**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN CITRA DIRI PADA REMAJA**

***THE RETATIONSHIP BETWEEN THE INTENSITY OF SOCIAL MEDIA INSTAGRAM USE AND SELF IMAGE IN ADOLESCENT***

**Yatziah Yaumil Rahmat**

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

yatziah.yaumil@gmail.com

081286120101

**Abstrak**

Penggunaan media sosial instagram dengan citra diri pada remaja akhir. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 114 orang remaja akhir yang telah memenuhi karakteristik subjek penelitian, yaitu (1) remaja akhir yang berusia 18-21 tahun (2) memiliki akun media sosial instagram (3) aktifitas dalam menggunakan media sosial instagram dapat berupa membuat status / *snapgram*, mengupload foto, mengupload video, atau sekedar melihat pemberitahuan atau informasi lainnya di media sosial instagram serta adanya proses atau pengaplikasian fitur-fitur lainnya yang disediakan oleh media sosial instagram. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Skala Citra Diri. Data dianalisis dengan teknik analisis data *Product Moment Correlation* dari Karl Pearson. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh koefisien korelasi (rxy) = 0,312 dan p = 0,000 (p < 0,005). Hasil tersebut mengungkapkan bahwa terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan citra diri. Hasil temuan nilai koefisien determinasi R squared (R²) sebesar 0,098. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa variabel intensitas penggunaan media sosial instagram berkontribusi 9,8% terhadap variabel citra diri dan sisanya 90,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata Kunci**: intensitas penggunaan media sosial instagram, citra diri

***Abstract***

*This study aims to determine the relationship between the intensity of the use of social media Instagram with self-image in late teens. The subjects in this study were 114 late teens who had met the characteristics of the research subjects, which are (1) late teens aged 18-21 years (2) had an Instagram social media account (3) using Instagram social media to create instastory, upload photos , videos, or just view notifications or other information on Instagram social media and other process or application features provided by Instagram social media. The data collection method used is the Instagram Social Media Use Intensity Scale and the Self Image Scale. Data analysis used the Product Moment Correlation data analysis technique from Karl Pearson. Results Based on data analysis, correlation coefficient (rxy) = 0.312 and p = 0.000 (p < 0.005). These results indicate that there is a positive and significant relationship between the intensity of using Instagram social media and self-image. The finding of the coefficient of determination R squared (R²) is 0.098. Thus, it can be seen that the intensity variable of using Instagram social media contributes 9.8% to the self-image variable and the remaining 90.2% is influenced by other factors.*

***Keywords****: intensity of using Instagram social media, self-image*.

**PENDAHULUAN**

Manusia dalam menggambarkan diri, membutuhkan proses yang tidak singkat, dengan kata lain memakan waktu yang sangat lama dengan faktor yang mempengaruhi dalam proses pembentukannya, sebab diri atau self merupakan sebuah sistem tentang persepsi yang terus berubah yang dibentuk dan dipertahankan dalam komunikasi dengan orang lain dan dengan diri kita sendiri (Wood, 2011). Dalam proses penggambaran diri, dipengaruhi oleh banyak faktor baik faktor internal maupun eksternal. Interaksi komunikasi individu dengan orang lain, dapat membentuk suatu perspektif orang lain terhadap individu tersebut. Oleh sebab itu, pada saat kita menginternalisasikan perspektif orang lain, individu menjadi bisa melihat dirinya sendiri melalui mata orang lain tersebut. Hal inilah yang menjadi pembentukan konsep diri individu (Rahmat, 2009).

Konsep diri adalah apa yang seseorang lihat pada saat melihat ke dirinya sendiri, seperti “gambar” diri. Namun, tentu saja “gambar” ini akan dapat berubah-ubah seiring waktu dalam setiap situasi, konsep diri merupakan sebuah proses, bukan sesuatu yang tetap namun pada tahap tertentu gambar yang terbentuk akan stabil sepanjang waktu dan dalam berbagai situasi. Ada dua bentuk dalam konsep diri yakni konsep diri komponen kognitif disebut citra diri, dan komponen afektif disebut harga diri (Rahmat, 2009).

Citra diri merupakan gambaran mengenai tubuh dibentuk dalam pikiran, hal itu dimaksudkan untuk menyatakan suatu cara penampilan tubuh bagi diri sendiri yang meliputi perasaan tentang tubuh seperti kuat atau lemah, besar atau kecil, cantik atau jelek, dan tinggi atau pendek. Maka dari itu setiap individu diharuskan untuk mampu membangun citra diri yang positif, dan citra diri yang positif tidak hanya menyangkut perihal bentuk tubuh dan penampilan fisik namun juga menyangkut perihal perasaan, sikap, perilaku, dan aktivitas pada individu (Buss dalam Ramadhani dan putriyanti, 2014).

Citra diri dalam psikologi bisa tertanam di alam bawah sadar seseorang karena pengaruh orang lain, lingkungan, pengalaman masa lalu, atau sengaja ditanamkan oleh diri sendiri melalui pikiran sadarnya. Citra diri dapat bersifat positif dan membangun kepribadian seseorang dengan baik, namun juga ada yang bersifat negatif dan merusak mental seseorang (Retno, 2019).

