

**INTERAKSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
TERHADAP PEMBENTUKAN CITRA DIRI  
PADA MAHASISWA UIN SUMUT**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**FARIS AL KHAIRI  
2103110046**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2025**

## BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : FARIS AL KHAIRI  
NPM : 2103110046  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
Pada Hari, Tanggal : 17 APRIL 2025  
Waktu : Pukul 07.30 s/d 17.45

### TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr.MUHAMMAD THARIQ. S.Sos., M.I.Kom (.....)

PENGUJI II : CORRY NOVRICA AP.SINAGA, S.Sos., M.A. (.....)

PENGUJI III : FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom (.....)

### PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Assoc.,Prof., Dr., Arifin Saleh., S.Sos., MSP Assoc.,Prof., Dr., Abrar Adhani., S.Sos., M.I.Kom

**BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR**

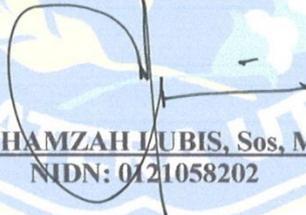
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh:

Nama Lengkap : FARIS AL KHAIRI  
NPM : 2103110046  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
Judul Skripsi : INTERAKSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
TERHADAP PEMBENTUKAN CITRA DIRI PADA  
MAHASISWA UIN SUMUT

Medan, 8 APRIL 2025

**Pembimbing**



**FAIZAL HAMZAH LUBIS, Sos, M.I.Kom**  
NIDN: 0121058202

Disetujui Oleh  
**Ketua Program Studi**



**AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom**  
NIDN: 0127048401



**Dekan**

**Assoc., Prof. Dr. ARIFIN SALEH., S.Sos., MSP**  
NIDN: 0030017402

**UMSU**  
Unggul | Terpercaya

## PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, FARIS AL KHAIRI, NPM 2103110046, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 12 April 2025

Yang Menyatakan,



FARIS AL KHAIRI

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhanallahu Wata'ala yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan tugas akhir ini dapat selesai tepat waktu. Tak lupa pula shalawat dan beriringkan salam penulis ucapkan kepada baginda Rasulullah Sallallahu'alaihi wassalam yang telah membawa manusia dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti sekarang ini. Penelitian ini merupakan tugas akhir yang dipersembahkan untuk menyelesaikan program Strata-1 (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Tugas akhir ini berisi tentang Interaksi Di Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Citra Diri Mahasiswa UIN Sumut. Dalam penulisan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari anggota keluarga saya yang tentunya saya sangat bersyukur dan menghargai semua segala perjuangan dan dukungan kedua orang tua dan saudara-saudara saya yang tentunya saya mengucapkan terimakasih yang sangat besar untuk keluarga saya teruma untuk kedua orang tua saya yang tidak pernah lelah memberikan nasehat dan semangat baik secara moral maupun material sampai tugas akhir ini selesai. Maka pada kesempatan ini dengan segala keikhlasan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agusani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos., M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Dra. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dan juga Pembimbing penulis yang telah banyak memberikan masukan dan bimbingan dalam menyelesaikan tugas akhir.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan staf pengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan pengetahuan dan ilmu yang bermanfaat selama penulis menjalani perkuliahan.
8. Seluruh pegawai staf biro yang telah banyak membantu dalam urusan administrasi penulis mulai dari perkuliahan sampai akhir penyelesaian skripsi.
9. Selain anggota keluarga, ada support system saya yang tentunya sangat istimewa tidak lain ialah Aryanda Neisya selaku kekasih hati dan support system saya yang telah mendukung dan memberikan bantuan dengan cara membangkitkan semangat saya melalui kata motivasi dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir.
10. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara angkatan 2021-2022.
11. Last, Saya bangga kepada saya sendiri! pada akhirnya berada di fase yang sekarang ini, untuk kedepannya saya akan mempergunakan ilmu yang saya dapat di masa perkuliahan ini dengan sangat baik karena saya bercita-cita menjadi orang yang bermanfaat bagi setiap orang dengan ilmu yang saya dapat

dimanapun saya berada, mari bekerjasama untuk berkembang menjadi pribadi yang lebih baik lagi.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran, kritik, dan nasehat yang bersifat membangun sangat penulis harapkan sebagai penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan peneliti selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, April 2025

**Faris Al Khairi**  
**2103110046**

# **INTERAKSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PEMBENTUKAN CITRA DIRI PADA MAHASISWA UIN SUMUT**

**FARIS AL KHAIRI  
2103110046**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keberadaan media sosial Instagram yang semakin banyak digunakan para remaja sebagai media untuk berinteraksi dan sekaligus menampilkan citra diri. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan interaksi di media sosial tentang pembentukan citra diri pada mahasiswa UIN Sumut. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori tentang komunikasi, komunikasi antarpersonal, Interaksi Sosial, Media Sosial, Citra Diri dan Teori Dramaturgi. Penelitian ini terbatas hanya meneliti mahasiswi UIN Sumut Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam semester VI karena penulis menilai bahwasanya mahasiswi fakultas tersebut lebih berpotensi untuk menunjukkan bentuk citra diri di media social Instagram. Pengumpulan data dilakukan menggunakan angket, tinjauan pustaka dan dokumentasi. Jumlah populasi sebanyak 709 orang mahasiswi. Sampel sebanyak 92 orang mahasiswi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional memakai rumus korelasi product moment. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang sangat kuat antara interaksi di media sosial Instagram dengan pembentukan citra diri mahasiswi UIN Sumut. Menunjukkan penampilan fisik sehat dan bugar serta menunjukkan kepribadian yang baik untuk meraih kepercayaan diri adalah faktor terbesar dalam pembentukan citra diri. Hasil perhitungan menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0.9095 yang berarti semakin tinggi interaksi di Instagram, semakin kuat pula pembentukan citra diri mahasiswi. Hasil uji determinasi menunjukkan bahwa 82.7% variabilitas dalam pembentukan citra diri mahasiswa dapat dijelaskan oleh interaksi mereka di Instagram, sisanya 17.3% dijelaskan oleh faktor lain.

Kata Kunci: Interaksi, Media Sosial Instagram, Citra Diri

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Pembatasan Masalah.....	3
1.3. Rumusan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	4
1.5. Manfaat Penelitian .....	4
1.6. Sistematika Penulisan .....	5
BAB II URAIAN TEORITIS .....	6
2.1. Komunikasi.....	6
2.2. Komunikasi Antarpersonal .....	8
2.3. Interaksi Sosial Melalui Media Sosial .....	11
2.4. Media Sosial Instagram .....	13
2.5. Karakteristik Perempuan/Mahasiswa .....	15
2.6. Citra Diri.....	16
2.7. Teori Dramaturgi .....	19
2.8. Hipotesis .....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1. Jenis Penelitian .....	22
3.2. Kerangka Konsep .....	24
3.3. Definisi Konsep .....	24
3.4. Definisi Operasional .....	25

3.5. Operasionalisasi Variabel .....	26
3.6. Populasi dan Sampel.....	27
3.7. Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.8. Teknik Analisa Data .....	28
3.9. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	28
3.10 Deskripsi Lokasi Penelitian .....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>31</b>
4.1. Hasil Penelitian.....	31
4.1.1. Identitas Responden.....	32
4.1.2. Sebaran Pilihan Jawaban Variabel X.....	33
4.1.3. Sebaran Pilihan Jawaban Variabel Y .....	39
4.1.4. Data Penelitian.....	45
4.1.5. Analisis Korelasi.....	47
4.1.6. Uji Determinasi .....	48
4.2. Pembahasan.....	48
4.2.1 Implikasi Penelitian.....	50
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>51</b>
5.1. Simpulan.....	51
5.2. Saran .....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>54</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	26
Tabel 4.1	Program Studi Responden .....	32
Tabel 4.2	Setiap Hari Anda Menggunakan Instagram Dalam Frekuensi Yang Tinggi.....	33
Tabel 4.3	Setiap Hari Anda Menggunakan Instagram Dalam Durasi Yang Lama .....	34
Tabel 4.4	Meniru Gaya Teman Saat Berinteraksi di Instagram.....	34
Tabel 4.5	Mudah Tertarik Dengan Penampilan Teman Saat Berinteraksi di Instagram .....	35
Tabel 4.6	Cenderung Setuju Dengan Pendapat Teman Saat Berinteraksi di Instagram.....	35
Tabel 4.7	Kagum Dengan Teman Saat Berinteraksi di Instagram.....	36
Tabel 4.8	Berkomunikasi Secara Verbal Dengan Teman di Instagram.....	36
Tabel 4.9	Berkomunikasi Dengan Teman di Instagram Menggunakan Lambang NonVerba.....	37
Tabel 4.10	Membangun Pertemanan Saat Berinteraksi di Instagram.....	37
Tabel 4.11	Senantiasa Memberi Respon Yang Baik Saat Berinteraksi Dengan Teman di Instagram .....	38
Tabel 4.12	Interaksi Anda Dengan Teman di Instagram Menjadikan Anda Menilai Penampilan Fisik Sebagai Bagian Dari Citra Diri Anda..	39
Tabel 4.13	Penampilan Fisik Yang Sehat dan Bugar Dapat Menambah Kepercayaan Diri Anda .....	40
Tabel 4.14	Interaksi di Instagram Membuat Anda Menilai Pentingnya Kepribadian Yang Baik Sebagai Bagian Dari Citra Diri.....	40
Tabel 4.15	Kepribadian Anda Yang Baik Membuat Anda Percaya Diri Untuk Mencapai Tujuan Anda.....	41

Tabel 4.16	Interaksi di Instagram Membuat Anda Merasa Perlu Memiliki Kecerdasan dan Kemampuan Akademik Sebagai Bagian Dari Citra Diri .....	41
Tabel 4.17	Memiliki Kecerdasan dan Kemampuan Akademik Akan Menambah Kepercayaan Diri Anda Saat Berinteraksi .....	42
Tabel 4.18	Interaksi di Instagram Membuat Anda Menilai Keterampilan dan Kemampuan Menyelesaikan Tugas Sebagai Bagian Dari Citra Diri .....	42
Tabel 4.19	Memiliki Keterampilan dan kemampuan Menyelesaikan Tugas Akan Menambah Kepercayaan Diri Dalam Mencapai Cita-Cita.	43
Tabel 4.20	Interaksi di Instagram Membuat Anda Menilai Tata Krama dan Sopan Santun Menjadi Bagian Dari Citra Diri .....	43
Tabel 4.21	Memiliki Tata Krama dan Sopan Santun Menambah Kepercayaan Diri Anda Membangun Pertemanan Yang Baik .....	44
Tabel 4.22	Interaksi di Instagram Membuat Anda Menilai Identitas Diri, Orientasi dan Perilaku Sesuai Jenis Kelamin Penting Sebagai Bagian Dari Citra Diri .....	44
Tabel 4.23	Berperilaku Yang Normal Sesuai Jenis Kelamin Akan Menambah Kepercayaan Diri Untuk Membangun Hubungan Yang Baik dan Sehat.....	45
Tabel 4.24	Data Variabel X dan Variabel Y.....	46

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y .....	24
--	----

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Permohonan Persetujuan Judul Skripsi
- Lampiran 2. Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing
- Lampiran 3. Permohonan Seminar Proposal Skripsi
- Lampiran 4. Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 5. Angket Penelitian

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dalam beberapa dekade terakhir telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk cara kita berkomunikasi dan bersosialisasi. Teknologi komunikasi mencakup berbagai alat dan perangkat yang digunakan untuk memfasilitasi pertukaran informasi. Dari telepon dan radio yang sederhana hingga komputer, internet, dan perangkat lunak komunikasi yang kompleks. Teknologi ini telah mengubah cara kita berinteraksi. Internet, telepon seluler, email, media sosial, dan aplikasi konferensi video semuanya memainkan peran penting dalam komunikasi (Rudianto, 2024).

Media sosial merupakan salah satu inovasi teknologi yang paling berpengaruh, terutama di kalangan generasi muda. Kehadirannya tidak hanya memudahkan dalam mengakses informasi, namun juga memberikan ruang untuk berekspresi dan membangun interaksi sosial tanpa batasan geografis. Salah satu platform media sosial terpenting dan terpopuler di Indonesia, khususnya para remaja adalah Instagram yang terkenal dengan fokusnya pada konten visual seperti foto, video, dan cerita pendek.

