

## Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Citra Diri Pada Remaja

Yatziah Yaumil Rahmat<sup>1</sup>, Sri Muliati Abdullah<sup>2</sup>, Narastrri Insan Utami<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Mercu Buana Yogyakarta

e-mail: [yatziah.yaumil@gmail.com](mailto:yatziah.yaumil@gmail.com)<sup>1</sup>, [srimuliati@mercubuana-yogya.ac.id](mailto:srimuliati@mercubuana-yogya.ac.id)<sup>2</sup>,  
[narastrri@mercubuana-yogya.ac.id](mailto:narastrri@mercubuana-yogya.ac.id)<sup>3</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empirik hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan citra diri pada remaja akhir. Subjek penelitian ini berjumlah 114 orang remaja akhir. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner online melalui *googleforms*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis *Product Moment Correlation* dari Karl Pearson. Hasil analisis menunjukkan koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) sebesar 0,312 dengan nilai  $p = 0,000$  ( $p < 0,005$ ), mengindikasikan adanya hubungan positif dan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan citra diri. Selain itu, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,098 yang mengindikasikan bahwa intensitas penggunaan media sosial instagram menyumbang 9,8% terhadap citra diri, sementara 90,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata Kunci:** *Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram, Citra Diri*

### Abstract

This study aims to empirically examine the relationship between the intensity of Instagram usage and self-image among late adolescents. The subjects of this research consist of 114 late adolescents. Data collection was conducted using an online questionnaire via Google Forms. Data analysis was performed using the Product Moment Correlation analysis by Karl Pearson. The results show a correlation coefficient ( $r_{xy}$ ) of 0.312 with a p-value of 0.000 ( $p < 0.005$ ), indicating a positive and significant relationship between the intensity of Instagram usage and self-image. Furthermore, the coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.098, suggesting that the intensity of Instagram usage accounts for 9.8% of the variance in self-image, while 90.2% is influenced by other factors.

**Keywords:** *Intensity Of Using Instagram Social Media, Self-Image*

### PENDAHULUAN

Proses seseorang dalam menggambarkan dirinya membutuhkan waktu yang panjang, karena pembentukan diri dipengaruhi oleh berbagai faktor. Diri atau *self*, adalah sebuah sistem persepsi yang terus berkembang dan dibentuk melalui interaksi komunikasi, baik dengan orang lain maupun dengan diri sendiri (Wood, 2011). Banyak faktor yang memengaruhi proses ini, baik dari dalam diri maupun dari luar. Ketika individu berkomunikasi dengan orang lain, interaksi tersebut dapat mempengaruhi pandangan orang lain terhadap dirinya. Akibatnya, saat seseorang menginternalisasikan sudut pandang orang lain, ia dapat melihat dirinya dari sudut pandang tersebut. Inilah yang menjadi dasar pembentukan konsep diri (Rahmat, 2009).

Konsep diri adalah bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri, layaknya sebuah "citra" diri. Namun, citra ini bisa berubah seiring waktu dan situasi yang berbeda, karena konsep diri adalah sebuah proses yang dinamis, bukan sesuatu yang tetap. Meski begitu, pada titik tertentu, gambaran diri ini dapat menjadi stabil dalam berbagai situasi dan sepanjang waktu. Konsep diri terdiri dari dua aspek utama: komponen kognitif yang disebut citra diri, dan komponen afektif yang disebut harga diri (Rahmat, 2009).

Citra diri adalah gambaran mental tentang tubuh yang terbentuk dalam pikiran seseorang. Ini mencakup persepsi individu terhadap penampilan fisiknya, seperti perasaan apakah tubuhnya

kuat atau lemah, besar atau kecil, cantik atau tidak menarik, serta tinggi atau pendek. Oleh karena itu, setiap individu perlu membangun citra diri yang positif, yang tidak hanya berkaitan dengan bentuk fisik dan penampilan, tetapi juga dengan perasaan, sikap, perilaku, dan aktivitas sehari-hari (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 bahkan secara sadar dibentuk oleh individu itu sendiri. Citra diri ini bisa bersifat positif, yang membantu membangun kepribadian secara baik, atau negatif, yang berpotensi merusak kesehatan mental seseorang (Retno, 2019).

Citra diri memainkan peran penting sebagai fondasi dalam kehidupan seseorang, sehingga mereka cenderung menjalani hidup sesuai dengan gambaran mental dari citra diri yang tertanam di alam bawah sadarnya. Gambaran mental ini biasanya akan tercermin dalam kehidupan nyata. Capaian dan tindakan seseorang sering kali dibatasi oleh citra diri mereka, sehingga mereka cenderung tidak melebihi batasan yang sudah terbentuk dalam pikiran bawah sadar mereka. Citra diri yang negatif dapat membawa kegagalan dengan menarik energi negatif ke dalam kehidupan, sementara citra diri yang positif cenderung menarik hal-hal baik, sehingga membawa keberhasilan (Retno, 2019).