Peranan citra diri dalam kehidupan seseorang menjadi cetakan dasar kehidupan sehingga seseorang akan menjalani kehidupan sesuai dengan gambaran mental dalam citra dirinya. Gambaran mental yang ada dalam pikiran bawah sadar seseorang mengenai citra dirinya akan cenderung muncul juga pada kehidupan nyata. Pencapaian dan kiprah seseorang dibatasi oleh citra dirinya sehingga tidak akan pernah melewati batasan yang tergambar pada pikiran bawah sadarnya. Citra diri yang negatif akan menghancurkan seseorang dan membawa kegagalan karena menarik unsur negatif ke dalam hidupnya, juga mengalami gangguan konsep diri, sedangkan citra diri yang positif akan menarik hal-hal positif dalam hidup seseorang sehingga membawa keberhasilan (Retno, 2019).

Hadisubrata (dalam Silfana, 2016) menjelaskan bahwa orang yang memiliki citra diri positif akan mengembangakan watak-watak seperti percaya diri, menghargai diri sendiri, menerima diri sendiri, mengembangkan potensinya seoptimal mungkin. Sebaliknya orang yang memiliki citra diri negatif akan mengembangkan watak-watak seperti rendah diri, membenci diri sendiri, pemalu, dan watak-watak lain yang menghambat penyesuaian sosial dalam pergaulan. Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan oleh Marhamah & Oktiranti (2014) mengatakan bahwa siswa yang menunjukan citra diri positif sebesar 47% dan negatif sebesar 53%. Prameswari, Aisah, dan Mifbakhuddin (2013) juga menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa sebagian besar remaja yang menjadi responden dalam penelitian memiliki citra diri yang negative (51,9 %).

Pada usia remaja membangun citra diri sangatlah penting untuk dilakukan, karena citra diri merupakan salah satu unsur penting untuk menunjukkan siapa diri individu yang sebenarnya. Masa remaja yang sering disebut sebagai usia peralihan, dan memiliki usia antara 10 sampai 12 tahun dan berakhir pada usia 18 sampai 21 tahun, merupakan masa pencarian identitas (Santrock, 2003).

Peneliti juga melakukan wawancara untuk mengetahui kondisi citra diri remaja akhir. Hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada 8 orang remaja akhir mendapatkan hasil remaja akhir memiliki evaluasi yang berbeda-beda disetiap aspeknya. Berdasarkan hasil wawancara tersebuT, dapat disimpulkan bahwa remaja akhir yang menjadi subjek dalam wawancara ini cenderung memiliki citra diri yang rendah atau negatif.

 Remaja di dalam kalangannya sudah menjadi trend tersendiri untuk berpenampilan menarik dan mengikuti mode yang sedang berkembang, apalagi dalam proses pembentukan citra diri, penampilan sangat penting untuk diperhatikan. Salah satu penyampaian trend yang paling penting dan cepat adalah lewat media sosial khususnya instagram (Putra, 2019).

Did & Co (2018) menyatakan bahwa instagram adalah salah satu platform media sosial yang paling populer dan sedang digemari masyarakat saat ini. Kepopularitasan instagram di antara kaum remaja dapat mengalahkan facebook. Survei yang telah dilakukan oleh lembaga riset Piper Jaffray terhadap responden remaja Amerika Serikat (AS) menunjukkan bahwa 33% para remaja yang berusia 13 hingga 19 tahun, cenderung lebih banyak mengakses instagram, sedangkan yang mengakses twitter sebesar 20 persen, sehingga ditempatkan menjadi peringkat kedua.

Menurut data yang dirilis Napoleon Cat, pada periode Januari-Mei 2020, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 69,2 juta (69.270.000) pengguna. Mayoritas pengguna instagram di Indonesia didominasi oleh golongan usia produktif, yakni pada rentang 18-34 tahun. Pengguna wanita mendominasi dengan selisih 1-2% dari pria. Rata-rata, pengguna instagram memposting 150 foto dalam sebulan, dengan lebih dari 80 juta foto dan video dibagikan secara global setiap harinya, dapat dilihat dan menghasilkan 3,5 Miliar jumlah like perhari (Napoleoncat.com)