Indonesia memiliki sekitar 104,8 juta pengguna Instagram, Oktober 2023. Jumlah ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak keempat di dunia (*We Are Sosial*, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa Instagram merupakan platform yang sangat dekat dengan kehidupan generasi

muda khususnya mahasiswa. Instagram menawarkan berbagai fitur seperti mengunggah foto, video, komentar, dan Instagram Stories yang memungkinkan pengguna berbagi momen, mengutarakan pendapat, dan mempromosikan diri. Dengan fitur-fitur tersebut, Instagram tidak hanya menjadi media hiburan, juga menjadi sarana untuk membangun dan memproyeksikan citra diri seseorang kepada orang lain.

Mahasiswa, sebagai kelompok masyarakat yang berada dalam fase pencarian jati diri, seringkali memanfaatkan Instagram untuk menciptakan citra diri tertentu. Citra diri ini mencakup bagaimana mereka ingin dilihat oleh lingkungan sosialnya, baik sebagai individu yang kreatif, berprestasi, aktif secara sosial, maupun memiliki kehidupan yang menarik.

Namun, interaksi di media sosial juga membawa tantangan tersendiri. Tekanan untuk menampilkan citra diri yang sempurna seringkali menciptakan stres dan kecemasan, terutama ketika mahasiswa merasa harus memenuhi ekspektasi audiens. Selain itu, kecenderungan untuk membandingkan diri dengan orang lain melalui konten yang mereka lihat di Instagram dapat memengaruhi kepercayaan diri dan kesehatan mental mereka (Bimo Walgito, 2011).

Situasi ini menjadi semakin kompleks karena citra diri yang dibentuk melalui media sosial seringkali tidak sepenuhnya mencerminkan realitas, melainkan hanya potret ideal yang ingin ditampilkan oleh pengguna. Teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman memberikan kerangka yang relevan untuk memahami bagaimana individu menyusun citra diri di media sosial. Teori ini menggambarkan kehidupan sosial sebagai panggung teater yang mana

individu memainkan peran tertentu untuk menciptakan kesan tertentu di hadapan orang lain. Melalui interaksi di instagram, mahasiswa dapat memilih "panggung depan" untuk menunjukkan identitas tertentu kepada pengikutnya dan menyembunyikan aspek-aspek lain dari kehidupan mereka di "panggung belakang."

Mahasiswi UIN Sumut khususnya Fakultas Ekonomi Bisnis Islam semester VI juga tidak terlepas dari fenomena ini. Sebagai generasi muda yang aktif di media sosial, mereka menggunakan instagram untuk berbagai tujuan, mulai dari berbagi pengalaman akademik, mengekspresikan kreativitas, hingga membangun jejaring sosial. Sedikit penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana interaksi ini memengaruhi pembentukan citra diri mahasiswi UIN Sumut, serta faktor-faktor apa saja yang berperan dalam proses tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini menjadi penting untuk memahami secara mendalam bagaimana interaksi di instagram memengaruhi pembentukan citra diri mahasiswi UIN Sumut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai hubungan antara media sosial, khususnya instagram dan pembentukan citra diri, serta memberikan kontribusi bagi pengembangan literasi digital di kalangan mahasiswi.

## **1.2. Pembatasan Masalah**

Penelitian ini dibatasi hanya meneliti mahasiswa yang berjenis kelamin perempuan. Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) semester VI (enam). Pembatasan ini didasarkan kepada asumsi peneliti bahwa perempuan lebih

cenderung memperhatikan dan menjaga penampilannya agar terlihat lebih menarik. Kecenderungan ini membuat perempuan lebih teliti melakukan penyusunan citra diri saat tampil di media sosial.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah penelitian adalah bagaimana Interaksi di media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumut.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian untuk menjelaskan interaksi di media sosial terhadap pembentukan citra diri pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumut.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini dikemukakan dalam tiga aspek sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian diharapkan menambah uraian teoritis tentang komunikasi, khususnya interaksi di media sosial instagram tentang pembentukan citra diri mahasiswi.

#### **2. Manfaat Akademis**

Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah perbendaharaan penelitian tentang komunikasi melalui media sosial,

khususnya interaksi di media sosial instagram tentang pembentukan citra diri mahasiswi.

### 3. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian diharapkan dapat membantu mahasiswi memahami interaksi di media sosial tentang citra diri mereka, sehingga mereka dapat menggunakan media sosial dengan lebih bijak.

## 1.6 Sistematika Penulisan

### BAB I : PENDAHULUAN

Bab I berisikan dari latar belakang permasalahan, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### BAB II : URAIAN TEORITIS

Bab II mengemukakan tentang teori yang tentunya berkaitan dengan penelitian dan banyak anggapan dasar sebagai acuan penelitian ini.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Bab berisikan dari metode penelitian, jenis penelitian, kerangka konsep, narasumber, teknik pengumpulan data dan lokasi penelitian.

### BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan tentang hasil dan pembahasan penelitian

### BAB V : PENUTUP

Pada bab terakhir ini berisikan Kesimpulan dari penelitian dan hasil penelitian.

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **2.1. Komunikasi**

Tidak ada seorangpun yang dapat hidup tanpa berkomunikasi dengan orang lain, hal ini menunjukkan bahwa kehidupan manusia tidak terlepas dari komunikasinya dengan orang lain. Tanpa berkomunikasi manusia tidak akan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Melalui komunikasi manusia dapat menyampaikan apa yang dipikirkannya, apa yang dibutuhkannya dan apa yang dirasakannya kepada orang lain, baik kelompok maupun individu. Melalui komunikasi manusia dapat saling membantu memenuhi kebutuhan hidupnya.

Sejak lama para ahli telah meneliti tentang komunikasi dan mencoba menjelaskan apa yang dimaksud dengan komunikasi. Harold Lasswell mengemukakan bahwa menjelaskan komunikasi dapat dilakukan dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect*. (Effendy, 2017) Jawabannya merupakan komponen komunikasi. Komunikasi menjadi landasan penting dalam kehidupan sosial karena memungkinkan individu untuk saling berinteraksi dan menjalin hubungan. Komunikasi merupakan sebuah proses berbagi makna dengan orang lain (Sugiyono, 2021). Ada juga elemen komunikasi yang terdiri dari pengirim, pesan, dan penerima. Ketika penerima memberikan umpan balik atau respon, disitulah terjadi transaksi antara komunikator (Croucher, 2015).

Melalui komunikasi dengan orang lain, kita dapat memperbesar lingkaran sosial, membuka lebih banyak peluang, menarik dan mempertahankan pelanggan, serta menjaga relasi positif antara atasan dan bawahan dalam institusi. Secara keseluruhan, komunikasi berguna sebagai jembatan yang mempererat hubungan antar individu dalam kehidupan sosial (Cangara, 2018). Tujuan komunikasi juga dapat dianalisis berdasarkan berbagai tipe komunikasi yang ada. Secara umum, komunikasi terbagi ke dalam empat tipe utama, yang masing-masing merefleksikan dinamika dan intensitas interaksi makna. Keempat tipe tersebut meliputi: komunikasi intrapersonal, komunikasi antarpribadi, komunikasi publik, dan komunikasi massa. (Mulyana, 2015)

Komunikasi internal memiliki peran krusial dalam merangsang kreativitas dan imajinasi, membantu individu memahami dan mengontrol diri, serta mendorong kedewasaan berpikir untuk membuat keputusan yang bijak. Mengasah kreativitas imajinasi berarti menghasilkan ide atau konsep baru melalui pemikiran yang mendalam lewat komunikasi internal. Masyarakat merupakan kelompok manusia yang menjalani kehidupan bersama, saling berinteraksi berdasarkan aturan adat tertentu yang berlangsung secara terus-menerus, serta terikat oleh rasa identitas kolektif yang sama (Turnip et al., 2020).

Komunikasi antar individu berperan dalam mempererat hubungan antar manusia di antara para pelakunya. Dalam kehidupan sosial, seseorang yang menjalin banyak relasi cenderung mendapatkan berbagai kemudahan dalam menjalani kehidupannya berkat jaringan pertemanan yang luas. Dengan komunikasi antar individu, kita dapat membangun hubungan yang harmonis, yang

sekaligus membantu mencegah konflik yang mungkin terjadi, baik dengan tetangga, rekan kerja, maupun orang lain di sekitar kita (Effendy, 2019).

Komunikasi secara sederhana adalah proses menyampaikan informasi atau gagasan dari pengirim pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan) melalui saluran atau media tertentu, untuk mencapai kesepahaman. (C. E. and W. W. Shannon, 1949) menjabarkan bahwa proses komunikasi membutuhkan lima elemen utama, yaitu pengirim, pemancar, sinyal, penerima, dan tujuan. Penemuan ini diperoleh dari penelitian mereka mengenai pengiriman pesan menggunakan radio dan telepon. Walaupun perspektif Shannon dan Weaver pada dasarnya berakar dari teori komunikasi elektronik, para ilmuwan yang datang setelah mereka berusaha untuk mengadaptasi konsep tersebut ke dalam konteks komunikasi antar manusia (Schramm, 1972).

## **2.2. Komunikasi Antarpersonal**

Kajian akademik oleh para ahli komunikasi, asal-usul komunikasi tetap menjadi ranah spekulatif yang tidak dapat dijelaskan secara empiris. Meskipun demikian, dalam setiap komunitas bahasa, bahasa dipahami dan difungsikan sebagai instrumen utama dalam membangun dan menyampaikan makna antar personal. Agar komunikasi berlangsung secara terstruktur dan dapat dipahami secara kolektif, para penutur bahasa mengembangkan praktik tutur dan tulisan berdasarkan sistem tata bahasa yang diwariskan melalui proses kultural dan historis dari generasi ke generasi.

Berdasarkan pengalaman antarpersonal itu kita berinteraksi dengan banyak potensi, pengembangan, dan hubungan kerja dengan orang lain, mulai dari dalam keluarga, tetangga, dan ruang-ruang sosial seperti hubungan pertemanan, lingkungan pendidikan, dan tempat kerja merupakan arena penting dalam kehidupan individu, di mana proses komunikasi berlangsung secara intensif. Dalam konteks-konteks tersebut, individu mulai menghadapi berbagai bentuk pengalaman personal, karena komunikasi digunakan sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan, memperoleh informasi, serta mengartikulasikan pendapat, perasaan, dan emosi. Dengan demikian, komunikasi dalam ruang sosial tersebut menjadi medium utama dalam pembentukan dan ekspresi diri dalam kehidupan sehari-hari.

Komunikasi interpersonal merupakan bentuk komunikasi yang terjadi secara langsung antara dua individu atau lebih dalam interaksi tatap muka, di mana pesan dapat disampaikan secara eksplisit oleh pengirim dan segera ditanggapi oleh penerima (Cangara, 2018). Terkait dengan komunikasi interpersonal, (West, Richard, 2008) mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai komunikasi yang terjadi secara langsung antara dua orang, dengan penekanan pada keterlibatan timbal balik. Pada hakikatnya, komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran gagasan, pikiran, dan makna yang dilakukan antarindividu, yang memungkinkan terjadinya hubungan sosial yang lebih mendalam dan bermakna.

Beberapa pakar dalam bidang ilmu komunikasi telah memberikan definisi mengenai komunikasi interpersonal. Salah satunya, DeVito (dalam berbagai karyanya) menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal merupakan salahsatu bentuk komunikasi yang paling sering terjadi dalam kehidupan manusia dimana

komunikasi yang terjadi antara dua individu yang memiliki hubungan yang telah terbangun secara jelas, di mana kedua individu tersebut memiliki keterhubungan dalam suatu ikatan atau konteks tertentu. Dengan demikian, komunikasi interpersonal tidak hanya ditandai oleh interaksi dua arah, tetapi juga oleh keberadaan relasi yang saling mengikat antara para pelakunya. (DeVito, 1992)

Komunikasi antarpribadi merupakan bentuk interaksi langsung antara individu secara tatap muka, yang memungkinkan terjadinya pertukaran pesan secara simultan. Dalam proses ini, setiap partisipan dapat mengamati dan merespons reaksi lawan bicara secara langsung, baik melalui ekspresi verbal maupun isyarat nonverbal, sehingga memungkinkan terjadinya pemahaman yang lebih mendalam dan kontekstual dalam hubungan komunikasi (Mulyana, 2015).

