

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *STORY* INSTAGRAM TERHADAP  
PEMBENTUKAN CITRA DIRI ALUMNI SMA UII YOGYAKARTA 2019**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Ilmu Komunikasi**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**Disusun Oleh :**

**Anas Rulyawati Niasiti**

**19107030107**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2025**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

---

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang betanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Anas Rulyawati Niastiti

Nomor Induk : 19107030107

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Advertising

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 03 Desember 2024

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



Anas Rulyawati Niastiti

NIM. 19107030107

## NOTA DINAS



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281



### NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Anas Rulyawati Niasiti  
NIM : 19107030107  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

#### **PENGARUH MEDIA SOSIAL *STORY* INSTAGRAM TERHADAP PEMBENTUKAN CITRA DIRI ALUMNI SMA UH YOGYAKARTA 2019**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 03 Desember 2024

Pembimbing

**Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos., M.Si**  
NIP. 19790720 200912 2 001

## HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-308/Un.02/DSH/PP.00.9/03/2025

Tugas Akhir dengan judul : Pengaruh Media Sosial Story Instagram Terhadap Pembentukan Citra Diri Alumni SMA  
UII Yogyakarta 2019

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ANAS RULYAWATI NIASTITI  
Nomor Induk Mahasiswa : 19107030107  
Telah diujikan pada : Kamis, 30 Januari 2025  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR

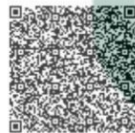


Ketua Sidang

Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si

SIGNED

Valid ID: 67c6839ac8e78



Penguji I

Alip Kunandar, S.Sos., M.Si

SIGNED

Valid ID: 67c190902a570



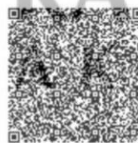
Penguji II

Tariq Yazid, S.I.Kom., M.A.

SIGNED

Valid ID: 67c548eb2a670

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



Yogyakarta, 30 Januari 2025

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.

SIGNED

Valid ID: 67c922908e92b

## MOTTO

“It will pass”

(Rachel Vennya)



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:**

**Prodi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
Yogyakarta**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

### **Bismillahirrahmanirrahiim**

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun kita menuju zaman yang terang benderang.

Atas izin Allah SWT, skripsi ini dapat terselesaikan. Penyusunan skripsi ini ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan kerendahan hati peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
2. Dr. Mokhamad Mahfud, S.Sos.I. M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
3. Ibu Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah berkenan memberikan bimbingan, arahan, dan masukan dalam membimbing peneliti sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Alip Kunandar S.Sos., M.Si, selaku penguji 1 yang berkenan memberikan arahan, bimbingan, serta masukan agar penulisan skripsi ini lebih baik.
5. Tariq Yazid, S.I.Kom., M.A. selaku penguji 2 yang berkenan memberikan arahan, bimbingan, serta masukan agar penulisan skripsi ini berjalan dengan baik.
6. Kedua Orang Tua saya, Ibu dan Bapak serta kakak saya Kinan Aji dan Donna Savira yang selalu memberikan doa serta motivasi dan juga

dukungan penuh selama menempuh pendidikan hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Teman-teman terdekat saya, Nadia Sekar, Shafira, Inawati, Naya, Tyas, Avida, Tedy Setya Rumpaka, serta Kresna Mukti yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan yang telah membantu dan memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
9. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah berjasa membantu dalam penelitian skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan atas segala bantuan, dukungan, doa, dan semangat bagi peneliti. Aamiin

Yogyakarta, 03 Desember 2024

Peneliti

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
Anas Rulyawati Niastiti  
NIM: 19107030107

## DAFTAR ISI

|                                        |      |
|----------------------------------------|------|
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | ii   |
| NOTA DINAS .....                       | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                | iv   |
| MOTTO .....                            | v    |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....              | vi   |
| KATA PENGANTAR .....                   | vii  |
| DAFTAR TABEL .....                     | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....                    | xiii |
| ABSTRACT .....                         | xiv  |
| BAB I .....                            | 1    |
| PENDAHULUAN .....                      | 1    |
| A. Latar Belakang Masalah.....         | 1    |
| B. Rumusan Masalah” .....              | 6    |
| C. Tujuan Penelitian” .....            | 6    |
| D. Manfaat Penelitian” .....           | 6    |
| E. Tinjauan Pustaka” .....             | 7    |
| F. Landasan Teori.....                 | 10   |
| G. Kerangka Pemikiran.....             | 21   |
| H. Hipotesis” .....                    | 22   |
| I. Definisi Konseptual .....           | 23   |
| J. Definisi Operasional .....          | 26   |
| K. Metode Penelitian .....             | 30   |
| 1. Jenis penelitian.....               | 30   |
| 2. Waktu dan Lokasi Penelitian .....   | 30   |
| 3. Populasi dan Teknik Sampling .....  | 30   |
| 4. Metode Pengumpulan Data .....       | 31   |

|                                                    |     |
|----------------------------------------------------|-----|
| 5. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....  | 33  |
| 6. Metode Analisis Data .....                      | 34  |
| BAB II .....                                       | 36  |
| GAMBARAN UMUM .....                                | 36  |
| A. Media Sosial Instagram .....                    | 36  |
| B. Story Instagram dan Penggunaan .....            | 38  |
| C. Alumni SMA UII Yogyakarta tahun 2019 .....      | 42  |
| D. Citra Diri .....                                | 44  |
| E. Pengaruh Media Sosial terhadap Citra Diri ..... | 45  |
| BAB III .....                                      | 49  |
| PEMBAHASAN .....                                   | 49  |
| A. Deskripsi Penelitian .....                      | 49  |
| B. Karakteristik Responden .....                   | 49  |
| C. Uji Validitas dan Reliabilitas .....            | 50  |
| D. Distribusi Frekuensi Variabel .....             | 53  |
| E. Uji Asumsi .....                                | 78  |
| F. Analisis Regresi Linier Sederhana .....         | 81  |
| G. Pembahasan .....                                | 84  |
| BAB IV .....                                       | 96  |
| PENUTUP .....                                      | 96  |
| A. Kesimpulan .....                                | 96  |
| B. Saran .....                                     | 97  |
| DAFTAR PUSTAKA .....                               | 98  |
| LAMPIRAN .....                                     | 103 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                          |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. Tinjauan Pustaka.....                                                                           | 8  |
| Tabel 2. Kerangka Pemikiran .....                                                                        | 21 |
| Tabel 3. Operasional Variabel X (Story Instagram) .....                                                  | 26 |
| Tabel 4. Operasional Variabel Y (Citra Diri) .....                                                       | 28 |
| Tabel 5. Skala Likert.....                                                                               | 32 |
| Tabel 6. Jenis Kelamin Responden .....                                                                   | 50 |
| Tabel 7. Uji Validitas Variabel Story Instagram (X) .....                                                | 51 |
| Tabel 8. Uji Validitas Variabel Citra Diri (Y) .....                                                     | 51 |
| Tabel 9. Uji reliabilitas variabel Story Instagram (X).....                                              | 52 |
| Tabel 10. Uji reliabilitas variabel citra diri (Y) .....                                                 | 53 |
| Tabel 11. Pengabdian setiap moment melalui story Instagram.....                                          | 53 |
| Tabel 12. Penggunaan fitur tambahan musik, stiker (lokasi, hashtag, emoji) konten diunggah.....          | 54 |
| Tabel 13. Kebiasaan mengunggah lebih dari 1 story Instagram dalam sehari.....                            | 55 |
| Tabel 14. Menggunakan story Instagram untuk membagikan kegiatan penting dalam kehidupan sehari-hari..... | 56 |
| Tabel 15. Seing menghabiskan waktu untuk melihat story teman.....                                        | 56 |
| Tabel 16. Merasa puas setelah posting Story Instagram .....                                              | 57 |
| Tabel 17. Melihat story Instagram dalam waktu 15 menit saat menunggu seseorang.....                      | 58 |
| Tabel 18. Tertarik eksplor fitur-fitur baru di Instagram.....                                            | 59 |
| Tabel 19. Merasa percaya diri setelah memposting story lucu di Instagram .....                           | 60 |
| Tabel 20. Saat membuka Instagram, biasanya langsung melihat story teman atau influencer .....            | 61 |
| Tabel 21. Memperhatikan secara detail story Instagram yang di upload.....                                | 62 |
| Tabel 22. Story Instagram mempengaruhi pandangan tentang gaya hidup atau kebiasaan .....                 | 63 |
| Tabel 23. Menemukan tips menarik lalu membagikan di story Instagram. ....                                | 64 |
| Tabel 24. Mengikuti tren yang sedang ramai di media sosial Instagram.....                                | 65 |
| Tabel 25. Feedback orang lain yang dapat mempengaruhi citra diri .....                                   | 66 |
| Tabel 26. Merasa cemas saat orang lain melihat story kita.....                                           | 67 |
| Tabel 27. Sering membandingkan story dengan orang lain.....                                              | 68 |
| Tabel 28. Menggunakan filter saat selfie di Instagram .....                                              | 70 |
| Tabel 29. Penampilan di story Instagram mencerminkan gaya pribadi .....                                  | 72 |
| Tabel 30. Memperhatikan detail penampilan untuk memastikan tampil menarik .....                          | 73 |
| Tabel 31. Membagikan pencapaian dan kemampuan di berbagai bidang.....                                    | 74 |
| Tabel 32. Berbagai momen tantangan hidup di story Instagram .....                                        | 76 |

|                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 33. Termotivasi untuk belajar dan berkembang setelah seseorang menampilkan<br>pencapaiannya..... | 77 |
| Tabel 34. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....                                                     | 79 |
| Tabel 35. Anova Table.....                                                                             | 80 |
| Tabel 36. Model Summary .....                                                                          | 81 |
| Tabel 37. Model Anovaa.....                                                                            | 82 |
| Tabel 38. Coefficientsa .....                                                                          | 82 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. Survey Pengguna Media Sosial di Indonesia .....                       | 2  |
| Gambar 2. Story Instagram .....                                                 | 12 |
| Gambar 3. Highlight Instagram Alumni SMA UII Yogyakarta 2019.....               | 13 |
| Gambar 4. Story Instagram alumni SMA UII Yogyakarta .....                       | 39 |
| Gambar 5. Story Instagram menggunakan fitur Tata Letak.....                     | 40 |
| Gambar 6. Story Instagram menggunakan fitur "Add Yours" atau Giliran Anda ..... | 41 |