Berdasarkan artikel yang ditulis oleh Peg Streep (2013) di situs Psychology Today merangkum dari penelitian yang dilakukan Pew Researcher Study di AS (Madden, Lenhart, Cortesi, Gasser, Duggan, Smith & Beaton, 2013) dan penelitian yang dilakukan Zeynep Tufekci (2008), terdapat beberapa alasan yang utama mengapa para remaja menjadi sering menggunakan media sosial yang pertama ingin mendapat perhatian dari orang lain, sebagian para remaja menyukai kegiatan seperti berbagi informasi di sosial media yang bertujuan agar mendapatkan perhatian. Alasan yang kedua yakni remaja saat ini ketika akan memutuskan sesuatu kerap meminta pendapat dari rekan-rekannya di media sosial. Contohnya seperti, para remaja akan semakin sering untuk mengunggah suatu foto maupun video hanya untuk melihat komentar yang diberikan. Apabila individu mendapatkan banyak pujian atau mendapatkan likes di instagram, akan membuat individu menjadi merasa populer. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa media sosial menjadi indikator kepopuleran. Para remaja akan merasakan sebuah kepuasan intrinsik apabila remaja tersebut populer di media sosial. Alasan yang ketiga dapat menumbuhkan citra diri. Media sosial sebenarnya tidak dapat mendeskripsikan pribadi seorang pengguna secara menyeluruh, maka dari itulah para remaja menjadikan media sosial sebagai penumbuh citra positif. Remaja cenderung akan memberikan kesan yang positif saat di media sosial dan akan berharap bahwa orang lain akan melihat seperti apa yang remaja tersebut harapkan. Ayuningthyas, Vidia, Subagya, Slamet, dan Rochani (2016) juga menambahkan bahwa terdapat alasan penggunaan media sosial terutama pada kalangan pelajar yaitu untuk mempresentasikan diri karena di Instagram merupakan media sosial yang lebih unggul dan luas serta memiliki fitur yang lebih mendukung.

Tubb dan Moss (Nurjan, Tjahjono, Yamin, 2016) menyatakan bahwa intensitas dapat diukur berdasarkan frekuensi dan durasi dari penggunaan media sosial. Intensitas menggunakan jejaring sosial atau media sosial instagram adalah tingkat kuantitas waktu dalam melakukan suatu kegiatan tertentu dalam waktu yang tertentu pula menunjukkan durasi, frekuensi lama waktu yang diperlukan, dan tingkat kualitas perasaan, minat, perhatian dalam menggunakan media sosial instagram yang meliputi semua fasilitas yang disediakan oleh media sosial instagram tersebut (Andarwati, 2016).

Pada era global seperti sekarang ini, masyarakat hidup berlomba-lomba untuk memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi. Awal mulanya masyarakat menggunakan media sosial untuk dapat berkomunikasi dengan teman-teman ataupun orang yang tidak dikenal sekalipun, lambat laun media sosial digunakan sebagai alat pembentukan citra diri (Putra, 2019). Sejalan dengan pendapat tersebut, Hardiani (2010) menyebutkan bahwa media sosial dijadikan sebagai media penggambaran diri individu, melalui fasilitas yang diberikan oleh media sosial remaja bisa menyimpan atau mengubah foto-foto pribadi, catatan pribadi, status pribadi dan yang bisa dikomentari oleh sesama pengguna, dengan demikian remaja bisa menampilkan keberadaan dirinya. Aktivitas tersebut dapat dijadikan tanda bahwa pengguna ingin mengungkapkan siapa dirinya dan apa yang remaja tersebut bayangkan terhadap dirinya.

Foto atau video yang ditampilkan secara langsung maupun tidak langsung akan dibaca atau dilihat oleh pengguna yang lain. Komentar, tanggapan, maupun pernyataan suka akan diberikan sebagai bentuk apresiasi terhadap status atau foto yang ditampilkan. Tanggapan yang positif akan berdampak baik pada remaja, sebaliknya tanggapan negatif akan berdampak tidak baik pada remaja (Listyawati, 2012).

Tujuan penelitian ini adalah untuk untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan citra diri pada remaja.

**METODE**

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah intensitas penggunaan media sosial Instagram. Intensitas penggunaan adalah besarnya kekuatan tingkah laku yang digunakan seseorang secara berulang-ulang ditinjau dari frekuensi dan lama waktu yang digunakan. Dalam penelitian ini intensitas penggunaan yang dimaksud adalah seberapa sering remaja dalam mengakses media sosial instagram. Variable intensitas penggunaan media sosial instagram diukur menggunakan skala intensitas penggunaan media sosial instagram yang pernah digunakan penelitian oleh Andarwati (2016) dalam skripsi “Citra Diri ditinjau dari Intensitas Penggunaan Media Jejaring Sosial Instagram pada Siswa Kelas XI SMAN 9 Yogyakarta”. Skala intensitas penggunaan media sosial instagram disusun berdasarkan aspek intensitas yang dikemukakan oleh Del Barrio (2004), yaitu *attention* (perhatian), *comprehension* (penghayatan), *duration* (durasi), dan *frequency* (frekuensi). Skala terdiri dari 27 aitem.