Hadisubrata (dalam Silfana, 2016) menjelaskan bahwa individu yang memiliki citra diri positif akan mengembangkan karakteristik seperti percaya diri, menghargai dan menerima diri sendiri, serta memaksimalkan potensinya. Sebaliknya, individu dengan citra diri negatif cenderung mengembangkan sifat-sifat seperti rendah diri, tidak menyukai diri sendiri, pemalu, dan berbagai karakter yang dapat menghambat penyesuaian sosial. Berdasarkan penelitian awal oleh Marhamah & Oktiranti (2014), diketahui bahwa 47% siswa memiliki citra diri positif, sementara 53% lainnya memiliki citra diri negatif. Selain itu, Prameswari, Aisah, dan Mifbakhuddin (2013) juga menemukan bahwa sebagian besar remaja yang menjadi responden penelitian memiliki citra diri negatif sebesar 51,9%.

Pada masa remaja, membangun citra diri sangat penting karena hal ini menjadi elemen utama yang mencerminkan siapa mereka sebenarnya. Masa remaja, yang dikenal sebagai periode transisi, biasanya dimulai dari usia 10 hingga 12 tahun dan berakhir pada usia 18 hingga 21 tahun, merupakan masa pencarian identitas diri (Santrock, 2003).

Peneliti juga melakukan wawancara untuk mengetahui kondisi citra diri pada remaja akhir. Dari wawancara yang melibatkan 8 remaja akhir tersebut, ditemukan bahwa mereka memiliki penilaian yang bervariasi terhadap setiap aspek citra diri mereka. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa remaja akhir yang menjadi subjek dalam penelitian ini cenderung memiliki citra diri yang rendah atau negatif.

Di kalangan remaja, penampilan yang menarik dan mengikuti tren fashion yang sedang berkembang telah menjadi tren tersendiri. Hal ini penting dalam proses pembentukan citra diri, di mana penampilan memiliki peran signifikan. Salah satu media yang cepat dan efektif untuk menyebarkan tren ini adalah media sosial, khususnya Instagram (Putra, 2019). Did & Co (2018) mengungkapkan bahwa Instagram adalah salah satu platform media sosial paling populer dan digemari saat ini, bahkan melebihi popularitas Facebook di kalangan remaja. Sebuah survei dari lembaga riset Piper Jaffray terhadap remaja Amerika Serikat (AS) menunjukkan bahwa 33% remaja berusia 13 hingga 19 tahun lebih sering mengakses Instagram, sedangkan 20% lainnya mengakses Twitter, menjadikannya media sosial kedua yang paling banyak digunakan.

Menurut data yang dirilis oleh Napoleon Cat, pada periode Januari-Mei 2020, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 69,2 juta orang. Pengguna terbesar berasal dari kelompok usia produktif, yaitu 18-34 tahun, dengan pengguna wanita sedikit lebih dominan dibanding pria. Rata-rata, pengguna Instagram memposting sekitar 150 foto per bulan, dengan lebih dari 80 juta foto dan video yang dibagikan setiap hari secara global, menghasilkan sekitar 3,5 miliar jumlah like setiap harinya (Napoleoncat.com).

Artikel yang ditulis oleh Peg Streep (2013) di *Psychology Today*, merangkum penelitian dari Pew Researcher Study (Madden dkk., 2013) dan Zeynep (2008). Menyatakan bahwa terdapat beberapa alasan utama mengapa remaja sering menggunakan media sosial, yaitu remaja ingin mendapatkan perhatian dan validasi dari orang lain. Mereka sering berbagi informasi atau mengunggah foto dan video untuk mendapatkan komentar dan likes, yang membuat mereka

merasa populer. Media sosial menjadi alat untuk menumbuhkan citra diri, dengan remaja cenderung menampilkan kesan positif agar dilihat sesuai harapan mereka. Selain itu, media sosial dipilih oleh remaja untuk mempresentasikan diri karena fitur-fiturnya yang mendukung (Ayuningthyas dkk. 2016).

Tubb dan Moss (dalam Nurjan, Tjahjono, Yamin, 2016) menyebutkan bahwa intensitas penggunaan media sosial dapat diukur melalui frekuensi dan durasi penggunaannya. Intensitas penggunaan jejaring sosial seperti Instagram mengacu pada jumlah waktu yang dihabiskan untuk melakukan aktivitas tertentu dalam jangka waktu tertentu, yang mencakup durasi, frekuensi, serta tingkat minat, perhatian, dan keterlibatan emosional dalam memanfaatkan berbagai fitur yang disediakan oleh platform tersebut (Andarwati, 2016).

