# 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**

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

## BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ 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 الرَّحْمَٰنِ 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**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
UMSU
Unggul | Terpercaya

## PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ 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 kesarjanaan 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 kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 12 April 2025

Yang Menyatakan,

METERAI TEMPEL

E6B8AMX279128874

**FARIS AL KHAIRI**

# KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat 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 Terhadap Pembentukan Citra Diri Pada Mahasiswa UIN Sumut. Dalam penulisan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari anggota keluarga penulis yang tentunya penulis sangat bersyukur dan menghargai segala perjuangan dan dukungan kedua orang tua dan saudara-saudara penulis yang tentunya penulis mengucapkan terimakasih yang sangat besar untuk keluarga penulis teruma untuk kedua orang tua penulis 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 penulis yang tentunya sangat istimewa tidak lain ialah Aryanda Neisya selaku kekasih hati dan support system penulis yang telah mendukung dan memberikan bantuan dengan cara membangkitkan semangat penulis 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, penulis bangga kepada penulis sendiri pada akhirnya berada di fase yang sekarang ini, untuk kedepannya penulis akan mempergunakan ilmu yang penulis dapat di masa perkuliahan ini dengan sangat baik karena penulis bercita-cita menjadi orang yang bermanfaat bagi setiap orang dengan ilmu

yang penulis dapat dimanapun penulis 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 menganalisis pengaruh interaksi di media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri pada mahasiswi UIN Sumut. Secara garis besar teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori tentang interaksi sosial di media sosial, citra diri dan teori dramaturgi. Penelitian ini terbatas hanya meneliti mahasiswa berjenis kelamin perempuan, yaitu mahasiswi UIN Sumut Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam semester VI, karena penulis berasumsi bahwasanya mahasiswi umumnya lebih memperhatikan dan menjaga penampilan dirinya di media sosial instagram. Pengumpulan data dilakukan menggunakan angket, tinjauan literatur/kepustakaan, artikel di jurnal ilmiah dan dokumentasi. Jumlah populasi sebanyak 709 orang mahasiswi. Sampel sebanyak 92 orang mahasiswi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional memakai rumus korelasi produk moment. Hasil perhitungan menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0.9095 yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan interaksi di media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri pada mahasiswi UIN Sumut. Hasil uji determinasi menunjukkan 82.7% pembentukan citra diri mahasiswi dapat dijelaskan oleh interaksi mereka di instagram, sisanya 17.3% dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya.

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 Interpersonal..... 8
2.3. Interaksi Sosial Melalui Media Sosial ..... 11
2.4. Media Sosial Instagram ..... 13
2.5. Karakteristik Perempuan/Mahasiswi ..... 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
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... 31
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
BAB V PENUTUP ..... 51
5.1. Simpulan ..... 51
5.2. Saran ..... 52
DAFTAR PUSTAKA ..... 54
LAMPIRAN

## 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 Berineraksi 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. Mohon Diberikan Izin Penelitian Mahasiswa

Lampiran 2. Izin Penelitian

Lampiran 3. Permohonan Persetujuan Judul Skripsi

Lampiran 4.. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir

Lampiran 5. Permohonan Seminar Proposal Tugas Akhir

Lampiran 6. Undangan Panggilan Seminar Proposal

Lampiran 7. Berita Acara Bimbingan Tugas Akhir

Lampiran 8. Undangan Panggilan Ujian Tugas Akhir

Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup

# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Masalah

Pesatnya kemajuan teknologi informasi dalam beberapa dasawarsa terakhir telah memperbarui berbagai bidang kehidupan manusia, termasuk pola 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).

Kehadiran media sosial ditengah kehidupan masyarakat merupakan suatu produk teknologi yang sangat digemari oleh seluruh lapisan masyarakat, terutama para generasi muda. Keberadaan media sosial memberi kemudahan kepada masyarakat dalam membangun interaksi melintasi wilayah geografis yang berjauhan. Melalui interaksi setiap orang dapat memperoleh berbagai informasi yang dibutuhkan dalam berbagai aspek kehidupan. Instagram menjadi salah satu media sosial yang sangat banyak penggunanya terutama generasi muda.

Instagram merupakan media sosial yang menempati peringkat kedua paling banyak digunakan oleh orang indonesia, (*We Are Sosial*, 2023). Keadaan ini mengisyaratkan bahwa instagram menjadi salahsatu media sosial yang sangat diminati, terutama para generasi muda, khususnya mahasiswa. Melalui instagram

para pemakai dapat menggunakan berbagai fitur untuk mengunggah momen tertentu berupa vidio, foto, begitu juga komentar dan instagram stories. Keberadaan instagram tidak hanya menghibur para penggunanya, tetapi juga dapat menjadi media untuk membangun interaksi sosial dengan sesama pengguna dan juga dapat membentuk serta menampilkan citra diri di instagram. Tidaklah mengherankan seiring berjalannya waktu, pengguna instagram semakin bertambah banyak.

Sebagai generasi muda, mahasiswa merupakan kelompok orang muda yang berada pada fase pencarian jati diri. Melalui instagram, mahasiswa selalu menggunakannya untuk berinteraksi dan juga membentuk dan menampilkan citra dirinya di instagram. Citra diri yang mereka tampilkan dapat berupa gambaran sebagai seseorang yang aktif dalam kehidupan sosialnya, memiliki kreatifitas yang beragam. Sebagai sosok yang berprestasi dan sebagainya.

Interaksi di media sosial tidak selamanya memberi perasaan senang, tetapi juga dapat menimbulkan rasa tidak senang karena tidak sesuai dengan apa yang diinginkan. Kekecewaan yang dirasakan adakalanya menimbulkan rasa sedih karena apa yang diharapkan belum tercapai. Tuntutan pada citra menjadi cara yang umum untuk membentuk dan mempertahankan identitas sosial yang merupakan suatu proses yang komplek (Walgito, 2011).

Citra diri yang dibentuk di instagram terkadang tidak sesuai dengan citra diri di dunia nyata. Hal ini menunjukkan bahwa citra diri di instagram merupakan upaya agar terlihat lebih menarik, aktif dan berwibawa. Fenomena menampilkan citra diri di media sosial ini dapat dipahami dengan mencermati teori dramaturgi dari Erving Goffman. Teori tersebut mengandaikan kehidupan sosial seseorang

seperti pentas untuk memberi sebuah kesan tertentu di depan orang. Sama halnya ketika seorang mahasiswa berada di instagram ibarat berada di pentas dan memberi kesan tertentu agar terlihat menarik. Saat berada di dunia nyata penampilannya biasa saja.

Mahasiswa 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 saling berbagi, mulai dari berbagi pengalaman akademik, mengekspresikan kreativitas, hingga membangun jejaring sosial. Masih sedikit penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana interaksi ini mempengaruhi pembentukan citra diri mahasiswa UIN Sumut, serta hal apa saja yang berperan dalam proses tersebut.

Mengacu pada paparan di atas, penelitian ini cukup penting untuk memahami secara mendalam bagaimana interaksi di instagram mempengaruhi pembentukan citra diri mahasiswa UIN Sumut. Kajian ini diharapkan mampu memberikan wawasan baru tentang keterkaitan antara media sosial, khususnya instagram dan pembentukan citra diri, serta memberikan kontribusi bagi pengembangan literasi digital di kalangan mahasiswa

## 1.2. Pembatasan Masalah

Kajian ini terbatas hanya meneliti mahasiswa yang berjenis kelamin perempuan atau disebut mahasiswi, yakni Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam semester VI UIN Sumut. Pembatasan ini didasarkan kepada asumsi peneliti bahwa perempuan lebih memperhatikan dan menjaga penampilannya agar terlihat

lebih menarik. Kecenderungan ini membuat perempuan lebih teliti melakukan penyusunan citra diri saat tampil di media sosial instagram.