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah citra diri. Citra diri adalah gambaran diri seseorang tentang dirinya sendiri terkait dengan bagaimana cara seseorang memandang dirinya dan bagaimana berpikir tentang penilaian orang lain terhadapnya. Variabel citra diri diukur dengan menggunakan skala citra diri yang pernah digunakan penelitian oleh Andarwati (2016) dalam skripsi “Citra Diri ditinjau dari Intensitas Penggunaan Media Jejaring Sosial Instagram pada Siswa Kelas XI SMAN 9 Yogyakarta”. Skala Citra diri disusun berdasarkan aspek citra diri yang dikemukakan oleh Jersild (1961), yaitu. *physical self-image, psychological self-image,* dan *social self-image*. Skala terdiri dari 20 aitem.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala model *Likert.* Skala *likert* adalah skala yang disajikan dengan 4 alternatif jawaban, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Pilihan alternatif jawaban netral tidak disertakan agar subjek bisa mengemukakan pendapatnya dan tidak bersikap netral, apabila pilihan tengah atau netral disediakan maka subjek akan cenderung untuk menempatkannya dikategori tengah tersebut *(central tendency effect)*, sehingga data mengenai perbedaan di antara responden menjadi kurang informatif.

Terdapat dua jenis aitem yang ada dalam peneltian ini yakni *favorable* dan *unfavorable*. Aitem *favorable* merupakan aitem yang mendukung atau menunjukan kesesuaian dengan deskripsi keperilakuan pada indikator variabel yang diukur. Pilihan jawaban positif terhadap pernyataan favorable mendapat skor tinggi, Sangat Sesuai mendapat skor 4 (SS= 4) sedangkan pilihan jawaban negatif akan diberi skor rendah, Sangat Tidak Sesuai mendapat skor 1 (STS= 1). Sedangkan aitem *unfavorable* adalah aitem yang tidak mendukung atau tidak sesuai dengan deskripsi keperilakuan pada indikator variabel yang diukur. Jawaban positif terhadap pernyataan unfavorable diberi skor rendah, Sangat Sesuai mendapat skor 1 (SS= 1) sedangkan untuk jawaban negatif akan diberi skor tinggi Sangat Tidak Sesuai mendapat skor 4 (STS= 4). Hasil keseluruhan dari jawaban yang diberikan oleh subjek penelitian akan diakumulasikan untuk memperoleh skor total dari masing-masing subjek.

Subjek dalam penelitian ini adalah remaja akhir yang berjumlah 114 orang. Pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis *product moment (pearson correlation).*

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sebelum data penelitian ini dianalisis menggunakan teknik analisis product moment (pearson correlation), dilakukan uji prasyarat yang harus dipenuhi terlebih dahulu yaitu uji normalitas dan uji linearitas.

Uji normalitas menggunakan teknik analisis model *one sample kolmogrov-smirnov* (K-S-Z). Pedoman yang digunakan adalah apabila nilai signifikansi K-S-Z > 0,050 maka sebaran data mengikuti distribusi data normal dan apabila K-S-Z < 0,050 maka sebaran data tidak mengikuti distribusi data normal (Hadi, 2016). Dari hasil uji normalitas pada variabel Citra Diri diperoleh K-S-Z = 0,054 dengan p = 0,200 maka dapat dikatakan bahwa sebaran data skor variabel Citra Diri mengikuti distribusi data normal. Pada variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial Intsagram diperoleh K-S-Z = 0,063 dengan p = 0,200 maka sebaran data skor variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial Intsagram juga mengikuti distribusi data normal.

Uji linearitas dilakukan dengan cara menguji nilai signifikansi F. Pedoman yang digunakan adalah p < 0,050 berarti kedua variabel memiliki hubungan yang linear dan jika p > 0,050 berarti kedua variabel tidak memiliki hubungan yang linear (Hadi, 2016). Melalui hasil uji linearitas yang dilaukan oleh peneliti pada variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial Intsagram dengan variabel Citra Diri diperoleh hasil F = 11,862 dan p = 0,001. Hal ini menunjukan bahwa hubungan antara Citra Diri dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Intsagram merupakan hubungan yang linear.

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment (pearson correlation)* yang dikembangkan oleh Karl Pearson (Sugiyono, 2017). Pedoman untuk melihat hasil uji korelasi adalah apabila p < 0,050 berarti ada korelasi dan apabila p > 0,050 berarti tidak ada korelasi. Dari hasil analisis product moment (pearson correlation) diperoleh koefisien korelasi (rxy) hipotesis = 0,312 dan p = 0,000 (p < 0,05), hal ini berarti terdapat hubungan yang positif antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Intsagram dengan Citra Diri pada remaja akhir. Hal tersebut menandakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima. Selain itu, hasil analisis data tersebut juga menunjukkan nilai koefisian determinasi R squared (R²) sebesar 0,098 yang menandakan variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram memberi kontribusi sebesar 9,8% terhadap Citra Diri pada remaja akhir dan sisanya 90,2% dipengaruhi oleh faktor lain seperti faktor perilaku, keadaan fisik, pakaian, teman sebaya dan keluarga.

Penelitian ini juga mengungkap kategorisasi Skala Citra Diri dan kategorisasi Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram. Pada Skala Citra Diri diketahui bahwa subjek yang termasuk ke dalam kategori tinggi sebesar 16% (18 subjek), kategori sedang sebesar 70% (80 subjek), dan kategori rendah sebesar 14% (16 subjek). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Citra Diri pada remaja akhir tergolong ke dalam kategori sedang. Kondisi ini juga mengindikasi bahwa remaja akhir dianggap telah memiliki banyak aspek dari citra diri, dan hanya sedikit aspek dari citra diri yang tidak dimiliki oleh remaja akhir.

