

**MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI ALAT  
PEMBENTUK CITRA DIRI PADA MAHASISWA  
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Fakultas Ilmu  
Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Kampus  
Palembang Angkatan 2015)**

**Skripsi**

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi: Humas



**Diajukan Oleh :  
Muhammad Rizadan  
07031381520096**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2019**

**MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI ALAT PEMBENTUK  
CITRA DIRI PADA MAHASISWA**

**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Fakultas Ilmu Sosial  
dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Kampus Palembang  
Angkatan 2015)**

Oleh:

**Muhammad Rizadan  
07031381520096**

Komisi Pembimbing	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Pembimbing I	Dra. Dyah Hapsari ENH., M.Si NIP. 196010021992012001		
Pembimbing II	Nurly Meilinda, S.I.Kom., M.I.Kom NIP. 199005142015042001		10/9-2019

Telah dinyatakan memenuhi syarat  
pada tanggal 28/9/2019

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Sriwijaya

  
Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.  
NIP. 197905012002121005

**HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI**

**MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI ALAT PEMBENTUK CITRA DIRI  
PADA MAHASISWA (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS  
SRIWIJAYA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK JURUSAN ILMU  
KOMUNIKASI KAMPUS PALEMBANG ANGKATAN 2015)**

**SKRIPSI**

Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji  
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat  
Pada Tanggal 24 Juli 2019

Ketua :

1. Dra. Dyah Hapsari Eko Nugraheni, M.Si.

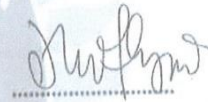
NIP. 196010021992032001



Anggota:

1. Nurly Meilinda S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 1990051412015042001



2. Dr. Retna Mahriani M.Si

NIP. 196012091989122001



3. Dr. Ardiyan Saptawan M.Si

NIP. 198411052008121003



Mengetahui,

Dekan FISIP

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Prof. Dr. Kiagus M. Sobri, M.Si

NIP. 196311061990031001

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.

NIP. 197905012002121005

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Rizadan  
NIM : 07031381520096  
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 13 September 1997  
Program Studi/Jurusan : Humas/Illmu Komunikasi  
Judul Tesis : Media Sosial Instagram Sebagai Alat Pembentuk Citra Diri Pada Mahasiswa ( Studi Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Kampus Palembang)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 11 Juli 2019  
Yang membuat pernyataan,



Muhammad Rizadan  
NIM. 07031381520096

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**Motto :**

***You'll Never Walk Alone* (Liverpool F.C Motto)**

**Sebuah revolusi bukanlah tempat tidur bertabur mawar merah. Revolusi adalah perjuangan mati-matian antara masa lalu dan masa depan. (Fidel Castro)**

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

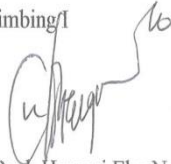
1. Kedua Orang Tuaku.
2. Saudaraku.
3. Sahabatku.
4. Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Almamaterku Universitas Sriwijaya

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul Media sosial instagram sebagai alat pembentuk citra diri pada mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu komunikasi Kampus Palembang Angkatan 2015) dilakukan untuk mengetahui bagaimana mahasiswa membentuk citra diri melalui media sosial instagram. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Berdasarkan dari hasil analisis penelitian yang didapatkan melalui wawancara mendalam dan pengamatan langsung terhadap lima informan yang dipilih dikarenakan sesuai dengan kriteria informan yang sudah ditentukan. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa teori yang dikemukakan oleh Calhoun dan Acocella, mahasiswa membentuk citra diri pada media sosial instagram menerapkan tiga elemen yaitu pengetahuan, harapan dan penilaian dan elemen tersebut digunakan mahasiswa dalam proses membentuk citra diri melalui media sosial instagram dan semuanya diterapkan dengan baik. Elemen pertama yaitu pengetahuan, mahasiswa menggunakan pengetahuan untuk mengetahui tentang dirinya yang seperti apa sehingga dapat memudahkan dalam proses pembentukan citra diri. Elemen kedua yaitu pengharapan, mahasiswa menggunakan media sosial instagram sebagai media untuk membentuk citra diri sesuai dengan yang diharapkan. Elemen ketiga yaitu penilaian, yang merupakan hasil akhir dari proses pembentukan citra diri yang menjadi tolok ukur bagi mahasiswa.

**Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Citra Diri, Mahasiswa.**

Pembimbing I



Dra. Dyah Hapsari Eko Nugraheni, M.Si.

NIP. 196010021992032001

Pembimbing II



Nurly Meilinda S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 1990051412015042001

Palembang.....

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sriwijaya



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.

NIP. 197905012002121005

**ABSTRACT**

*This thesis is titled Instagram social media as a tool to form self-image for students (Study in Sriwijaya University Students, Faculty of Social and Political Sciences, Department of Communication Sciences, Palembang Force 2015) was conducted to find out how students shape their self-image through instagram social media. This study used qualitative research methods. Based on the results of the analysis of the research obtained through in-depth interviews and direct observations of the five informants chosen because it is in accordance with the criteria of the informants who have been determined. From the results of this study it is known that the theories put forward by Calhoun and Acocella, students form self-image on social media instagram applying three elements, namely knowledge, hope and assessment and those elements are used by students in the process of forming self-image through social media instagram and everything is well implemented . The first element is knowledge, students use knowledge to know what they are like so that they can facilitate the process of self-image formation. The second element is hope, students use Instagram social media as a medium to shape their self-image as expected. The third element is assessment, which is the final result of the process of self-image formation which is a benchmark for students.*

**Keywords : Social Media, Instagram, Self Image, Students**

Advisor I



Dra. Dyah Hapsari Eko Nugraheni, M.Si.  
NIP. 196010021992032001

Advisor II



Nurly Meilinda S.I.Kom., M.I.Kom  
NIP. 1990051412015042001

Palembang.....

Chairman of The Departement of Communication

Faculty of Social and Political Science

Sriwijaya University



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.  
NIP. 197905012002121005

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Media Sosial Instagram Sebagai Alat Pembentuk Citra Diri Pada Mahasiswa ( **Studi Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Kampus Palembang Angkatan 2015**). Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini sudah menjadi kewajiban moral bagi penulis untuk menyampaikan terimakasih kepada:

1. Kedua orangtuaku Khairul Anwar dan Medina Sini serta Saudara kembarku Muhammad Rizadin dan Adik Perempuan Ilana Nanda Putri yang selalu memberikan do'a dan semangat dalam proses perkuliahan.
2. Keluargaku yang lain Opa Isma , Uci Itje, Almarhum Angkuh Rizal, Ayah Makmun, Ibu Maysaroh serta Om dan Tante yang juga selalu memberikan do'a , semangat serta materi dalam proses perkuliahan
3. Bapak Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Dra. Dyah Hapsari ENH., M.Si selaku Pembimbing I dan Ibu Nurly Meilinda, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran dan perhatiannya dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen FISIP Universitas Sriwijaya.
7. Seluruh Staf Tata Usaha Jurusan Ilmu Komunikasi Kampus Palembang yang telah menyediakan waktu, pikiran dan tenaga dalam mengurus semua keperluan administrasi penulis.
8. Mahasiswa/i Ilmu Komunikasi Angkatan 2015 atas bantuan dan kerja sama dalam proses penelitian skripsi ini.



9. Untuk pacarku Gladys Puteri Geulis, terima kasih sudah mau menemaniku dari segala hal di ujung kehidupan perkuliahanku serta menjadi motivasiku yang lain selain kedua orangtuaku , serta memberikan semangat agar dapat menyelesaikan skripsi dan semoga bisa menemaniku untuk kehidupanku kelak nanti.
10. Untuk sahabat seperjuanganku di awal masa perkuliahan sampai akhir perkuliahanku yaitu Yunus, Wisnu, Aldo, Joshua, termasuk kembaranku Rizadin yang tergabung dalam Jangkrik serta adik tingkat di Magang Dinamis terima kasih sudah menjadi tempat berbagi cerita senang maupun sedih di dalam kampus maupun di luar kampus.
11. Keluarga besar Himakom Unsri.
12. Rekan-rekan se-angkatan Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2015 yang telah menjadi keluarga di Kampus.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, terimakasih untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung hingga terselesainya skripsi ini, dan segala kerendahan hati penulis memohon maaf atas semua kesalahan dan kekurangan yang ada, kritik dan saran senantiasa diharapkan untuk awal yang lebih baik dikemudian hari. Akhir kata, penulis berharap semoga karya ini dapat memberikan manfaat yang berarti.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	iv
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori .....	10
2.2.1. Media Sosial .....	10
2.2.2. Media Sosial Instagram.....	10
2.2.3. Citra Diri .....	11
2.2.4. Mahasiswa.....	12
2.3 Teori Tentang Media Sosial Instagram Sebagai Alat Pembentuk Citra Diri .....	13
2.3.1. Teori <i>Self Concept</i> .....	13
2.3.2. Teori <i>Uses And Gratification</i> .....	14
2.4 Teori Yang Dipakai .....	15
2.5 Kerangka Pemikiran .....	16
2.6 Kerangka Teori.....	17
2.7 Alur Pemikiran .....	18
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	19
3.2 Defnisi Konsep.....	19
3.3 Fokus Penelitian.....	20
3.4 Unit Analisis Data.....	23