## ABSTRACT

*Social media plays a crucial role in shaping self-image, with Story Instagram being a primary feature for self-presentation. Based on the Uses and Effects Theory, which states that individuals use media to fulfill their needs and that media produces measurable effects, this study analyzes the impact of Story Instagram usage on the self-image of alumni from SMA UII Yogyakarta, class of 2019. This research employs a quantitative approach with a Likert-scale questionnaire to measure the frequency and intensity of Story Instagram usage and its impact on self-image. Data were collected through an online survey and analyzed using simple linear regression with SPSS to determine the relationship between the two variables.*

*The results indicate a significant relationship between Story Instagram usage and self-image, with an  $R^2$  value of 0.648. This means that 64.8% of the variance in self-image can be explained by Story Instagram usage, while 35.2% is influenced by other factors outside this study. These findings confirm the strong influence of social media on self-perception, supporting the Uses and Effects Theory. This study helps understand how Story Instagram shape self-image among young adults. Future research may explore additional factors such as social comparison and self-validation to provide deeper insights.*

*Keywords: sosial media, story Instagram, self image, alumni SMA UII Yogyakarta 2019, Uses and Effect Theory*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

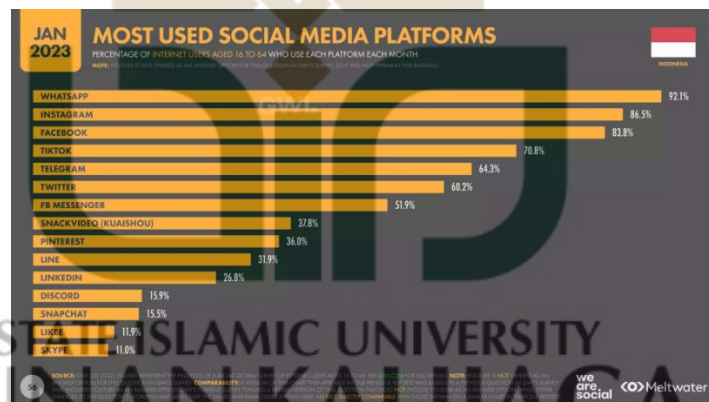
### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi komunikasi memberikan ruang dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak. Pemilihan media dalam menyampaikan pesan dalam komunikasi merupakan sebuah faktor yang perlu diperhatikan dalam mempengaruhi efektifitas dan penggunaan pesan kepada khalayak. Media sosial merupakan media online yang mempermudah bagi khalayak dalam penggunaan, berbagi hingga dapat mengeluarkan ide ataupun gagasannya dan juga dapat dibagikan diberbagai seluruh media sosial dalam bentuk yang paling umum sekalipun (Lestari and Yulianita 2023). Melalui media sosial semua khalayak dapat terhubung dan bisa berkomunikasi kapanpun dan dimanapun dengan menggunakan jaringan internet. Melalui platfrom Instagram, masyarakat khususnya remaja bisa dengan bebas untuk mempublikasikan berbagai aktivitas, meluapkan perasaan, foto dan video pendek untuk disampaikan pada publik luas melalui akun media sosial Instagram guna membentuk identitas diri mereka.

Identitas adalah bagian penting dalam konsep diri. Konsep diri tidak hanya sebagai gambaran deskriptif, namun pada penilaian anda mengenai diri sendiri. Konsep diri mencakup pemikiran dan perasaan seseorang tentang dirinya sendiri. Semua pandangan individu dan perasaan mengenai dirinya sebagai suatu objek membentuk konsep diri. Identitas diri adalah ciri khas yang dimiliki oleh seorang individu yang memungkinkannya untuk membedakan dirinya secara jelas dengan individu lain (Maryani 2023). Siapa yang tidak ingin keberadaannya diakui oleh orang lain? Setiap orang pasti ingin bahkan berusaha untuk

mencapainya. kemudian pada ruang lingkup media sosial, menarik perhatian dan membangun citra dapat dianggap dengan ke-eksistensian diri.

Aplikasi Instagram mendukung bagi para pengguna untuk memberitahukan kepada masyarakat mengenai konten yang mereka buat. Instagram dapat digunakan untuk berbagai hal mulai dari pribadi hingga sebagai wadah untuk mengekspresikan citra diri. Penggunaan Instagram telah menjadi kegiatan baru yang sangat menarik perhatian banyak orang. Saat ini Instagram sering disebut dengan istilah “gallery kedua”, karena bisa digunakan untuk tempat dalam menyimpan hasil foto dan video yang mereka unggah, lalu dapat dilihat para pengguna lain. Hal ini menurut We Are Social yang diakses pada tanggal 8 Februari 2025 menempatkan WhatsApp berada di angka 90,9%, Instagram sebesar 85,3%, dan Facebook di angka 81,6%.



Gambar 1. Survey Pengguna Media Sosial di Indonesia

Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

Sebagai platform media sosial paling populer dan berkembang, tentunya Instagram menyediakan berbagai jenis bentuk komunikasi agar bisa digunakan dan disukai oleh penggunanya. Instagram memiliki tampilan yang modern dan memanjakan bagi pengguna dengan kemudahan dan

variasi fitur yang ditawarkan dibanding dengan platform media sosial yang lain.

Media sosial Instagram pada saat ini telah menjadi sarana bagi banyak orang, terutama remaja untuk meluapkan perasaannya. Contohnya banyak yang memilih untuk mengekspresikan diri melalui unggahan *Story* Instagram, seringkali dengan menambahkan visual lagu, video, atau gambar yang menggambarkan perasaan mereka. Namun dalam beberapa situasi apa yang mereka publikasikan di media sosial tidak mencerminkan kehidupan sosial mereka yang sebenarnya. Saat mereka membagikan sisi hidupnya dengan penuh kesenangan, seringkali kenyataannya adalah bahwa mereka merasa kesepian. Sebagai makhluk kreatif, manusia mampu menciptakan beragam hal, termasuk ruang interaksi di dunia maya. Setiap orang dapat menunjukkan karakter diri yang berbeda ketika berada di dunia maya dibandingkan dengan dunia nyata (Rejeki, Komalawati, and Indriyanti 2020). Pengguna semakin nyaman untuk menghabiskan waktu di Instagram karena adanya fitur-fitur baru, salah satunya adalah *story* Instagram.

Setiap individu memiliki kecenderungan tertentu saat mengekspresikan diri mereka pada orang lain, baik secara langsung ataupun di media sosial. Informasi yang biasanya dirahasiakan ini seringkali dipublikasikan, terutama melalui cerita di Instagram, dan dengan demikian dapat diakses oleh pengguna lainnya. Proses ini dikenal sebagai *self disclosure*, di mana seseorang membagikan informasi pribadi yang sebelumnya disembunyikannya (Wafiah, Amrullah, and Hatta 2020). Berbagai unggahan foto, pernyataan (kata-kata) motivasi dan gagasan kritis di berbagai media sosial mencerminkan respon atau reaksi terhadap realitas sosial dan merupakan komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan

berbagai informasi. Fitur *story* di Instagram merupakan fitur untuk membagikan karya dan momen dalam bentuk foto maupun video. Banyak pengguna memanfaatkan fitur ini untuk membagikan konten berupa foto, video, teks dan lainnya, sehingga akun Instagram mereka terlihat lebih aktif (Krismasakti 2019).