Sedangkan untuk hasil kategorisasi data dari Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram, menunjukan bahwa kategori tinggi sebesar 12% (14 subjek), kategori sedang sebesar 72% (82 subjek), dan kategori rendah sebesar 16% (18 subjek). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram pada remaja akhir tergolong ke dalam kategori sedang. Hal ini berarti bahwa remaja akhir yang menjadi subjek penelitian ini sering bermain aplikasi media sosial instagram dan telah memenuhi banyak aspek dari intensitas penggunaan media sosial Instagram.

Intensitas penggunaan media sosial instagram merupakan variabel yang mampu memberikan sumbangan positif terhadap citra diri. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andarwati (2016) yang menyatakan bahwa meningkatnya atau tingginya intensitas penggunaan media jejaring sosial instagram diikuti dengan meningkatnya citra diri. Hal ini berarti bahwa individu yang sering mengakses instagram cenderung memiliki citra diri yang tinggi.

Maltz (1994) mendeskripisikan citra diri yaitu konsep yang dimiliki individu atas pilihannya sebagai individu sendiri. Hadiwibowo (2003) juga memberikan definisi citra diri sebagai gambaran seseorang terhadap diri sendiri atau pikiran seseorang tentang pandangan orang lain terhadap dirinya, terkait dengan bagaimana cara seseorang memandang dirinya dan bagaimana berpikir tentang penilaian orang lain terhadapnya. Zakirah (2018) menambahkan bahwa citra diri yakni gambaran umum tentang diri sendiri atau pandangan yang dibuat untuk diri sendiri.

Masa remaja yang merupakan masa transisi cenderung akan membuat para remaja mencari jati diri dan menunjukkan eksistensi diri mereka. Eksistensi inilah yang akan mempengaruhi self image atau citra diri. Pada sebagian remaja, media sosial instagram dapat membangun self image atau citra diri yang positif dari penggunaan media sosial itu sendiri. Remaja akan cenderung memberikan kesan yang baik sebab remaja berharap dirinya dilihat seperti apa yang remaja harapkan (Mahendra, 2017).

Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi citra diri yaitu faktor perilaku dan faktor sosial (Brown, 1998). Intensitas penggunaan media sosial instagram merupakan bagian dari faktor sosial yang mampu memberikan pengaruh bagi citra diri. Hal ini didukung oleh penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Andarwati (2016) yang menemukan bahwa intensitas penggunaan media sosial instagram mampu memberikan sumbangan efektif sebesar 8,9% terhadap citra diri pada siswa SMA Negeri 9 Yogyakarta.

Menurut Del Barrio (2004) Intensitas adalah banyaknya aktivitas yang dilakukan dilihat dari frekuensinya. Lebih lanjut Del Barrio (2004) merumuskan intensitas penggunaan media sosial instagram ke dalam beberapa aspek diantaranya attention (perhatian), comprehension (penghayatan), duration (durasi), dan frequency (frekuensi).

Aspek pertama adalah Attention (perhatian). Perhatian merupakan minat individu. Perhatian pada aktivitas individu sesuai dengan minat yang diinginkannya lebih kuat dan intens daripada minat aktivitas yang tidak dikarenakan ketertarikan. Seseorang memiliki perhatian pada media sosial, sehingga orang tersebut dapat menikmati aktivitas saat mengakses media sosial, menjalin hubungan dengan orang lain melalui media sosial, dan menggunakan layanan yang terdapat dalam situs media sosial tersebut (Del Barrio, 2004). Salah satu jejaring sosial yang saat ini diminati oleh remaja adalah instagram. Media sosial instagram mendorong penggunanya untuk saling berinteraksi dan berpartisipasi melalui fitur-fitur yang disediakan, seperti menggunggah foto ataupun video, menyukai (like) kiriman pengguna lain, mengomentari foto, melakukan siaran langsung, dan juga dapat saling mengirimkan pesan. Segala fitur yang disediakan oleh media sosial instagram memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk berkomunikasi dan menampilkan diri kepada orang lain akan tetapi penggunaan instagram juga membawa dampak negatif seperti seperti persaingan hidup mewah, krisis percaya diri, dan tidak mau menatap realita dan kenyataan (Keke, 2015). Tangkudung dan Harilama (2019) juga menambahkan bahwa nilai individu ditampilkan dalam media sosial, para remaja mencoba membuat sebuah citra positif tentang diri remaja di media sosial tersebut. Remaja suka menampilkan identitas mereka yang Smart, terlihat bahagia, dan suka menampilkan hobi atau kegiatan yang mereka sukai.

Selaras dengan penjelasan diatas, data yang ditemukan di lapangan juga menunjukan bahwa remaja akhir memiliki perhatian pada instagram seperti merasa tertarik dengan instagram yang sedang berkembang saat ini, menggunakan instagram untuk promosi, berjualan barang atau jasa, dan menggunakan instagram untuk menyebarkan kegiatan (event) yang sedang berlangsung.

