

**PENGARUH INSTAGRAM TERHADAP *SELF IMAGE* SISWA
UPT SMAN 3 PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

FAHMI MIFTAHUL HUDA

17 0104 0012

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2024**

**PENGARUH INSTAGRAM TERHADAP *SELF IMAGE* SISWA
UPT SMAN 3 PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

FAHMI MIFTAHUL HUDA

17 0104 0012

Pembimbing :

- 1. Wahyuni Husain, S.Sos., M.I.Kom.**
- 2. Aswan, S.Kom., M.I.Kom.**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2024**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **FAHMI MIFTAHUL HUDA**
NIM : 17 0104 0012
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain dari kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan di dalamnya adalah tanggung jawab saya

Bilamana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan saya dan gelar akademik saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 1 Agustus 2024
Yang membuat pernyataan



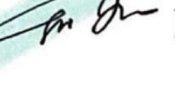
FAHMI MIFTAHUL HUDA
NIM. 17 0104 0012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Instagram terhadap *Self Image* Siswa UPT SMAN 3 Palopo” yang ditulis oleh Fahmi Miftahul Huda, NIM 17 0104 0012, mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan pada sidang *munaqasyah* pada hari Senin, 26 Agustus 2024 *Masehi* bertepatan dengan 21 *Safar* 1446 *Hijriah*, telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji, serta diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Sosial (S.Sos.).

Palopo, 26 Agustus 2024

TIMPENGUJI

- | | | |
|-------------------------------------|---------------|---|
| 1. Wahyuni Husain, S.Sos., M.I.Kom. | Ketua Sidang | () |
| 2. Jumriani, S.Sos., M.I.Kom. | Penguji I | () |
| 3. Ria Amelinda, S.I.Kom., M.I.Kom. | Penguji II | () |
| 4. Wahyuni Husain, S.Sos., M.I.Kom. | Pembimbing I | () |
| 5. Aswan, S.Kom., M.I.Kom. | Pembimbing II | () |

Mengetahui,

a.n Rektor IAIN Palopo

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Komunikasi dan Penyiaran Islam

Ketua Program Studi


Dr. Abdain, S. Ag., M.H.I
NIP. 19710512 199903 1 002


Jumriani, S.Sos., M.I.Kom.
NIP. 19891020 201903 2 011

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ
وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Instagram terhadap *Self Image* Siswa UPT SMAN 3 Palopo” setelah melalui proses yang sangat panjang. Sholawat dan salam kita haturkan kepada Nabi Muhammad SAW. kepada para keluarga, sahabat, serta pengikut-pengikutnya.

Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana sosial dalam bidang komunikasi dan penyiaran islam pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada kedua orang tuaku tercinta ayahanda Dody Sugeng Raharjo dan ibunda Nurhayati, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya, serta kedua saudariku yang selama ini membantu, menyemangati dan mendoakan, yang selalu men-support,

memotivasi dan mendoakan. Mudah-mudahan Allah SWT. mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak, Aamiin. Selain itu juga ucapan terima kasih penulis kepada :

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. Rektor IAIN Palopo, beserta Wakil Rektor I, II, dan III IAIN Palopo masa jabatan 2023-2027.
2. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Palopo beserta Bapak/Ibu Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Palopo masa jabatan 2023-2027.
3. Jumriani, S.Sos., M.I.Kom. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di IAIN Palopo beserta staff yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
4. Wahyuni Husain, S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen Pembimbing I dan Aswan, S.Kom., M.I.Kom. selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
5. Aswan, S.Kom., M.I.Kom. selaku dosen penasehat akademik.
6. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Hairuddin, S.Pd., M.Pd. selaku Kepala Sekolah SMA Negeri 3 Palopo beserta Guru-Guru dan Staf, yang telah memberikan izin dan bantuan dalam melakukan penelitian.

8. Achyar Maulana selaku pegawai staf tata usaha SMA Negeri 3 Palopo yang telah membantu mengumpulkan data yang diperlukan dalam menyelesaikan skripsi.
9. Kepada teman-teman Bidadari Surga, terutama Windiyani yang telah menjadi Pembimbing III
10. Kepada Abdul Wahid Pembimbing IV yang selalu membantu, menjadi pembimbing yang membantu saya menyusun dan menghitung hasil penelitian dan memberikan dukungan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada teman-teman POTRET STUDIO yang telah memberikan dukungan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Untuk seluruh senior dan alumni, serta teman seperjuangan, mahasiswa/i Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Palopo khususnya kelas KPI A 2017 yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT. penulis berdoa semoga bantuan dan partisipasi berbagai pihak dapat diterima sebagai ibadah dan diberikan pahala yang setimpal. Semoga skripsi ini berguna bagi agama, nusa, dan bangsa. Aamiin.