Dengan adanya fitur *story* Instagram membuat setiap individu ingin menunjukkan citra diri yang mereka punya dan juga membentuk rasa ingin diakui oleh semua orang. Ditambah dengan adanya fitur respon seperti emoji, komentar, menganggap bahwa hal tersebut menjadikan salah satu bentuk dari citra diri di sosial media (Fathoni 2018). Citra diri dapat terbentuk melalui pembagian foto tentang diri kita pada laman Instagram. Instagram merupakan bagian dari komunikasi visual yang memiliki kemampuan untuk membangun citra seseorang. Citra itu sendiri adalah hasil penilaian seseorang terhadap dirinya, yang didasarkan pada cara pandang dan pemahaman atas gambaran yang telah diproses, diatur yang tersimpan pada pikirannya (Adilia and Wijayani 2024). Citra bisa dinilai lewat cara pandangan, kesan atau tanggapan seseorang dengan maksud untuk mengetahui dengan jelas apa yang terdapat pada pikiran setiap manusia terhadap suatu objek, bagaimana cara mereka memahami serta apa yang mereka suka atau tidak suka terhadap objek. Setiap individu memiliki pandangan yang berbeda tentang citra suatu objek, bergantung pada persepsi yang mereka miliki terhadap objek itu. Sebaliknya, citra bisa diterima secara relatif oleh setiap orang dalam masyarakat, dan sering disebut dengan opini publik (Kertamukti, 2015).

Penggunaan media sosial secara berlebihan dikalangan remaja dan kemajuan teknologi yang semakin canggih menyebabkan terjadinya perubahan dalam cara pandang mereka terkait ekspresi dan pembentukan

citra diri mereka. Fasilitas instagram sebagai platform untuk berbagi video dan foto memberi pengguna perspektif untuk berbagi setiap momen pada kehidupan sehari-hari mereka dengan orang lain dan menggunakan platform untuk berbagi video dan foto, seperti tempat yang pernah mereka kunjungi, makanan dan minuman yang dibeli, dan pakaian yang dikenakan ke dalam instagramnya termasuk perasaan yang saat itu dialami dengan menambahkan musik, untuk ditampilkan kepada teman-temannya (pengikut) dan pengguna lain (Rakanda 2020) Hal ini menunjukkan bahwa seorang remaja ingin membentuk identitas dirinya melalui media sosial agar dapat diterima oleh teman lain maupun followers di instagram. Bagi seorang muslim wajib bagi kita dalam berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadist untuk menjadi bahan pegangan dalam kehidupan sehari-hari, kita dapat merenungkan bagaimana peran media sosial, seperti *Story* Instagram, dapat memengaruhi pembentukan citra diri remaja. Sebagaimana firman Allah SWT yang dinyatakan pada surah Al Hujurat ayat 13

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۚ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: “Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling takwa di antara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal” (Surah Al Hujurat : 13).

Alquran mengajarkan pentingnya akhlak yang baik, penghargaan terhadap orang lain, dan nilai-nilai moral dalam interaksi sosial. Dalam era digital ini, ketika remaja semakin terlibat dalam dunia media sosial, pesan-pesan Alquran tetap relevan (Mahendra 2017). Ayat ini

mengingatkan kita bahwa bagaimana kita berkomunikasi dan berinteraksi secara online juga memengaruhi identitas dan akhlak kita sehingga dapat memperlakukan orang lain dengan hormat, saling mengenal, dan memperhatikan etika-etika media sosial yang dapat mempengaruhi citra diri seseorang (Romaboida Situmorang and Rahma 2023). Maka, penting bagi remaja untuk merenungkan pesan-pesan Alquran ini dalam penggunaan mereka atas media sosial, dan hal ini dapat membantu mereka untuk membentuk citra diri yang sehat dan positif.

Pada penelitian ini memiliki tujuan yaitu, untuk mengetahui bagaimana alumni SMA UII Yogyakarta memaknai apa pengaruh media sosial *Story* Instagram dalam membentuk citra diri mereka dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan urgensi dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh identitas online melalui *story* Instagram serta respons yang didapat dari orang lain.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti dan dibahas yaitu “Seberapa Besar Pengaruh Media Sosial *Story* Instagram dalam membentuk Citra Diri?”

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Media Sosial *Story* Instagram dalam membentuk Citra Diri.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dibidang komunikasi, khususnya mengenai pengaruh media sosial Instagram sebagai pembentuk citra diri. Dan

juga untuk menggali fungsi ilmu komunikasi di media sosial.

## 2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini di harapkan dapat menjadi sebuah masukan yang menambah dan memperluas penelitian-penelitian mengenai media interaksi dan komunikasi.

## E. Tinjauan Pustaka

Suatu penelitian diperlukan adanya tinjauan pustaka untuk meninjau penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian ini, adapun tinjauan pustaka yang peneliti gunakan sebagai berikut



Tabel 1. Tinjauan Pustaka

| No | Nama                   | Judul Penelitian                                                                                                                    | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Persamaan                                                                                                       | Perbedaan                                                                                                                                                                     |
|----|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Nur Adawiyah Setiawati | Hubungan Antara Perbandingan Sosial Dan Citra Tubuh Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial <i>Instagram</i>                           | Hasil dari penelitian ini merupakan sebagian besar subjek memiliki perbandingan sosial kategori sedang dan citra tubuh kategori sedang juga. Selain itu, ditemukan bahwa subjek laki-laki memiliki <i>body area satisfaction</i> (kepuasan pada bagian tubuh) yang lebih tinggi dibandingkan perempuan dan <i>appearance orientation</i> (orientasi penampilan) subjek pada laki-laki lebih rendah di bandingkan mahasiswa perempuan. Hasil ditemukan bahwa subjek sering melakukan perbandingan sosial dengan teman dekat, orang tidak di kenal. Selebritis dan hanya sedikit perbandingan dengan keluarga | Metode penelitian menggunakan kuantitatif.                                                                      | Teori yang digunakan oleh peneliti terdahulu menggunakan teori perbandingan sosial sedangkan peneliti menggunakan teori <i>Uses and Effect</i> .                              |
| 2  | Selfi Oktarestiyanti   | Pengaruh feed pada <i>Instagram</i> terhadap citra diri mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau | Hasil dari penelitian dapat di simpulkan bahwa semakin bagus atau rapi <i>feed Instagram</i> seseorang maka akan semakin menunjukan citra dirinya kepada <i>followersnya</i> .                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Metode penelitian yang digunakan menggunakan penelitian kuantitatif. Dalam penelitiannya terdapat dua variabel. | Objek penelitian dari peneliti terdahulu mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Riau Angkatan 2018, sedangkan objek peneliti menggunakan Alumni SMA UII Yogyakarta 2019. |
| 3  | Rifa Andina            | Pengaruh penggunaan fitur <i>Instagram stories</i> terhadap                                                                         | Hasil penelitian ini adalah dapat disimpulkan bahwa penggunaan fitur <i>Instagram stories</i> memiliki pengaruh                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Topik yang dipilih sama – sama membahas                                                                         | Objek penelitian dari peneliti terdahulu menggunakan siswa SMP N 1 Sidoharjo,                                                                                                 |

|  |  |                                           |                                             |                                                  |                                                                 |
|--|--|-------------------------------------------|---------------------------------------------|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
|  |  | pengungkapan diri siswa SMP N 1 Sidoharjo | yang signifikan terhadap pengungkapan diri. | pengaruh dari penggunaan <i>Story</i> Instagram. | sedangkan peneliti menggunakan alumnin SMA UII Yogyakarta 2019. |
|--|--|-------------------------------------------|---------------------------------------------|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|



## F. Landasan Teori

### 1. *Uses and Effect*

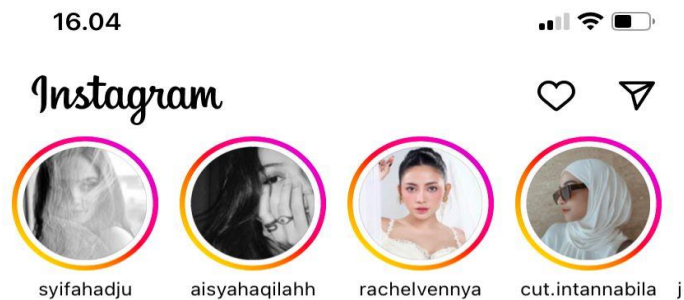
Teori ini pertama kali dikemukakan Sven Windahl (1979) adalah penggabungan antara pendekatan *Uses and Gratification* dengan teori tradisional tentang efek. Dalam pemikiran ini “uses” (penggunaan) memegang peranan penting dan utama (Laili Tanika and Muhibbin 2023). Pengetahuan tentang penggunaan media atau penyebabnya, dapat membuka jalan untuk pemahaman dan perkiraan kepada hasil dari proses komunikasi massa. Teori ini penjelasan dari teori *Uses and Gratification*, dimana teori *Uses and Gratification* khalayak dianggap sebagai pengguna (*uses*) aktif media untuk memenuhi kepuasan (*gratification*). *Uses and Gratification* lebih menjelaskan mengenai penggunaan media yang ditentukan oleh kebutuhan dasar individu, sementara teori *Uses and Effect* memberikan penekanan kebutuhan hanyalah salah satu dari banyak faktor yang memengaruhi penggunaan media. Oleh karena itu, *Teori Uses and Effect* adalah teori yang menjelaskan hubungan antara pengguna, media, *audience*, dan efek yang ditimbulkan (Sari 2016).