Aspek kedua yaitu Comprehention (penghayatan). Penghayatan adalah pemahaman dan penyerapan informasi, adanya usaha individu untuk memahami, menikmati, pengalaman untuk memenuhi dan menyimpan informasi, dan pengalaman tersebut diperoleh sebagai pengetahuan individu. Misalnya, orang yang mengakses media sosial dengan memahami dan menyerap informasi segala sesuatu mengenai media sosial sehingga dapat menikmati aktivitas saat mengakses situs media sosial (Del Barrio, 2004). Menurut Yanica (2014) intensitas suatu kegiatan seseorang mempunyai hubungan yang erat dengan perasaan. Perasaan senang terhadap kegiatan yang akan dilakukan dapat mendorong orang yang bersangkutan melakukan kegiatan tersebut secara berulang-ulang. Kesenangan siswa dalam bermain media sosial instagram yang tengah populer memungkinkan siswa untuk terus memposting atau menampilkan foto-foto, saling bertukar, berkomentar, dan menyukai foto yang diunggah (like), bersaing untuk mendapatkan follower yang banyak, dan lain sebagainya. Semua kegiatan tersebut bertujuan untuk membangun dan menampilkan citra diri siswa kepada pengguna instagram yang lain. Penelitian lain yang dilakukan oleh Ilkido KOPACZ (2011) mengatakan bahwa komentar yang positif terhadap foto yang ditampilkan di jejaring sosial dapat meningkatkan dan mengembangkan citra diri dan harga diri pengguna jejaring sosial tersebut. Putri (2018) juga menambahkan bahwa media sosial instagram dapat memenuhi kebutuhan pemiliknya, seperti untuk kebutuhan akan informasi, personal, sosialisasi, serta untuk hiburan.

Berdasarkan temuan yang diperoleh dari data yang ada dilapangan, diketahui bahwa remaja akhir menunjukkan penghayatan seperti para remaja akhir lebih senang menggunakan instagram daripada media sosial yang lain, membuka media sosial instagram membuat remaja akhir merasa senang, remaja akhir paham dan bisa menggunakan fitur-fitur instagram, melihat aktivitas terbaru foto yang sudah diunggah (apakah ada yang berkomentar, memberi tanda suka / like, ada followers / pengikut baru dan sebagainya), memperbarui fitur atau konten yang ada ditawarkan instagram, sering mengecek kumpulan foto dan video populer yang mendapat banyak like, meng-update atau memperbaharui foto ketika membuka dan mengakses instagram, ikut memberikan tanggapan atau komentar terhadap foto dan gambar yang diunggah teman-teman.

Aspek selanjutnya yaitu Duration (durasi). Durasi adalah lamanya individu dalam menjalankan perilakunya. Lamanya seseorang dalam mengakses media sosial dapat dilihat dari waktu yang dihabiskan individu tersebut untuk setiap kali menggunakannya. Misalnya seseorang yang mengakses media sosial dapat menghabiskan waktu 1-2 jam setiap harinya (Del Barrio, 2004). Tangkudung dan Harilama (2019) mengatakan bahwa semakin aktif seorang remaja di media sosial maka mereka semakin dianggap keren dan gaul, namun kalangan remaja yang tidak mempunyai media sosial biasanya dianggap kuno, ketinggalan jaman, dan kurang bergaul.

Penjelasan diatas sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh dari data lapangan yaitu remaja akhir setiap kali mengakses dan bermain instagram menghabiskan waktu rata-rata lebih dari 15 menit dan dalam satu minggu bisa menghabiskan waktu lebih dari 15 jam untuk bermain dan membuka instagram.

Aspek terakhir yaitu Frequency (frekuensi). Frekuensi yaitu seringnya atau banyaknya pengulangan perilaku dalam menggunakan media sosial. Frekuensi menggunakan media sosial dapat dilihat dari seberapa seringnya individu membuka dan mengakses media sosial dalam waktu tertentu, misalnya dalam satu minggu seseorang dapat mengakses media sosial sebanyak 10 kali, atau dalam satu bulan dapat mengakses media sosial sebanyak 40 kali (Del Barrio, 2004). Putri, Nurwati, & Budiarti (2016) mengatakan bahwa kalangan remaja yang menjadi hiperaktif di media sosial sering memposting kegiatan sehari-hari seakan menggambarkan gaya hidup remaja yang mencoba mengikuti perkembangan zaman, sehingga dianggap lebih populer di lingkungannya. Manusia sebagai aktor yang kreatif mampu menciptakan berbagai hal, salah satunya adalah ruang interaksi dunia maya. Putra (2019) juga menambahkan bahwa dengan memiliki banyak teman atau followers dan fitur-fitur yang kekinian di instagram menjadi salah satu faktor yang mendorong pengguna instagram lebih aktif untuk mengunggah foto dan video di instagram dengan tujuan membentuk citra diri agar terlihat lebih baik dimata followers di instagram.