Selanjutnya Mulyana mengemukakan komunikasi interpersonal merujuk pada bentuk komunikasi tatap muka yang berlangsung antara individu-individu, di mana masing-masing partisipan memiliki kesempatan untuk secara langsung mengamati dan merespons reaksi verbal maupun nonverbal dari lawan komunikasinya. Jenis komunikasi ini umumnya melibatkan dua orang dalam relasi yang spesifik, seperti antara pasangan suami istri, rekan sejawat, sahabat dekat, maupun antara guru dan murid. Interaksi interpersonal memainkan peran penting dalam membangun kedekatan emosional dan pemahaman timbal balik antarindividu. Komunikasi interpersonal dapat dikatakan sebagai suatu keterampilan dasar yang memungkinkan antara individu dengan individu yang lain dapat saling terhubung melalui interaksi verbal yang memiliki makna serta dipahami dan dimengerti oleh masing-masing individu. Selain sebagai sarana pertukaran informasi, komunikasi

interpersonal berfungsi untuk membangun dan memelihara hubungan sosial dalam berbagai konteks situasional. Komponen nonverbal seperti kontak mata, ekspresi wajah, gerak tubuh, dan isyarat tangan juga merupakan elemen integral dari komunikasi interpersonal, karena berkontribusi terhadap penyampaian makna secara implisit (Knapp, Mark L., 2002). Komunikasi tatap muka yang dilakukan secara tepat dan bertujuan memungkinkan terciptanya pemahaman yang lebih mendalam antara partisipan. Komunikasi interpersonal yang efektif tidak hanya mempererat hubungan sosial, tetapi juga mampu menciptakan harmoni dalam lingkungan sosial dengan mengurangi potensi konflik terhadap norma atau aturan formal yang berlaku. Sebagaimana dikemukakan oleh (DeVito, 2013), keterampilan komunikasi interpersonal mencerminkan kemampuan individu dalam menjalin komunikasi yang efektif dengan orang lain.

### **2.3. Interaksi Sosial Melalui Media Sosial**

Hadirnya media sosial adalah suatu bentuk dari dari kemajuan luar biasa dalam teknologi informasi dan komunikasi. Dengan berbagai layanan dan fitur yang tersedia, media sosial telah mengubah cara berinteraksi dan berkomunikasi dalam masyarakat. Kemunculan media sosial telah memberikan pengaruh signifikan dalam cara manusia berkomunikasi di berbagai sektor. Media sosial tidak hanya merevolusi cara komunikasi dari tradisional ke digital yang lebih canggih, tetapi juga meningkatkan efisiensi dalam berkomunikasi. Melalui revolusi media teknologi, maka memang jarak terasa begitu dekat.

Kehadiran media sosial mempercepat proses distribusi informasi, lebih

praktis, dan terbuka dalam menyebarkan informasi (Watie, 2018). Jenis media ini memiliki karakteristik penyajian yang luas, selalu terkini, interaktif, dan mendukung komunikasi dua arah. Media sosial membuka peluang bagi siapapun agar berpartisipasi aktif, menyumbangkan ide, memberikan tanggapan secara terbuka, menulis komentar, serta berbagi berita secara cepat tanpa batasan waktu (Tanjung et al., 2021) Misalnya Facebook, Twitter, Whatsapp, Youtube, Instagram, Website, Blog dan sebagainya (Hendri et al., 2019).

Interaksi di media sosial merujuk pada kegiatan komunikasi, pertukaran informasi, dan partisipasi antara individu atau kelompok melalui platform digital. Dalam interaksi ini, pengguna media sosial dapat saling berhubungan secara langsung atau tidak langsung melalui berbagai fitur seperti komentar, pesan pribadi (*direct message*), *likes*, *shares*, atau reaksi terhadap konten. Karakteristik Interaksi di Media Sosial tentunya Interaksi tidak harus terjadi secara *real-time* (misalnya, mengomentari sebuah posting yang dibuat beberapa jam atau hari sebelumnya). Namun, ada juga Interaksi terjadi secara langsung dan waktu nyata, seperti dalam *live streaming* atau obrolan di fitur *chat*.

Interaksi sebagai komunikasi dan Koneksi untuk membantu pengguna untuk tetap terhubung dengan teman, keluarga, atau komunitas, partisipasi sosial agar memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam isu sosial, tren, atau diskusi yang sedang berlangsung dan branding dapat digunakan oleh individu atau organisasi untuk mempromosikan produk, jasa, atau personal branding, penyebaran berbagai ragam informasi di berbagai bentuk media sosial yang digemari oleh masyarakat. Keberadaan media sosial telah menjadi alat untuk dapat berbagi berita,

pengetahuan, atau pandangan pribadi, dan untuk mengekspresikan diri, identitas, pendapat, atau emosi melalui konten dan interaksi.

Interaksi sosial pada hakikatnya merupakan bentuk hubungan yang terjadi antara individu dengan individu lain, antar kelompok, maupun antara individu dan kelompok sosial. Proses ini diawali ketika dua orang atau lebih saling berkomunikasi dengan menggunakan alat atau media tertentu (Soerjono, 2007) Dalam konteks modern, media sosial telah menjadi sarana utama yang memengaruhi dinamika interaksi sosial di berbagai lapisan masyarakat, mulai dari pelajar, remaja, hingga orang dewasa. Penggunaan media sosial menimbulkan berbagai dampak, baik positif maupun negatif.

Secara positif, media sosial dapat memperkuat kerja sama antarindividu, mengurangi potensi konflik, serta memperluas jejaring sosial. Namun, di sisi lain, media sosial juga dapat menyebabkan keterasingan sosial, menurunnya intensitas interaksi langsung, serta memicu munculnya konflik akibat penyebaran informasi yang bersifat negatif.(Pratidina, N.D.,& Mitha, n.d.) Perbedaan dampak tersebut sangat bergantung pada bagaimana setiap individu atau kelompok memaknai dan memanfaatkan media sosial dalam kehidupan sehari-hari (Harfiyanto et al., 2015)

#### **2.4. Media Sosial Instagram**

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang sangat digemari oleh para pengguna *smartphone*. Instagram semakin banyak digunakan oleh masyarakat. Banyaknya pengguna instagram sudah menjadi hal yang biasa terlihat. Instagram

memiliki kelebihan seperti media sosial lainnya. Salah satu kelebihannya dapat mengirimkan informasi dalam bentuk foto dalam waktu yang cepat.

Instagram berfungsi untuk mengelola, mengedit, dan membagikan foto ke platform media sosial lainnya. Kehadiran Instagram dirancang khusus bagi mereka yang memiliki minat dalam fotografi, yang tercermin dari fitur-fitur yang disediakan untuk mengolah gambar di aplikasi ini. Dengan berbagai fitur unggulan yang ditawarkan, pengguna bisa meng-*upload* foto yang diambil langsung menggunakan kamera atau memilih gambar yang sudah ada di galeri perangkat mereka. Setelah foto diunggah, pengguna dapat memilih dari berbagai filter yang tersedia untuk menyesuaikan tampilan foto. Sebagai media sosial yang berfokus pada berbagi gambar, Instagram memiliki ciri khas dengan format bingkai foto persegi, yang menyerupai gambar dari kamera Kodak Instamatic dan Polaroid, dan juga dapat disesuaikan dengan rasio aspek 16:9 yang biasa digunakan pada kamera ponsel (Junaidi, 2020).

Instagram juga dapat dipergunakan untuk menunjukkan diri melalui berbagai macam ide foto sekaligus ajang untuk menunjukkan *self identity* serta membangun relasi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kantar TNS berjudul "*Connected Life*," yang melibatkan 70.000 konsumen terhubung di kawasan Asia Pasifik, penggunaan platform media sosial Instagram telah mengalami peningkatan dua kali lipat sejak tahun 2014 (Purwani, 2021).

Indonesia tercatat sebagai negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak dan paling aktif di kawasan Asia Pasifik. Mayoritas pengguna instagram umumnya berusia antara 18 - 34 tahun. Pada tahun 2020, jumlah pengguna aktif

bulanan Instagram di Indonesia telah mencapai 63 juta orang (Marcomm, n.d.)

Instagram mempunyai banyak fitur. Menurut (Junaidi, 2020) ada lima menu utama:

- (1) Home Page adalah halaman yang memperlihatkan unggahan berbagai foto terkini dari pengguna yang sudah diikuti.
- (2) Comments adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk memberikan opini mereka mengenai foto melalui kolom komentar.
- (3) News Feed, pada Instagram berfungsi untuk memberikan informasi mengenai berbagai aktivitas pengguna di platform tersebut.
- (4) Explore adalah fitur Instagram yang dirancang untuk menampilkan kumpulan foto-foto populer yang mendapatkan banyak perhatian dari pengguna lainnya.
- (5) Profile Halaman adalah profil pengguna memberikan rincian informasi terkait pengguna, baik dari dirinya sendiri maupun orang lain.

## **2.5. Karakteristik Perempuan/Mahasiswa**

Karakteristik perempuan dapat bervariasi tergantung pada latar belakang budaya, kepribadian, dan pengalaman individu. Karakteristik Perempuan menurut beberapa para ahli seperti; Jean Baker Miller: Dalam bukunya *Toward a New Psychology of Women*, Miller menyatakan bahwa perempuan cenderung menunjukkan empati, keterhubungan, dan kepedulian yang lebih tinggi dibandingkan pria, karena adanya orientasi terhadap hubungan interpersonal.

Nancy Chodorow (Teori Psikoanalitik Feminisme): Chodorow menekankan bahwa perempuan memiliki kemampuan membangun hubungan emosional yang lebih mendalam, sebagian besar karena peran mereka dalam sosialisasi keluarga

sejak kecil. Pada usia ini (sekitar 18-25 tahun), mahasiswi berada dalam fase eksplorasi identitas, pengembangan jaringan sosial, dan pencarian tujuan hidup (Sarlito W. Sarwono, 2012).

Mahasiswi sering menggunakan media sosial untuk menampilkan identitas diri yang mereka inginkan, baik sebagai pelajar, kreator, atau calon profesional. Mereka mengeksplorasi berbagai format konten, seperti Reels, TikTok, atau posting estetik di Instagram, untuk menonjolkan keunikan atau minat mereka. Banyak yang fokus pada estetika feed, penggunaan filter, atau desain grafis untuk menunjukkan kepribadian mereka (Maimunah & Satwika, 2021). Karakteristik perempuan sebagian besar menunjukkan bahwa mahasiswa perempuan adalah pengguna media sosial yang aktif, dinamis, dan strategis, seperti halnya berkomunikasi untuk berbagi pengalaman dan mendapatkan dukungan emosional dan Menonjolkan kepribadian minat melalui konten (Deviana, 2018).

## **2.6. Citra Diri**

Perspektif ilmu komunikasi, citra diri (*self-image*) merujuk pada bagaimana seseorang memandang dan memahami dirinya sendiri. Citra diri mencakup persepsi, keyakinan, dan evaluasi individu terhadap dirinya yang dibentuk melalui pengalaman, interaksi sosial, dan komunikasi dengan orang lain. Konsep ini sangat penting dalam membangun hubungan interpersonal, identitas sosial, dan cara individu berperilaku dalam masyarakat. Citra diri yang dibangun oleh seseorang dapat membantu orang lain untuk lebih mengenali dan memahami karakteristik orang tersebut sehingga komunikasi dapat berjalan lancar.

Berdasarkan perspektif ilmu komunikasi, citra diri internal merupakan tentang siapa diri seseorang berdasarkan pengalaman, nilai-nilai, dan keyakinan pribadi. Hal ini dapat mencakup citra ideal bagaimana seseorang menjadi yang diinginkannya dan citra nyata bagaimana seseorang memandang dirinya saat ini. Citra diri eksternal adalah bagaimana seseorang ingin dilihat oleh orang lain. Ini berkaitan erat dengan manajemen Kesan dan sering dipengaruhi oleh komunikasi non-verbal, penampilan, dan perilaku.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi citra diri. Komunikasi intrapersonal, seperti refleksi dan evaluasi diri, memengaruhi citra diri. Pikiran negatif atau positif tentang diri sendiri dapat memperkuat atau melemahkan citra diri. Komunikasi Interpersonal adalah umpan balik dari orang lain memainkan peran penting. Media massa dan media sosial adalah representasi di media sering memengaruhi standar sosial tentang kecantikan, kesuksesan, atau norma tertentu, yang dapat memengaruhi citra diri seseorang.

Keberadaan Instagram menciptakan interaksi dan hubungan yang dapat mempengaruhi pengguna instagram. Intensitas interaksi, baik frekuensi maupun durasi menjadi bagian penting dari interaksi tersebut. Influencer umumnya memiliki daya pengaruh terhadap pengguna instagram lainnya. Brend, konten dan algoritma yang ditampilkan secara verbal maupun non verbal di instagram dapat menimbulkan pengaruh atau respon pengguna instagram saat berinteraksi. Pengaruh tersebut dapat berupa ketertarikan yang ditunjukkan dan dinyatakan melalui penampilan diri, pandangan, keyakinan maupun sikap tertentu.

