



PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP

PEMBENTUKAN KONSEP DIRI MAHASISWA

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

Oleh :

Nama : Michelle

NIM : 68130433

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi *Marketing Communication*



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

FEBRUARI 2017

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



PENGESAHAN

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PEMBENTUKAN KONSEP DIRI MAHASISWA INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

Diajukan Oleh:

Nama: Michelle

NIM : 68130433

Jakarta, 16 Juni 2017

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing,

(Siti Meisyaroh, S.Sos,M.Soc.,Sc)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

2017

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Michelle / 68130433 / 2017 / Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Konsep Diri Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie / Dosen Pembimbing: Siti Meisyaroh, S.Sos, M.Soc., Sc

Perkembangan teknologi komunikasi telah membawa pengaruh terhadap kemajuan komunikasi saat ini. Pertumbuhan pesat dari teknologi komunikasi ditandai dengan munculnya ponsel pintar dimana jejaring sosial merupakan bagian di dalamnya. Media sosial seperti Instagram adalah salah satu yang paling diminati oleh para pengguna ponsel pintar di era digital ini. Media sosial Instagram yang biasanya digunakan untuk mengunggah foto dan video, membuat pemilik akun memunculkan gambar dirinya. Sehingga hal tersebut akan mempengaruhi seseorang dalam pembentukan konsep dirinya.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi antarpribadi yang didalamnya membahas tentang konsep diri. Media baru itu sendiri adalah internet yang di dalamnya terdapat media sosial. Sedangkan konsep diri membahas tentang sebuah pandangan atau persepsi seseorang tentang dirinya sendiri, dimana konsep diri terbentuk bukan hanya karena pikirannya sendiri melainkan karena adanya interaksi dengan orang lain dan dorongan dari lingkungan sehingga memberikan pengaruh kepada seseorang dalam bertindak di dalam kehidupannya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis survei explanatif. Penelitian ini menggunakan kuisioner untuk pengumpulan data dimana kuisioner dibagikan kepada mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang aktif menggunakan media sosial Instagram. Kemudian hasil dari penyebaran kuisioner tersebut diolah dalam *coding sheet* menggunakan SPSS 20.0.

Dengan analisis menggunakan SPSS 20.0, didapatkan hasil bahwa media sosial Instagram memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan konsep diri seseorang. Hal tersebut dapat dilihat dari uji T yang memiliki nilai $\alpha 0,001 < 0,005$, sehingga memberi hasil dimana H_0 ditolak, artinya bahwa ada pengaruh secara signifikan antara variabel media sosial Instagram terhadap variabel Konsep Diri.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah media sosial Instagram memberikan pengaruh terhadap pembentukan konsep diri mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie sebesar 10,9%. Sehingga dapat dikatakan bahwa pembentukan konsep diri mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dipengaruhi tidak hanya melalui media sosial Instagram tetapi juga melalui faktor yang lainnya.





ABSTRACT

Michelle / 68130433 / 2017 /The Influence of Social Media Instagram Toward Self-Concept Establishment of Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Student / Advisors: Siti Meisyaroh, S.Sos, M.Soc., Sc

The development of communication technology has affected the progress of the current communication. The rapid growth of communications technology is characterized by the emergence of smartphones where social networking is a part of it. Social media such as Instagram is one of the most favorite by smartphone users in this digital era. Social media Instagram which is commonly used to upload photos and videos, encourages the account owner shows up an image of him/her. So it will affect to someone's self-concept establishment.

This research use interpersonal communication theory, which is discuss about self concepts and a new media. New media itself is the internet and a social media in it. While the self concept discusses a someone's view or perception of himself and the self-concept is establish not only because of his own thoughts, but because of their interactions with others and encouragement from the environment which makes influence to a person's act in his life.

The method used in this research is quantitative with descriptive survey. This study used a questionnaire to collect data where that questionnaire was distributed to the Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie students who actively use social media Instagram. Then the results of the questionnaires were processed in the coding sheet using SPSS 20.0.

After analyse the coding sheet use SPSS 20.0, showed that social media Instagram has a significant influence toward someone self-concept establishment. It can be seen from the T-table that has an alpha value of $0.001 < 0.005$, giving the results where H_0 is rejected, it means that there is significant influence between the social media Instagram variable to Self Concept variable.

The conclusion of this study is social media Instagram influence the self-concept establishment of Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie students was 10,9%. So it can be said that the self- concept establishment of the Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie students, not only affected through social media Instagram but also by other factors.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. a. Penugutan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Penguatan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan kuasa-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Skripsi ini berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Konsep Diri Mahasiswa Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie” guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Peneliti menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada sehingga dalam menyelesaikan skripsi ini. Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran.

Dalam kesempatan ini, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan pengharapan untuk dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.
2. Orangtua peneliti (Kusuma Hinhantara dan Siu Cen) serta Marshal dan Marilyn yang selalu mendukung peneliti dalam mengerjakan skripsi dan doa yang mereka berikan untuk kelancaran skripsi peneliti.
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Deavvy Johassan, S.Sos., M.Si yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
4. Ibu Siti Meisyaroh, S.Sos,M.Soc., Sc selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu mengarahkan dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi agar tepat waktu.
5. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan membagikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat untuk peneliti, serta staf maupun karyawan yang telah membantu proses perkuliahan hingga penulisan penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.