Penjelasan diatas sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh dari data lapangan yaitu remaja akhir dalam setiap 1 jam selalu berusaha untuk membuka dan mengakses instagram, mengakses instagram sebelum tidur, mengakses instagram setelah bangun, membuka dan mengakses instagram di rumah, membuka dan mengakses instagram di tempat belajar, membuka dan mengakses instagram di luar rumah, membuka dan bermain instagram lebih dari 2 kali setiap harinya, dan dalam satu bulan remaja mampu membuka dan mengakses instagram lebih dari 40 kali.

Seluruh hasil penelitian yang telah dijelaskan oleh peneliti sebelumnya, menunjukkan bahwa hasil penelitian ini sudah sesuai dengan penelitian terdahulu yang meneliti tentang variabel yang sama yaitu, hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan citra diri. Berdasarkan seluruh uraian diatas, peneliti menarik kesimpulan bahwa intensitas penggunaan media sosial instagram pada remaja akhir mampu memberikan pengaruh terhadap citra diri.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan citra diri pada remaja akhir. Diperoleh nilai koefisien korelasi (rxy) = 0,312 dan p = 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial instagram pada remaja akhir, maka akan semakin tinggi juga citra diri yang dimiliki oleh remaja akhir. Sebaliknya, semakin rendah intensitas penggunaan media sosial instagram pada remaja akhir, maka akan semakin rendah juga citra diri yang dimiliki oleh remaja akhir.

Kemudian dari hasil kategorisasi data diketahui bahwa subjek remaja akhir cenderung memiliki citra diri yang tergolong sedang dengan jumlah 80 orang (70%) dan intensitas penggunaan media sosial instagram termasuk dalam kategori sedang dengan jumlah 82 orang (72%). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa sumbangan efektif yang diberikan oleh variabel intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap citra diri adalah sebesar 9,8%, sedangkan sisanya 90,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

**SARAN**

1. Remaja

Kepada remaja agar mampu memanfaatkan instagram secara bijak dengan memberikan komentar, tanggapan, like kepada pengguna lain. Tanggapan yang positif akan berdampak baik pada remaja sehingga dapatmeningkatkan citra diri ,sebaliknya tanggapan yang negatif akan berdampak tidak baik pada remaja.

1. Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti permasalahan yang sama dapat memilih faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi citra diri.

**DAFTAR PUSTAKA**

Andarwati, I. (2016). Citra Diri Ditinjau

Dari Intensitas Penggunaan

Media Jejaring Sosial Instagram

Pada Siswa Kelas XI SMA N 9

Yogyakarta. *EJurnal bimbingan*

*dan konseling* Vol 3 : 1-12.

Ayuningthyas, P.Vidia, Subagya, Slamet,

dan Rochani S. (2016). Media

Sosial Instagram sebagai

Panggung Presentasi Diri pada

Siswa SMA Negeri 2 Karanganyar. *Jurnal* *Sosiologi Antropologi*. Universitas Sebelas Maret.

Azwar, S. (2016). *Penyusunan skala*

*psikologi* (edisi 2). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Brahmini, I. A. B. (2019). Kontribusi

intensitas komunikasi di media

social Instagram terhadap citra

tubuh remaja perempuan pelajar

SMA di Denpasar. *Jurnal*

*Psikologi,* 6(01), 109-119.

Brown, J.D. (1998). *The self*.

Massachussetts: Mc.Graw Hill

Inc.

Did & Co (2018). Perkembanga Instagram di tahun 2018. Diakses pada tanggal 25 September 2020 dari <https://didand.co.id/perkembangan-instagram-di-tahun-2018/>,.

Del Barrio, V. (2004). Relationship

between emphaty and the big five personality traits in a sample of spanish adolescents, social behavior and personality, vol. 32(7); 677-682

Nuryani, E. (2014). Hubungan intensitas

mengakses facebook dengan motivasi belajar siswa SMA Negeri 2 Tenggarong Seberang. *eJournal* *Ilmu Komunikasi* 2 (3): 178-192

Ferlitasari, R. (2018). *Pengaruh Media*

*Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja (Studi pada Rohis di SMA Perintis 1 Bandar Lampung).* Undergraduate thesis, UIN Raden Intan Lampung

Hadiwibowo, U. (2003). *Mewujudkan*

*pribadi yang berharga*. Jakarta: Indo Persada

Hadi, S. (2016). *Metodologi riset.*

Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hardiani, A.P. (2010). *Hubungan Citra*

*Diri Melalui Foto Profil dengan Harga Diri pada Mahasiswa Pengguna Facebook Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah*. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Jersild, T.A. (1961). *The psychology of*

*adolescence*. New York: The MacMillan Company.