3.5	<i>Key Informant</i> .....	23
3.5.1	Kriteria Informan .....	24
3.6	Sumber Data.....	24
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.8	Teknik Keabsahan Data .....	25
3.9	Teknik Analisis Data.....	26
3.10	Sistematika Penulisan Skripsi .....	28
<b>BAB 4</b>	<b>GAMBARAN UMUM</b>	
4.1	Sejarah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.....	29
4.1.1	Latar Belakang Ilmu Komunikasi .....	31
4.1.1.1	Dasar Hukum Ilmu Komunikasi .....	31
4.1.1.3	Ruang Lingkup .....	31
4.2	Visi dan Misi Tujuan Prodi Ilmu Komunikasi .....	32
4.2.1	Visi.....	32
4.2.2	Misi .....	32
4.2.3	Tujuan .....	33
4.3	Program Pendidikan.....	33
4.3.1	Jurusan Ilmu Komunikasi .....	33
4.4	Struktur Organisasi .....	34
<b>BAB 5</b>	<b>HASIL DAN ANALISIS</b>	
5.1	Latar Belakang Informan.....	36
5.2	Hasil dan Analisis.....	39
5.2.1	Pengetahuan .....	40
5.2.2	Harapan .....	47
5.3.3	Penilaian.....	56
<b>BAB 6</b>	<b>PENUTUP</b>	
6.1	Kesimpulan.....	66
6.2	Saran.....	66
6.2.1	Saran Teoritis .....	67
6.2.2	Saran Praktis .....	67
	<b>Daftar Pustaka</b> .....	68
	<b>Lampiran</b> .....	71

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3.1 Fokus Penelitian .....	20
Tabel 3.2 Tabel Kegiatan.....	28
Tabel 5.1 Data Informan.....	36
Tabel 5.2 Pengumpulan Data Suatu Informasi .....	40
Tabel 5.2.1 Pengumpulan Data Proses Pembentukan Citra Diri.....	44
Tabel 5.2.2 Pengumpulan Data Tujuan .....	48
Tabel 5.2.3 Pengumpulan Data Target .....	51
Tabel 5.2.4 Pengumpulan Data Keinginan .....	53
Tabel 5.2.5 Pengumpulan Data Kesesuaian .....	56
Tabel 5.2.6 Pengumpulan Data Target .....	59
Tabel 5.2.7 Pengumpulan Data Efektifitas.....	61
Tabel 5.2.8 Pengumpulan Data Suatu Hasil .....	63

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 2.1 Alur Pemikiran .....	18
--------------------------------	----

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Data pengelompokan pengguna media di Indonesia.....	3
--	---

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kehidupan manusia di bumi membutuhkan suatu interaksi antara satu dengan lainnya. Hal tersebut tidak bisa dihindari lagi karena hakikatnya manusia adalah makhluk sosial yang salah satu alat interaksi yang dilakukan oleh individu kepada individu lain yaitu melalui suatu komunikasi yang diciptakan. Komunikasi adalah suatu proses di mana seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan atau menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Komunikasi yang dibangun menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan antar manusia dengan manusia lain. Dengan berkomunikasi secara efektif maka segala kegiatan yang dilakukan manusia dapat berjalan dengan baik. Tujuan dari adanya komunikasi yang efektif tidak lain untuk memberikan kemudahan dalam memahami pesan yang disampaikan antara pemberi informasi dan penerima informasi sehingga bahasa yang digunakan oleh pemberi informasi lebih jelas dan lengkap, serta dapat dimengerti dan dipahami dengan baik oleh penerima informasi, atau komunikan.