Setiap orang memiliki pandangan yang berbeda terhadap citra diri. Ada

yang memandang citra diri tidaklah penting bagi dirinya, tetapi banyak yang menilai citra diri sebagai bagian yang penting dalam kehidupannya sehingga ia senantiasa menjaga dirinya. Orang yang menganggap citra diri sebagai hal yang penting akan terlihat dari penampilan, komunikasi, sikap dan pandangannya.

Citra diri mencakup beberapa dimensi yang digunakan individu untuk menilai keseluruhan aspek dirinya. Menurut Suzaan Oltman, dari perspektif psikologi, dimensi-dimensi citra diri antara lain: (1) Dimensi Fisik, yaitu evaluasi terhadap penampilan fisik, seperti bentuk tubuh dan cara berpakaian. (2) Dimensi Psikologis, yaitu penilaian tentang kepribadian dari sudut pandang psikologis. (3) Dimensi Intelektual, yaitu penilaian terhadap kecerdasan diri sendiri. (4) Dimensi Keterampilan, yaitu penilaian mengenai keterampilan sosial dan keterampilan teknis yang dimiliki (5) Dimensi Moral, yaitu evaluasi tentang nilai-nilai serta prinsip hidup individu. (6) Dimensi Seksual, yaitu Penilaian tentang kesesuaian individu dengan norma maskulin atau feminin di masyarakat (Ackerman, 2018).

Seluruh elemen dan dimensi citra diri berkontribusi terhadap cara individu berpikir, bertindak dan menilai citra dirinya. Mahasiswa menciptakan citra diri di Instagram dengan melakukan beberapa hal seperti mengedit foto sesuai preferensi, memilih lokasi yang menarik, dan menentukan sudut pengambilan gambar yang tepat. Meskipun begitu, membangun citra diri melalui media sosial tidak selalu membawa dampak buruk. Ditambah lagi, kemajuan teknologi internet yang didukung oleh kehadiran smartphone telah menyebabkan peningkatan signifikan dalam frekuensi penggunaan perangkat ini dibandingkan masa sebelum adanya teknologi internet (Zakirah, 2018).

## 2.7. Teori Dramaturgi

Teori Dramaturgi adalah teori dalam ilmu sosial yang dikembangkan oleh Erving Goffman. Teori ini menganalogikan kehidupan sosial dengan pertunjukan teater, di mana seorang berperilaku seperti aktor yang memainkan peran spesifik di hadapan penonton mereka (Goffman, 1956). Konsep Utama dalam Teori Dramaturgi adalah;

1. Panggung Depan (*Front Stage*) sebagai tempat di mana individu menampilkan diri kepada audiens sesuai dengan peran yang diharapkan.

Karakteristik: Berorientasi pada norma sosial, Mempertimbangkan persepsi orang lain, Individu cenderung menjaga citra diri atau "kesan" yang ingin ditampilkan. Contoh: Seorang mahasiswa berbicara sopan dan terlihat profesional di depan dosen.

2. Panggung Belakang (*Back Stage*) sebagai tempat di mana individu bebas dari pengawasan audiens dan bisa bersikap lebih autentik tanpa tekanan sosial. Karakteristik: Kurang formal, Perilaku lebih alami dan reflektif terhadap diri yang sebenarnya. Contoh: Mahasiswa bercanda santai dengan teman-temannya setelah presentasi selesai.

Penampilan yang mencakup pakaian, sikap, atau atribut lain yang digunakan untuk mendukung peran tertentu di panggung depan. Manajemen Kesan ini adalah proses di mana individu mengontrol informasi atau perilaku untuk menciptakan kesan tertentu pada orang lain. Contoh: Mengunggah foto liburan di media sosial untuk menunjukkan gaya hidup "ideal".

Media sosial adalah "panggung depan" di mana individu sering memanipulasi penampilan mereka untuk menciptakan citra tertentu. Contoh: Memposting foto yang telah diedit atau menonjolkan hanya sisi positif dari kehidupan. Dalam dunia kerja biasanya karyawan sering "memainkan peran" tertentu di depan atasan atau kolega untuk menunjukkan profesionalisme. Dalam Interaksi Pendidikan juga mahasiswa menampilkan diri dengan sikap hormat di depan dosen, tetapi mungkin bersikap berbeda di antara teman sebaya.

Ada beberapa kritik terhadap teori dramaturgi seperti simplifikasi realitas yang mana beberapa kritikus menganggap teori ini terlalu menyederhanakan perilaku manusia dengan membandingkannya dengan teater, tapi banyak juga orang yang beranggapan teori dramaturgi memberikan pemahaman mendalam tentang cara seseorang membangun jati diri sosial dan berinteraksi dengan orang lain di berbagai konteks. Melalui penerapan analogi teater, teori ini memberikan wawasan tentang bagaimana manusia menciptakan, mempertahankan, atau mengubah kesan mereka di depan audiens tertentu (Pradhana, 2019).

## **2.8. Hipotesis**

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan sementara yang dibuat berdasarkan teori, observasi, atau informasi yang ada sebelumnya, dan dirancang untuk diuji melalui penelitian. Dalam konteks penelitian, hipotesis digunakan sebagai pedoman untuk menentukan apakah terdapat hubungan antara dua atau lebih variabel yang sedang dikaji.

Hipotesis bersifat sementara karena kebenarannya belum terbukti secara empiris dan memerlukan pengujian menggunakan data yang dikumpulkan. Sebuah hipotesis harus dirumuskan dengan jelas, spesifik, dan dapat diuji menggunakan metode penelitian yang sesuai, sehingga hasil penelitian dapat mengonfirmasi atau menolak dugaan tersebut. Dengan demikian, hipotesis menjadi elemen penting dalam proses ilmiah, karena membantu memberikan fokus dan arah dalam penelitian (Sugiyono, 2021).

- Hipotesis Nol ( $H_0$ ): Tidak terdapat pengaruh signifikan antara interaksi di media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam semester VI UIN Sumut
- Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ): Terdapat pengaruh signifikan antara interaksi di media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam semester VI UIN Sumut

Hipotesis ini dirancang untuk menguji hubungan antara variabel bebas (interaksi di media sosial instagram) dengan variabel terikat (pembentukan citra diri).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan suatu metode ilmiah yang bertujuan untuk memperoleh pengetahuan melalui pengumpulan dan analisis data numerik. Data dalam bentuk angka digunakan sebagai dasar untuk menjelaskan fenomena yang diteliti secara objektif. Penelitian kuantitatif menekankan penggunaan teknik pengumpulan data yang sarat dengan angka dan diolah menggunakan metode statistik untuk mengungkap hubungan antar variabel.

Menurut (Djollong, 2014), pendekatan kuantitatif memiliki sejumlah karakteristik utama, antara lain: (1) berakar pada ilmu-ilmu eksakta, (2) fokus kajiannya bersifat sempit dan terarah, (3) bersifat reduksionistik, yaitu menyederhanakan kompleksitas gejala sosial, (4) menggunakan penalaran logis secara deduktif, (5) bertumpu pada prinsip hubungan sebab-akibat, (6) bertujuan menguji teori, (7) melibatkan kontrol atas variabel-variabel penelitian, (8) menggunakan instrumen penelitian sebagai alat ukur, (9) menjadikan angka sebagai elemen dasar dalam analisis, (10) menerapkan analisis statistik terhadap data yang diperoleh, serta (11) berorientasi pada generalisasi temuan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk menggambarkan fenomena atau keadaan sebagaimana adanya dengan menggunakan data yang

berbentuk angka. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan deskripsi yang jelas mengenai fenomena yang diteliti tanpa melakukan manipulasi variabel. Data yang dikumpulkan melalui metode ini biasanya dianalisis menggunakan teknik statistik untuk mengidentifikasi pola, tren, atau karakteristik tertentu dalam populasi atau sampel yang diteliti (Sugiyono, 2021).

Pendekatan ini memiliki beberapa karakteristik utama, seperti fokus pada penggambaran data kuantitatif, penggunaan instrumen penelitian terstruktur (kuesioner, survei, atau observasi), serta melibatkan populasi dan sampel yang dipilih secara representatif. Penelitian deskriptif kuantitatif umumnya dilakukan melalui langkah-langkah berikut:

1. Identifikasi masalah dan perumusan tujuan penelitian.
2. Penentuan populasi dan sampel penelitian dengan teknik sampling seperti random sampling, stratified sampling, atau cluster sampling.
3. Pengumpulan data melalui kuesioner berskala, survei terstruktur, atau observasi kuantitatif.
4. Pengolahan data, termasuk editing, coding, tabulasi, dan analisis statistik deskriptif seperti distribusi frekuensi, rata-rata (mean), median, modus, persentase, dan standar deviasi.
5. Interpretasi hasil untuk menjelaskan temuan dalam fenomena yang diteliti.
6. Penyusunan laporan penelitian secara sistematis.

Penelitian deskriptif kuantitatif memiliki keunggulan, seperti memberikan data yang objektif dan terukur, mudah dianalisis, serta hasilnya dapat digeneralisasi jika sampel representatif. Namun, pendekatan ini juga memiliki

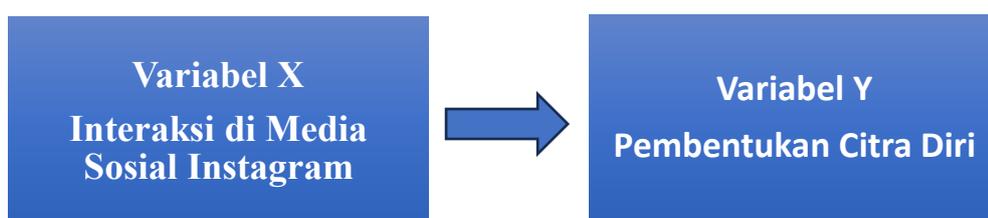
kelemahan, misalnya tidak dapat menjelaskan hubungan sebab-akibat dan terbatas dalam menggali aspek kualitatif, seperti emosi atau makna subjektif dari responden (Mackiewicz, 2018).

### 3.2. Kerangka Konsep

Konsep utama dalam penelitian ini adalah interaksi di media sosial instagram dan pembentukan citra diri. Untuk keperluan pengukuran terhadap konsep penelitian ini maka sebutan konsep menjadi variabel . Adapun variabel penelitian ini berjumlah dua variabel yakni:

1. Variabel Bebas (Interaksi di Media Sosial Instagram) yang diberi simbol X (Independen Variabel), yakni variabel yang mempengaruhi variabel terikat.
3. Variabel Terikat (Pembentukan Citra Diri) yang diberi simbol Y (Dependen Variabel), yakni variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

**Gambar 3.1**  
**Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y**



### 3.3. Definisi Konsep

Untuk menghindari terjadinya perbedaan persepsi terhadap konsep penelitian ini maka dibuat definisi konsep sebagai berikut:

1. Interaksi: yakni hubungan timbal balik antara dua pihak atau lebih
2. Media Sosial: yakni platform digital yang memungkinkan penggunanya berinteraksi, berkomunikasi dan berbagi konten secara online
3. Instagram : yakni aplikasi jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya berbagi foto maupun video serta berinteraksi dengan orang lain.
4. Mahasiswi: yakni sebutan untuk mahasiswa berjenis kelamin perempuan.
5. Citra Diri: yakni gambaran atas perilaku seseorang di mata orang lain dan masyarakat sekitarnya.

### 3.4. Definisi Operasional

Untuk menyamakan persepsi tentang indikator penelitian maka dibuat definisi operasional terhadap indikator penelitian sebagai berikut:

1. **Intensitas** – Frekuensi dan durasi penggunaan.
2. **Brand** – Identitas pembeda produk atau jasa.
3. **Influencer** – Individu dengan pengaruh besar.
4. **Konten** – Informasi dalam media elektronik.
5. **Algoritma** – Langkah logis dalam menyelesaikan masalah.
6. **Verbal** – Pesan dalam bentuk kata-kata.
7. **Non-Verbal** – Pesan melalui gerakan atau ekspresi.
8. **Hubungan** – Keterkaitan yang saling mempengaruhi.
9. **Respon** – Tanggapan atau aksi.
10. **Dimensi Fisik** – Aspek kesehatan jasmani.