## 1.3. Rumusan Masalah

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah apakah interaksi di media sosial instagram berpengaruh terhadap pembentukan citra diri pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumut.

## 1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh interaksi di media sosial instagram 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

   Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya uraian yang bersifat teoritis tentang komunikasi, khususnya interaksi di media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri mahasiswi.

2. Manfaat Akademis

   Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak penelitian tentang komunikasi melalui media sosial, khususnya interaksi di media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri pada mahasiswi.

3. Manfaat Praktis

Secara praktis 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

Berisikan latar belakang, pembatasan, rumusan masalah, tujuan, manfaat dan sistematika penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Berisikan beberapa uraian teori sebagai acuan penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisikan jenis/pendekatan dan metode penelitian, kerangka konsep, variabel, operasionalisasi variabel, definisi operasional, populasi, sampel, pengumpulan dan analisis data, waktu penelitian serta deskripsi lokasi penelitian

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan tentang hasil dan pembahasan penelitian

BAB V : PENUTUP

Pada bab terakhir berisikan kesimpulan dan saran dari penelitian dan hasil penelitian.

# BAB II

# URAIAN TEORITIS

## 2.1. Komunikasi

Tidak seorangpun dapat hidup tanpa berkomunikasi dengan orang lain disekitarnya, Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, setiap orang harus berkomunikasi dengan orang lain. Tanpa berkomunikasi manusia tidak akan dapat mengalami kehidupan yang baik. Dengan berkomunikasi setiap orang dapat menyampaikan sesuatu kepada orang lain baik individu maupun kelompok. Dengan berkomunikasi setiap orang dapat membangun pertemanan dan membangun kelompok. Dengan berkelompok setiap orang dapat saling bekerjasama dalam menjalani kehidupannya.

Sejak dahulu para ilmuwan komunikasi mencoba lebih mendalami ilmu komunikasi dan mencoba menjelaskan apa yang dimaksud dengan komunikasi. Harold Lassweel mengemukakan bahwa menjelaskan komunikasi dapat dilakukan dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect*. Jawaban dari pertanyaan tersebut menunjukkan lima unsur komunikasi yaitu komunikator, pesan, media, komunikan dan efek (Effendy, 2017). 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 & Lestari, 2021). Pemahaman yang baik terhadap komunikasi akan membantu setiap orang untuk dapat membangun komunikasi yang efektif dalam rangka

mendapatkan hasil yang positip dan sekaligus memberi keuntungan sejalan dengan apa yang diharapkan.

Melalui komunikasi yang efektif dapat memperkuat dan memperluas hubungan dalam kehidupan bermasyarakat. Melalui hubungan yang baik akan terbangun kehidupan masyarakat yang kuat di berbagai bidang kehidupan. Secara keseluruhan, komunikasi berguna sebagai jembatan yang mempererat hubungan antar individu dalam kehidupan sosial (Cangara, 2018). Komunikasi dapat dikelompokkan berdasarkan tingkatnya yang mengacu pada jumlah partisipan yang ikut serta dalam komunikasi. Oleh karena itu diberi sebutan komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi antarpersonal, komunikasi kelompok (kecil), komunikasi publik, komunikasi organisasi, komunikasi massa (Mulyana, 2015).

Masing-masing tingkat komunikasi memiliki ciri tersendiri. Komunikasi dengan diri sendiri ruang lingkupnya hanya pada diri seseorang saja. Umumnya setiap orang akan berkomunikasi dengan dirinya sendiri sebelum berkomunikasi dengan orang lain. Ketika orang tersebut akan berbicara dalam berbagai tingkatan komunikasi maka ia harus menyesuaikan cara dan teknik komunikasinya yang sesuai pada tiap tingkat komunikasi. Semakin tinggi tingkat komunikasi maka semakin banyak melibatkan orang dalam komunikasi tersebut dengan berbagai karakter yang berbeda, seperti usia, tingkat pendidikan, pekerjaan dan sebagainya.

Komunikasi tatap muka dapat digunakan jika komunikator mengharapkan terjadinya dampak berupa perubahan perilaku komunikan karena melalui komunikasi tatap muka komunikator dapat mengetahui tanggapan komunikan terhadap pesan yang disampaikan komunikator. Jika komunikan menunjukkan

umpan balik yang positif maka komunikator tetap menggunakan cara komunikasi yang dilakukan dan tetap menggunakan cara tersebut agar umpan balik tetap positif. Jika umpan baliknya tidak positif maka komunikator dapat mengubah cara komunikasinya agar komunikasi berhasil (Effendy, 2019).

Komunikasi mencakup semua prosedur yang mana satu pikiran dapat mempengaruhi pikiran orang lain. Hal ini tidak hanya mencakup lisan maupun tulisan, tetapi juga musik, lukisan, teater , balet, dan bahkan seluruh perilaku manusia (Shannon & Weaver, 1998). Berdasarkan hal ini dapat dikatakan bahwa melalui komunikasi siapa saja dapat mempengaruhi orang lain. Komunikasi dalam hal ini tidak hanya komunikasi yang dilakukan secara lisan, tetapi juga dalam bentuk tulisan dan juga lukisan. Ketika seseorang memaknai suatu hal yang didengarnya, membaca maupun melihat lukisan maka telah terjadi komunikasi. Selain itu ketika seseorang memperhatikan perilaku manusia dan selanjutnya orang tersebut memaknai perilaku tersebut maka dapat dikatakan hal ini merupakan sebuah proses komunikasi.

## 2.2. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal menunjukkan adanya hubungan antar individu yang sedang berkomunikasi. Dapat dikatakan komunikasi ini terjadi ketika seseorang menyampaikan pesan kepada lawan bicaranya dan selanjutnya terjadi umpan balik. Pada saat tersebut terjadi komunikasi timbal balik. Masing-masing individu menempati posisi secara bergantian, baik sebagai komunikator maupun

sebagai komunikan. Komunikasi interpersonal ini dapat terjadi diberbagai tempat, seperti di rumah, di kampus dan sebagainya.

Komunikasi interpersonal dapat terjadi antara suami dengan istrinya, orang tua dengan anak, dua orang bersaudara, pimpinan dengan karyawan, antar sesama teman dan sebagainya. Banyak hal yang dibicarakan dalam proses komunikasi ini, mulai dari pembicaraan tentang keluarga, pekerjaan, pendidikan, ekonomi dan lainnya. Karena terjadi antar individu maka dapat diasumsikan hal yang dibicarakan cenderung merupakan hal yang penting bagi masing-masing individu. Topik pembicaraan mungkin merupakan sesuatu yang hanya boleh diketahui atau didengar oleh orang tertentu saja. Melalui komunikasi ini dapat memperkuat hubungan secara timbal balik. Hubungan ini dapat terpelihara dengan baik sepanjang hal ini tetap berlangsung dengan baik. Oleh karena itu masing-masing pihak harus dapat menjaga hubungan tersebut.

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang terjadi secara langsung antara dua orang yang memiliki hubungan atau relasi. Hubungan atau relasi tersebut memberi kesempatan kepada komunikator memaksimalkan fungsi saluran berupa penglihatan, pendengaran, sentuhan, dan penciuman. Saluran tersebut berfungsi secara simultan dalam interaksi kedua belah pihak yang saling berbagi pesan secara timbal balik (West & Turner, 2009).