Dalam situasi berbeda, definisi itu bisa menjadi proses yang lebih rumit, dimana konten tertentu diakses pada keadaan tertentu, dalam memenuhi fungsi tertentu dan berhubungan dengan harapan yang ingin tercapai. Pada *Uses and Gratifications*, penggunaan media pada dasarnya ditentukan pada kebutuhan dasar seseorang, sedangkan dalam *Uses and Effects*, kebutuhan hanyalah salah satu dari banyak faktor yang mempengaruhi penggunaan media (Nevyra 2021). Karakteristik individu, ekspektasi dan pandangan terhadap media, serta tingkat akses ke media, mempengaruhi keputusan individu dalam memakai atau tidak memakai konten media massa. Pada teori ini menjelaskan metode untuk

mengidentifikasi kebutuhan psikologis, dampak media akan berpengaruh pada akses media jika kebutuhan telah terpenuhi. Asumsi dari teori ini adalah bagaimana media dan kontennya menciptakan dampak pada individu tertentu. Hasil pada proses ini yang berkaitan dengan pemanfaatan media dan konten disebut sebagai efek. (Nursafira 2023). Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Effects*, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh efek yang dihasilkan terhadap pembentukan citra diri melalui *story* instagram. Teori *Uses and Effects* menjadikan peneliti landasan teori pada penelitian ini karena, arena teori ini dapat memberikan pemahaman kepada peneliti bahwa kebutuhan merupakan salah satu faktor yang mendorong penggunaan media serta menghasilkan suatu efek. Karakteristik individu, harapan, persepsi terhadap media, serta tingkat akses ke media, akan memengaruhi keputusan individu untuk memilih apakah akan menggunakan media tersebut atau tidak.

## 2. **Story Instagram**

Media baru yang sangat populer adalah Instagram. Instagram adalah *platform* jejaring sosial yang dikenal luas pada kalangan anak muda dengan menggunakan foto dan video sebagai sarana komunikasi. Instagram memberikan kepada pengguna untuk bisa merekam video sampai batas 60 detik yang diberikan dan disebut sebagai *story* Instagram.



Gambar 2. Story Instagram

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Aplikasi *story* Instagram mempunyai berbagai fitur yang menarik sebagai tanda untuk menginformasi kepada para pengguna. Ada berbagai fitur menarik yang bisa digunakan dalam Instagram (Macon, 2017), yaitu:

- a. *Photo Profile*: Sebagai foto identitas diri di media sosial.
- b. *Username*: Nama pengguna sebagai identitas pengenalan di media sosial.
- c. *Like*: Sebagai tanda pengguna yang menyukai foto atau respon yang diberikan pengguna.
- d. *Comment*: Sebagai respon dalam bentuk tulisan kepada pengguna lain di media sosial.
- e. *Caption*: memberikan teks atau emoji untuk mengekspresikan suatu gambar yang telah diunggah pengguna.
- f. *Mention*: Membuat link dari post pada akun pengguna yang akan dituju.
- g. *Timeline/Feed*: membagikan foto atau video yang dibagikan pengguna di laman utama profil dan disertakan menggunakan *caption*.

- h. *Story*: Fitur ini memiliki durasi sampai 24 jam, lalu akan hilang pada pengguna lain, dan tampilan foto atau video memiliki durasi 5 -15 detik dengan tambahan opsi *filter* yang bervariasi.

Instagram berusaha dalam memberikan fitur-fitur terbaiknya, salah satunya adalah *story* Instagram. Tahun 2017 Instagram meluncurkan dua fitur baru yaitu fitur *story archive* dan fitur *story highlight* (Josina, 2017). Fitur *story highlight* memberikan tempat bagi pengguna untuk mengumpulkan beberapa hasil *story* yang dibuat pada Instagram dan di masukan pada kategori pilihan. Maksimum *story* pada satu *highlight* yaitu 100 *story*. Fitur ini berada pada bagian bawah biografi pengguna di laman profil Instagram (Laili Tanika and Muhibbin 2023). *Story highlight* bisa bertahan lebih lama daripada *story* Instagram pada halaman profil pengguna yaitu lebih dari 24 jam, asalkan pengguna masih ingin menampilkan foto atau video yang dibagikannya (Josina, 2017). Bagi penggunaan *stories highlight* di Instagram, ada opsi dalam membuat sampul (*cover*) sendiri ataupun menggunakan tampilan yang telah disediakan oleh Instagram.



Gambar 3. *Highlight* Instagram Alumni SMA UII Yogyakarta 2019

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Fitur *story* Instagram paling pertama setelah *story highlight*, pengguna dapat membagikan foto dan video yang dibuat dan akan secara otomatis tersedia selama 24 jam dan dapat dilihat bagi pengguna lain yang berteman pada akun pengguna di Instagram (Amâncio, 2017). Bagi pengguna yang tidak mau membagikan foto atau video yang bisa dilihat selamanya, mereka dapat memutuskan untuk membiarkan unggahannya selama 24 jam agar dapat diakses oleh pengguna lain atau ingin mempertahankannya lebih dari 24 jam dengan memasukkannya ke dalam koleksi di fitur *story highlight*. *Story* merupakan sebuah trend baru pada media sosial yang bisa dipelajari dan memiliki tujuan, seperti memahami perubahan media sosial dan koneksi antara dunia online dan offline (Chabibi et al. 2019). *Story highlight* menjadi fenomena pada pengguna akun karena sebagian besar para pengguna Instagram menggunakan fitur ini. Melalui *platform* media sosial Instagram, pengguna dapat menunjukkan keberadaannya. Dengan menampilkan siapa dirinya dalam media sosial bisa menaikkan popularitas yang ada pada dirinya. Tetapi, para pengguna media sosial mungkin tidak menyadari bahwa kejahatan bisa muncul dari terlalu terbukanya seseorang dalam memberikan informasi tentang dirinya. Penelitian ini fokus mengambil media sosial Instagram dengan fitur *story* Instagram di dalamnya. Karena Instagram termasuk kedalam media sosial yang sifatnya terbuka, masyarakat dapat dengan mudah mencari informasi di Instagram. Terutama jika para pengguna sering membagikan kegiatan kesehariannya dan curahan hatinya ke dalam Instagram sehingga mereka terlihat nyaman saat mengeksperikan diri mereka pada sosial media daripada *face to face* pada seseorang yang kenal dengan dirinya, meskipun teman-teman di media sosial tidak selalu memiliki hubungan

yang akrab satu sama lain. Penelitian ini, intensitas menggunakan *story* Instagram dapat diartikan sebagai seberapa sering seseorang mengakses *story* Instagram sehingga mempengaruhi perilaku terhadap penggunaan tersebut. Ada beberapa aspek dalam intensitas penggunaan media sosial Instagram, menurut Del Bario (dalam Anggi, 2012):

1) Frekuensi

Frekuensi yaitu jumlah pengulangan tindakan yang dilakukan secara berulang kali dengan sengaja maupun tidak. Frekuensi itu sendiri berkaitan dengan hal yang bisa diukur dengan waktu. Seringkali, karena ketertarikan yang mendalam terhadap media sosial, seseorang merasa sulit untuk menjauh dari penggunaannya, sehingga terus-menerus mengakses platform media sosial yang mereka sukai.

2) Durasi

Durasi adalah seberapa lama waktu ketika pengguna menggunakan media sosial menjadikan tidak memperhatikan soal waktu karena terlalu nyaman untuk penggunaannya.

3) Perhatian

Perhatian adalah ketertarikan seseorang kepada suatu aktivitas yang sesuai pada minat dan jauh lebih menarik dibandingkan dengan kegiatan lain yang kurang menarik. Seseorang akan menaruh perhatian khusus Ketika menggunakan media sosial yang disukai sehingga dapat menikmati kegiatan saat mengaksesnya.

4) Penghayatan

Penghayatan adalah pemahaman atau penerimaan terhadap suatu informasi, yang memungkinkan kita untuk memahami,

menikmati, menghayati, dan menyimpan informasi atau pengalaman yang didapat melalui pengetahuan pribadi. Pada hal ini, individu dapat meniru, mempraktikkan, dan terpengaruh oleh berbagai hal atau informasi yang ada pada media sosial dalam kehidupan sehari-hari.