Dalam beberapa tahun terakhir, dunia media mengalami perkembangan yaitu munculnya media baru (*new media*). Salah satu efek dari media baru adalah munculnya media sosial seperti situs jejaring sosial lainnya. Media sosial ini adalah suatu media komunikasi online yang menjadi bagian penting dari membangun, menjalin atau memantapkan suatu hubungan interpersonal. Jenis-jenis media ini memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring secara *online*. Kemunculan situs media sosial diawali dari adanya inisiatif untuk menghubungkan orang-orang dari seluruh belahan dunia.

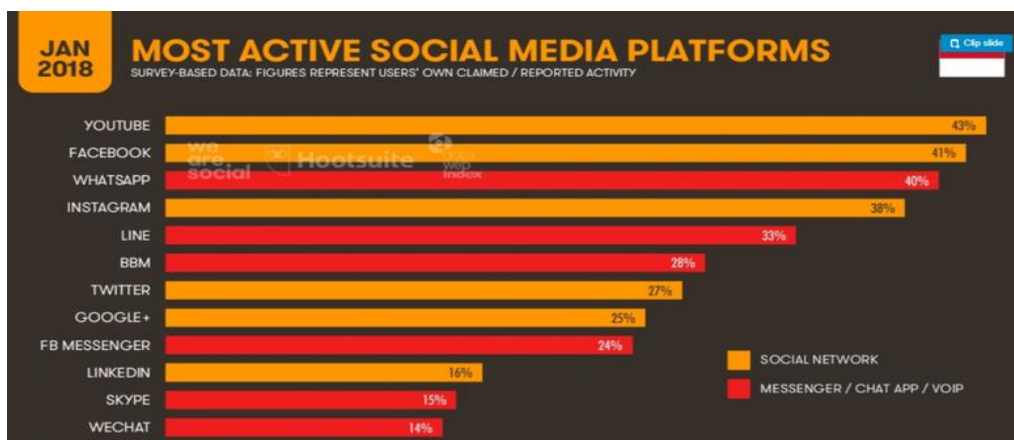
Situs media sosial pertama, yaitu *Sixdegreess.com* mulai muncul pada tahun 1997. Situs ini memiliki aplikasi untuk membuat profil, menambah teman, dan mengirim pesan. Tahun 1999 dan 2000, muncul situs sosial *Lunarstorm*, *Live Journal*, *Cyword* yang berfungsi memperluas informasi secara searah. Tahun 2001, muncul

*Ryze.com* yang berperan untuk memperbesar jejaring bisnis. Tahun 2002, muncul *Friendster* sebagai situs anak muda pertama yang semula disediakan untuk tempat pencarian jodoh. Dalam kelanjutannya, *Friendster* ini lebih diminati anak muda untuk saling berkenalan dengan pengguna lain. Tahun 2003, muncul situs sosial interaktif lain, menyusul kemunculan *Friendster*, *Flickr R*, *YouTube*, *Myspace* hingga akhir tahun 2005, *Friendster* dan *Myspace* merupakan situs jejaring sosial yang paling diminati (dalam Nurkamid,2010).

Media sosial yaitu sebuah media untuk proses interaksi antar individu tanpa bertemu langsung yang lebih sering disebut online dan sangat mempermudah proses interaksi karena tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media sosial juga mengakibatkan suatu fenomena baru dan berpengaruh besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya, media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita. Setiap individu pasti memiliki tujuan dan kepentingan yang berbeda dalam menggunakan media sosial. Hal ini sesuai dengan tujuan awal mengapa media sosial dibuat, yaitu memungkinkan untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain di seluruh dunia untuk mencari teman baru, pasangan hidup, berbisnis, bahkan berpolitik (dalam Cahyono,2016) Tetapi juga media sosial sebagai sarana pembentukan citra diri dikarenakan para pengguna dapat memperlihatkan kepribadian seseorang sesuai dengan apa yang ditampilkan di media sosial sehingga orang dapat menilainya tanpa harus melihat atau bertemu langsung salah satunya melalui instagram yang merupakan bagian dari media sosial yang sangat diminati perkembangannya oleh setiap kalangan masyarakat termasuk di Indonesia. Instagram merupakan media sosial yang cukup sering digunakan untuk tujuan hal pribadi maupun kelompok tertentu. Berikut survey persentase pengguna media sosial periode Januari 2018 :