Selanjutnya didefinisikan, komunikasi interpersonal adalah interaksi verbal dan nonverbal antara dua (atau terkadang lebih dari dua) orang yang saling bergantung (DeVito, 2013). Berdasarkan definisi ini dapat dikatakan bahwa komunikasi interpersonal melibatkan orang dalam jumlah yang terbatas yakni dua

orang atau lebih. Masing-masing individu yang berkomunikasi memiliki hubungan tertentu. Komunikasi ini dapat terjadi antara kepala keluarga dengan anggota keluarga, seperti seorang ayah dengan anaknya, dosen dengan mahasiswa, pedagang dengan pelangganya, guru dengan murid, dan sebagainya.

Komunikasi interpersonal mempunyai fungsi untuk memperkuat hubungan antarmanusia, dapat mengurangi terjadinya konflik antarperorang. Komunikasi ini bersifat diadik, yaitu komunikasi dua orang yang dapat berlangsung dalam bentuk percakapan, berdialog, maupun dalam bentuk wawancara secara langsung tatap muka (Ruliana & Lestari, 2021).

Sebutan komunikasi interpersonal terkadang diucapkan orang dengan sebutan komunikasi antarpribadi. Mungkin hal ini terjadi karena keduanya memiliki ciri-ciri yang tidak berbeda sehingga dimaknai sama saja. Komunikasi antarpribadi melibatkan sejumlah komunikator yang relatif kecil, Komunikasi ini berlangsung dalam jarak fisik yang dekat. Komunikasi terjadi secara tatap muka, memungkinkan jumlah maksimum saluran indrawi, serta memungkinkan terjadinya umpan balik dengan segera. (Mulyana, 2015)

Melalui komunikasi antarpribadi dapat dibangun berbagai bentuk hubungan antarmanusia. Tidaklah berat membangun suatu hubungan yang erat melalui komunikasi antarpribadi. Hal ini mudah dilakukan karena komunikasi antarpribadi berlangsung secara tatap muka sehingga memudahkan masing-masing individu untuk memberi pemahaman dengan lawan bicaranya. Proses komunikasi antarpribadi yang berlangsung dengan disertai pemahaman yang baik akan dapat terbangun persepsi yang sama terhadap hal yang dibicarakan.

Perlu disadari bahwa dalam komunikasi antarpribadi harus dilandasi oleh maksud yang baik sehingga materi yang dibicarakan dapat disampaikan dengan cara yang baik dan mudah dimengerti. Sebaliknya lawan bicara akan merasa senang dengan cara komunikasi penuh dengan kesopanan dan kerendahan hati sehingga pesan yang telah disampaikan dapat dicermati dan dipahami. Melalui komunikasi antarpribadi dapat dibangun suatu pemahaman yang sama terhadap hal yang dibicarakan dan dapat membangun suatu hubungan sosial yang kuat dan akrab.

Berbagai persoalan antarmanusia dalam hidup berkeluarga, di tempat kerja, bergaul dengan sebaya maupun dalam kehidupan bermasyarakat dapat diselesaikan melalui komunikasi antarpribadi yang baik. Komunikasi akan dapat berlangsung dengan baik dan efektif sepanjang masing-masing pihak dapat menjaga sopan santun dan mematuhi aturan yang berlaku saat berkomunikasi. Melalui komunikasi yang saling menghargai akan dapat dihasilkan suatu pemahaman yang sama terhadap hal yang sedang dibicarakan.

### 2.3. Interaksi Sosial Melalui Media Sosial

Teknologi komunikasi dan informasi telah menghadirkan berbagai jenis media sosial. Masing-masing media memiliki berbagai fitur dan layanan yang dapat digunakan oleh pengguna untuk memperoleh dan sekaligus berbagi informasi. Melalui media sosial setiap orang dapat berkomunikasi dan sekaligus berinteraksi dengan sesama pengguna. Keberadaan media sosial memberikan pilihan kepada siapa saja dalam membangun komunikasi. Berbagai informasi yang disebarkan ke media sosial akan dapat diketahui oleh orang lain.

Media sosial telah mengubah dunia dan menjadi wadah yang menyatukan berbagai tingkatan komunikasi yang sebelumnya terpisah. Hal ini dapat menimbulkan berbagai dampak yang harus diwaspadai, karena setiap pengguna dapat menyampaikan pemikirannya secar bebas. Oleh karena itu setiap pengguna perlu untuk mengendalikan diri agar terbangun komunikasi yang tidak melanggar aturan dan tidak menyinggung perasaan orang lain (Watie, 2011). Penggunaan media sosial yang baik tidak terlepas dari literasi media. Kemampuan literasi media membantu mahasiswa agar memiliki pengetahuan dan pemahaman yang cukup tentang isi media, sehingga dapat mengendalikan pengaruh media dalam kehidupannya (Ginting, 2019)

Setiap orang tentu memiliki pilihan yang terkadang sama dengan pilihan orang lain, tetapi banyak juga yang pilihannya berbeda dengan pilihan orang lain. Perbedaan pilihan tersebut dapat terjadi karena adanya kepentingan atau kebutuhan yang berbeda, dan bisa juga disebabkan oleh adanya perbedaan usia, jenis kelamin maupun kebutuhan masing-masing. Walaupun berbeda, tetapi pada umumnya berbagai aplikasi media sosial ada pada *handphone* yang dimiliki. Setiap saat mereka bisa menggunakan satu media sosial, dan beberapa saat kemudian mereka beralih menggunakan media sosial yang lain.

Dengan menggunakan media sosial, siapa saja bisa berinteraksi dengan pengguna lainnya. Selain itu setiap orang dapat mengirimkan berbagai informasi kepada pengguna lainnya. Pada saat tertentu pengguna dapat memberika komentar terhadap informasi yang dikirimkan oleh temannya. Tak jarang terjadi obrolan tentang berbagai hal yang umum melalui media sosial. Dalam kondisi ini siapa saja

dapat memberikan tanggapan terhadap hal yang dibahas. Interaksi ini dimungkinkan oleh berbagai fitur yang ada di media sosial tersebut.

Melalui media sosial setiap individu maupun kelompok dapat membangun interksi sosial. Interaksi sosial pada hakikatnya merupakan bentuk hubungan yang terjadi antara individu dengan individu, antar kelompok, antara individu dengan kelompok. Ketika bertemunya dua orang, interaksi sosial telah terjadi ditandai adanya komunikasi. Hal ini adalah bentuk interaksi sosial (Soekanto, 2007).

Media sosial dapat menimbulkan dampak positif seperti memperkuat kerja sama antarindividu, mencegah terjadinya konflik dan dapat memperluas jejaring sosial. Media sosial juga dapat menimbulkan dampak negatif yakni dapat menjauhkan orang yang telah dekat, interaksi secara langsung menjadi jarang terjadi, dapat menimbulkan terjadinya konflik (Pratidina & Mitha, 2023)

Dikalangan siswa, media sosial juga sebagai media interaksi sosial. Bentuk interaksi melalui gadget menjadi dua proses yaitu asosiatif dan disasosiatif. Proses asosiatif berupa kerjasama menyelesaikan tugas dan pekerjaan rumah dan berbagi infomasi. Sedangkan proses disasosiatif yaitu menyelesaikan perbedaan pendapat, mengatasi kesalahpaham yang bisa diselesaikan oleh siswa. Dampak negatif gadget yaitu siswa menjadi lupa waktu (Harfiyanto et al., 2015).

## 2.4. Media Sosial Instagram

Media sosial instagram menjadi salahsatu pilihan pengguna *handphone.* Hampir semua lapisan masyarakat baik pria maupun wanita dengan usia yang beragam menggunakan instagram sebagai media untuk berinteraksi dan

mengirimkan berbagai informasi. Pengguna instagram dapat mengatur, mengedit dan mengirimkan foto ke media sosial yang lain. Berbagai fitur yang ada di instagram memungkinkan setiap orang mempelajari fotografi. Pengguna dapat mengupload foto yang diperoleh langsung melalui kamera maupun mengambil gambar yang sudah ada di *handphone*nya.