### **3. Citra Diri**

Setiap orang bisa membuat gambaran diri yang ingin ditampilkan untuk orang lain. Ini dijelaskan bahwa setiap orang memiliki pandangan tentang 'diri ideal' mereka sendiri. Ini berhubungan dengan kesan, bagaimana diri ideal yang diinginkan untuk jadi seperti apa (Satyanandani, Palupi, and Romadhan 2023). Semakin mereka mendekati diri sempurna yang diinginkan, semakin besar pula kepuasan yang dirasakan. Proses pembentukan citra diri ini tidak hanya terjadi dalam kehidupan sosial, tetapi juga pada dunia maya yang bisa menjadi tempat bagi setiap orang untuk mengembangkan konsep diri sehingga bisa secara tidak langsung mempengaruhi penilaian orang lain terhadap mereka. Media sosial menjadi platform yang sangat luas dan tanpa batas bagi para pengguna untuk menjelajahi dan membagikan berbagai hal, tentunya hal ini membuat citra diri menjadi penting untuk dirawat dan dikembangkan di dunia internet ini. (Maureen and Stellarosa 2021). Jejak digital sulit dihilangkan dan menjadikan dasar untuk bertindak bijak dan hati-hati adalah hal yang sangat penting untuk diingat. Citra diri adalah persepsi yang dimiliki seseorang mengenai dirinya sendiri sebagai individu yang berfisik, sehingga sering kali citra diri tersebut terkait dengan karakteristik fisik, termasuk penampilan keseluruhan individu (Sunastiko et al. 2015). Citra diri

dapat dikembangkan bagi remaja melalui internet media sosial. Koneksi internet yang baik dan fasilitas yang ada mempermudah remaja di kota untuk mengakses internet. Citra diri mengacu pada cara pandang seseorang terhadap dirinya sendiri atau *Self-Concept* (konsep diri). Konsep diri akan menentukan ciri khas tertentu yang dimiliki pada seseorang, yang akan menjadi pengenalan dan membuat dirinya semakin gampang diingat oleh orang lain (Rarasingtyas 2017). Ada dua cara pandang manusia dalam melihat dan memahami, yaitu ketika manusia melihat dunia serupa dengan melihat dirinya, dan cara manusia memahami dirinya adalah cara memahami dunia. Citra yang diwujudkan pada media ini menjadi cermin untuk diri sendiri untuk menunjukkan keberadaan dalam lingkungan sosial. Citra diri seseorang dapat dibentuk karena faktor seperti pengalaman hidupnya, masa lalu, saat ketika sedang menghadapi kegagalan, serta rasa syukur saat meraih keberhasilan, hingga hal berharga yang dimiliki seperti pengetahuan dan pandangan positif dari orang-orang di sekitarnya. Citra diri merupakan sikap seseorang terhadap tubuhnya yang disadari, bisa berupa persepsi dan perasaan tentang ukuran serta bentuk penampilannya (Aulia Nurul, Gunawan Wahyu 2024). Salah satu jenis gambaran yang bisa memengaruhi sifat banyak pengguna media sosial merupakan tentang citra diri. Di kalangan remaja, diperlihatkan gambaran diri yang ideal yang diharapkan dapat mereka capai sebagai syarat untuk menjadi bagian dari masyarakat. Sebagai individu, manusia tidak dapat dipisahkan dari proses sosial yang membentuk diri kita sebagai 'subjek untuk' diri kita sendiri dan orang lain. Citra diri ini timbul melalui interaksi sosial. Oleh karena

itu, bagaimana mereka menilai citra diri mereka sangat bergantung pada hubungan mereka dengan orang lain. (Oktaresiyanti 2021) Inilah kesalahan besar yang muncul, di mana hubungan citra diri yang dibangun oleh para pengguna *platform* media sosial didasarkan pada interaksi mereka di aplikasi tersebut. Oleh karena itu, semakin tinggi ekspektasi yang ditampilkan, semakin rendah pandangannya terhadap citra dirinya sendiri.

a. Komponen citra diri

Komponen diri menurut Rogers (Rejeki et al. 2020) mengungkapkan bahwa penilaian dan pengaruh dari lingkungan sangat berpengaruh terhadap pembentukan citra diri. Menurut Jersild mencakup tiga komponen, yakni:

1) Fisik (*Perceptual compenent*)

Komponen ini adalah *image* yang dimiliki individu tentang penampilan diri mereka, khususnya tubuh dan ekspresi yang ditampilkan kepada orang lain. terdapat didalamnya terdapat *attractiviness*, *appropriatiness*, yang terkait pada daya tarik seseorang untuk orang lain. Bisa digambarkan pada seseorang yang memiliki wajah cantik dan tampan atau dapat dikatakan menarik, sehingga individu tersebut disukai oleh orang lain, komponen ini disebut *physical self image*.

2) Psikis (*Conceptual compenent*)

Komponen ini adalah pikiran dan perasaan seseorang tentang diri mereka, status, serta pandangannya kepada orang lain. Komponen tersebut ialah sosial *self image*.

### 3) Sosial (*Attitudional Compenent*)

Komponen ini adalah pemahaman seseorang tentang karakteristik yang dimiliki, contohnya kemampuan, kelemahan dan batasan dirinya. Komponen tersebut ialah *psychological self image*.

Citra ideal yang terus dibangun dan ditanamkan serta disebarakan melalui media ini secara pelan namun pasti telah menjadi ukuran budaya tentang penampilan yang harus dipenuhi. Mereka yang sedang mencari jati diri terbenam dalam banyak informasi tanpa menyadari mana yang benar atau salah (Lestari and Yulianita 2023). Adanya media sosial membuka peluang besar untuk mulai berinteraksi dengan orang atau kelompok baru. Tetapi, cara penggunaannya tergantung pada setiap orang, ingin memakai media sosial untuk tujuan apa. Maka, lewat media sosial orang bisa menciptakan gambaran tentang diri mereka sesuai keinginan, yang disebut dengan citra diri. Citra diri merupakan pandangan mengenai diri kita, citra diri bisa disamakan dengan kartu identitas untuk ditunjukan pada dunia, selain itu citra diri adalah konsep yang dimiliki seseorang berdasarkan pilihannya (Augustine, Saragih, and Rohani 2023). Terdapat dari berbagai momen yang sudah dijalani seseorang tersebut, melalui media sosial dalam penelitian yang dipilih adalah Instagram maka ingin memperlihatkan keberadaan dirinya dihadapan dunia melalui Instagram sebagai alatnya. Citra diri memiliki beberapa aspek yaitu penampilan (*appearance*), sikap (*attitude*), kesadaran (*awareness*), tindakan (*action*), kepribadian (*personality*).

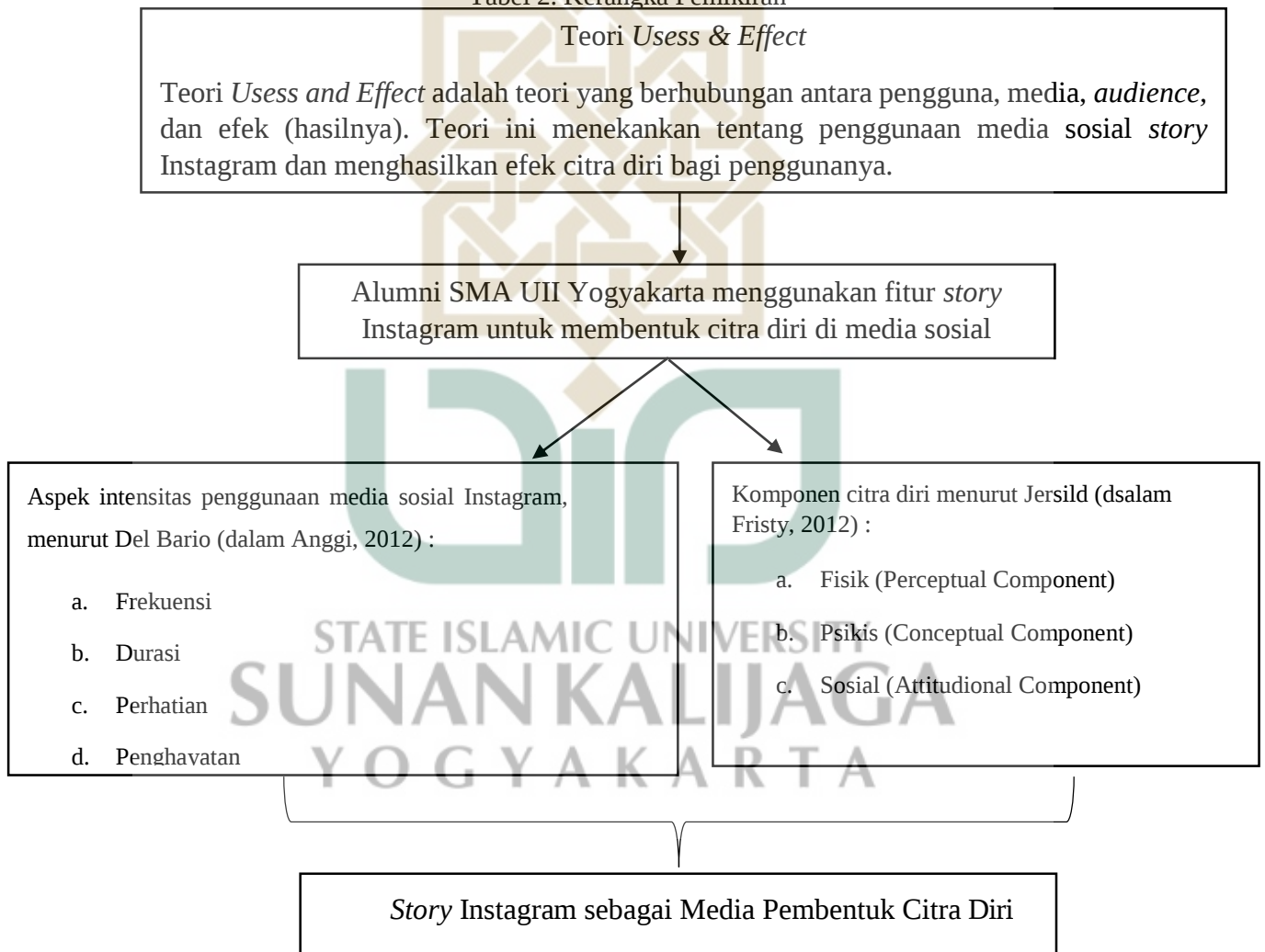
Dari penjelasan tersebut mendapat kesimpulan bahwa citra diri merupakan pandangan mengenai diri yang dibuat individu tentang penampilan dirinya serta perasaan yang terdapat perasaan yang dimiliki, yang berasal dari penilaian kepada diri sendiri dan pandangan orang lain terhadap dirinya. (Rakanda 2020).