KOPACZ, Ilkidó. (2011). Say lovely

things about me so that I know I am like that! The Role of Positive Photo Comments Posted on Social Networking Websites in the Development of the Self-Image. *International Journal of* *Social Analysis.*

Listyawati, T. (2012). *Narcisstic*

*Personality Disorder pada Siswa SMA Pengguna Jejaring Sosial Dunia Maya Facebook di Kota Yogyakarta*.Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta

Madden, M., Lenhart, Cortesi, Gasser,

Duggan, Smith, dan Beaton. (2013). *Teens,* *social media, and privacy*. *Pew Researcher Center.*

Mahendra, B. (2017). Eksistensi social

remaja dalam instagram (sebuah perspektif komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*. Vol 16 (1) : 151 – 160

Maltz, M. (1996). *Kekuatan ajaib*

*psikologi citra diri*. Jakarta: Mitra Utama

Marhamah, Q., & Okatiranti. (2014).

Gambaran citra diri siswa-siswi pada masa pubertas. *Ejournal BSI*. Vol 2 (2) : 123-130

Napoleon Cat. (2020). Instagram users in Indonesia [Infographic]. diakses tanggal 27 Juni 2021. Dari <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-inindonesia/2020/02>

Nurjan, S., Tjahjono, H.K., & Yamin,

M.N. (2016). Trends in the adolescent delinquncy behavior at the Institute of Islamic Education Ponorogo District. *Journal of Goverment and Politics.*

Pepin, G., & Endresz, N. (2015).

Facebook, instagram, pinterest and co : body image and social media. *J Eat Disord* 3 (1)

Prameswari, S,P,I., Aisah, S., &

Mifbakhuddin. (2013). Hubungan obesitas dengan citra diri dan harga diri pada remaja putri. *Jurnal Keperawatan*

*Komunitas*. Vol 1 (1) ; 52-61

Putra, M.R.A. (2019). Kemanfaatan

instagram dalam pembentukan citra diri remaja wanita di Makassar*. Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 2 (1) : 1-10.

Putri, D.M. (2018). *Proses pembentukan*

*citra melalui media sosial instagram pada mahasiswa Universitas Bakrie*. Skripsi. Jakarta :Universitas Bakrie

Putri, M.P. (2012). Pembentukan Konsep

Diri Anak Usia Dini di One Earth School Bali. *Journal Communication Spectrum*. Vol 2 (1) : 100-117.

Putri, W.S.R., Nurwati, N., & Budiarti,

M. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Jurnal Unpad*. Vol 3 (1) : 1-154

Rahmat, J. (2009). *Psikologi komunikasi*.

Jakarta: Grasindo

Rama. (2010). Citra diri. Universitas

Gunadarma kampus Kalimalang dan SMA Negeri 8 Bekasi. Jawa Barat.

Ramadhani, T.N., & Putriyanti, F.G.

(2014). Hubungan antara kepercayaan diri dengan citra diri pada remaja akhir*.* *Jurnal Spirits*. Vol 4 (2) : 1-74

Rejeki, S., Komalawati, E., & Indriyanti,

P. (2020) Penggunaan Instagram terhadap citra diri mahasiswa. *Jurnal Lugas* Vol. 4 (2) : 105 - 116

Retno, D. (2019, 14 Mei). Citra diri dalam psikologi. dalam psikologi. Diakses dari <https://dosenpsikologi.com/citra-diri-dalam-psikologi>

Rizki, A.I. (2017). *Hubungan antara*

*intensitas penggunaan media sosial instagram dengan harga diri.* Skripsi. Surakarta: UMS.

Santrock, J.W. (2003). *Adolescent-*

*perkembangan remaja*. Jakarta:

Erlangga

Silfana, M. N., (2016) *Perbedaan citra*

*diri antara memakai jilbab dengan konsisten dengan memakain jilbab tidak konsisten pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di UIN Walisongo Semarang*.Skripsi. UIN Walisongo Semarang.

Soemirat, S., & Ardianto, E. (2007).

*Dasar-dasar public relations*,

Bandung : Rosdakarya.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian*

*kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV

Tangkudung, J.P.M., & Harilama, S.

(2019). Manfaat media sosial bagi kelompok remaja di Desa Touure Kecamatan Tompaso Kabupaten Minahasa Sulawesi Utara*. Journal Unsrat.* Vol 1 (3) : 1-7

Wood, T.J. (2011). *Communication*

*Mosaic: An Introductionto the Field of Communication*. Boston: Wadsworth, Cengage Learning. hlm. USA

Yanica, N.L. (2014). *Korelasi antara*

*kebutuhan afiliasi dan keterbukaan diri dengan intensitas menggunakan jejaring sosial pada siswa Kelas VII*

*SMP N 15 Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta

Yuliani, P. (2013). *Hubungan antara*

*citra diri (Self Image) dengan perilaku perawatan wajah yang dilakukan pria di klinik skin care Kota Bandung*.S1 thesis. Universitas Pendidikan Indonesia

Zakirah, D. M. A. (2018). Mahasiswa dan

Instagram (Study Tentang Instagram Sebagai Sarana Membentuk Citra Diri di Kalangan Mahasiswa Universitas Airlangga). *Jurnal S1 Sosiologi FISIP Universitas Airlangga*. 1-21

Zeynep, T. (2008). *Can You See Me*

*Now? Audience and Disclosure Regulation in Online Social Network Sites*. University of Maryland, Baltimore County.