Sejak awal instagram digunakan oleh pria maupun wanita dari berbagai usia untuk berinteraksi saling menyapa, tetapi juga digunakan untuk memperkenalkan diri sebagai bagian dari memulai membangun pertemanan. Saat ini dapat diasumsikan bahwa pengguna instagram cenderung lebih banyak digunakan oleh perempuan, termasuk mahasiswi. Mereka memanfaatkan instagram sebagai media untuk berinteraksi dengan berbagai pihak yang juga merupakan pengguna instagram. Mereka membangun interaksi sambil mengunggah foto dalam berbagai momen tertentu.

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).

Seiring perjalanan waktu, media sosial instagam cenderung semakin banyak diminati oleh berbagai lapisan masyarakat, khususnya para remaja maupun anak muda baik laki-laki maupun perempuan. Kenyataan ini menunjukkan bahwa instagram dapat memenuhi kebutuhan masyarakat untuk berinteraksi.

Instagram dilengkapi lima menu utama yaitu:

(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 komentar mereka mengenai foto melalui kolom komentar.

(3) Explore adalah fitur instagram yang dirancang untuk menampilkan kumpulan foto-foto populer yang mendapatkan banyak perhatian dari pengguna lainnya.

(4) Profile, profil pengguna memberikan rincian informasi terkait pengguna, baik dari dirinya sendiri maupun orang lain.

(5) News Feed, merupakan fitur yang menampilkan notifikasi mengenai berbagai aktivitas pengguna di platform tersebut (Junaidi, 2020).

**2.5. Karakteristik Perempuan/Mahasiswi**

Karakteristik yang dimiliki perempuan/mahasiswi dapat dijadikan pembeda antara perempuan dengan laki-laki. Salahsatu hal yang umum dianggap sebagai karakteristik perempuan adalah perempuan lebih cenderung merespon sesuatu hal atau permasalahan berdasarkan perasaannya. Karena lebih mengandalkan perasaan, perempuan lebih mudah berempati dan merasa kasihan terhadap seseorang walaupun orang tersebut telah merugikannya. Hal yang umum lainnya yaitu senantiasa menjaga penampilan dirinya. Barangkali hal ini yang menyebabkan perempuan selalu berdandan dan berpakaian rapi jika akan keluar rumah, seperti ke kampus atau ke mall. Hal lainnya yaitu mereka umumnya lebih rajin dan bertanggungjawab atas tugas. Ketika dosen memberi tugas kepada

mahasiswa, saat penyerahan tugas, umumnya mahasiswi telah menyiapkan tugas tersebut dan tepat waktu dalam menyerahkan tugas kepada dosen.

Mahasiswi umumnya cenderung berlomba menunjukkan penampilan dirinya yang menarik berdasarkan apa yang dilihatnya di media sosial. Mereka dapat melihat berbagai gambaran seperti apa penampilan yang menarik, baik dandanan di wajah dan badan mereka. Tak tertutup kemungkinan pada diri mereka timbulnya rasa tidak puas terhadap bentuk badan. Umumnya ketidakpuasan ini terjadi dikalangan mahasiswi (Maimunah & Satwika, 2021). Interaksi di instagram dapat dikatakan sebagai sebuah proses komunikasi yang menggunakan media. Melalui komunikasi ini terjadi saling berbagi pesan baik dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Penyampaian pesan dapat berupa memperkenalkan diri/ menampilkan diri. Hal ini dapat menimbulkan efek tertentu pada penerima pesan.

## 2.6. Citra Diri

Citra diri merupakan salahsatu komponen penting bagi setiap orang baik pria maupun wanita. Citra diri yang baik dan positif akan menambah kepercayaan dirinya sendiri. Ketika seseorang ditanya tentang citra diri maka jawabannya tergantung kepada pemahaman mereka tentang citra diri tersebut. Umumnya citra diri dikatakan sebagai gambaran tentang diri, bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri. Citra diri merupakan komponen kognitif dari konsep diri. Komponen kognitif ini adalah pengetahuan individu tentang dirinya mencakup pengetahuan “siapa saya” yang akan memberikan gambaran tentang diri saya, yaitu disebut citra diri (Ghufron & S, 2010). Citra diri tidaklah terbentuk begitu saja,

tetapi dipengaruhi oleh beberapa komponen seperti pengalaman hidup yang dijalani seseorang. Pengalaman ini bisa jadi dapat menginspirasi seseorang untuk membentuk citra dirinya. interaksi sosial yang dilakukan seseorang juga dapat mempengaruhi pembentukan citra diri. Secara garis besar dapat dikatakan pembentukan citra diri dipengaruhi oleh faktor lingkungan. Lingkungan ini adalah apa saja yang ada diluar diri setiap orang, salahsatunya adalah interaksi di media sosial yang dilakukan oleh pengguna media sosial.

Berbagai gambaran dan penampilan diri seseorang yang terlihat di media sosial terkadang menimbulkan keinginan seseorang meniru maupun mengimbangi penampilan tersebut. Penggunaan media sosial seperti instagram sering digunakan sebagai media untuk menampilkan citra diri. Agar terlihat menarik dan berwibawa maka tampilan diri dilangkapi dengan berbagai asesoris, dandanan, momen tertentu, latarbelakang berupa tempat atau lokasi yang menimbulkan kesan bahwa seseorang itu seperti seseorang yang terkenal.

Keberadaan instagram menciptakan interaksi dan hubungan yang dapat mempengaruhi pengguna instagram. Intensitas interaksi, baik frekuensi maupun durasi mempengaruhi kualitas interaksi tersebut. Influencer umumnya berpengaruh terhadap pengguna instagram. Brend memiliki daya tarik pembeda produk maupun jasa. Algoritma mengatur tampilkan konten. Konten verbal maupun non verbal di instagram menciptakan hubungan yang saling mempengaruhi. Respon pengguna instagram dapat menerima tanggapan atau aksi dari pengguna lainnya. 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 citra 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 serta prinsip hidup individu. (6) Dimensi Seksual, yaitu Penilaian tentang kesesuaian individu dengan norma maskulin atau feminin di masyarakat.(Ackerman & Nash, 2018). Seluruh dimensi citra diri berkontribusi bagi individu menilai citra dirinya.

Mahasiswi 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 meningkatnya intensitas dalam penggunaan perangkat ini dibandingkan dengan masa sebelum adanya teknologi internet (Zakirah, 2017).

## 2.7. Teori Dramaturgi

Teori Dramaturgi merupakan teori dalam ilmu sosial yang dikembangkan oleh Erving Goffman. Dalam perspektif dramaturgi, kehidupan diibaratkan seperti teater yang disaksikan oleh penonton menampilkan peran tertentu yang dibawakan oleh aktor. Goffman mengemukakan bahwa umumnya setiap orang akan berupaya menampilkan diri menunjukkan perannya di "panggung depan", mereka menilai perlu menyembunyikan bererapa hal tertentu yang dianggap dapat merusak peran yang sedang ditampilkannya dan menempatkannya di "panggung belakang" agar tidak dapat dilihat oleh para penonton (Pradhana, 2019).

Terkait dengan penelitian ini, teori dramaturgi dapat digunakan untuk menjelaskan interaksi di instagram terhadap pembentukan citra diri mahasiswi. Dalam hal ini instagram dianggap sebagai "panggung depan", dimana mahasiswi berinteraksi dengan pengguna instagram lainnya. Saat berinteraksi di instagram tersebut umumnya mereka berupaya membentuk citra dirinya dengan cara menampilkan dirinya yang disertai dengan berbagai asesoris tertentu agar terlihat lebih bergaya, rapi dan menarik. Mereka berharap penampilannya di panggung depan dapat menimbulkan kekaguman dari pengguna instagram lainnya.

