

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas 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 (r_{xy}) = 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 (R^2) 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 (r_{xy}) = 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 (R^2) 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*