## G. Kerangka Pemikiran

Tujuan dari adanya kerangka pemikiran ini adalah menjelaskan gambaran atau konsep dasar dari permasalahan yang dipikirkan oleh peneliti secara singkat dan jelas. Kerangka pemikiran berikut ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana gambaran permasalahan penelitian yang terjadi secara singkat dan jelas dan hubungan antar variabel yang diteliti tersebut.

Tabel 2. Kerangka Pemikiran



## H. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap objek yang akan diamati dalam penelitian ini. Hipotesis penelitian dijabarkan sebagai berikut :

$H_0 : \rho = 0$  Tidak ada pengaruh antara penggunaan *story* Instagram terhadap pembentukan citra diri

$H_a : \rho \neq 0$  Terdapat pengaruh antara penggunaan *story* Instagram terhadap pembentukan citra diri



## **I. Definisi Konseptual**

### **1. Story Instagram**

Beberapa aspek yang ada pada intensitas penggunaan media sosial Instagram, menurut Del Bario (dalam Anggi, 2012) terdapat empat kaitan pada *story* Instagram, yakni:

#### **a. Frekuensi**

Frekuensi adalah seberapa sering suatu perilaku terjadi, baik itu dengan sengaja atau tidak. Frekuensi dalam memakai media sosial berhubungan pada total waktu, tingkat keterlibatan, dan berapa waktu yang dihabiskan untuk mengakses media sosial. Frekuensi menunjukkan seberapa banyak seseorang melakukan aktivitas dalam jangka waktu tertentu.

#### **b. Durasi**

Durasi adalah penggambaran pada berapa lama, selang waktu dan periode waktu sesuatu terjadi saat menggunakan media sosial untuk tujuan tertentu, diukur dalam menit atau jam. Sering kali dalam memakai media sosial, pengguna tanpa sadar tentang waktu karena terlalu asyik. Durasi mencakup total waktu yang dihabiskan dan fokus penggunaan pada berbagai jenis konten yang diakses dengan media secara keseluruhan. Tingkat penggunaan media sosial dapat dinilai dari lamanya durasi penggunaan. Aspek ini bisa diukur dengan

menghitung berapa lama seseorang menghabiskan waktu di media sosial Instagram.

c. Perhatian

Perhatian adalah ketertarikan seseorang terhadap kegiatan yang sejalan pada minat dan akan jauh lebih kuat serta intensif daripada dengan kegiatan lain yang kurang menarik bagi mereka. memberikan perhatian khusus ketika menggunakan media sosial yang disukai, kemudian mereka bisa menikmati aktivitas saat mengaksesnya. Perhatian cenderung menunjukkan hal yang diinginkan, keinginan ini tidak mengikat dan tidak ada kewajiban untuk dipenuhi. Ketika menjalani kegiatan dengan semangat dan keinginan, seseorang biasanya melakukannya dengan penuh perhatian. indikator yang dapat digunakan meliputi ketertarikan individu saat menggunakan media sosial Instagram serta tingkat kenikmatan yang mereka rasakan saat terlibat dalam aktivitas di *platform* Instagram.

d. Penghayatan

Penghayatan adalah pemahaman dan penerimaan kepada suatu informasi dengan melalui usaha individu untuk mengerti, menikmati, menghayati, dan menyimpan sajian informasi serta pengalaman yang diperoleh untuk pengetahuan pribadi. Indikator pada nilai aspek ini adalah:

Individu cenderung meniru, menerapkan, bahkan terpengaruh oleh berbagai hal atau informasi yang ada dalam media sosial.

## 2. Citra Diri

Citra diri merupakan cara kita melihat diri sendiri, baik dari segi fisik maupun keseluruhan diri, pandangan tersebut dapat dari pendapat orang lain atau dari diri kita sendiri. Dalam penelitian ini, indikator citra diri mengacu kepada teori Jersild yang terdapat tiga komponen yaitu :

### a. Fisik (*Perceptual Component*)

Yaitu penggambaran seseorang tentang penampilan mengenai fisik, tubuh dan ekspresi kepada orang lain.

### b. Psikis (*Conceptual Component*)

Yaitu penggambaran mengenai karakteristik yang ada pada diri seseorang tentang kelebihan dan kekurangan yang dimiliki individu, keterbatasan yang dimiliki dan kemampuan yang ada dari individu.

### c. Sosial (*Attitudinal Component*)

Yaitu merupakan pemikiran, perasaan individu mengenai dirinya, status dan pandangan kepada orang lain.

## J. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel merupakan konsep berupa kerangka yang menjadi sebuah kalimat serta menggambarkan sesuatu yang diamati serta diuji kebenarannya.

Tabel 3. Operasional Variabel X (Story Instagram)

| Variabel                            | Indikator            | Dimensi                                                                                                                            | Item Pernyataan                                                                                                      |
|-------------------------------------|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Variabel (X) <i>Story</i> Instagram | Frekuensi Penggunaan | Seberapa sering individu menggunakan fitur <i>story</i> di Instagram dalam jangka waktu tertentu.                                  | Saya sering menggunakan fitur tambahan musik, stiker (lokasi, hashtag, emoji) saat mengunggah foto atau video        |
|                                     |                      |                                                                                                                                    | Selain saat moment tertentu, saya selalu mengabadikan aktivitas saya di Instagram                                    |
|                                     |                      |                                                                                                                                    | Saya sering mengunggah lebih dari 1 <i>story</i> Instagram dalam satu hari                                           |
|                                     |                      |                                                                                                                                    | Saya lebih sering <i>repost story</i> daripada membuat <i>story</i> sendiri                                          |
|                                     | Durasi Penggunaan    | Lamanya waktu yang dihabiskan individu dalam mengakses, mengunggah, atau melihat <i>story</i> di Instagram setiap kali penggunaan. | Saya bisa menghabiskan waktu 1 jam hanya untuk <i>scrolling story</i> teman-teman dan <i>influencer</i> di Instagram |
|                                     |                      |                                                                                                                                    | Saya sering menghabiskan waktu lebih banyak untuk melihat <i>story</i> Instagram dibandingkan postingan              |
|                                     |                      |                                                                                                                                    | Biasanya saya menghabiskan waktu lebih dari 15 menit                                                                 |

|  |             |                                                                                                                                       |                                                                                                                                                             |
|--|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |             |                                                                                                                                       | untuk melihat <i>story</i> Instagram saat sedang menunggu seseorang                                                                                         |
|  | Perhatian   | Ketertarikan individu ketika mengakses media sosial Instagram dan individu menikmati aktivitas saat mengakses media sosial Instagram. | Saat mengakses Instagram saya tertarik mencoba fitur-fitur baru yang ada di Instagram                                                                       |
|  |             |                                                                                                                                       | Saya tertarik melihat konten-konten lucu di Instagram                                                                                                       |
|  |             |                                                                                                                                       | Saat membuka Instagram pertama kali hal pertama yang saya lakukan melihat <i>story</i> dari teman-teman maupun <i>influencer</i> yang saya <i>following</i> |
|  |             |                                                                                                                                       | Saya sering memperhatikan secara detail <i>story</i> Instagram yang di <i>update</i> oleh teman-teman yang saya ikuti                                       |
|  | Penghayatan | Individu suka mempraktekan dan terpengaruh hal atau informasi yang terdapat di sosial media.                                          | Saya merasa terpengaruh untuk membeli produk atau layanan tertentu setelah melihat iklan di <i>story</i> Instagram                                          |
|  |             |                                                                                                                                       | Saya sering menemukan informasi atau tips di Instagram kemudian membagikan melalui <i>story</i> Instagram.                                                  |
|  |             |                                                                                                                                       | Saya selalu mengikuti tren yang sedang ramai di media sosial kemudian mengunggah di <i>story</i> Instagram                                                  |