Di era global saat ini, masyarakat berlomba-lomba memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi. Awalnya, media sosial digunakan untuk berinteraksi dengan teman dan orang baru, tetapi kini juga berfungsi sebagai alat pembentukan citra diri (Putra, 2019). Hardiani (2010) menyebutkan bahwa media sosial memungkinkan individu, terutama remaja, untuk menyimpan dan mengubah foto serta status pribadi, sehingga mereka dapat mengekspresikan diri. Aktivitas ini mencerminkan keinginan pengguna untuk menunjukkan siapa diri mereka. Foto dan video yang dibagikan akan dilihat oleh orang lain, yang kemudian memberikan komentar atau reaksi. Tanggapan positif bisa berdampak baik, sementara tanggapan negatif dapat berpengaruh buruk pada remaja (Listyawati, 2012). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan citra diri pada remaja.

## METODE

Variabel independen dalam penelitian ini adalah intensitas penggunaan media sosial Instagram. Variabel intensitas penggunaan media sosial instagram diukur menggunakan skala intensitas penggunaan media sosial instagram diadaptasi dari Andarwati (2016) yang dikembangkan oleh Del Barrio (2004), yaitu *attention* (perhatian), *comprehension* (penghayatan), *duration* (durasi), dan *frequency* (frekuensi). Skala terdiri dari 27 aitem. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah citra diri. Variabel citra diri diukur menggunakan skala citra diri diadaptasi dari Andarwati (2016) yang dikembangkan oleh Jersild (1961), yaitu *physical self-image*, *psychological self-image*, dan *social self-image*. Skala terdiri dari 20 aitem. Subjek dalam penelitian ini terdiri dari 114 orang remaja akhir. Pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik analisis *product moment* (*pearson correlation*).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum menganalisis data dengan teknik analisis produk-momen (*pearson correlation*), dilakukan uji prasyarat yaitu uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S-Z). Hasilnya, untuk variabel Citra Diri diperoleh K-S-Z = 0,054 dengan  $p = 0,200$ , menunjukkan distribusi data normal. Untuk variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram, K-S-Z = 0,063 dengan  $p = 0,200$  juga menunjukkan distribusi normal. Uji linearitas mengukur nilai signifikansi F, dengan pedoman  $p < 0,050$  untuk hubungan linear. Hasil uji menunjukkan  $F = 11,862$  dan  $p = 0,001$ , yang menandakan bahwa hubungan antara Citra Diri dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram adalah linear.

Uji hipotesis dalam penelitian ini menghasilkan koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) sebesar 0,312 dengan  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ), yang menunjukkan adanya hubungan positif antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Citra Diri pada remaja akhir, sehingga hipotesis diterima. Selain itu, nilai koefisien determinasi  $R^2$  adalah 0,098, yang berarti bahwa variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram berkontribusi sebesar 9,8% terhadap Citra Diri, sementara 90,2% dipengaruhi oleh faktor lain seperti perilaku, keadaan fisik, pakaian, teman sebaya, dan keluarga.

Penelitian ini juga mengungkap kategorisasi Skala Citra Diri dan Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram. Untuk Skala Citra Diri, 16% subjek tergolong tinggi (18 subjek), 70% sedang (80 subjek), dan 14% rendah (16 subjek), sehingga Citra Diri remaja akhir dapat dianggap berada pada kategori sedang. Ini menunjukkan bahwa remaja akhir memiliki banyak aspek citra diri. Sedangkan, untuk Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram,

kategori tinggi mencakup 12% (14 subjek), sedang 72% (82 subjek), dan rendah 16% (18 subjek). Ini menunjukkan bahwa Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram pada remaja akhir juga tergolong sedang, yang berarti mereka sering menggunakan aplikasi Instagram dan telah memenuhi banyak aspek dari intensitas penggunaan tersebut. Intensitas penggunaan media sosial Instagram berkontribusi positif terhadap citra diri. Penelitian ini sejalan dengan temuan Andarwati (2016), yang menunjukkan bahwa meningkatnya intensitas penggunaan Instagram berkaitan dengan peningkatan citra diri. Ini berarti individu yang sering mengakses Instagram cenderung memiliki citra diri yang lebih tinggi.

