bahwa penggunaan media online maupun media sosial sangat berdampak signifikan dalam mempengaruhi citra positif UKSW sebagai universitas dengan keberagaman etnis dan pencapaian prestasinya, sehingga khalayak terpengaruh dan terdidik oleh berita tersebut. Dengan demikian masyarakat dapat menilai perguruan tinggi tersebut berkualitas, bertoleransi kuat dan berbudaya. Melalui media *online* dan media sosial, kepercayaan juga muncul dari masyarakat, dan semua ini akan berpengaruh pada citra positif perguruan tinggi. Percepatan informasi menjadi dampak yang harus

dimanfaatkan oleh masyarakat, salah satu bentuk pemanfaatan tersebut adalah menggunakan sumber informasi yang praktis dan tepat. Dari sekian banyak sumber informasi tersebut Internet merupakan sebuah hal yang dianggap mempunyai arus paling cepat dibandingkan yang lain. Dan salah satu bagian dari internet adalah media sosial. Saat ini kita mengenal banyak sekali media sosial. mulai dari *Facebook*, *Twitter*, *BBM*, *LINE*, *Instagram*, *Pinterest*, *Ask.fm* sampai *Path*. salah satu dari media sosial tersebut yang banyak digunakan adalah *Instagram*. Yang dimana saat ini banyak digunakan oleh pribadi maupun kelompok/organisasi, Semenjak media sosial ini diakuisisi oleh *Facebook* pada tahun 2012 penggunaannya terus meningkat. Walaupun media sosial ini hanya memfasilitasi pengguna untuk posting Foto dan Video beserta *effect* untuk menunjangnya, ada juga fasilitas pendukung seperti *Like* dan *Comment*, namun media sosial ini menurut majalah *Marketeers* merupakan media yang sangat populer di kalangan anak muda, dan penggunaan media sosial ini terus meningkat setiap tahun. Dengan memanfaatkan fasilitas yang ada, juga beberapa kerabat, teman dekat, saudara, teman kampus, teman kerja, dan masih banyak lagi orang lain sebagai *Followers*, maka akan adanya potensi hubungan yang kuat antara penggunaan media sosial *Instagram* ini dengan pembentukan citra diri seseorang, khususnya di lingkungan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba.

4. DISKUSI PENELITIAN

4.1. Analisis Data.

Dalam penelitian ini untuk analisis data peneliti menggunakan reduksi data

dimana peneliti hanya fokus terhadap adaptasi personel TNI AU dalam ber media sosial untuk meningkatkan citra positif TNI AU saat ini. Setelah sumber data direduksi langkah selanjutnya adalah penyajian data yang akan disajikan dalam bentuk naratif, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan jawaban informan pada penelitian ini dapat diterangkan bahwa penggunaan media sosial oleh personel TNI AU saat ini dilakukan karena faktor interaksi dan mengikuti perkembangan berita yang sedang beredar di dunia maya. Personel juga menggunakan media sosial untuk media penyaluran informasi bagi masyarakat. Informan dalam menggunakan media sosial selalu mempertimbangan dampak yang mungkin muncul, dikarenakan ada aturan-aturan yang harus dipatuhi mengenai penggunaan media sosial. Selain itu penggunaan media sosial oleh Prajurit TNI AU di era teknologi seperti sekarang ini, dapat dikatakan sangatlah penting. Karena saat ini peran dan pelaksanaan tugas organisasi tidak hanya dalam bentuk kerja nyata, namun juga lewat media sosial personel dapat berbagi informasi atau berita positif dalam konteks tugas pokok TNI.