"Panggung belakang" merupakan wilayah atau tempat dimana individu tidak terlihat oleh para penonton yang dalam hal ini adalah pengguna instagram lainnya. Walaupun dapat diasumsikan bahwa sebagai seorang perempuan, mahasiswi senantiasa menjaga penampilannya agar terlihat tetap rapi dan cantik, tetapi saat berada di panggung belakang mereka merasa bebas. Sikap dan perilakunya saat berada di panggung belakang tetap alami, tidak formal dan

berpenampilan sesuai dengan kebiasaannya sehari-hari. Saat berada di panggung belakang ini mahasiswi tidak harus berpenampilan dengan gaya tertentu agar terlihat hebat dan dikagumi oleh orang lain.

Seiring berjalannya waktu, berbagai teori yang telah dikemukakan oleh para ahli tidak terlepas dari adanya berbagai komentar , masukan, saran maupun kritikan terhadap keberadaan teori tersebut. Hal ini dapat dimaklumi karena terjadinya perubahan yang disebabkan oleh semakin berkembangnya kehidupan manusia. Berbagai teori yang ada terkadang mulai jarang digunakan untuk menjelaskan suatu fenomena karena teori tersebut dinilai sudah kurang relevan dengan perkembangan kehidupan manusia. Sebaliknya beberapa teori semakin menguat, hal ini ditandai oleh banyaknya para ilmuan maupun akademisi menggunakan teori tersebut untuk menjelaskan berbagai fenomena yang ada.

## 2.8. Hipotesis

Hipotesis merupakan salahsatu bagian penting dalam penelitian kuantitatif. Secara umum rumusan hipotesis bersifat dugaan yang berisikan jawaban yang belum diketahui kebenarannya. Melalui pengujian hipotesis akan dapat diketahui jawaban yang diperoleh dari hasil pengujian hipotesis. Dugaan sementara yang dikemukakan dalam rumusan hipotesis, setelah dilakukan pengujian hipotesis akan diperoleh bahwa jawaban tersebut ternyata benar yaitu diterima kebenarannya. Ada kalanya pengujian hipotesis tersebut menunjukkan bahwa jawaban dalam rumusan hipotesis tersebut ternyata tidak benar atau ditolak kebenarannya. Kebenaran dari rumusan hipotesis harus dibuktikan berdasarkan data yang sudah terkumpul. Secara

statistik hipotesis diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperolah dari sampel (Sugiyono & Lestari, 2021).

Berikut dikemukakan hipotesis penelitian:

- Hipotesis Nol (Ho): Tidak terdapat pengaruh signifikan interaksi di media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumut
- Hipotesis Alternatif (Ha): Terdapat pengaruh signifikan interaksi di media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumut

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

# BAB III

# METODE PENELITIAN

## 3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Danim, pendekatan kuantitatif adalah suatu upaya untuk melakukan penyelidikan secara ilmiah *(scientific inquiriy)*, yang bersumber dari cabang filsafat positifisme logika *(logical positivism)*, yang berjalan mengikuti aturan-aturan yang ketat yang terkait dengan logika, kebenaran, hukum-hukum, aksioma, dan prediksi (Ardianto, 2011). Berdasarkan hal ini dapat dikatakan bahwa pendekatan kuantitatif tidak terlepas dari filsafat yang berlandaskan logika sebagai landasan utama dalam memperolah ilmu pengetahuan. Pengetahuan dapat menjadi rujukan jika pengetahuan tersebut dapat diterima logika.

Setiap metode penelitian ilmiah, baik yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif dalam penggunaannya tidak dapat dipisahkan dari proses-proses yang berdasarkan prinsip-prinsip keilmuan. Jika penggunaan metode penelitian tidak memenuhi syarat- syarat keilmuan maka metode penelitian tersebut diragukan kekuatannya dalam menjelaskan fenomena yang sedang diteliti.

Secara umum metode penelitian adalah cara ilmiah guna memperoleh data dengan tujuan dan manfaat tertentu. Cara ilmiah bermakna penelitian berdasarkan pada sifat-sifat keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis. Rasional bermakna penyelidikan dilaksankan melalui cara yang dapat diterima oleh akal sehat sehingga dapat dijangkau oleh daya nalar setiap orang. Empiris bermakna bahwa segala

sesuatu yang dilakukan dalam penelitian dapat dilihat atau diamati oleh panca indera siapa saja, sehingga setiap orang bisa mengetahui maupun mencermati berbagai cara yang dilakukan dalam penelitian tersebut. Sistematis, bermakna bahwa berbagai proses atau aktifitas yang dilakukan dalam penelitian memakai cara-cara tertentu yang dapat diterima logika (Sugiyono & Lestari, 2021).

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah menggunakan metode korelasional. Metode korelasi digunakan untuk mencari hubungan dua variabel atau lebih dan membuktikan hipotesis (Sugiyono, 1999).

Penelitian korelasional merupakan salah satu metode penelitian yang sering digunakan oleh para akademisi dalam melakukan penelitian. Penelitian korelasional memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut:

1. Menghubungkan dua variabel atau lebih
2. Besarnya hubungan berdasarkan pada nilai koefisien korelasi.
3. Dalam melihat hubungan tidak dilakukan manipulasi sebagaimana dalam penelitian eksperimental.
4. Data penelitian berupa angka atau bersifat kuantitatif (Zuriah, 2006).

Metode korelasional tidak dapat dipisahkan dengan variabel penelitian, karena penelitian korelasional bertujuan untuk melihat hubungan antara variabel. Variabel dalam penelitian dibedakan sebagai berikut:

1. Variabel Independen merupakan variabel stimulus. Variabel ini disebut variabel bebas. Variabel ini yang menyebabkan munculnya atau berubahnya variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi.

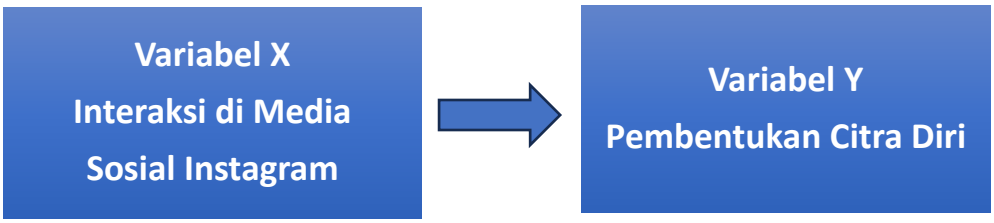
2. Variabel Dependen, merupakan variabel respon. Variabel ini disebut variabel terikat. Variabel ini adalah variabel yang dipengaruhi oleh karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 1999).