11. **Dimensi Psikologi** – Sifat dan perilaku individu.
12. **Dimensi Intelektual** – Kemampuan berpikir dan menganalisis.
13. **Dimensi Keterampilan** – Kemampuan motorik.
14. **Dimensi Moral** – Penentu baik buruknya tindakan.
15. **Dimensi Seksual** – Aspek biologis dan jenis kelamin.

### 3.5. Operasionalisasi Variabel

Untuk memudahkan pengukuran variabel penelitian maka variabel penelitian diturunkan dalam bentuk indikator dari masing-masing variabel melalui operasionalisasi variabel sebagai berikut.

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel Penelitian	Indikator
Variabel X Interaksi	1. Intensitas menggunakan Instagram a. Frekuensi b. Durasi 2. Pengguna (Komunikan) a. Brand b. Influecer 3. Konten a. Algoritma b. Verbal c. Non Verbal 4. Hubungan 5. Respon
Variabel Penelitian	Indikator
Variabel Y Citra Diri	1. Dimensi Fisik 2. Dimensi Psikologi 3. Dimensi Intelektual 4. Dimensi Keterampilan 5. Dimensi Moral 6. Dimensi Seksual

Sumber: Dalam peneliti, 2025

### 3.6. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2021). Populasi penelitian ini adalah mahasiswa program studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumut yang berjumlah **709** mahasiswa.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang ada dalam populasi (Sugiyono, 2021). Sampel penelitian ini adalah mahasiswa program studi Ekonomi Bisnis Islam Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UINSU. Pengambilan sampel dilakukan secara acak karena sampelnya dianggap homogen (Sugiyono, 2021). Ukuran sampel diambil mengacu kepada pendapat Suarsimi Arikunto, yakni jika jumlah populasinya besar, sampelnya dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih (Arikunto, 2006) Berdasarkan pendapat tersebut, peneliti mengambil sampel sebesar 13%. Dengan demikian  $(13/100) \times 709 = 0.13 \times 709 = 92,17$  dibulatkan menjadi 92. Dengan demikian sampel penelitian adalah sebanyak **92** mahasiswa.

### 3.7. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data penelitian digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Data Primer. Data primer adalah data utama untuk penelitian ini. Data primer diperoleh dengan cara menyebarkan angket kepada responden.

- b. Data sekunder. Data sekunder diperoleh dengan beberapa cara yakni melalui literatur/tinjauan kepustakaan, dokumentasi, artikel yang dimuat dalam jurnal ilmiah yang ada di internet.

### 3.8. Teknik Analisa Data

Teknik analisa data dilakukan dengan cara menganalisis hasil perhitungan data kuantitatif yang diperoleh melalui penyebaran angket. Data yang diperoleh selanjutnya dilakukan pengkodean berdasarkan data dari variabel X dan Variabel Y. Selanjutnya data diolah secara statistik dengan menggunakan analisis statistik korelasi yakni rumus Korelasi Produk Moment dari Pearson.

Perhitungan korelasi dilakukan dengan rumus product moment sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

n = jumlah responden

X= skor yang diberikan oleh reter 1

Y= skor yang diberikan oleh reter 2

### 3.9. Waktu dan Lokasi Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dimulai pada bulan Januari 2025 sampai dengan April 2025.

### 3.10. Deskripsi Lokasi Penelitian

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN SU) adalah perguruan tinggi Islam negeri yang berlokasi di Medan, Sumatera Utara, Indonesia. UIN SU merupakan salah satu universitas Islam yang bertujuan mengintegrasikan pendidikan agama Islam dengan ilmu pengetahuan dan teknologi modern, sesuai dengan visinya sebagai “Smart Islamic University.”

Sejarah Singkat; UIN Sumut awalnya bernama Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sumatera Utara, yang didirikan pada 19 November 1973. Transformasi dari IAIN menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) dilakukan pada 16 Oktober 2014 berdasarkan Keputusan Presiden RI. Perubahan ini mencerminkan upaya untuk memperluas bidang keilmuan yang ditawarkan, tidak hanya berfokus pada studi keislaman tetapi juga mencakup ilmu pengetahuan umum. Mayoritas umat Islam di Indonesia menempatkan pentingnya agama dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam memilih pemimpin (Lubis et al., 2024)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN Sumut) merupakan salah satu fakultas unggulan yang berfokus pada pengembangan ilmu ekonomi berbasis nilai-nilai Islam. Fakultas ini didirikan untuk mencetak lulusan yang memiliki kompetensi dalam bidang ekonomi dan bisnis, dengan landasan syariah yang kuat.

Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN Sumut) dikenal memiliki karakter yang aktif, berprestasi, dan berintegritas tinggi. UIN Sumut tercermin dalam keseimbangan

antara prestasi akademik, keterlibatan dalam kegiatan ekstrakurikuler, dan penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan.

Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN Sumut) cenderung memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mendukung aktivitas akademik dan pengembangan diri. Mereka menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter untuk berbagi informasi terkait perkuliahan, seminar, dan kegiatan kampus, termasuk acara-acara yang diselenggarakan oleh komunitas. Media sosial juga menjadi ruang memperluas wawasan dengan mengikuti akun atau grup yang relevan dengan bidang ekonomi dan bisnis Islam, sehingga mendukung peningkatan wawasan dan jaringan profesional (*Kemdikbud.Go.Id*, 2023). Meskipun demikian, penggunaan media sosial ini bersifat personal dan dapat berbeda antara individu, mencerminkan keseimbangan aktivitas akademik, personal branding, hiburan (*uinsu.ac.id*, 2024).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Hasil Penelitian**

Hasil penelitian merupakan bagian penting dari suatu kegiatan penelitian. Penelitian yang baik adalah penelitian yang menghasilkan suatu temuan yang baru dan bermanfaat. Adapun manfaat tersebut dapat berupa bertambahnya uraian-uraian yang bersifat teoritis tentang objek yang diteliti. Selain menambah uraian yang bersifat teoritis, Penelitian yang baik juga dapat ditinjau dari aspek kebaruan penelitian tersebut. Penelitian yang dapat memberikan penemuan baru akan memberi manfaat bagi kehidupan manusia.

Berikut dikemukakan hasil penelitian yang diperoleh melalui penyebaran angket kepada responden. Data yang diperoleh dilapangan kemudian dikumpulkan dan diidentifikasi berdasarkan pertanyaan pada variabel X (Interaksi di Media Sosial Instagram) dan variabel Y (pembentukan Citra Diri). Setelah diidentifikasi, selanjutnya dilakukan pengolahan data dari kedua variabel tersebut.

Pengolahan data dilakukan untuk menemukan nilai dari variabel X dan variabel Y. Melalui pengolahan data diketahui nilai dari masing-masing variabel penelitian. Nilai kedua variabel penelitian tersebut kemudian diolah untuk mengetahui apakah interaksi di media sosial instagram berpengaruh terhadap pembentukan citra diri responden. Berikut dikemukakan karakteristik responden:

#### 4.1.1. Identitas Responden

Identitas responden dalam penelitian ini hanya berjenis kelamin perempuan. Penelitian ini sengaja memilih responden seluruhnya adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Peneliti berasumsi bahwa secara umum mahasiswi relatif cenderung lebih memperhatikan penampilan dirinya dalam pergaulan sehari-hari dibanding mahasiswa. Penampilan diri ini sebagai gambaran dari citra dirinya yang ditampilkan baik secara langsung dalam kehidupan sehari-hari maupun melalui media sosial, yang dalam hal ini adalah instagram.

Berdasarkan program studi, jumlah responden penelitian ini ditampilkan dalam tabel berikut:

**Tabel. 4.1**  
**Program Studi Responden**

<b>No</b>	<b>Program Studi</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1.	Akuntansi Syariah	169	24%
2.	Ekonomi Islam	158	22%
3.	Perbankan Syariah	168	24%
4.	Asuransi Syariah	44	6%
5.	Manajemen	170	24%
<b>Jumlah</b>		<b>709</b>	<b>100.00%</b>

Sumber: Hasil Penelitian

Berdasarkan tabel di atas, secara umum jumlah mahasiswi pada Program Studi Akuntansi Syariah, Ekonomi Islam, Perbankan Syariah, Manajemen cukup

berimbang. Sedangkan jumlah mahasiswi pada Program Studi Asuransi Syariah terpaut jauh sedikit jumlahnya dengan program Studi lainnya. Berdasarkan jumlah mahasiswa, Program Studi Asuransi Syariah kurang diminati dibanding program studi lainnya.

#### 4.1.2. Sebaran Pilihan Jawaban Variabel X

Berdasarkan data yang diperoleh melalui angket ditemukan sebaran pilihan responden. Dari 92 responden ditampilkan persentase pilihan jawaban dalam angket yang ditampilkan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.2**

**Setiap Hari Anda Menggunakan Instagram Dalam Frekuensi Yang Tinggi**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	20.65 %
2	Setuju	51.09 %
3	Kurang Setuju	25.00 %
4	Tidak Setuju	3.26 %
5	Sangat Tidak Setuju	-
<b>Total</b>		<b>100.00%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dikatakan bahwa sebahagian besar responden menyatakan bahwa setiap hari mereka menggunakan instagram dengan frekuensi yang tinggi. Tentunya dapat diasumsikan bahwa setiap hari penggunaan instagram ini bisa pada setiap waktu, baik pada waktu pagi hari, siang hari, sore hari, maupun malam hari.

**Tabel 4.3**  
**Setiap Hari Anda Menggunakan Instagram Dalam Durasi Yang Lama**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	14.13 %
2	Setuju	42.39 %
3	Kurang Setuju	32.61 %
4	Tidak Setuju	8.7 %
5	Sangat Tidak Setuju	2.17 %
<b>Total</b>		<b>100.00%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas, jika digabung pilihan jawaban responden yakni “Sangat Setuju” (14.13%) dengan jawaban “Setuju” (42.39%) maka dapat dikatakan lebih dari 50% responden menyatakan bahwa setiap hari mereka menggunakan instagram dalam durasi waktu yang lama.

**Tabel 4.4**  
**Meniru Gaya Teman Saat Berinteraksi di Instagram**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	2.18 %
2	Setuju	14.13 %
3	Kurang Setuju	38.04 %
4	Tidak Setuju	34.78 %
5	Sangat Tidak Setuju	10.87
<b>Total</b>		<b>100.00%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dikatakan bahwa sebahagian besar responden menyatakan bahwa saat berinteraksi di instagram mereka tidak meniru gaya teman mereka, kelihatannya mereka menampilkan gayanya sendiri.

**Tabel 4.5****Mudah Tertarik Dengan Penampilan Teman Saat Berinteraksi di Instagram**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	14.13 %
2	Setuju	33.7 %
3	Kurang Setuju	45.65%
4	Tidak Setuju	5.43 %
5	Sangat Tidak Setuju	1.09
<b>Total</b>		<b>100.00%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dikatakan bahwa jika pilihan jawaban responden digabung antara “Sangat Setuju” dengan “Setuju” (33.7%) cukup berimbang jumlahnya dengan pilihan jawaban responden yang “Kurang Setuju” (45.65%) maupun “Tidak Setuju” (5.43%) dan “Sangat Tidak Setuju” (1.09%)

**Tabel 4.6****Cenderung Setuju Dengan Pendapat Teman Saat Berinteraksi di Instagram**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	5.00 %
2	Setuju	25.00 %
3	Kurang Setuju	64.00 %
4	Tidak Setuju	5.00 %
5	Sangat Tidak Setuju	1.00 %
<b>Total</b>		<b>100.00%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dikatakan bahwa pilihan jawaban responden, yakni “Kurang Setuju” (64.00%) menunjukkan mereka tidak mudah terpengaruh dengan pendapat temannya saat berinteraksi di instagram.

**Tabel 4.7**  
**Anda Kagum Dengan Teman Saat Berinteraksi di Instagram**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	7.61 %
2	Setuju	68.48%
3	Kurang Setuju	22.00%
4	Tidak Setuju	2.17 %
5	Sangat Tidak Setuju	1.09%
<b>Total</b>		<b>100.00%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dikatakan bahwa sebahagian besar responden merasa kagum dengan temannya saat berinteraksi di instagram.

**Tabel 4.8**  
**Anda Berkomunikasi Secara Verbal Dengan Teman Anda di Instagram**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	7.61%
2	Setuju	69.57%
3	Kurang Setuju	20.65%
4	Tidak Setuju	2.17%
5	Sangat Tidak Setuju	-
<b>Total</b>		<b>100.00%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dikatakan bahwa sebahagian besar responden berkomunikasi secara verbal dengan temannya di instagram.