Palopo, 1 Agustus 2024

Fahmi Miftahul Huda
NIM. 17 0104 0012

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	ḏal	ḏ	zet (dengan titik di bawah)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	m	Em
ن	Nun	n	En
و	Wau	w	We
ه	Ha	h	Ha
ء	hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fatḥah</i>	A	a
اِ	<i>kasrah</i>	I	i
اُ	<i>ḍammah</i>	U	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	<i>fatḥah dan yā'</i>	ai	a dan i
اَوْ	<i>fatḥah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ: *kaifa*

هَوَّلَ: *hauḷa*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اِوْ	<i>fatḥah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
اِى	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اِوْ	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ: *māta*

رَمِيَ: *rāmā*

قِيلَ: *qīla*

يَمُوتُ: *yamūtu*

4. *Tā' marbūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

روضة الاطفال	: <i>raudah al-atfāl</i>
المدنية الفاضلة	: <i>al-madīnah al-fādilah</i>
احكمة	: <i>al-hikmah</i>

5. *Syaddah (Tasydīd)*

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

ربنا	: <i>rabbanā</i>
نجينا	: <i>najjainā</i>
الحنا	: <i>al-haqq</i>
نعم	: <i>nu'ima</i>
عدو	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf ى ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah menjadi ī.

Contoh:

علي : ‘Alī (bukan ‘Aliyy atau ‘Aly)

عربي : ‘Arabī (bukan A’rabiyy atau ‘Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ل (alif lam ma’rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشمس : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزلزلة : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الفلسفة : *al-falsafah*

البلاد : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (’) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تأمرؤن : *ta’murūna*

النوع : *al-nau’*

شيء : *syai’un*

امرت : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (*dari al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarh al-Arba'in al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah

9. *Lafz al-Jalālah*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِالله *dīnullāh* دِينُ اللهِ *billāh*

Adapun *tā'marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللهِ *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang *al-*, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abu al-Walid Muhammad (bukan: Rusyid, Abu al-Walid Muhammad Ibnu) Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan: Zaīd, Nasr Hāmid Abū)
--

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= <i>subhanahu wa ta'ala</i>
saw.	= <i>sallallahu 'alaihi wasallam</i>
as	= <i>'alaihi al-salam</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR KUTIPAN AYAT	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR/BAGAN	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	9
B. Landasan Teori.....	13
1. Media Sosial	13
2. Instagram.....	14
3. <i>Self Image</i>	20
C. Kerangka Berpikir	26
D. Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Jenis Penelitian.....	28
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	28
C. Definisi Operasional Variabel.....	29
D. Populasi dan Sampel.....	28
E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
F. Instrumen Penelitian.....	33
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	35
H. Teknik Analisis Data	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Hasil Penelitian	41
B. Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP	63

A. Kesimpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN	69

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Q.S. At-Tin (95:4).....	24
-------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Peserta Didik Kelas XII UPT SMAN 3 Palopo	30
Tabel 3.2 Skala Penggunaan Instagram	34
Tabel 3.3 Skala <i>Self Image</i>	35
Tabel 4.1 Nama Kepala Sekolah UPT SMA Negeri Palopo	42
Tabel 4.2 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Penggunaan Instagram ...	47
Tabel 4.3 Kategori penggunaan Instagram tinggi siswa UPT SMAN 3 Palopo	48
Tabel 4.4 Kategori penggunaan Instagram sedang siswa UPT SMAN 3 Palopo	49
Tabel 4.5 Kategori penggunaan Instagram rendah siswa UPT SMAN 3 Palopo	49
Tabel 4.6 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden <i>Self Image</i>	50
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Penggunaan Instagram	53
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel <i>Self Image</i>	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Linieritas	57
Tabel 4.12 Analisis Regresi Sederhana	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Signifikansi	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	59
Tabel 4.15 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 3.1 Struktur Organisasi UPT SMAN 3 Palopo	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian.....	70
Lampiran 2 Tabulasi	74
Lampiran 3 T Tabel	78
Lampiran 4 R Tabel	79
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian	80
Lampiran 6 Dokumentasi	81
Lampiran 7 Riwayat Hidup	82

ABSTRAK

Fahmi Miftahul Huda, 2024, “*Pengaruh Instagram terhadap Self Image Siswa UPT SMAN 3 Palopo*”. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Wahyuni Husain dan Aswan.