### 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 konsep dioperasionalkan menjadi variabel. Adapun variabel penelitian ini berjumlah sebanyak dua variabel yakni:

1. Variabel Bebas (Interaksi di Media Sosial Instagram) yang diberi simbol X (Independen Variabel), yakni variabel yang mempengaruhi variabel terikat.
2. 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 menghindarkan 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: Pandangan seseorang terhadap dirinya sendiri

### 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. Influencer – Individu dengan pengaruh besar.
3. Brand – Identitas pembeda produk atau jasa.
4. Konten – Informasi dalam media elektronik.
5. Algoritma – Urutan menampilkan konten yang menarik
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 – Evaluasi terhadap penampilan fisik
11. Dimensi Psikologi – Penilaian tentang kepribadian
12. Dimensi Intelektual – Penilaian terhadap kecerdasan diri

13. Dimensi Keterampilan – Penilaian terhadap keterampilan sosial
14. Dimensi Moral – Evaluasi tentang nilai dan prinsip hidup
15. Dimensi Seksual – Penilaian tentang norma maskulin atau feminin

### 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<br>Interaksi | 1. Intensitas menggunakan Instagram<br>a. Frekuensi<br>b. Durasi<br>2. Pengguna<br>a. Influencer<br>b. Brand<br>3. Konten<br>a. Algoritma<br>b. Verbal<br>c. Non Verbal<br>4. Hubungan<br>5. Respon |
| Variabel Penelitian | Indikator |
| Variabel Y<br>Citra Diri | 1. Dimensi Fisik<br>2. Dimensi Psikologi<br>3. Dimensi Intelektual<br>4. Dimensi Keterampilan<br>5. Dimensi Moral<br>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 & Lestari, 2021) Populasi penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Semester VI UIN Sumut yang berjumlah **709** mahasiswi.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang ada dalam populasi (Sugiyono & Lestari, 2021) Sampel penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Semester VI UIN Sumut. Pengambilan sampel secara acak karena sampelnya dianggap homogen (Sugiyono & Lestari, 2021). Ukuran sampel diambil mengacu kepada pendapat Suharsimi 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) x 709 = 0.13 x 709 = 92,17 dibulatkan menjadi 92. Dengan demikian sampel penelitian adalah sebanyak 92 mahasiswi.

### 3.7. Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian merupakan salahsatu komponen utama dalam melakukan penelitian 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 dalam jurnal ilmiah.

### 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 pengkodingan berdasarkan data dari variabel X dan variabel Y. Selanjutnya data penelitian diolah dengan menggunakan analisis statistik korelasi dengan rumus Korelasi Produk Moment dari Pearson.

Perhitungan dengan menggunakan rumus korelasi produk 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

Tahapan penelitian diawali dengan melakukan .penyusunan proposal. Pelaksanaan penelitian ini dimulai pada bulan Januari 2025 sampai dengan bulan April 2025.

### 3.10. Deskripsi Lokasi Penelitian

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN Sumut) merupakan perguruan tinggi Islam negeri yang terletak di kota Medan, Sumatera Utara. UIN Sumut adalah salah satu universitas Islam yang memiliki tujuan menggabungkan pendidikan agama Islam dengan ilmu pengetahuan dan teknologi modern.

Visi UIN Sumut adalah "Menjadi Universitas Kelas Dunia yang Unggul dalam Mewujudkan Masyarakat Pembelajar dan Berkontribusi Terhadap Kemandirian Bangsa".

Riwayat ringkas UIN Sumut mulanya bernama Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sumatera Utara, yang berdiri pada 19 November 1973. Transformasi dari IAIN menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) dilaksanakan pada 16 Oktober 2014 berlandaskan Keputusan Presiden RI. Pergantian ini menunjukkan adanya usaha untuk mengembangkan bidang keilmuan yang diusulkan, tidak hanya berkonsentrasi pada studi keIslaman tetapi juga meliputi ilmu pengetahuan umum.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), merupakan fakultas yang termasuk baru di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Fakultas ini diresmikan oleh menteri Agama pada tanggal 19 Nopember 2013. Tujuan pendirian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sumatera Utara ini adalah untuk menciptakan lulusan yang bermutu dan mempunyai kompetensi pada bidang ekonomi dan bisnis syariah. Selain itu juga dapat menjadi penggerak perubahan untuk mengembangkan ekonomi secara berkelanjutan.

Fakultas ini diselenggarakan untuk melakukan pengembangan pendidikan ekonomi dan bisnis berlandaskan nilai keIslaman secara terpadu melalui

pendekatan antar disiplin keilmuan. Sekarang ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara menyelenggarakan beberapa program studi pada program sarjana yakni: Program Studi Ekonomi Islam, Program Studi Perbankan Syariah, Program Studi Akuntansi Syariah, Program Studi Manajemen, Program Studi Asuransi Syariah (uinsu.ac.id, 2025).

Sebagai akademisi, mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) tidak terlepas dari aktifitas keilmuan, seperti aktif dalam kegiatan kuliah, mengikuti diskusi dan juga kegiatan lainnya. Dalam beraktifitas, umumnya mahasiswi menggunakan berbagai media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp dan lainnya untuk berbagi informasi terkait perkuliahan, seminar, dan kegiatan kampus, termasuk kegiatan yang dilaksanakn oleh komunitas, Media sosial juga menjadi ruang memperluas wawasan dengan mengikuti grup yang relevan dengan bidang ekonomi dan bisnis Islam. Mayoritas umat Islam di Indonesia menempatkan pentingnya agama dalam berbagai bidang  kehidupan (Lubis et al., 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 dapat memberi manfaat dan menghasilkan suatu temuan yang baru. 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 pengembangan ilmu pengetahuan.

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 diketahu 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

Berdasarkan jenis kelamin, identitas responden 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 dan menjaga penampilan dirinya dalam pergaulan sehari-hari dibanding mahasiswa. Penampilan diri ini sebagai gambaran dari citra dirinya yang ditampilkan melalui media sosial, yang dalam hal ini adalah instagram, maupun secara langsung dalam kehidupan sehari-hari.

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

**Tabel. 4.1**

**Program Studi Responden**

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

Sumber: Hasil Penelitian

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

berimbang. Sedangkan jumlah mahasiswi pada Program Studi Asuransi Syariah terpaut jauh sedikit jumlahnya dengan program Studi lainnya. Berdasarkan jumlah mahasiswi, 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 | - |
| **Total** | | **100.00%** |

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 % |
| **Total** | | **100.00%** |

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 |
| **Total** | | **100.00%** |

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 |
| **Total** | | **100.00%** |

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 % |
| **Total** | | **100.00%** |

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% |
| **Total** | | **100.00%** |

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 | - |
| **Total** | | **100.00%** |

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 | - |
| **Total** | | **100.00%** |

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 | - |
| **Total** | | **100.00%** |

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 | - |
| **Total** | | **100.00%** |

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 |
| **Total** | | **100%** |

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 penampuilan fisik orang tersebut, walaupun 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 | - |
| **Total** | | **100.%** |

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 | - |
| **Total** | | **100.00%** |

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 | - |
| **Total** | | **100.00%** |

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 | |
| **Total** | | **100.00%** |

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 | - |
| **Total** | | **100.00%** |

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 | |
| **Total** | | **100.00%** |

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 | - |
| **Total** | | **100.00%** |

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 | - |
| **Total** | | **100.00%** |

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 | - |
| **Total** | | **100.00%** |

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 | |
| **Total** | | **100 %** |

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 | - |
| **Total** | | **100 %** |

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 bagian 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**

| NO | X | Y | XY | $X^2$ | $Y^2$ |
|---|---|---|---|---|---|
| 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 |
| ∑ | **3436** | **4675** | **1358247** | **1190534** | **1832309** |

Sumber: Hasil Penelitian

Data yang ada dalam tabel di atas selanjutnya diolah dengan menggunakan rumus statistik korelasi produk momen dari Pearson. Berikut dilakukan pengolahan data dengan menggunakan rumus tersebut:

Dari data di atas dapat dihitung nilai total sebagai berikut:

- ∑X = 3436
- ∑Y = 4675
- ∑XY = 1358247
- ∑X² = 1190534
- ∑Y² = 1832309
- Jumlah sampel (n) = 92

**4.1.5. Analisis Korelasi**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Korelasi Product Moment Pearson:

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

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

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

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

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

$r$ = 0.9095

Hasil perhitungan menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0.9095 yang bermakna terdapat pengaruh signifikan interaksi di media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri pada mahasiswi UIN Sumut. Dengan demikian:

Hipotesis Nol (Ho): Tidak terdapat pengaruh signifikan interaksi di media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumut "Ditolak" ,

Hipotesis Alternatif (Ha): Terdapat pengaruh signifikan interaksi di media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumut "Diterima".