**Tabel 4.9**  
**Selain Secara Verbal, Anda Juga Berkomunikasi Dengan Teman di**  
**Instagram Menggunakan Lambang NonVerbal**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	18.48 %
2	Setuju	65.22 %
3	Kurang Setuju	15.22 %
4	Tidak Setuju	1.09 %
5	Sangat Tidak Setuju	-
<b>Total</b>		<b>100.00%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dikatakan bahwa sebahagian besar responden juga menggunakan lambang non verbal saat berkomunikasi dengan temannya di instagram.

**Tabel 4.10**  
**Anda Membangun Pertemanan Saat Berinteraksi di Instagram**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	20.65 %
2	Setuju	70.65 %
3	Kurang Setuju	6.52 %
4	Tidak Setuju	2.17 %
5	Sangat Tidak Setuju	-
<b>Total</b>		<b>100.00%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dikatakan bahwa sebahagian besar responden membangun pertemanan saat berinteraksi di instagram

**Tabel 4.11**  
**Anda Senantiasa Memberi Respon Yang Baik Saat Berinteraksi Dengan**  
**Teman Anda di Instagram**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	26.09 %
2	Setuju	69.57 %
3	Kurang Setuju	3.26 %
4	Tidak Setuju	1.09 %
5	Sangat Tidak Setuju	-
<b>Total</b>		<b>100.00%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dikatakan bahwa sebahagian besar responden memberi respon yang baik saat berinteraksi dengan temannya di instagram. Respon yang baik yang ditunjukkan oleh responden saat berinteraksi dengan temannya menunjukkan bahwa responden merupakan sosok yang baik dalam berinteraksi. Dapat diasumsikan bahwa responden cukup stabil dalam merespon apa yang disampaikan oleh temannya saat berinteraksi melalui instagram, walaupun mungkin ada hal yang kurang berkenan dalam diri responden, tetapi hal ini dapat dipahami dan dimaklumi oleh responden.

#### 4.1.3. Sebaran Pilihan Jawaban Variabel Y

Berdasarkan data yang diperoleh melalui angket diketahui pilihan jawaban responden cukup bervariasi yang ditampilkan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.I2**  
**Interaksi Anda Dengan Teman di Instagram Menjadikan Anda Menilai Penampilan Fisik Sebagai Bagian Dari Citra Diri Anda**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	10.87 %
2	Setuju	58.7 %
3	Kurang Setuju	23.91 %
4	Tidak Setuju	5.43 %
5	Sangat Tidak Setuju	1.09
<b>Total</b>		<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dikatakan bahwa sebahagian besar interaksi responden dengan teman di instagram menjadikan responden menilai penampilan fisik sebagai bagian dari citra diri. Dapat diasumsikan penampilan fisik merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan sehari-hari. Penampilan fisik merupakan informasi penting bagi seseorang untuk mengenali lawan bicaranya. Dengan mengenali penampilan fisik, seseorang akan mencoba menduga seperti apa perilaku orang tersebut. Sering kita memberikan persepsi yang baik tentang seseorang merujuk kepada penampilan fisik orang tersebut, walaupun terkadang penilaian kita terhadap orang tersebut terkadang keliru. Umumnya orang akan menilai penampilan fisik yang baik, sopan dan terlihat sehat merupakan orang yang memiliki citra diri yang baik.

**Tabel 4.13**  
**Penampilan Fisik Yang Sehat dan Bugar Dapat Menambah Kepercayaan Diri Anda**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	39.13 %
2	Setuju	59.78 %
3	Kurang Setuju	1.09 %
4	Tidak Setuju	-
5	Sangat Tidak Setuju	-
<b>Total</b>		<b>100.%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dikatakan bahwa hampir semua responden menyatakan bahwa penampilan fisik yang sehat dan bugar dapat menambah kepercayaan diri.

**Tabel 4.14**  
**Interaksi di Instagram Membuat Anda Menilai Pentingnya Kepribadian Yang Baik Sebagai Bagian Dari Citra Diri**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	29.35 %
2	Setuju	63.04%
3	Kurang Setuju	5.43%
4	Tidak Setuju	2.17%
5	Sangat Tidak Setuju	-
<b>Total</b>		<b>100.00%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dikatakan bahwa hampir semua responden menyatakan bahwa interaksi di instagram membuat mereka menilai pentingnya kepribadian yang baik sebagai bagian dari citra diri

**Tabel 4.15**  
**Kepribadian Anda Yang Baik Membuat Anda Percaya Diri Untuk Mencapai Tujuan Anda**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	39.13 %
2	Setuju	58.7 %
3	Kurang Setuju	2.17 %
4	Tidak Setuju	-
5	Sangat Tidak Setuju	-
<b>Total</b>		<b>100.00%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dikatakan bahwa hampir semua responden menyatakan bahwa kepribadian yang baik membuat percaya diri untuk mencapai tujuannya.

**Tabel 4.16**  
**Interaksi di Instagram Membuat Anda Merasa Perlu Memiliki Kecerdasan dan Kemampuan Akademik Sebagai Bagian Dari Citra Diri**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	26.00%
2	Setuju	66.00%
3	Kurang Setuju	8.00%
4	Tidak Setuju	-
5	Sangat Tidak Setuju	-
<b>Total</b>		<b>100.00%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dikatakan bahwa hampir semua responden menyatakan bahwa interaksi di instagram membuat mereka merasa

perlu memiliki kecerdasan dan kemampuan akademik sebagai bagian dari citra diri.

**Tabel 4.17**

**Memiliki Kecerdasan dan Kemampuan Akademik Akan Menambah Kepercayaan Diri Anda Saat Berinteraksi**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	36.96 %
2	Setuju	60.87 %
3	Kurang Setuju	2.17 %
4	Tidak Setuju	-
5	Sangat Tidak Setuju	-
<b>Total</b>		<b>100.00%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dikatakan bahwa hampir semua responden menyatakan bahwa kecerdasan dan kemampuan akademik akan menambah kepercayaan diri saat berinteraksi.

**Tabel 4.18**

**Interaksi di Instagram Membuat Anda Menilai Keterampilan dan Kemampuan Menyelesaikan Tugas Sebagai Bagian Dari Citra Diri**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	10.87%
2	Setuju	75%
3	Kurang Setuju	13.04%
4	Tidak Setuju	1.09%
5	Sangat Tidak Setuju	
<b>Total</b>		<b>100.00%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dikatakan bahwa hampir semua responden menyatakan bahwa interaksi di instagram membuat mereka menilai keterampilan dan kemampuan menyelesaikan tugas sebagai bagian dari citra diri

**Tabel 4.19**

**Memiliki Keterampilan dan Kemampuan Menyelesaikan Tugas Akan Menambah Kepercayaan Diri Dalam Mencapai Cita-Cita**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	27.17%
2	Setuju	67.39 %
3	Kurang Setuju	5.43%
4	Tidak Setuju	-
5	Sangat Tidak Setuju	-
<b>Total</b>		<b>100.00%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dikatakan bahwa hampir semua responden menyatakan bahwa memiliki keterampilan dan kemampuan dalam menyelesaikan tugas akan menambah kepercayaan diri dalam mencapai cita-cita

**Tabel 4.20**

**Interaksi di Instagram Membuat Anda Menilai Tata Krama dan Sopan Santun Menjadi Bagian Dari Citra Diri**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	23.91%
2	Setuju	71.74%
3	Kurang Setuju	4.35%
4	Tidak Setuju	-
5	Sangat Tidak Setuju	-
<b>Total</b>		<b>100.00%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dikatakan bahwa hampir semua responden menyatakan bahwa interaksi di instagram membuat dirinya menilai tata krama dan sopan santun menjadi bagian dari citra diri

**Tabel 4.21**  
**Memiliki Tata Krama dan Sopan Santun Menambah Kepercayaan Diri**  
**Anda Membangun Pertemanan Yang Baik**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	38.04%
2	Setuju	61.96%
3	Kurang Setuju	-
4	Tidak Setuju	-
5	Sangat Tidak Setuju	-
<b>Total</b>		<b>100.00%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dikatakan bahwa semua responden menyatakan bahwa memiliki tata krama dan sopan santun menambah kepercayaan diri membangun pertemanan yang baik.

**Tabel 4.22**  
**Interaksi di Instagram Membuat Anda Menilai Identitas Diri, Orientasi dan**  
**Perilaku Sesuai Jenis Kelamin Penting Sebagai Bagian Dari Citra Diri**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	19.57 %
2	Setuju	64.13 %
3	Kurang Setuju	15.22 %
4	Tidak Setuju	1.09 %
5	Sangat Tidak Setuju	
<b>Total</b>		<b>100 %</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dikatakan bahwa hampir semua responden menyatakan bahwa interaksi di instagram membuat dirinya menilai identitas diri, orientasi dan perilaku sesuai jenis kelamin penting sebagai bagian dari citra diri.

**Tabel 4.23**  
**Berperilaku Yang Normal Sesuai Jenis Kelamin Akan Menambah Kepercayaan Diri Untuk Membangun Hubungan Yang Baik dan Sehat**

No	Jawaban	Persentase
1	Sangat Setuju	31.52 %
2	Setuju	67.39 %
3	Kurang Setuju	1.09 %
4	Tidak Setuju	-
5	Sangat Tidak Setuju	-
<b>Total</b>		<b>100 %</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Berdasarkan data dalam tabel di atas dapat dikatakan bahwa hampir semua responden menyatakan bahwa berperilaku yang normal sesuai jenis kelamin akan menambah kepercayaan diri untuk membangun hubungan yang baik dan sehat

#### **4.1.4. Data Penelitian**

Data penelitian merupakan hal penting dalam menjawab rumusan masalah. Pada dasarnya sebuah penelitian adalah untuk menjawab hal apa yang dipertanyakan dalam rumusan masalah. Dengan adanya data penelitian yang akurat maka akan dapat ditemukan jawaban dari pada rumusan masalah, sebaliknya data penelitian yang tidak akurat dan tidak lengkap akan menyebabkan

terjadinya kekeliruan terhadap jawaban dari rumusan masalah penelitian. Data yang lengkap dan akurat akan sangat membantu dalam memberikan jawaban yang tepat terhadap rumusan masalah.

Berikut ditampilkan data variabel X (Interaksi di Media Sosial Instagram) dan data variabel Y (Pembentukan Citra Diri) untuk pengolahan data penelitian sebagai berikut:

**Tabel 4.24**

**Data Variabel X dan Variabel Y**

<b>NO</b>	<b>X</b>	<b>Y</b>	<b>XY</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>Y<sup>2</sup></b>
1	358	341	122078	128164	116281
2	329	403	132587	108241	162409
3	281	389	109309	78961	151321
4	326	411	133986	106276	168921
5	305	464	141520	93025	215296
6	352	400	140800	123904	160000
7	352	364	128128	123904	132496
8	369	388	146862	136161	150544
9	377	386	146916	142129	148996
10	387	403	156061	149769	162409
11	-	370	-	-	136900
12	-	356	-	-	126736
<b>Σ</b>	<b>3436</b>	<b>4675</b>	<b>1358247</b>	<b>1190534</b>	<b>1832309</b>

Sumber: Hasil Penelitian

Data yang ada dalam tabel di atas selanjutnya diolah dengan menggunakan rumus statistik korelasi product momen dari Pearson. Berikut dilakukan

pengolahan data dengan menggunakan rumus tersebut:

Dari data di atas, dapat dihitung nilai total sebagai berikut:

- $\sum X = 3436$
- $\sum Y = 4675$
- $\sum XY = 1358247$
- $\sum X^2 = 1190534$
- $\sum Y^2 = 1832309$
- **Jumlah sampel (n) = 92**

#### 4.1.5 Analisis Korelasi

Penelitian ini, analisis korelasi dilakukan dengan menggunakan rumus Korelasi

Product Moment Pearson:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r = \frac{(92 \times 1.358.247) - (3436 \times 4675)}{\sqrt{(92 \times 1.190.534) - (3436)^2 \times (92 \times 1.832.282) - (4675)^2}}$$

$$r = \frac{124.961.724 - 16.058.300}{\sqrt{(109.132.192 \times 11.811.496) \times (168.572.428) - 21.859.375}}$$

$$r = \frac{108.901.424}{\sqrt{(97.719.232) \times (146.713.053)}}$$

$$r = \frac{108.901.424}{\sqrt{(119.735.299.09)}}$$

$$r = 0.9095$$

Setelah dilakukan perhitungan diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0.9095

Interpretasi dari nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara interaksi di

Instagram dan pembentukan citra diri sangat kuat. Berdasarkan hal ini maka dapatdikemukakan bahwa semakin aktif seseorang dalam melakukan interaksi di media sosial Instagram maka semakin besar pengaruhnya terhadap citra diri yang mereka bentuk dan tampilkan kepada lingkungan sosial mereka.