Skripsi ini membahas tentang pengaruh instagram terhadap *self image* Siwa UPT SMAN 3 Palopo. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penggunaan serta seberapa besar Instagram dapat mempengaruhi *self image* siswa. Menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dokumentasi dan studi kepustakaan. Populasi 429 siswa kelas XII UPT SMAN 3 Palopo. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 77 responden. Teknik analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana serta uji hipotesis dengan aplikasi SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan presentase X1 sebesar 88%, X2 sebesar 92%, sehingga dalam hal ini bisa diketahui bahwa sebagian besar siswa menghabiskan waktunya untuk mengakses Instagram setiap hari dan X3 sebesar 68% menunjukkan rata-rata siswa mengakses Instagram lebih dari 1 jam perhari. Kemudian berdasarkan uji hipotesis (uji t) memperoleh nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($9.094 > 1.665$) dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel penggunaan instagram terhadap *self image*, nilai R diperoleh sebesar 0.724, artinya terdapat pengaruh yang kuat antar variabel, besarnya pengaruh ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi pada nilai R square (R^2) sebesar 52,4%. Sedangkan variabel yang tidak dibahas dalam penelitian ini mempengaruhi *self image* yaitu sebesar 47,6%.

Kata Kunci : Instagram, *Self Image*

ABSTRACT

Fahmi Miftahul Huda, 2024, *“The Influence of Instagram on the Self-Image of Students at UPT SMAN 3 Palopo”*. Undergraduate Thesis, Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Ushuluddin, Adab, and Da'wah, State Islamic Institute of Palopo. Supervised by Wahyuni Husain and Aswan.

This thesis discusses the impact of Instagram on the self-image of students at UPT SMAN 3 Palopo. The aim of this research is to understand how Instagram is used and to what extent it affects the students' self-image. The research uses a quantitative method with data collected through questionnaires, documentation, and literature study. The population consists of 429 12th-grade students from UPT SMAN 3 Palopo. The sampling technique used is purposive sampling with a sample size of 77 respondents. Data analysis techniques include validity and reliability tests, classical assumption tests, simple linear regression analysis, and hypothesis testing using SPSS 27. The results show that 88% of respondents (X1) frequently use Instagram, with 92% (X2) accessing it daily, and 68% (X3) spending more than one hour per day on Instagram. Hypothesis testing (t-test) revealed that $T_{\text{calculated}} > T_{\text{table}}$ ($9.094 > 1.665$), with a significance value of $0.000 < 0.05$, indicating a significant relationship between Instagram usage and self-image. The R value of 0.724 indicates a strong correlation between the variables, and the coefficient of determination R^2 shows that Instagram usage affects self-image by 52.4%, while other variables not covered in this research account for the remaining 47.6%.

Keywords: Instagram, Self-Image

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Sebagai makhluk sosial, kehidupan manusia tidak terlepas dari aktivitas komunikasi. Komunikasi yang dilakukan oleh manusia dapat dilihat dari berbagai aspek kegiatan dalam kehidupan sehari-hari, diantaranya mulai dari bangun tidur hingga kembali tidur, sifatnya berulang dan begitu seterusnya.¹

Seiring perkembangan zaman, teknologi informasi makin lama makin canggih. Komunikasi juga ikut terbawa arus modernisasi. Penemuan internet memberikan peluang bagi setiap individu untuk dapat berkomunikasi dan mengakses informasi sesuai keinginan. Perkembangan ini membawa pengaruh yang sangat besar terhadap komunikasi. Pada era modern saat ini, komunikasi tidak hanya dilakukan tatap muka antara dua orang atau lebih, melainkan juga dapat dilakukan melalui media seperti, komputer, laptop, *handphone* dan sebagainya. Komunikasi saat ini bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun selama masih terkoneksi dalam jaringan internet, dengan mengakses berbagai situs media sosial, seperti facebook, whats app, twitter, line, instagram dan lain-lain. Media sosial menjadi fenomena yang muncul seiring berkembangnya teknologi. Selain dapat digunakan sebagai media berkomunikasi dan bersosialisasi, tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial juga memberikan pengaruh yang luar biasa dalam

¹Rarasingtyas Innes & Maturbongs Yoseph, "*Pengaruh Motif Penggunaan Media Instagram Terhadap Citra Diri di PT. XYZ*" Jurnal Komunikasi Bisnis Volume 5, Nomor 1(2019):124

kehidupan. Yang awalnya orang tidak tahu, seiring perkembangan zaman, mereka jadi mengetahui apa itu sosial media, bagaimana cara menggunakannya dan apa manfaatnya yang diberikan dalam kehidupan.