Gambar 1.1 Data pengelompokan pengguna media di Indonesia



(Sumber : [tekno.kompas.com](http://tekno.kompas.com) / diakses pada 1 Maret 2018)

Gambar tabel 1.1 menggambarkan persentase tingkat penggunaan beberapa media sosial di tahun 2018. Berdasarkan survei di atas menyatakan bahwa media sosial youtube menempati posisi teratas dengan pengguna terbanyak di tahun 2018 yang disusul media sosial facebook di urutan kedua. Walaupun instagram menempati urutan keempat terbanyak penggunaannya tidak di pungkiri penggunaan instagram menjadi *tren* di semua kalangan umur pada saat ini. Terlebih aplikasi instagram seiring waktu selalu memperbarui fitur-fitur yang menarik peminat untuk menggunakan media sosial instagram. Instagram dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi ke jejaring sosial yang lain. Selain itu Instagram juga dapat menjadi sarana bisnis, iklan maupun sebagai tempat ajang pameran ke publik. Postingan di instagram tidak jarang menjadi acuan bagi para *netizen* memandang setiap postingan itu sebagai citra diri seseorang yang telah mereka bagi di Instagram. Citra diri merupakan gambaran diri yang menjadi suatu penilaian sehingga setiap individu yang memang sengaja menggunakan media sosial sebagai tujuan tersebut dapat dikenal sesuai dengan tujuan individu tersebut mempublikasikannya melalui media sosial yang secara tidak langsung bisa mempengaruhi sehingga dapat membuat pandangan baru tiap individu yang melihat suatu publikasi di media sosial instagram sehingga akan menjadi

gambaran dari individu sesuai yang diinginkan dimata masyarakat luas terutama lingkungan terdekat.

Pengguna instagram juga meliputi semua golongan usia dari anak-anak, remaja, maupun orang dewasa. Tetapi baru-baru ini lembaga *riset Taylor Nelson Sofres (TNS)* Indonesia merilis data pengguna dan beberapa informasi lain terkait Instagram di Indonesia. TNS mencatat pengguna di Indonesia didominasi oleh anak-anak muda yang secara aktif menggunakan smartphone serta memiliki kemampuan finansial yang baik dan memiliki latar belakang pendidikan termasuk mahasiswa. *Instagrammers* di Indonesia itu 89 persen anak muda, Penelitian yang dilakukan secara online oleh TNS tersebut dilakukan kepada 506 pengguna Instagram dari usia 18 hingga 44 tahun. Dari responden tersebut disimpulkan rata-rata pengguna memiliki kebiasaan menggunakan Instagram sedikitnya satu kali dalam satu minggu. Kalangan anak muda (18-24 tahun) mendominasi penggunaan Instagram di Indonesia dengan persentase sebanyak 59%, sementara di urutan kedua berasal dari usia 25 – 34 tahun, dan posisi terakhir adalah pengguna yang berusia 34 – 44 tahun (dalam Yusra,2016). Kalangan anak muda termasuk mahasiswa menggunakan instagram juga untuk membentuk suatu citra diri mereka yang baru, karena citra diri sangat mempengaruhi lingkungan sekitar mereka termasuk dikampus. Hal itu karena kecanggihan fitur-fitur yang ada di dalamnya disinyalir sebagai penunjang citra diri khususnya remaja termasuk mahasiswa apabila aktif dalam penggunaan fitur-fitur serta instagram itu sendiri. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Kehadirannya membuat orang berlomba-lomba menghasilkan foto terbaik dan mengunggah foto tersebut. Tak hanya itu. Instagram menjadi sarana bisnis, iklan maupun sebagai tempat pameran. Banyak akun yang mengunggah foto-foto sedang berlibur di suatu tempat, foto alam yang indah maupun foto yang sengaja diunggah untuk memberitahu bahwa sang pemilik akun pernah pergi ke tempat tersebut. Sehingga banyak foto yang diambil dari spot sama untuk mendapat pengakuan bahwa sang pemilik akun tidak dianggap ketinggalan zaman. Penggunaan Instagram sudah tak bisa lepas dari masyarakat. Pengguna Instagram yang telah mencapai satu milyar lebih orang