Sumber : Olahan Peneliti

Tabel 4. Operasional Variabel Y (Citra Diri)

| Variabel                | Indikator                               | Dimensi                                                                                                       | Item Pernyataan                                                                                              |
|-------------------------|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Variabel (Y) Citra Diri | Fisik ( <i>Perceptual Component</i> )   | Perasaan dan pikiran seorang individu tentang dirinya, status, dan pandangan terhadap orang lain.             | Feedback orang lain dalam bentuk <i>like</i> atau komentar positif mempengaruhi kepercayaan diri saya        |
|                         |                                         |                                                                                                               | Terkadang saya merasa cemas saat orang lain melihat saya melalui <i>story</i> Instagram                      |
|                         |                                         |                                                                                                               | Saya sering membandingkan <i>story</i> saya dengan <i>story</i> orang lain                                   |
|                         |                                         |                                                                                                               | Saya selalu menggunakan filter saat akan update foto selfie di <i>story</i> Instagram                        |
|                         | Psikis ( <i>Conceptual Component</i> )  | Gambaran yang dipunyai seorang individu tentang penampilan dirinya.                                           | Penampilan saya di <i>story</i> Instagram mencerminkan gaya pribadi saya                                     |
|                         |                                         |                                                                                                               | Saya memperhatikan detail penampilan saya di <i>story</i> Instagram untuk memastikan tampil menarik          |
|                         | Sosial ( <i>Attitudinal Component</i> ) | Konsep seorang individu tentang karakteristik dirinya, misal keterbatasan, kemampuan, dan kekurangan dirinya. | Saya sering memposting di <i>story</i> Instagram tentang pencapaian dan kemampuan saya dalam berbagai bidang |
|                         |                                         |                                                                                                               | Saya sering berbagi momen di <i>story</i> Instagram ketika sedang menghadapi                                 |

|  |  |  |                                                                                                                                            |
|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  | tantangan di kehidupan sehari-hari                                                                                                         |
|  |  |  | Saya merasa lebih termotivasi untuk belajar dan berkembang setelah melihat <i>story</i> Instagram seseorang yang menampilkan pencapaiannya |

Sumber : Olahan Peneliti



## **K. Metode Penelitian**

### **1. Jenis penelitian**

Metodologi pada penelitian ini merupakan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang memiliki satu variabel atau lebih yang mana peneliti tidak membandingkan dengan sampel lain dan mencari hubungan variabel satu dengan variabel yang lain.

Metode penelitian kuantitatif ialah penelitian melalui memperoleh data yang dalam bentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (Hasibuan 2023). pada penelitian ini, peneliti berusaha menggambarkan dan mendeskripsikan pengaruh *story* Instagram sebagai pembentuk citra diri remaja alumni SMA UII Yogyakarta menggunakan survei kuisioner.

### **2. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Pada penelitian ini dibutuhkan waktu dalam 2 bulan dan lokasi penelitian terdapat pada SMA UII Yogyakarta.

### **3. Populasi dan Teknik Sampling**

#### **a. Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan anggota dari objek yang akan diteliti. Populasi dapat mencakup orang, objek, benda atau peristiwa apapun yang menjadi objek dari survei (Sugiyono, 2019 : 80). Populasi pada penelitian ini seluruh alumni SMA UII Yogyakarta tahun 2019 yang berjumlah 66 orang.

#### **b. Teknik Sampling**

Teknik sampling merupakan metode untuk pengambilan sampel pada sebuah penelitian. Ketika populasi yang ada sangat besar, peneliti akan memilih sampel dari berbagai populasi tersebut. (Sugiyono 2019). Penelitian ini menggunakan teknik sampling sensus yang berarti teknik pengambilan sampel pada seluruh anggota populasi dijadikan sampel dengan jumlah sampel sebanyak 66 orang.

#### **4. Metode Pengumpulan Data**

##### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung oleh peneliti. (Allifa 2023). Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuisisioner maupun hasil wawancara peneliti pada narasumber. Data primer dalam penelitian ini didapat dari subjek penelitian yang mengisi kuisisioner, yaitu alumni SMA UII Yogyakarta tahun 2019 yang alat pengukurannya menggunakan survei kuesioner.

##### **1) Survei Kuesioner**

Kuesioner merupakan metode untuk mengumpulkan data melalui pemberian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (Ardhiani, Harsanti, and Fitriani 2023). ada dua tipe kuesioner yaitu terbuka dan kuesioner. Kuesioner terbuka adalah pertanyaan yang tidak ada kolom jawaban sehingga

responden menuliskan jawabannya dalam bentuk uraian. Sedangkan kuesioner tertutup kuesioner yang berisikan pertanyaan dan memilih salah satu kolom jawaban dari pertanyaan yang tersedia (Oktaresiyanti 2021). Kuesioner yang digunakan pada penelitian ini merupakan kuesioner tertutup karena responden hanya memberikan tanda didalam salah satu jawaban yang dianggap benar dan akan disebar melalui *googleform* serta menggunakan pengukuran skala *likert*.

Pada penelitian ini menggunakan pertanyaan atau pernyataan yang berkaitan dengan motif dalam penggunaan media story Instagram terhadap citra diri kepada responden dengan perhitungan data menggunakan skala *likert* dan jawaban ber-urut dimulai dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju.

Tabel 5. Skala *Likert*

| Nilai | Arti                |
|-------|---------------------|
| 5     | Sangat Setuju       |
| 4     | Setuju              |
| 3     | Kurang Setuju       |
| 2     | Tidak Setuju        |
| 1     | Sangat Tidak Setuju |

#### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang

didapatkan dari sumber lain yang tidak langsung mengumpulkan data tersebut, seperti dokumen, arsip, naskah, dan sebagainya (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder dari buku, artikel, jurnal, dan internet yang berkaitan dengan citra diri

## 5. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### a. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang dipakai untuk memperoleh data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas kuesioner harus dikonfirmasi terlebih dahulu. Jika Anda sudah memiliki hasil alat ukur yang memadai dan akurat yang sesuai dengan tujuan, maka hasil tes mungkin sangat valid.

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\sum xy$  = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y

$\sum x^2$  = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$  = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$  = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$  = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebuah instrument kuisioner terkait dengan konsistensi hasil pengukuran yang dihasilkan oleh instrument tersebut dari satu penelitian ke penelitian lain. Skala pengukuran yang reliabel akan dapat menghasilkan penelitian yang konsisten. Realibilitas untuk instrument kuisioner yang terdiri dari beberapa pertanyaan (multi-item instrument) di tentukan seberapa besar korelasi antarskor masing-masing item dalam suatu instrument (Rizadan, 2019). Sebuah kuisioner disebut reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti di jawab secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Rumus yang digunakan dalam pengujian reliabilitas yaitu *Cronbach's Alpha*.

#### Rumus Alpa Cronbach'

$$r_x = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

$r_x$  = Reliabilitas yang dicari

$n$  = Jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian skor tiap – tiap item

$\sigma_t^2$  = Varian total

#### 6. Metode Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2013) analisis data merupakan proses dilakukan setelah mengumpulkan data dari semua responden, proses ini meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyingkat data sesuai dengan variabel dari seluruh responden, menampilkan data dari masing-masing variabel yang diteliti, melakukan

perhitungan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah disusun. Dalam penelitian ini diterapkan analisis regresi linear sederhana yang digunakan untuk menguji adanya pengaruh antara dua variabel, yaitu dependen dan independen.

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

**Y** = Variabel dependen

**X** = Variabel independen

**a** = Konstanta atau titik potong Y

**b** = Koefisien dari regresi (peningkatan atau penurunan)

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan mengukur besar pengaruh *story* Instagram terhadap pembentukan citra diri pada alumni SMA UII Yogyakarta angkatan 2019. Dimana hipotesis penelitian ini ( $H_a$ ) : terdapat pengaruh *story* Instagram terhadap pembentukan citra diri pada alumni SMA UII Yogyakarta 2019 dan ( $H_o$ ) : tidak terdapat pengaruh *story* Instagram terhadap pembentukan citra diri pada alumni SMA UII Yogyakarta 2019.

Berdasarkan hasil perhitungan dalam tabel *coefficients* adalah  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian mendapat kesimpulan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, artinya terdapat pengaruh *story* Instagram terhadap pembentukan citra diri. Selanjutnya pada perhitungan data analisis regresi sederhana, dapat disimpulkan *R Square* sebesar 64,8% yang dapat diinterpretasikan bahwa Variabel ( $X$ ) *story* Instagram. Sedangkan sebesar 35,2% disebabkan oleh faktor atau variabel lain yang tidak dicantumkan pada penelitian. Dapat disimpulkan bahwa pembentuk citra diri tidak hanya di dapatkan dari *story* Instagram akan tetapi juga dipengaruhi dari faktor lain.