4.2. Adaptasi Media Sosial.

Bahwa adaptasi media sosial oleh personel TNI AU saat ini berjalan dengan baik [30]. Personel sudah menggunakan media sosial untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai TNI AU, meskipun sebagian besar konten masih berupa penyaluran hobby atau bersifat kepenyangan pribadi personel. Bahkan terdapat personel yang sering diperintahkan untuk pembuatan berbagai macam video yang digunakan oleh satuan seperti contoh dokumentasi kegiatan maupun ucapan. Mengingat bahwa dewasa ini semua

informasi hampir dapat diperoleh melalui media sosial, personel juga harus bisa untuk memilah informasi mana yang perlu diserap dan tidak, karena tidak memungkiri dengan mudahnya akses orang untuk bisa menyebarkan informasi, banyak berita yang mengandung isu hoax/sara dan harus mempertimbangan dampak yang muncul, dikarenakan ada beberapa aturan yang harus dipatuhi.

4.3. Peningkatan Adaptasi Media Sosial.

Secara institusi TNI AU melakukan evaluasi terhadap penggunaan media sosial oleh personelnnya [30], [28]. TNI AU lewat seluruh pimpinan satuan jajaran telah memberikan himbauan yang sifatnya peneakan kepada seluruh personel TNI AU baik militer maupun Pegawai Negeri Sipil untuk selalu bijak menggunakan media sosial, utamanya untuk selalu menjaga citra positif TNI AU. Namun tentunya akan ada *punishment* yang diberikan apabila terdapat penggunaan media sosial yang tidak tepat oleh anggota TNI AU [36]. Guna mengontrol serta mengevaluasi anggota TNI AU yang bermedia sosial tanpa mengganggu privasi yang dimiliki anggota tersebut, TNI AU selalu intens melakukan pengasawan dan memberikan peneakan terhadap penggunaan media sosial oleh setiap Personel TNI AU. Dalam menggunakan media sosial personel harus mematuhi Undang Undang ITE, mematuhi aturan bermedsos yang dibuat pimpinan TNI AU, Intensif mengunggah kegiatan TNI AU, Setiap Admin mengelola Media Sosial dengan baik. Langkah evaluasi dalam penggunaan media sosial dengan meningkatkan kualitas produk unggahan, Aktif merespon netizen/ subscriber/ penonton Media Sosial, Setiap Admin selalu bersikap ramah, sopan, dan

bersahabat.

4.4. Intrepetasi Data.

Penggunaan media sosial oleh personel TNI AU saat ini dilakukan karena faktor interaksi dan mengikuti perkembangan berita yang sedang beredar di dunia maya. Selain itu penggunaan media sosial oleh Prajurit TNI AU di era teknologi seperti sekarang ini, dapat dikatakan sangatlah penting. Karena saat ini peran dan pelaksanaan tugas organisasi tidak hanya dalam bentuk kerja nyata, namun juga lewat media sosial personel dapat berbagi informasi atau berita positif dalam konteks tugas pokok TNI. Adaptasi media sosial oleh personel TNI AU saat ini berjalan dengan baik. Personel sudah menggunakan media sosial untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai TNI AU, meskipun sebagian besar konten masih berupa penyaluran hobby atau bersifat kepenyangan pribadi personel. Dalam melakukan adaptasi personel berusaha untuk memilah informasi yang masuk maupun keluar dari media sosial yang dimilikinya. Secara institusi TNI AU melakukan evaluasi terhadap penggunaan media sosial oleh personelnnya. TNI AU lewat seluruh pimpinan satuan jajaran telah memberikan himbauan yang sifatnya penekanan kepada seluruh personel TNI AU baik militer maupun Pegawai Negeri Sipil untuk selalu bijak menggunakan media sosial, utamanya untuk selalu menjaga citra positif TNI AU. Guna mengontrol serta mengevaluasi anggota TNI AU yang bermedia sosial tanpa mengganggu privasi yang dimiliki anggota tersebut, TNI AU selalu intens melakukan pengasapan dan memberikan penekanan terhadap penggunaan media sosial oleh setiap Personel TNI AU.