Interpretasi nilai korelasi ini adalah bahwa terdapat hubungan yang **sangat kuat** antara interaksi di media sosial Instagram dengan pembentukan citra diri mahasiswa UIN Sumut.

#### **4.1.6 Uji Determinasi**

Untuk mengetahui kontribusi interaksi di Instagram terhadap pembentukan citra diri, dilakukan perhitungan dengan rumus berikut:

$$r^2 = (r_{xy})^2$$

$$r^2 = (0.9095)^2 = \mathbf{0.82.7}$$

Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar **82.7%** variasi dalam pembentukan citra diri mahasiswa dapat dijelaskan oleh interaksi mereka di media sosial Instagram. Sementara itu, sisanya **17.3%** dijelaskan oleh faktor lain seperti lingkungan sosial, pengalaman pribadi, faktor psikologis, dan kondisi emosional individu.

#### **4.2. Pembahasan**

Temuan ini mengindikasikan bahwa media sosial memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk citra diri mahasiswa. Interaksi di Instagram tidak hanya sekadar aktivitas komunikasi, tetapi juga menjadi alat untuk menunjukkan identitas dan memperkuat citra diri.

Beberapa faktor yang mendukung hubungan ini antara lain:

1. **Dampak Visual:** Instagram adalah platform berbasis gambar dan video yang memungkinkan pengguna menampilkan aspek terbaik dari kehidupan mereka. Hal ini membuat mahasiswa lebih sadar akan bagaimana mereka ingin terlihat di mata orang lain.
2. **Validasi Sosial:** Jumlah "likes," komentar, dan pengikut dapat berfungsi sebagai bentuk validasi sosial yang mempengaruhi kepercayaan diri seseorang. Semakin banyak interaksi yang diperoleh, semakin kuat pula persepsi positif mereka terhadap diri sendiri.
3. **Ekspektasi Sosial:** Mahasiswa sering kali merasa terdorong untuk menyesuaikan citra diri mereka dengan standar yang berlaku di media sosial. Hal ini dapat mendorong mereka untuk mengedit foto, memilih unggahan yang mencerminkan citra ideal, serta berinteraksi secara selektif agar mendapatkan umpan balik positif.
4. **Dampak Psikologis:** Media sosial juga dapat mempengaruhi kesehatan mental pengguna. Di satu sisi, interaksi positif dapat meningkatkan kebahagiaan dan rasa percaya diri. Namun, di sisi lain, perbandingan sosial yang berlebihan dapat menimbulkan kecemasan dan rasa tidak puas terhadap diri sendiri.

Dari hasil penelitian ini, penting bagi mahasiswa untuk memahami bahwa meskipun interaksi di media sosial berperan besar dalam pembentukan citra diri, mereka tetap harus menjaga keseimbangan antara citra daring dan kehidupan nyata mereka.

#### 4.2.1 Implikasi Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa implikasi yang relevan dalam konteks akademik dan sosial:

1. **Bagi Mahasiswa:** Hasil penelitian ini dapat menjadi refleksi bagi mahasiswa agar lebih bijak dalam menggunakan Instagram. Mereka dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk membangun citra diri yang positif tanpa merasa terbebani oleh ekspektasi sosial yang tidak realistis.
2. **Bagi Institusi Pendidikan:** Universitas dapat memberikan edukasi kepada mahasiswa mengenai dampak media sosial terhadap citra diri, termasuk bagaimana mengelola interaksi daring agar tetap sehat dan tidak menimbulkan tekanan psikologis.
3. **Bagi Peneliti Lain:** Penelitian ini dapat menjadi landasan bagi studi lebih lanjut mengenai dampak media sosial terhadap berbagai aspek psikologis mahasiswa, termasuk kesejahteraan mental dan kecenderungan sosial mereka.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, beberapa kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

##### **1. Hubungan Interaksi di Media Sosial dengan Citra Diri**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara interaksi di media sosial Instagram dengan pembentukan citra diri mahasiswa UIN Sumut. Nilai koefisien korelasi sebesar **0.9095** menunjukkan bahwa semakin tinggi interaksi di Instagram, semakin kuat pula pembentukan citra diri mahasiswa.

##### **2. Pengaruh Interaksi di Instagram terhadap Citra Diri**

Hasil uji determinasi menunjukkan bahwa **82.7%** variabilitas dalam pembentukan citra diri mahasiswa dapat dijelaskan oleh interaksi mereka di Instagram. Hal ini menandakan bahwa Instagram memainkan peran penting dalam bagaimana mahasiswa membangun dan memproyeksikan identitas mereka di dunia digital.

##### **3. Faktor Utama yang Mempengaruhi Pembentukan Citra Diri**

Menunjukkan penampilan fisik yang sehat dan bugar dapat menambah kepercayaan diri adalah faktor terbesar dalam pembentukan citra diri. Terbukti dengan persentase **39.13%** sangat setuju.

#### 4. Faktor Lain yang Mempengaruhi Citra Diri

Meskipun interaksi di media sosial berperan besar, masih terdapat **17.3%** faktor lain yang turut berkontribusi dalam pembentukan citra diri mahasiswa. Faktor-faktor ini bisa mencakup pengalaman pribadi, lingkungan sosial, dan aspek psikologis yang belum dianalisis dalam penelitian ini.

#### 5. Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini memberikan wawasan bagi akademisi dan praktisi komunikasi bahwa media sosial dapat menjadi alat yang berpengaruh dalam membentuk citra diri, terutama bagi mahasiswa yang aktif dalam dunia digital.

#### 5.2. Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

##### **Bagi Mahasiswa**

Mahasiswa diharapkan lebih bijak dalam menggunakan media sosial, khususnya Instagram, untuk membentuk citra diri yang positif dan autentik.

Perlu adanya kesadaran akan dampak interaksi di media sosial terhadap kepercayaan diri dan kesejahteraan psikologis.

##### **Bagi Akademisi dan Peneliti**

Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan dengan menambahkan faktor-faktor lain seperti aspek psikologis dan budaya dalam membentuk citra diri mahasiswa.

Disarankan untuk menggunakan pendekatan kualitatif guna mendapatkan

pemahaman lebih dalam mengenai pengalaman mahasiswa dalam membangun citra diri di media sosial.

### **Bagi Institusi Pendidikan**

Institusi pendidikan dapat mengadakan seminar atau workshop terkait pemanfaatan media sosial yang sehat untuk membentuk citra diri yang positif.

Diperlukan bimbingan bagi mahasiswa agar mereka dapat menggunakan media sosial sebagai alat untuk pengembangan diri, bukan hanya sekadar pencitraan semata.

### **Bagi Pengembang Media Sosial**

Platform media sosial seperti Instagram dapat meningkatkan fitur edukasi yang membantu pengguna memahami dampak dari interaksi digital terhadap citra diri.

Diperlukan kebijakan yang lebih ketat dalam mengelola konten agar media sosial tetap menjadi ruang yang sehat bagi penggunanya.

Mencermati hasil penelitian ini, diharapkan kepada mahasiswi agar dapat memahami keberadaan dan kekuatan yang dimiliki media sosial, khususnya Instagram sebagai media interaksi dan komunikasi. Demikian pula diharapkan mahasiswi lebih memahami peran media sosial dalam membentuk citra diri mereka dan menggunakan platform ini secara lebih bijak dan memberikan manfaat positif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ackerman, C. E. dan J. N. (2018). *Apa itu Citra Diri dalam Psikologi? Bagaimana Kita Meningkatkan? Htpps://Positivepsychology.Com > Self-Image.*
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (E. R. VI (ed.)). Rineka Cipta.
- Bimo Walgito. (2011). *Psikologi Sosial* (Nikolaus (ed.)). Andi Yogyakarta.
- Cangara, H. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Ketiga). Rajawali Pers. [www.rajagrafindo.co.id](http://www.rajagrafindo.co.id)
- Croucher, S. M. D. C.-M. (2015). *Understanding Communication Research Methods : A Theoretical and Practical Approach.* <https://books.google.co.id/books?id=kHjZBAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Deviana, T. (2018). *Pengaruh religiusitas, peer attachment, dan karakteristik penggunaan media social instagram terhadap perilaku hedonis mahasiswi.* Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- DeVito, J A. (2013). *The Interpersonal Communication Book.* Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=hutPXwAACAAJ>
- DeVito, Joseph A. (1992). *The Interpersonal Communication Book.* Harper Collin Publisher. <https://archive.org/details/interpersonalcom0006devi/page/n499/mode/2up>
- Djollong, A. . (2014). *Teknik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif (Technique of Quantitative Research)* Istiqra, 2(1)).
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek.* Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2019). *Dinamika Komunikasi.* Remaja Rosdakarya.
- Goffman, E. (1956). *The presentation of self in everyday life. In The presentation of self in everyday life.* University of Edinburgh, Social Sciences Research Centre.
- Harfiyanto, D., Cahyo, □, Utomo, B., & Budi, T. (2015). Journal of Educational Social Studies. *Pola Interaksi Sosial Siswa Pengguna Gatged di SMA N 1 Semarang.* Info Artikel. *Jess*, 4(1), 1–5. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jess>
- Hendri, R., Yulinda, E., & Arief, H. (2019). *Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Olahan Ikan di Desa Hangtuah Kabupaten Kampar Provinsi Riau.* Journal of Rural and Urban Community Empowerment, 1(1), 51–60.
- Junaidi, J. (2020). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Di Kalangan Mahasiswa Kabupaten Aceh Barat.* Source: Jurnal Ilmu Komunikasi, 6(2), 171. <https://doi.org/10.35308/source.v6i2.2601>
- kemdikbud.go.id. (2023).
- Knapp, Mark L., J. A. D. (2002). *Handbook of Interpersonal Communication.* Sage Publication. <https://books.google.co.id/books?id=t97fuAcjS-YC&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Lubis, F. H., Nasution, F. A., & Harahap, R. H. (2024). *The Commodification of*

- Religious Rituals: Representations of Political Actors in Indonesian Elections. Pharos Journal of Theology*, 105(2), 1–11.  
<https://doi.org/10.46222/pharosjot.105.214>
- Mackiewicz, J. (2018). *A Mixed-Method Approach*. In *Writing Center Talk over Time*. <https://doi.org/10.4324/9780429469237-3>
- Maimunah, S., & Satwika, Y. W. (2021). *Hubungan Media Sosial Dengan Body Dissatisfaction Pada Mahasiswa Perempuan di Kota Surabaya*. *Character: Jurnal Penelitian Psikolog*, 08(02), 224–233.
- Marcomm, M. M. (n.d.). @majalah\_mixmarcomm. (n.d.). [https://www.instagram.com/majalah\\_mixmarcomm](https://www.instagram.com/majalah_mixmarcomm).
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Edisi Revi). Remaja Rosdakarya.
- Pradhana, T. A. (2019). *Self-presenting pada media sosial instagram dalam tinjauan teori dramaturgi erving goffman*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya ..., 1–96.
- Pratidina, N.D., & Mitha, J. (n.d.). *Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Interaksi Sosial Masyarakat: Studi Literatur*. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 810.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.3083>
- Purwani, D. A. (2021). *Pemberdayaan Era Digital* (1st ed.). Bursa Ilmu.
- Rudianto. (2024). *Komunikasi XYZ* (S. K. Sartikaa Tri Anjayani (Ed.)). UMSUPRESS. <https://doi.org/978-623-408-705-5>
- Sarlito W. Sarwono. (2012). *psikologi remaja* (Revisi). Rajagrafindo Persada.
- Schramm, W. (1972). *The Nature of Communication between Humans : How Communication Work. The Process and Effects of Mass-Communications*, 15(26), 3–53.
- Shannon, C. E. and W. W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. The University of Illinois Press. Urbana.
- Soerjono, S. (2007). *Sosiologi Suatu Pengantar*. PT Raja Grafindo.
- Sugiyono, P. L. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi* (M. S. Prof. Dr. Sunarto (Ed.)). Alfabeta.
- Tanjung, Y., Saputra, S., & Hardiyanto, S. (2021). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Penggunaan Media Sosial Untuk Pemasaran Produk Inovasi Jeruk Siam*. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 3091–3103.  
<http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/5435%0Ahttps://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/download/5435/pdf>
- Turnip, H., Hendra, Y., & Matondang, A. (2020). *Persepsi Masyarakat Tentang Kinerja Kantor Search and Rescue Medan dalam Pencarian Orang Hilang di Gunung Sibayak*. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 2(1), 7–11.  
<https://doi.org/10.31289/jipikom.v2i1.181>
- uinsu.ac.id. (2024). *No Title*.
- Watie, E. D. S. (2018). *Komunikasi dan Media Sosial*. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- We Are Sosial*. (2023).
- West, Richard, L. H. T. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan*

*Aplikasi*. (3rd ed.). Salemba Humanika.