(Google Play Store diunduh pada September 2018). Mereka telah menjadikan Instagram sebagai gaya hidup. Penggunaan Instagram tak hanya di masyarakat dan artis saja. Hidup bersosialisasi, seorang individu membutuhkan relasi dengan orang lain dan akan berusaha mati-matian supaya bisa diterima di suatu kelompok. Setelah kebutuhan sosial terpenuhi, maka muncullah kebutuhan penghargaan atau rasa ingin dihargai, melalui suatu pembentukan citra diri sesuai dengan keinginan berupa suatu penghargaan ingin dicapai. Dengan munculnya Instagram yang sedang menjadi *trend*, dikarenakan fitur-fitur yang ada di media sosial instagram itu sangat menarik, canggih, banyak digunakan dibanding aplikasi media sosial yang lainnya dan pemakaiannya sangat mudah atau dimengerti. Fitur-fitur yang ada di aplikasi media sosial instagram bisa digunakan sebagai alat untuk membentuk citra diri yang sangat diperlukan dalam pergaulan di lingkungannya sehingga menjadikan alasan menggunakan media sosial instagram sebagai sarana untuk proses pembentukan citra diri.

Beberapa fakta pengguna media yang menunjukkan bahwa jumlah pengguna media pada usia 10-34 tahun di Indonesia yang mendominasi maka hal ini yang melatar belakangi peneliti memilih mahasiswa terutama mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Palembang Angkatan 2015 jurusan Ilmu Komunikasi sebagai objek penelitian dan alasan lainnya karena peneliti merupakan bagiannya. Lingkungan terdekat peneliti seperti lingkungan pertemanannya yang merupakan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Kampus Palembang Angkatan 2015 juga merupakan pengguna Instagram yang aktif berdasarkan jawaban dari mereka langsung tentang penggunaan instagram. Rata-rata alasan menggunakan instagram salah satunya untuk membentuk citra diri yang baru yang berbeda dengan kehidupan nyatanya, dan tentunya ada suatu proses pencitraan diri mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sriwijaya Angkatan 2015 sebagai pengguna Instagram dalam jejaring sosial tersebut. Berpijak pada pertanyaan tersebut, maka penulis memilih judul “Media Sosial Instagram Sebagai Alat Pembentuk Citra Diri Pada Mahasiswa”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana proses mahasiswa membentuk citra diri melalui media sosial instagram ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk Mengetahui proses mahasiswa membentuk citra diri melalui media sosial instagram

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini yaitu :