5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

- Terdapat hubungan antara penggunaan *Instagram* berdasar kan Kognitif (kebutuhan informasi, wawasan baru, Trend baru) terhadap pembentukan citra diri seseorang.
- Terdapat hubungan antarapenggunaan *Instagram* berdasarkan Integratif Personal (kredibilitas, tingkat stabilitas, kepercayaan dan aktualisasi diri) terhadap pembentukan citra diriseseorang.
- Terdapat hubungan antara penggunaan *Instagram* berdasar kan Integratif Sosial (kemudahan komunikasi, sarana bertukar informasi) terhadap pembentukan citra diri.
- Terdapat hubungan antara penggunaan *Instagram* berdasar kan pelepasan ketegangan (tekanan pikiran, sarana hiburan) terhadap pembentukan citra diri.
- Upaya adaptasi yang dilakukan personel TNI AU saat ini berada pada fase *Full participation*. Karena personel pada saat ini merasa nyaman dan berhasil membina hubungan serta menerima kebudayaan yang baru terkait penggunaan media sosial yang marak digunakan. Upaya adaptasi personel TNI AU dalam menggunakan media sosial di antaranya adalah mentaati peraturan, memisahkan berita hoax, tidak mengunggah berita yang meningkatkan citra negative.
- Proses adaptasi anggota TNI AU dalam penggunaan media sosial di masa mendatang dapat ditingkatkan dengan cara peningkatan dari sisi internal maupun eksternal anggota TNI AU sesuai dengan aturan undang-undang penggunaan media sosial.
- TNI AU memberikan pelatihan bagi

personelnya dalam rangka meningkatkan pengetahuan personel dalam menggunakan media sosial dengan bijak.

- Guna mengontrol serta mengevaluasi anggota TNI yang bermedia sosial tanpa mengganggu privasi yang dimiliki. Mabes TNI dapat menerbitkan aturan mengenai cara pengawasan penggunaan media sosial oleh setiap Personel TNI di bidang komunikasi publik untuk menganalisis kemampuan TNI AU dalam hal ini Dinas Penerangan AU dalam *merelease* konten pada media sosial serta dampaknya bagi citra TNI AU.

REFERENSI

- [1] Aflaha, A. N., & Muslimin, S. (2020). Fenomena Hoax dalam Iklan di Media Sosial Perspektif Etika Bisnis Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(2), 53-64.
- [2] Afriansyah, A., & Santoso, M. B. (2019). Pelayanan Panti Werdha Terhadap Adaptasi Lansia. *Responsive: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi, Sosial, Humaniora Dan Kebijakan Publik*, 2(4), 190-198.
- [3] Agustiah, D., Fauzi, T., & Ramadhani, E. (2020). Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Belajar Siswa. *Islamic Counseling: Jurnal Bimbingan dan Konseling Islam*, 4(2), 181-190.
- [4] Anatan, L. (2009). Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teoritis dan Praktik di Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 8(2), 66-77.
- [5] Anugrahwisesa, A., & Rina, N. (2019). Efektivitas Komunikasi AkunTwitter@ Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 6(3).
- [6] Anwar, F. (2017). Perubahan dan permasalahan media sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 1(1), 137-144.
- [7] Apriananta, Y. J., & Wijaya, L. S. (2018). Penggunaan website dan media sosial dalam membangun citra positif perguruan tinggi. *Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 7(2), 187-209.
- [8] Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- [9] Firmansyah, A. F. (2018). Pengaruh Persepsi Program Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Citra Perusahaan PT. Petrokimia Gresik (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- [10] Golder, S. A., Yardi, S., Marwick, A., & Boyd, D. (2009). *A structural approach to contact recommendations in online social networks*. In *Workshop on searching social media, SSM*.
- [11] Gudykunst, W. B., & Lee, C. M. (2003). *Assessing the validity of self-construal scales: A response to Levine et al.* *Human Communication Research*, 29(2), 253-274.
- [12] Juditha, C. (2018). *Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation* (Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta

- Antisi pasinya). Pekommas, 3(1), 261723.
- [13] Kamal, M. (2020). Media Sosial Sebagai Budaya Baru Pembelajaran di SD Muhammadiyah 9 Malang. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 17-27.
- [14] Lengkong, S. L., Sondakh, M., & Londa, J. W. (2017). *Strategi public relations dalam pemulihan citra perusahaan (studi kasus rumah makan kawan baru megamas manado)*. *Acta Diurna Komunikasi*, 6(1).
- [15] Lubis, E. E. (2012). Peran humas dalam membentuk citra pemerintah. *Jiana (Jurnal Ilmu Administrasi Negara)*, 12(1).
- [16] Luhmann, M., & Intelisano, S. (2018). *Hedonic adaptation and the set point for subjective well-being*. *Handbook of well-being*.
- [17] Madengke, A. N., Sumampouw, H. J., & Punuindoong, A. Y. (2017). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Citra Perusahaan Jasa Penyewaan Alat Berat Pada PT. Buana Oto Mandiri. *Jurnal Admi nistrasi Bisnis (JAB)*.
- [18] Mukti, I., Oruh, S., & Agustang, A. (2021). Efek Pemberitaan Kekerasan Di Media Sosial Terhadap Citra Negatif Kota Makassar. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 5(4).
- [19] Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku pengguna media sosial beserta implikasinya ditinjau dari perspektif psikologi sosial terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36-44.
- [20] Nasrullah, R., & Rustandi, D. (2016). Meme dan Islam: Simulakra Bahasa Agamadi Media Sosial. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 10(1), 113-128.
- [21] Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- [22] Qashmal, Z & Ahmadi, D. (2015). Hubungan penggunaan media sosial Instagram terhadap pembentukan citra diri (Doctoral dissertation, Fakultas Komunikasi (UNISBA)).
- [23] Rahadhini, M. D. (2010). Peran public relations dalam membangun citra perusahaan melalui program Corporate Social Responsibility. *Jurnal ekonomi dan kewirausahaan*, 10(1), 11-21.
- [24] Rinaldi, U. (2018). Analisis Corporate Social Responsibility PT Telkomsel Area Pontianak Dalam Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Integra*, 3(1), 001-010.
- [25] Rohmah, N. (2021). Adaptasi Kebiasaan Baru Di Masa Pandemi Covid-19. *AL- MIKRAJ: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora* (E-ISSN:2745-4584), 1(2), 78-90.
- [26] Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *no. December*.
- [26] Sari, M. P., & Lubis, E. E. (2017). Fenomena penggunaan media sosial instagram sebagai komunikasi pembelajaran agama Islam oleh mahasiswa fisip universitas Riau (Doctoral dissertation, Riau University).
- [27] Selwyn, N. (2012). Social media in higher education. *The Europa world of learning*, 1(3), 1-10.

- [28] Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Huma niora*, 16(2).
- [29] Simanjuntak, D., & Fitriana, R. (2020). *Gegar Budaya, Adaptasi, dan Konsep Diri Sumber Daya Manusia Pariwisata dalam Menyongsong Era New Normal. Society:Program Studi Per hotelan, STIE Pariwisata YAPARI Bandung, Jawa Barat, Indonesia.*
- [30] Sujana, B. A. (2021). Dinamika Komunikasi Dalam Menghadapi Adaptasi Budaya. *Studia Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 4-12.
- [31] Sutojo, S. (2004). *Membangun citra perusahaan.*Jakarta:Damar Mulia Pustaka, 160.
- [32] Tenia, H. (2017). Pengertian Media Sosial.Diakses28/01/2018 melalui <https://www.kata.co.id/Pengertian/Media-Sosial/879>.
- [33] Van Dijk, T.A., 2013. *News analysis: Case studies of international and national news in the press.* London: Routledge.
- [34] Wati, L., & Faradita, A. S. (2019). *Program Corporate Social Responsibility PT. Angkasa Pura II (Persero) Dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Program Kepedulian Sosial 2019).* *Dialektika Komunika: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah*, 7(1), 53- 67.
- [35] Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan media sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69-74.
- [36] Winata, A., Chalik, A. A., & Syamsudin, C.(2014). *Adaptasi Sosial Mahasiswa Rantau Dalam Mencapai Prestasi Akademik (Studi pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Kesejah teraan Sosial Angkatan 2008 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bengkulu di Kelurahan Kandang Limun Kota Bengkulu)* (Doctoral dissertation, Universitas Bengkulu).