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.



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Bila mengawal surat ini agar diarahkan  
nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> [fisip@umsu.ac.id](mailto:fisip@umsu.ac.id) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Nomor : 541/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025  
Lampiran : --  
Hal : **Mohon Diberikan izin  
Penelitian Mahasiswa**

Medan, 25 Sya'ban 1446 H  
24 Februari 2025 M

Kepada Yth : **Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**  
**Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**  
di-  
Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim  
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data dalam penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, atas nama :

Nama mahasiswa : **FARIS AL KHAIRI**  
N P M : 2103110046  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025  
Judul Tugas Akhir Mahasiswa : **INTERAKSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
TERHADAP PEMBENTUKAN CITRA DIRI  
PADA MAHASISWA UIN SUMUT**

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dekan,



Cc : File.





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan IAIN No.1, Gaharu, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20235  
Jl. Lap. Golf No.120, Kp. Tengah, Kec. Pancur Batu, Kab. Deli Serdang, Sumatera Utara 20353  
Website: [www.febi.uinsu.ac.id](http://www.febi.uinsu.ac.id)

Nomor : B-2013/Un.11/EB.I/KS.02/03/2025  
Sifat : Biasa  
Lamp. : -  
Hal : Izin Penelitian

10 Maret 2025

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
Di  
Tempat

*Assalamu'alaikum wr. Wb.*

Dengan hormat,menindaklanjuti surat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Univeristas Muhamdiyah Sumatera Utara Medan Nomor: 541/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025 tanggal 24 Februari 2025 hal : Mohon Diberikan Izin Penelitian Mahasiswa atas nama :

Nama	: Faris Al Khairi
NPM	: 2103110046
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa	: INTERAKSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PEMBENTUKAN CITRA DIRI PADA MAHASISWA UIN SUMUT

Pada prinsipnya kami memberi izin kepada yang bersangkutan untuk melakukan Penelitian di Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan guna memperoleh data-data dan informasi yang berhubungan dengan peneltian tersebut.

Demikian kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih  
*Wassalamu'alaikum wr. Wb*

a.n Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Kelembagaan



**Dr. Isnaini Harahap, M.Ag**  
NIP. 197507202003122002



Dokumen ini telah ditanda tangani secara elektronik.

Token : 5rVtXI



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/KU/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

https://fkip.umsu.ac.id fkip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN  
JUDUL SKRIPSI**

Kepada Yth.  
Bapak/ Ibu  
Ketua Program Studi ILMU KOMUNIKASI  
FISIP UMSU  
di  
Medan.

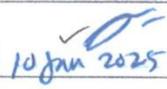
Medan, 10 Januari 2025.

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : FARIS AL KHAIRI  
N P M : 2103110046  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
SKS diperoleh : 119 SKS, IP Kumulatif 3,64

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Interaksi di media sosial Instagram terhadap pembentukan Citra diri Pada mahasiswa UIN SU	 10 Jan 2025
2	Keterasan Verbal di media sosial Instagram terhadap emosi dan kepastokan diri Mahasiswa di UIN SU	
3	Fitur Stories di Instagram terhadap keterbukaan diri Mahasiswa di UIN SU	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/ Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/ Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Program Studi:  
Diteruskan kepada Dekan untuk  
Penetapan Judul dan Pembimbing.

104.21.311

Pemohon,

( FARIS AL KHAIRI )

Medan, tanggal 10 Januari 2025.

Ketua,

Program Studi: ILMU KOMUNIKASI

(AKHYAR ANSHOR), S.SDS, M.Pd  
NIDN: 0121048401

Dosen Pembimbing yang ditunjuk  
Program Studi: ILMU KOMUNIKASI

(Farzal Hamzah Lubis)  
NIDN: 0121058202



**SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING  
TUGAS AKHIR MAHASISWA  
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)  
Nomor : 73/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2025**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **10 Januari 2025**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **FARIS AL KHAIRI**  
N P M : 2103110046  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025  
Judul Tugas Akhir Mahasiswa : **INTERAKSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
(Skripsi dan Jurnal Ilmiah) TERHADAP PEMBENTUKAN CITRA DIRI PADA  
MAHASISWA UIN SUMUT**  
Pembimbing : **FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 104.21.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

**Masa Kadaluarsa tanggal: 10 Juli 2025.**

Ditetapkan di Medan,  
Pada Tanggal, 10 Rajab 1446 H  
10 Januari 2025 M



**Tembusan :**

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringgal.

  
**Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.**  
NIDN./0030017402





**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Sifat Mahasiswa yang berprestasi adalah yang memiliki kemampuan yang tinggi

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SI/UBAN-PT/IAK/KPI/PT/2022

Pusat Administrasi, Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp: (061) 6622400 - 66224597 Fax: (061) 6625474 - 6631603  
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-3

**PERMOHONAN**  
**SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA**  
**(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Kepada Yth.  
**Bapak Dekan FISIP UMSU**  
di  
Medan.

Medan, ..... 20....

*Assalamu'alaikum wr. wb*

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : FARIS AL KHAIRI  
N P M : 2103110046  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI konsentrasi HUBUNGAN MASYARAKAT

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 73 /SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2025... tanggal 10 JANUARI 2025 dengan judul sebagai berikut :

INTERAKSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PEMBENTUKAN  
CITRA DIRI MAHASISWANYA UIN SUMUT

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuoting Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proopsal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Diketahui oleh Ketua  
Program Studi

(AKHYAR ANGHORI, S.Sos, M.I. Kom)

NIDN: 027048401

Menyetujui  
Pembimbing

(FAIZAL HAMZAH UBIS, S.Sos, M. Ingg)

NIDN: 021050201

Pemohon,

(FARIS AL KHAIRI)





**UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR  
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Nomor : 458/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

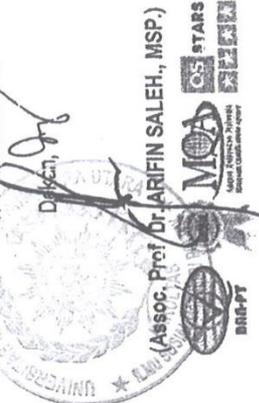
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Selasa, 18 Februari 2025  
Waktu : 08.45 WIB s.d. selesai  
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2  
Pemimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.



**UMSU**  
Unggul | cerdas | berprestasi

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
6	CINDY JULIAWAN	2103110189	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT UU TINDAK PIDANA KEKERASAN SEKSUAL PADA AKLIN YOUTUBE KEMENPPPA RI
7	ALIYA CINDY SAPITRI	2103110028	Assoc. Prof. Dr. LEYLA KHAIRANI, M.Si	ELVITA YENNI, SS., M.Hum.	PENERAPAN EMPATHY THEORY DALAM PROSES PENDAMPINGAN PADA ANAK DOWN SYNDROME DI SLB MELATI AISYIYAH DELI SERDANG
8	DICKY PRATAMA	2103110078	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S., MSP.	Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI, M.I.Kom.	MAKNA LGBT DALAM LIRIK LAGU "ANGEL BABY" KARYA TROYE SIVAN DAN "SLEEPOVER" KARYA HAYLEY KAYOKO
9	FARIS AL KHAIRI	2103110046	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	INTERAKSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PEMBENTUKAN CITRA DIRI PADA MAHASISWA UIN SUMUT
10	CITRA SEPTIANA	2103110015	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT KOTA MEDAN UNTUK BERUMROH DAN HAJI DI PT. ANNAJUWA ISLAMIC TOUR

Medan, 16 Syaban 1446 H  
17 Februari 2025 M





**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Bila menjawab surat ini agar disertakan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Bader Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KPI/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mulanar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> [fisip@umsu.ac.id](mailto:fisip@umsu.ac.id) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

Sk-5

**BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA**

Nama lengkap : FARIS AL KHAIRI  
NPM : 2102110046  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Judul Tugas Akhir Mahasiswa : INTERAKSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
(Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) : DALAM PEMBENTUKAN CITRA DIRI MAHASISWA  
UM SUMUT

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	09 Januari 2025	Acc Pengajuan Judul	
2.	10 Januari 2025	Penetapan Judul Skripsi	
3.	22 Januari 2025	Bimbingan proposal	
4.	24 Januari 2025	Bimbingan proposal	
5.	6 Februari 2025	Bimbingan proposal	
6.	15 Februari 2025	Acc Seminar proposal	
7.	20 Februari 2025	Bimbingan Bab IV	
8.	10 Maret 2025	Bimbingan Bab IV	
9.	17 Maret 2025	Bimbingan Bab IV	
10.	22 Maret 2025	Bimbingan Kesimpulan dan Saran	
11.	8 April 2025	Acc skripsi	

Medan, 8 April 2025.

Dekan,

(Dr. Agilim Saleh, S.Sos., M.S.P)  
NIDN: 0030017402

Ketua Program Studi,

(Akhyat Anshori S.Sos., M.J., Kom)  
NIDN: 0127048401

Pembimbing,

(Farida Nur Hafidha, L.W.S)  
NIDN: 0121038202



Agensi Kelayakan Malaysia  
Malaysian Qualifications Agency



Slr-10



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



**UMSU**  
 Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/ PANGSILAN UJIAN TUGAS AKHIR  
 (SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 681/UND/II.3.A/UMSU-03/F/2025

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi  
 Hari, Tanggal : Kamis, 17 April 2025  
 Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai  
 Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2

No.	Name Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
6	ANGGIE PRAVITA	2103110272	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	PEMBENTUKAN IDENTITAS DIRI MELALUI MEDIA SOSIAL PADA SISWA SMK NEGERI 3 PEMATANG SIANTAR
7	LALA AUDINA BARUS	2103110291	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si	FAIZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom	ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA VISUAL PADA IKLAN LIFEBOUY EDISI RAMADHAN 2024
8	MUHAMMAD RIFQI FATHIN	2103110006	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom	CORRY NOVIRCA AP, SINAGA, S.Sos., M.A.	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	ANALISIS MAKNA VISUAL PADA VIDEO "REWIND INDONESIA 2023" PADA CHANEL YOUTUBE INDONESIA CREATOR
9	ABDULLAH BIMA RAIHAN PRATAMA	2103110081	Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	FAIZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	CORRY NOVIRCA AP, SINAGA, S.Sos., M.A.	ANALISIS ISI NASKAH DRAMATIK DALAM FILM THE ROUND UP : PUNISHMENT KARYA HEU MYEONG-HAENG
10	FARIS AL KHAIRI	2103110046	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom	CORRY NOVIRCA AP, SINAGA, S.Sos., M.A.	FAIZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	INTERAKSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PEMBENTUKAN CITRA DIRI PADA MAHASISWA UIN SUMUT

Netulis Sidang :

1.

Medan, 16 Syawal 1446 H  
 15 April 2025 M



Kepala,  
 Assoc. Prof/Dr. ARIFIN SALEH., MSP.

Ditetapkan oleh :  
 Dr. Muhammad Arifin, SH, M.Hum.  
 Rektor



Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI., M.I.Kom



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Data Pribadi

Nama : Faris Al Khairi  
Tempat, Tanggal Lahir : Medan, 29 Nopember 2003  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Agama : Islam  
Alamat : Jalan Vetpur IV, Desa Medan Estate, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang  
Provinsi Sumatera Utara  
Nomor Telepon : 081267814208  
Email : [farisjon415@gmail.com](mailto:farisjon415@gmail.com)

### Data Orang Tua

Ayah : Yan Hendra  
Ibu : Rosidah  
Nomor Telepon : 081361620802  
Alamat : Jalan Vetpur IV, Desa Medan Estate, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang  
Provinsi Sumatera Utara

### Riwayat Pendidikan

2021-2025 : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
2018-2021 : SMA Negeri 11 MEDAN  
2015-2018 : SMP Negeri 35 MEDAN  
2009-2015 : SD Negeri 106162 MEDAN ESTATE