### 4.1.6. Uji Determinasi

Untuk mengetahui kontribusi interaksi di instagram terhadap pembentukan citra diri, dilakukan uji determinasi dengan rumus sebagai berikut:

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

$r^2 = (0.9095)^2 = 0.82.7$

Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 82.7% variasi dalam pembentukan citra diri mahasiswi 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 lainnya.

## 4.2. Pembahasan

Hasil kajian ini mengisyaratkan bahwa media sosial instagram memberi kontribusi yang sangat berarti dalam pembentukan citra diri mahasiswi. Terjadinya interaksi sesama pengguna instagram tidak terbatas hanya melakukan komunikasi saja, tetapi digunakan sebagai media untuk berbagi beranekaragam informasi dan sekaligus mengekspresikan diri.

Beberapa aspek yang dapat menyebabkan terjadinya pengaruh yakni:

1. Efek Penampilan Visual: Instagram merupakan media sosial yang berbasis pada kekuatan vidio dan gambar. Keberadaan instagram ini memungkinkan setiap orang dapat menunjukkan penampilan terbaiknya, baik dalam bentuk vidio maupun gambar. Kekuatan ini dapat memberi pemahaman kepada mahasiswi agar dapat tampil dengan baik di instagram.
2. Pengakuan Sosial: Berbagai respon yang diberikan dalam bentuk tanggapan, suka, pengikut, memiliki kekuatan sebagai sebuah pengakuan sosial yang dapat meningkatkan kepercayaan diri pengguna instagram. Semakin tinggi intensitas interaksi di instagram semakin memperkuat eksistensi diri.
3. Harapan Sosial: Mahasiswi pengguna instagram terkadang berkeinginan untuk menunjukkan eksistensi dirinya diinstagram dengan tampilan yang memenuhi atau melebihi standar penampilan di instagram. Keinginan ini membuat mereka berupaya menampilkan berbagai foto maupun gambar, vidio yang dapat memberi kesan tertentu dan membangun interaksi dengan harapan memperoleh tanggapan yang menyenagkan hati.
4. Efek Psikologis: Keberadaan instagram beserta tampilannya dapat menimbulkan efek yang menyenangkan hati dan menambah semangat mahasiswi berinteraksi di instagram. Ketika mahasiswi membandingkan keberadaan dirinya dengan standar yang tinggi di instagram terkadang hal ini dapat mempengaruhi psikologisnya dalam bentuk munculnya rasa khawatir dan kecewa terhadap dirinya sendiri.

### 4.2.1 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini mempunyai beberapa kaitan yang penting dan selaras dengan bidang akademik dan kehidupan sosial sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswi: Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai gambaran untuk mahasiswi supaya dapat lebih bijaksana dalam memanfaatkan instagram sebagai media dalam membentuk dan menampilkan citra diri yang baik dan tidak merasa terpaksa harus memenuhi keinginan dirinya yang berlebihan.
2. Bagi Perguruan Tinggi: Perguruan tinggi dapat memberi pemahaman yang baik kepada mahasiswi tentang efek dari instagram terhadap penampilan diri mereka saat berada di instagram. Selain itu juga memberi pemahaman kepada mahasiswi agar dapat membangun interaksi yang positif di instagram dengan rasa senang, semangat dan bermanfaat bagi kesehatan mental.
3. Bagi Peneliti Lain: Penelitian ini bermanfaat sebagai acuan yang tepat bagi peneliti lainnya dalam mengembangkan kajian tentang keberadaan media sosial dan dampaknya terhadap kesehatan mental/psikologis, dan juga terhadap kehidupan mahasiswi dalam bermasyarakat.

# BAB V

# PENUTUP

## 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengolahan data statistik menunjukkan adanya hubungan yang erat dan signfikan antara interaksi di media sosial instagram dengan pembentukan citra diri mahasiswi UIN Sumut. Keeratan hubungan ini ditunjukkan oleh koefisien korelasi dengan nilai sebesar 0.9095. Hal ini bermakna bahwa semakin tinggi interaksi di media sosial instagram akan semakin kuat pembentukan citra diri mahasiswi.
2. Melalui uji determinasi diketahui bahwa sebesar 82.7% pembentukan citra diri mahasiswi dapat dijelaskan oleh interaksi yang mereka lakukan di instagram. Fenomena ini menunjukkan bahwa keberadaan media sosial instagram dapat berkontribusi dalam memberikan inspirasi maupun dorongan kepada mahasiswi untuk membangun dan menunjukkan identitas diri dan citra diri mereka saat tampil di media sosial instagram.
3. Walaupun interaksi mahasiswi di instagram memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap pembentukan citra dirinya, tetapi masih ada faktor lainnya yang juga memiliki pengaruh walau hanya sebesar 17.3%. Hal ini bermakna bahwa masih ada faktor-faktor lainnya yang juga dapat mempengaruhi pembentukan citra diri mereka. Faktor tersebut dapat berupa budaya,

kondisi sosial dan ekonomi maupun hal-hal yang terkait dengan faktor psikologis.

4. Implikasi Penelitian

   Hasil penelitian ini dapat memperluas wawasan keilmuan para akademisi maupun peneliti tentang eksistensi media sosial instagram. Keluasan wawasan tersebut menambah pemahaman terhadap keberadaan media sosial yang mampu memberi pengaruh kepada para penggunanya, terutama dalam mempengaruhi pembentukan citra diri mahasiswi yang aktif dalam menggunakan instagram.

## 5.2. Saran

Mengacu pada hasil penelitian ini, dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Disarankan kepada mahasiswi agar senantiasa mengutamakan sikap yang arif dan bijaksana ketika sedang menggunakan media sosial instagram. Saat menampilkan diri lebih kepada pembentukan citra diri yang positif. Diperlukan adanya kesadaran dan pemahaman bahwa interaksi di instagram dapat menimbulkan dampak tertentu terhadap diri sendiri.
2. Disarankan kepada orang tua agar senantiasa memperhatikan dan memberikan bimbingan arahan kepada anak agar bijaksana dalam menggunakan instagram. Orang tua juga perlu mengingatkan anak agar dalam menggunakan instagram tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan akan informasi maupun hiburan saja, tetapi juga dimanfaatkan untuk menambah wawasan keilmuan, pengembangan diri dan mendukung kesuksesan dalam menyelesaikan pendidikan.

3. Disarankan kepada akademisi dan peneliti melakukan kajian tentang berbagai faktor di luar media sosial yang dapat mempengaruhi pembentukan citra diri mahasiswi. Untuk keperluan ini ada baiknya menggunakan pendekatan kualitatif maupun pendekatan campuran yakni kuantitatif dengan kualitatif agar dapat diperoleh data penelitian yang lebih mendalam.
4. Disarankan kepada perguruan tinggi memberikan edukasi dan pemahaman yang baik kepada mahasiswi tentang penggunaan media sosial instagram melalui kegiatan diskusi ilmiah, seminar maupun workshop dengan materi tentang keberadaan media sosial, khususnya instagram dan kaitannya dengan pemanfaatan media sosial secara bijaksana, positif dan produktif.

## DAFTAR PUSTAKA


Ackerman, C. E., & Nash, J. (2018). *Apa itu Citra Diri dalam Psikologi? Bagaimana Kita Meningkatkannya?* Https://Positivepsychology.Com › Self-Image.

Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif* (N. S. Nurbaya (Ed.); 2nd ed.). Simbiosa Rekatama Media.

Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (E. R. VI (Ed.)). Rineka Cipta.

Cangara, H. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (3rd ed.). RajaGrafindo Persada. www.rajagrafindo.co.id

DeVito, J. A. (2013). *The Interpersonal Communication Book* (13th ed.). Harper Collin Publisher. https://archive.org/details/interpersonalcom0006devi/ page/ n499/mode/2up

Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (T. Surjaman (Ed.); 28th ed.). Remaja Rosdakarya.

Effendy, O. U. (2019). *Dinamika Komunikasi* (T. Surjaman (Ed.); 8th ed.). Remaja Rosdakarya.

Ghufron, M. N., & S, R. R. (2010). *Teori-Teori Psikologi* (R. Kusumaningratri (Ed.); 1st ed.). Ar-Ruzz Media.

Ginting, R. (2019). *Kemampuan Literasi Media pada Era Informasi Digital di Kalangan Mahasiswa Kota Medan Media Literacy Skills in the Digital Information Era among Students in Medan* TALENTA Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA). 2(3). https://doi.org/10.32734/ lwsa.v3i1.816

Harfiyanto, D., Utomo, C., & 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

Junaidi. (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

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

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. https://doi.org/https://doi.org /10.26740/cjpp.v8i2.41197

Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.* (15th ed.). PT. 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. (2023). *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

Ruliana, P., & Lestari, P. (2021). *Teori Komunikasi* (2nd ed.). PT RajaGrafindo Persada.

Shannon, C. E., & Weaver, W. (1998). *The Mathematical Theory of Communication.* The University of Illinois Press.

Soekanto, S. (2007). *Sosiologi Suatu Pengantar.* PT Raja Grafindo Persada Jakarta.

Sugiyono. (1999). *Statistik Untuk Penelitian* (2nd ed.). Alfabeta.

Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan cara mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional* (Sunarto (Ed.); 1st ed.). Alfabeta.

uinsu.ac.id. (2025). *No Title.*

Walgito, B. (2011). *Psikologi Sosial (Nikolaus (Ed.)).* Andi Offset.

Watie, E. D. S. (2011). *Komunikasi dan Media Sosial.* Jurnal The Messenger, 3(2), 69. https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.

We Are Sosial. (2023).

West, R., & Turner, L. H. (2009). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (N. Setyaningsih (Ed.); 3rd ed.). Salemba Humanika.

Zakirah, D. M. A. (2017). *Mahasiswa Dan Instagram (Study Tentang Instagram Sebagai Sarana Membentuk Citra Diri Di Kalangan Mahasiswa Universitas Airlangga).* Jurnal S1 Sosiologi Fisip Universitas Airlangga, 1–21.

Zuriah, N. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial Dan Pendidikan Teori-Aplikasi* (1st ed.). Bumi Aksara.

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 umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

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

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.

Bissmillahirahmanirrahim
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,

**Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.**
**NIDN. 0030017402**

Cc : File.

BAN-PT MQA Agensi Kelayakan Malaysia Malaysian Qualification Agency QS STARS

**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

Nomor : B-2013/Un.11/EB.I/KS.02/03/2025 10 Maret 2025
Sifat : Biasa
Lamp. : -
Hal : Izin Penelitian

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 Peneltian 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/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 umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan
UMSU Unggul | Cerdas | Terpercaya

Sk-1

## PERMOHONAN PERSETUJUAN
## JUDUL SKRIPSI

Medan, 10 Januari 2025

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

*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 | Kekerasan Verbal dimedia sosial Instagram terhadap emosi dan kepribadian 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.*

Pemohon,

( FARIS AL KHAIRI )

Rekomendasi Ketua Program Studi: 104.21.311
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tanggal. 10 Januari 2025
Ketua,
Program Studi: ILMU KOMUNIKASI

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

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi: ILMU KOMUNIKASI

( Fauzul Hamzah Lubis )
NIDN: 0121038202

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. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024
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 umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-2

**SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING**
**TUGAS AKHIR MAHASISWA**
**(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**
**Nomor : 73/SK/II.3.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/II.3.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 (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) | : **INTERAKSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM 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 Tangal, 10 Rajab 1446 H
10 Januari 2025 M

Dekan

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

*Tembusan :*
1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.

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 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/II.3-AU/UMSU-03/F/2025 tanggal 10 JANUARI 2025 dengan judul sebagai berikut :

INTERAKSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PEMBENTUKAN CITRA DIRI MAHASISWA 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 Kuring Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukan ke dalam MAP berwarna **BIRU**;
9. Propsosal 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 | Menyetujui Pembimbing | Pemohon, |
|---|---|---|
| ( AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom ) | ( FAIZAL HAMZAH WBIS, S.Sos, M.Ikom ) | ( FARIS AL KHAIRI ) |
| NIDN: 0270048401 | NIDN: 0210058202 | |

BAN-PT MQA Agensi Kelayakan Malaysia QS STARS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SK-4

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**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.**

| 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 AKUN YOUTUBE KEMENPPPA RI |
| 7 | ALIYA CINDY SAPITRI | 2103110028 | Assoc. Prof. Dr. LEYLIA 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., M.SP. | Assoc. Prof. Dr. RIBUT PRIADI., M.I.Kom. | MAKNA LGBT DALAM LIRIK LAGU "ANGEL BABY" KARYA TROYE SIVAN DAN "SLEEPOVER" KARYA HAYLEY KIYOKO |
| 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. ANNAJWA ISLAMIC TOUR |

Medan, 16 Sya'ban 1446 H
17 Februari 2025 M
Dekan,

(Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.)

BAN-PT MQA QS STARS

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UMSU Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya
UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Muktar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-5

## BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Nama lengkap : FARIS AL KHAIRI
NPM : 2103110046
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

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

| No. | Tanggal | Kegiatan Advis/Bimbingan | Paraf Pembimbing |
|---|---|---|---|
| 1. | 8 Januari 2025 | Acc pengajuan judul | |
| 2. | 10 Januari 2025 | Perbaikan 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. Arifin Saleh, S.Sos. M.SP )
NIDN : 0030017402

Ketua Program Studi,

( Akhyar Anshori S.Sos. M.I.Kom )
NIDN : 0127048401

Pembimbing,

( Fanzal Hanzah, M.Si )
NIDN : 0121038202

BAN-PT MQA Agensi Kelayakan Malaysia Malaysian Qualifications Agency QS STARS

Sk-10

# UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
## FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**UNDANGAN/ PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR**
**(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**
Nomor : 681/UND/II.3.AU/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. | Nama 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 HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos, M.I.Kom | ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA VISUAL PADA IKLAN LIFEBUOY EDISI RAMADHAN 2024 |
| 8 | MUHAMMAD RIFQI FATHIN | 2103110006 | Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos, M.I.Kom | CORRY NOVRICA 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 | 2103110061 | Assoc. Prof. Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP | FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A. | ANALISIS ISI NASKAH DRAMATIK DALAM FILM THE ROUND UP : PUNISHMENT KARYA HEO MYEONG-HAENG |
| 10 | FARIS AL KHAIRI | 2103110046 | Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos, M.I.Kom | CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A. | FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom. | INTERAKSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PEMBENTUKAN CITRA DIRI PADA MAHASISWA UIN SUMUT |

Notulis Sidang :
1.

Medan, 16 Syawal 1446 H
15 April 2025 M

Ditetapkan oleh :
a.n. Rektor
Wakil Rektor I

Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum.

Ketua,

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

Panitia Ujian

Sekretaris

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

BAN-PT MQA STARS

# 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 |

**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 |