Masa remaja adalah periode transisi di mana individu mencari jati diri dan menunjukkan eksistensinya, yang berdampak pada citra diri. Media sosial, khususnya Instagram, dapat membangun citra diri positif bagi remaja. Remaja cenderung ingin terlihat baik sesuai harapan (Mahendra, 2017). Dua faktor utama yang memengaruhi citra diri adalah faktor perilaku dan sosial (Brown, 1998). Intensitas penggunaan Instagram, sebagai bagian dari faktor sosial, berkontribusi terhadap citra diri, dengan penelitian Andarwati (2016) menunjukkan kontribusi efektif sebesar 8,9%. Menurut Del Barrio (2004), intensitas meliputi aspek perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi. Hasil dari penelitian ini, menunjukkan bahwa pada aspek perhatian, menunjukkan bahwa remaja akhir memiliki minat terhadap Instagram, seperti ketertarikan pada perkembangan *platform* ini, menggunakannya untuk promosi dan penjualan barang atau jasa, serta untuk menyebarkan informasi tentang kegiatan atau acara yang sedang berlangsung.

Selanjutnya, pada aspek penghayatan menunjukkan bahwa remaja akhir memiliki penghayatan yang tinggi terhadap Instagram, seperti lebih menyukai *platform* Instagram dibandingkan media sosial lainnya. Remaja akhir merasa senang saat membuka Instagram dan memahami cara menggunakan berbagai fiturnya. Remaja ini sering memeriksa aktivitas terbaru, seperti komentar, tanda suka, dan pengikut baru, serta memperbarui konten mereka. Mereka juga sering mengecek foto dan video populer yang banyak disukai, memperbarui foto mereka saat mengakses Instagram, dan memberikan komentar pada unggahan teman-teman.

Pada aspek durasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja akhir menghabiskan rata-rata lebih dari 15 menit setiap kali mengakses Instagram, dengan total waktu penggunaan dalam seminggu mencapai lebih dari 15 jam. Kemudian, hasil penelitian dari aspek frekuensi menunjukkan bahwa remaja akhir setiap 1 jam selalu berusaha untuk mengakses Instagram, mengakses Instagram sebelum tidur dan setelah bangun. Remaja akhir juga membuka Instagram di rumah, di tempat belajar, dan di luar rumah, dengan lebih dari dua akses per hari. Dalam sebulan, mereka mengakses Instagram lebih dari 40 kali. Secara keseluruhan, remaja akhir menunjukkan minat dan keterlibatan tinggi dalam penggunaan Instagram, yang memengaruhi citra diri mereka. Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa intensitas penggunaan Instagram berdampak pada citra diri remaja akhir.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara intensitas penggunaan Instagram dan citra diri pada remaja akhir, dengan koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) = 0,312 dan  $p = 0,000$ . Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram, semakin tinggi pula citra diri remaja. Sebaliknya, rendahnya intensitas penggunaan Instagram berhubungan dengan rendahnya citra diri.

Dari data kategorisasi, subjek remaja akhir sebagian besar memiliki citra diri yang tergolong sedang (80 orang atau 70%) dan intensitas penggunaan Instagram juga dalam kategori sedang (82 orang atau 72%). Penelitian ini juga menunjukkan bahwa intensitas penggunaan Instagram memberikan kontribusi sebesar 9,8% terhadap citra diri, sementara 90,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

## 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.
- Brown, J.D. (1998). *The self*. Massachusetts: Mc.Graw Hill Inc.
- Did & Co (2018). Perkembangan 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 empathy and the big five personality traits in a sample of spanish adolescents, social behavior and personality, vol. 32(7); 677-682
- Hadiwibowo, U. (2003). *Mewujudkan pribadi yang berharga*. Jakarta: Indo Persada
- 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.
- Listyawati, T. (2012). *Narcissistic 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 delinquency behavior at the Institute of Islamic Education Ponorogo District. *Journal of Government and Politics*.
- 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.
- Rahmat, J. (2009). *Psikologi komunikasi*. Jakarta: Grasindo
- Ramadhani, T.N., & Putriyanti, F.G. (2014). Hubungan antara kepercayaan diri dengan citra diri pada remaja akhir. *Jurnal Spirits*. Vol 4 (2) : 1-74
- Retno, D. (2019, 14 Mei). Citra diri dalam psikologi. dalam psikologi. Diakses dari <https://dosenpsikologi.com/citra-diri-dalam-psikologi>
- 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.
- Wood, T.J. (2011). *Communication Mosaic: An Introduction to the Field of Communication*. Boston: Wadsworth, Cengage Learning. hlm. USA
- Zeynep, T. (2008). *Can You See Me Now? Audience and Disclosure Regulation in Online Social Network Sites*. University of Maryland, Baltimore County.