6. Teman-teman yang selalu menyemangati peneliti, yang terdiri dari: Ian Marvin, teman-teman marketing baris depan (Ko Rico, Ci Petra, Ci Fiona, Ko Jeffi, Ko Ivan, Nando), Power Rangers (Ci Eunike, Monna, Devina, Jessica Setiawan), teman-teman gereja GBI MKD dan *Youth and teens* REVIVE, teman-teman PD Maleakhi, teman-teman SMA (Andrea, Kevin Jayadi, Tirta, Roy, David, Bryan, Aileen), sahabat-sahabat peneliti (Melina, Steffie, Eric, Billy, Asprillia Yohanna, Aileen G, Ezra Laurencia, Ilsa Caroline, Michael Daniel, Johannes Christian), dan Ko Rafael Lee yang telah membantu peneliti mengerjakan skripsi.
7. Semua pihak yang selalu mendukung peneliti dalam mengerjakan skripsi yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Demikian yang dapat peneliti sampaikan. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun peneliti tetap berusaha memberikan dan mengerjakan yang terbaik. Peneliti sangat menerima kritik dan saran yang diberikan agar peneliti dapat menambah ilmu bagi peneliti. Kiranya penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak lainnya yang membaca skripsi ini.

Jakarta, 1 Februari 2017

Peneliti

Michelle

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



DAFTAR ISI

Abstrak	i
Abstract	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar	viii
Daftar Lampiran	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Identifikasi Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. Komunikasi	8
2. Komunikasi Antarpribadi (<i>Interpersonal</i>)	10
3. Konsep Diri	11
4. Media Baru	40
5. Media Sosial	42
B. Penelitian Terdahulu	51
C. Kerangka Pemikiran	56
D. Hipotesis	57
BAB III METODE PENELITIAN	58
A. Subyek Penelitian	58
B. Desain Penelitian	58
C. Variabel Penelitian	59
D. Teknik Pengumpulan Data	62
E. Teknik Pengambilan Sampel	62

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
Harap Dituduh di Undang-Undang
Cipta Dituntut di Undang-Undang

© Hak Cipta Dituntut di Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



F. Teknik Analisis Data	64
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	66
A. Gambaran Umum	66
1. Instagram	66
B. Analisis dan Pembahasan	71
1. Data Responden	71
2. Uji Validitas dan Reliabilitas	75
3. Uji Statistik Deskriptif	80
4. Uji Normalitas	86
5. Uji Korelasi	87
6. Uji Hipotesis	88
C. Hasil Penelitian	92
BAB V PENUTUP	101
A. Simpulan	101
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	51
Tabel 3.1	Tabel Operasional Penelitian.....	56
Tabel 4.1	Persentase Responden Berdasarkan Angkatan	72
Tabel 4.2	Persentase Responden Berdasarkan Program Studi	72
Tabel 4.3	Persentase Responden Berdasarkan Usia	73
Tabel 4.4	Persentase Responden Berdasarkan Kepemilikan akun Instagram	74
Tabel 4.5	Persentase Responden Berdasarkan Aktif Menggunakan Media Sosial Instagram	74
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial Instagram (Variabel X)	76
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Konsep Diri (Variabel Y)	77
Tabel 4.8	Tabel Uji Reliabilitas.....	79
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Responden Terhadap Media Sosial Instagram	80
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Responden Terhadap Konsep Diri dalam Media Sosial Instagram	82
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas.....	87
Tabel 4.12	Hasil Uji Korelasi.....	87
Tabel 4.13	Pengujian Koefisien Determinasi.....	88
Tabel 4.14	Uji statistik T	89
Tabel 4.15	Uji statistik F	90
Tabel 4.16	Tabel Hasil Uji Regresi Sederhana.....	91



DAFTAR GAMBAR

	Gambar 2.1	<i>The Source of Self Concept</i>	12
	Gambar 2.2	Johari Window.....	14
	Gambar 2.3	Struktur Konsep Diri Shavelson, Hubner, dan Stanton.....	22
	Gambar 2.4	Struktur Konsep Diri Shavelson dan Marsh	23
	Gambar 2.5	Kerangka Pemikiran.....	53
	Gambar 4.1	Gambar Logo Instagram.....	69
	Gambar 4.2	Gambar Timeline Instagram.....	69
	Gambar 4.3	Gambar Profil Instagram.....	69
	Gambar 4.4	Gambar Mengunggah Foto dalam Instagram.....	70
	Gambar 4.5	Gambar Kolom Komentar pada Instagram.....	70
	Gambar 4.6	Gambar Rentang Nilai Variabel X.....	82
	Gambar 4.7	Gambar Rentang Nilai Variabel Y.....	86



Hak Cipta dilindungi Undang-undang. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
 SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	106
Lampiran 2 Rekapitulasi Data Kuisisioner Variabel X (Media Sosial Instagram)	110
Lampiran 3 Rekapitulasi Data Kuisisioner Variabel Y (Konsep Diri)	113
Lampiran 4 <i>Output</i> SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X (Media Sosial Instagram)	116
Lampiran 5 <i>Output</i> SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Y (Konsep Diri)	118
Lampiran 6 Distribusi Frekuensi Responden Terhadap Media Sosial Instagram	123
Lampiran 7 Distribusi Frekuensi Responden Terhadap Konsep Diri	127
Lampiran 8 <i>Output</i> SPSS Uji Normalitas	133
Lampiran 9 <i>Output</i> SPSS Uji Korelasi	134
Lampiran 10 <i>Output</i> SPSS Uji Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>)	135
Lampiran 11 <i>Output</i> SPSS Uji Statistik T	136
Lampiran 12 <i>Output</i> SPSS Uji Statistik F	137
Lampiran 13 <i>Output</i> SPSS Uji Regresi Sederhana	138



Hak Cipta dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.