Implikasi dalam penelitian ini adalah bahwa *story* Instagram berperan dalam membentuk citra diri alumni SMA UII Yogyakarta 2019 dari aspek fisik, psikis, dan sosial. Penggunaan platform ini memberikan mereka kesempatan untuk menampilkan diri sesuai dengan bagaimana mereka ingin dilihat oleh orang lain dan berpotensi meningkatkan citra diri positif. Selain itu, interaksi sosial melalui *story* Instagram memungkinkan alumni untuk memperkuat jaringan sosial dan mendapatkan dukungan dari lingkungan mereka. Namun, penelitian ini juga menggarisbawahi perlunya kesadaran terhadap dampak negatif dari eksposur media sosial, seperti tekanan untuk selalu terlihat sempurna atau untuk terus membagikan pencapaian. Oleh karena itu, penting

bagi alumni untuk menjaga keseimbangan antara ekspresi diri yang sehat dan autentik dengan tidak bergantung sepenuhnya pada validasi dari media sosial.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan terdapat beberapa saran diantaranya:

1. Untuk pengguna Instagram, diharapkan untuk menggunakan Instagram dengan bijak dan sehat, terutama dalam penggunaan fitur *story* Instagram. Hindari tekanan untuk selalu menampilkan diri secara sempurna dan fokuslah pada keaslian dalam berbagi momen. Pengguna juga sebaiknya tidak terlalu bergantung pada validasi dari orang lain melalui jumlah *likes* atau komentar, melainkan memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk berkomunikasi secara positif dan membangun hubungan sosial yang lebih erat. Penting juga bagi pengguna untuk mengatur waktu dalam menggunakan Instagram, sehingga tidak memengaruhi kesehatan mental atau produktivitas.
2. Untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai dampak psikologis penggunaan Instagram, khususnya dalam kaitannya dengan pembentukan citra diri dan interaksi sosial. Penelitian lebih lanjut juga bisa melibatkan berbagai demografi, jenis kelamin, dan latar belakang sosial, untuk melihat apakah hasilnya bervariasi pada kelompok yang berbeda. Selain itu, penggunaan pendekatan kualitatif seperti wawancara mendalam atau studi kasus akan memberikan perspektif yang lebih kaya mengenai pengalaman pribadi pengguna dalam membentuk citra diri melalui Instagram. Penelitian juga dapat diperluas dengan membandingkan dampak Instagram dengan platform media sosial yang lain agar menyajikan gambaran yang luas tentang pengaruh media digital pada citra diri dan kesehatan mental.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adilia, Titis, and Qoni'ah Nur Wijayani. 2024. "Pembentukan Citra Diri Dalam Media Sosial Instagram: Kajian Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura." *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial* 2(1).
- Ardhiani, Ocvita, Intaglia Harsanti, and Reni Fitriani. 2023. "Potret Diri (Selfie) Di Instagram: Kontribusi Mediated-Self Disclosure Pada Harga Diri Remaja Pengguna Instagram." *BroadComm* 5(1):1–13. doi : 10.53856/bcomm.v5i1.246.
- Aryani, Indita Dewi, and Dita Murtiariyati. 2022. "Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada a.D.a Souvenir Project." *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia* 2(2):466 –77. doi: 10.32477/jrabi.v2i2.479.
- Augustine, Eka Putri, M. Yoserizal Saragih, and Laela Rohani. 2023. "Pemanfaatan Instagram Story Sebagai Media Disclosure Mahasiswa Stambuk 2017 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatra Utara." *JURNAL MACSILEX* 01(November):63–70.
- Aulia Nurul, Gunawan Wahyu, Yunita Desi. 2024. "Proses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun Selebgram @Roro\_Yustina)." *Jurnal Sosiologi Nusantara* 10.
- Burhana, Aditya. 2020. "Makna Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah IAIN Kediri (Studi Interaksionisme Simbolik)." 12–40.
- Chabibi, Muhammad, Elok Roudlaotul Hikmah, Muhammad Chabibi -Elok, Roudlotul Hikmah, and Kata Kunci. 2019. "Pengaruh Intensitas Penggunaan Filter Pada Instagram Terhadap Perilaku Narsisme Mahasiswa." 1(1):59–75.
- Fathoni, Ade Ahmad. 2018. "Pengaruh Penggunaan Fitur Instagram Stories Dan Interface Design Instagram Terhadap Kepuasan Menggunakan Instagram

- Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma.”  
*Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2(1):206–18. doi: 10.35760/mkm.2018.v2i1. 1893.
- Hasibuan, Ayu Pratiwi. 2023. “Hubungan Antara Harga Diri Dengan Pengungkapan Diri Pada Remaja Pegguna Media Sosial Instagram.”
- Krismasakti, Bramayanti. 2019. “Instagram Stories Dalam Ajang Pengungkapan Eksistensi Diri (Studi Kasus Selebgram @jihanputri).” *Jurnal Pustaka Komunikasi* 2(1):1–14.
- Laili Tanika, Dini, and Ahmad Muhibbin. 2023. “Instagram Story Dan Membangun Citra Diri: Studi Pada Remaja Di Desa Karangduren.” *Komuniti: Jurnal Komunikasidan Teknologi Informasi* 15(2):222–41.
- Lestari, Reina Fauzi, and Neni Yulianita. 2023. “Peran Media Sosial Instagram Dalam Membentuk Self Image.” *Bandung Conference Series: Public Relations* 3(1):104–10. doi: 10.29313/bcspr.v3i1.5846.
- Mahendra, Ikhsan Tila. 2017. “Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun Di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi.” 157.
- Maryani, Tri. 2023. “Pembentukan Identitas Diri Pada Remaja Putri Pengguna Medsos.” 1(1):17–24.
- Maureen, Clarissa, and Yolanda Stellarosa. 2021. “Instagram Sebagai Pembentuk Citra Diri Generasi Milenial Jakarta.” *Warta ISKI* 4(1):27–34. doi: 10.25008/wartaiski.v4i1.73.
- Medhiatika, Ni Luh Made Vinaya. 2023. “Memfaatkan Instagram Story Dan Influencers Untuk Mencapai Brand Awareness Produk Makanan Beku ‘Cedea.’” *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 6(2):257–65. doi: 10.31842/jurnalinobis.v6i2.273.
- Mudzaki, Azhar Amirul. 2023. “Pengaruh Intensitas Penggunaan Sosial Tiktok

- Dan Citra Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Indonesia (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.” *Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang* 1–135.
- Nevra, Vira Indar. 2021. “Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.” 100.
- Nursafira, Dinda. 2023. “Hubungan Citra Diri Dengan Kepercayaan Diri Pada Mahasiswa Psikologi UIN AR-RANIRY.” 5:1–14.
- Oktaresiyanti, Selvi. 2021. “Pengaruh Feed Pada Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.” (3842):30.
- Rakanda, Damas Rambatian. 2020. “Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z Atau Igeneration Di Desa Cawada.” 21(1):1–9.
- Rarasingtyas, Innes Irene. 2017. “Pengaruh Motif Penggunaan Media Instagram Terhadap Citra Diri Pada Direktorat Human Capital Management PT Telkomsel Lokasi Kerja Kantor Pusat.”
- Rejeki, Sri, Euis Komalawati, and Poppy Indriyanti. 2020. “Penggunaan Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa.” *LUGAS Jurnal Komunikasi* 4(2):105–16. doi: 10.31334/lugas.v4i2.1225.
- Ristiyani, Riris. 2023. “Hubungan Penggunaan Media Sosial (Instagram) Dengan Harga Diri Pada Mahasiswa.”
- Riyanto, Andi Dwi. 2023. “Hootsuite (We Are Sosial): Indonesian Digital Report 2023.”
- Rizky, Tliara Adriyana. 2023. “Fitur Stories Sebagai Media Dakwah Akun @Ismaelalkholilie Di Instagram.” (1):133.

- Romaboida Situmorang, Winda, and Hayati Rahma. 2023. "Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi Dan Representasi Diri." *Jurnal Sosiologi Nusantara* 9(2):253–66.
- Rosita, Esi, Wahyu Hidayat, and Wiwin Yuliani. 2021. "Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial." *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)* 4(4):279. doi: 10.22460/fokus.v4i4.7413.
- Sanaky, Musrifah Mardiani. 2021. "Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah." *Jurnal Simetrik* 11(1):432–39. doi: 10.31959/js.v11i1.615.
- Sani, Mutiara, and Farid Rusdi. 2023. "Analisa Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kesesuaian Citra Diri Followers Akun Instagram @rahasiagadis." *Prologia* 7(2):432–39. doi: 10.24912/pr.v7i2.21441.
- Sari, Nastaria Fitriana. 2016. "Pengaruh Penggunaan Smartphone Terhadap Ketergantungan Mahasiswa Pada Smartphone." 72.
- Satyanandani, Ketut Anindita, Merry Fridha Tri Palupi, and Mohammad Insan Romadhan. 2023. "Citra Diri Virtual Pada Pengguna Instagram (Studi Dramaturgi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya)." *Representamen* 9(01):87–97. doi: 10.30996/representamen.v9i01.7446.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunastiko, Kharima Putrie, Frieda N. R. H, and Nofiar Aldriandy Putra. 2015. "Hubungan Antara Citra Diri ( Self Image ) Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Produk Kosmetik Pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Kharina Putrie Sunastiko , Frieda N . R . H , Nofiar Aldriandy Putra \*) Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro." *Empati* 2(3):52–59.
- Sutrisno, Agnes Pertiwi, and Ira Dwi Mayangsari. 2022. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan

Informasi Followers.” *Jurnal Common* 5(2):118–33. doi: 10.34010/common.v5i2.5143.

Wafiah, Ummul, Mudzhira Nur Amrullah, and Harmin Hatta. 2020. “Pengaruh Penggunaan Instagram Stories Terhadap Pengungkapan Diri Siswa SMA Negeri 8 Makassar (Studi Deskriptif Kuantitatif).” *Jurnalisa* 6(2):291–308.

Zahra, Allifa Aulia. 2023. “Fenomena Perilaku Narsis Mahasiswa UIN Walisongo Semarang Pada Akun Instagram UINWS.Story Serta Solusinya Perspektif Bimbingan Islami.”