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi dalam hal respon terhadap perkembangan media sosial dan serta berguna menjadi referensi penelitian lanjutan khususnya dalam bidang mata kuliah yang berkaitan dengan Psikologi Komunikasi dan Pengantar Humas.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca khususnya mahasiswa tentang pemanfaatan media sosial instagram dapat digunakan secara bijak karena secara tidak langsung dapat menunjukkan citra diri mereka di depan khalayak orang banyak. Selain itu juga bermanfaat bagi KPID (Komisi Penyiaran Indonesia Daerah) untuk melihat perkembangan konten-konten pada instagram yang dapat menjadi sarana yang berbeda dalam hal menyiarkan sesuatu dalam bentuk foto maupun video yang ditunjang dalam fitur-fitur yang sudah ada di media sosial instagram dari segi hiburan, wawasan, serta suatu informasi yang pastinya positif. Adapun harapan lain dari penelitian ini yaitu bermanfaat bagi pemerintah khususnya di bidang komunikasi dan informasi dikarena dengan kecanggihan yang ada pada aplikasi media sosial instagram membantu dan memudahkan Kominfo untuk menyebarkan dan menerima informasi dari masyarakat yang tentunya informasi mengenai hal-hal yang dapat mempengaruhi kondisi masyarakat di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin M.A. (2005). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Burns. (2003). *Konsep diri : Teori, Pengukuran dan Perkembangan Perilaku*.  
Alih bahasa : Eddy. Jakarta : Arcan.
- Curran, J & Lennon, R, *Social Networks and Old User: An Examination Attitudes and Usage Intention*. [http://www.businessjournalz.org/articlepdf/CMR\\_2103apr.pdf](http://www.businessjournalz.org/articlepdf/CMR_2103apr.pdf).
- Cahyono. 2016. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*
- Calhoun, J. F. & Acocella, J. R. 1995. *Psikologi Tentang Penyesuaian dan Hubungan Kemanusiaan (Edisi ketiga)*.  
Semarang: PT. IKIP Semarang Press.
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Chaplin, J.P. 2006. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Deddy Mulyana dan Solatun. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi*.  
Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Desmita. 2012. *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto, 2013. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Gustina, H. (2015). *Korelasi media sosial instagram dengan presentasi diri mahasiswa jurusan ilmu komuniaksi universitas riau*. jurnal Fisib, 2, 2.
- Idrus, M. 2009. *Metode Penelirian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: PT Gelora Akasara Pratama
- Ikhsan Tila Mahendra. 2017. *Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Jalaludin, Rahmat. 2000. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Kartono, Kartini. 2005. Teori Kepribadian. Bandung : Mandar Maju.
- Kusuma, Wahyunanda. Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia. 1Maret2018. <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>
- Landesi Andarwati. 2016. Citra Diri Ditinjau Dari Intensitas Penggunaan Media Jejaring Sosial Instagram Pada Mahasiswa Kelas XI SMA N 9 Yogyakarta. Jurnal. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Luthfi, I., Saloom, G., Yasun, H. 2009. Psikologi Sosial. Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah.
- Maltz, Maxwell. 1994. Kekuatan Ajaib Psikologi Citra Diri. Diterjemahkan oleh Anton Adiwitoyo. Jakarta: Mitra Utama
- Moleong, Lexy J. 2015. Metodologi Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2005. Ilmu komunikasi. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Nasution. 2003. Metode Research. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Neuman, W, L. (2003). *Social Reseacrh Methods: Qualitive and Quantative Approach*. Boston: Allyn and Bacon
- Nurkamid .2010. Perkembangan Media Sosial untuk Media Pembelajaran. Sains dan Teknologi, 3 (2). ISSN 1979-6870.
- Sarwono, Wirawan, Sarwono. 2000. Pengantar Umum Psikologi. Jakarta:PT.Bulan Bintang.
- Salmaini. 2011. "Self Image dan Peranannya dalam Keberhasilan Belajar Siswa", <http://salmaini-artikel.blogspot.com/2011/12/self-image.html>.
- Sutopo. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Surakarta: UNS.
- Qashmal, Zaim; Ahmadi, Dadi. 2016. Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Citra Diri. Jurnal. Universitas Islam Bandung.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. Psikologi Komunikasi. Edisi keduapuluhdelapan. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ridha, Aurora. *Apa Yang Dimaksud Dengan Konsep Diri Atau Self Concept?. 2*

- November 2017. <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-konsep-diri-atau-self-concept/13827>
- Sugiyono, 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Alfabeta: Bandung.
- UMS. "Metode Penelitian". 27 November 2018  
[http://eprints.ums.ac.id/12946/4/BAB\\_III.pdf](http://eprints.ums.ac.id/12946/4/BAB_III.pdf)
- Walgito, Bimo. 2004. Pengantar Psikologi Umum. Yogyakarta: Andi.
- Watie, E. D. S. (2011). Komunikasi dan media sosial ( communications and social media ). The Messenger, 3(1), 69–75.
- West Richard dan Lynn H. Turner. 2008. Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi. Buku 1 edis ke-3 Terjemahan Maria Natalia Damayanti Maer. Jakarta: Salemba Humanika
- Yusra. 2016. Riset TNS: Generasi Terpelajar Dominasi Pengguna Instagram di Indonesia. <https://dailysocial.id/post/riset-tns-generasi-terpelajar-dominasi-pengguna-instagram-di-indonesia>