Instagram termasuk salah satu platform media sosial yang sangat diminati di kalangan masyarakat Indonesia atau bahkan dunia pada saat ini. Instagram merupakan aplikasi media sosial yang memungkinkan penggunanya dapat berbagi informasi berupa teks, foto dan video. Instagram memiliki berbagai fitur yang dapat digunakan dalam memberikan informasi, selain itu juga dapat menerapkan filter digital di foto dan video sebelum membagikannya ke media sosial lain atau di Instagram kita sendiri.²

Menurut data terbaru dari *Data Reportal*, pengguna Instagram mencapai 1,628 miliar pengguna aktif di seluruh dunia pada April 2023. India menjadi negara dengan pengguna aktif Instagram terbanyak di dunia dengan total 326,6 juta pengguna aktif. Kemudian diikuti dengan Amerika Serikat dengan jumlah 168,6 juta pengguna aktif. Kemudian disusul oleh Brasil yang memiliki 132,6 juta pengguna aktif. Lalu negara Indonesia berada pada posisi keempat dengan jumlah 106,0 juta pengguna aktif. Jumlah pengguna aktif pada negara Turki sebanyak 56,4 juta pengguna aktif. Jepang memiliki 54,7 juta pengguna aktif. Meksiko memiliki 43,8 juta pengguna aktif. Jerman yang memiliki 33,8 juta pengguna

²Selvi Oktaresiyanti, "*Pengaruh Feed Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*" Riau: UIN SUSKA Riau, 2019

aktif. Disusul oleh Inggris memiliki 33,5 juta pengguna aktif, dan yang terakhir Italia dengan jumlah 30,3 juta pengguna Instagram aktif.³

Menurut Sa'id, ada tiga fase tingkatan umur remaja tersebut antara lain, remaja awal pada rentang usia 12-15 tahun, remaja pertengahan pada rentang usia 15-18 tahun dan remaja akhir pada rentang usia 18-21 tahun.⁴ Berdasarkan data yang dimuat dalam media online DataIndonesia.id pada April 2023 bahwa pengguna Instagram di Indonesia pada rentan usia 13-24 tahun mencapai 42,2% pengguna, dimana kelompok usia tersebut termasuk dalam kategori remaja. Adapun data *Sensor Tower* menunjukkan rata-rata penggunaan harian Instagram di dunia selama 51 menit per hari. Rata-rata waktu tersebut berada pada posisi ketiga setelah aplikasi Tiktok yang mencapai 90 menit per hari dan Youtube mencapai 74 menit per hari.⁵

Instagram menjadi salah satu unsur penting dalam proses pembentukan karakter seseorang. Selain Instagram dijadikan sebagai media komunikasi, juga dijadikan sebagai sarana untuk menunjukkan *self image*. Menunjukkan kelebihan dari segi fisik (cantik atau tampan), *fashion*, sepatu yang digunakan, hingga tutur

³Instagram Users, Stats, Data and Trends, 11 May 2023, <https://datareportal.com/essential-instagram-stats>, 20 Agustus 2023

⁴Farida Isroani dkk, *Psikologi Perkembangan*, Edisi 1 (Kapalo Koto, Sumatera Barat : Mitra Cendekia Media, 2023), 157

⁵Monavia Ayu Rizaty, *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia*, 3 Agustus 2022, <https://dataindonesia.id>, 22 November 2022

kata dalam berkomunikasi, yang secara tidak langsung akan menumbuhkan perhatian dari khalayak melalui postingan yang telah diunggah di Instagram.⁶

Qashmal Z. & Ahmadi D. dalam penelitiannya mengemukakan bahwa setiap hal yang telah diunggah di media sosial merupakan sebuah komunikasi. Media sosial membangun kepercayaan diri untuk menampilkan diri di hadapan orang lain. Instagram membantu penggunanya untuk mengapresiasi dirinya dengan cara unjuk diri dan tidak meninggalkan dampak buruk seperti krisis kepercayaan diri, persaingan hidup mewah hingga rasa tidak dapat menerima kenyataan.⁷

Instagram digunakan untuk membangun *self image*. Kepopuleran media sosial seperti Instagram digunakan untuk membangun interaksi satu sama lain atau komunikasi antar pribadi. *Self image* berkaitan dengan mengembangkan rasa ingin membahagiakan diri sendiri dan juga orang lain. Hal ini sesuai dengan pendapat Holden yang mengatakan bahwa *self image* (citra diri) dapat mempengaruhi cara seseorang dalam berhubungan dan berkomunikasi dengan orang lain.⁸ Dari kedua pendapat tersebut bisa disimpulkan bahwa Instagram berperan penting dalam pembentukan *self image*.

Saat ini banyak masyarakat khususnya remaja yang menggunakan media sosial instagram sebagai sarana untuk memperluas koneksi dalam berkomunikasi

⁶Keke, Mahardika. "Pengaruh Instagram terhadap Kehidupan Remaja". Artikel Jurnal, 2015. http://www.academia.edu/9797885/pengaruh_instagram_terhadap_kehidupan_remaja , 24 November 2022

⁷Qashmal Z. & Ahmadi D., "*Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Citra Diri*", repository.unisba.ac.id, 2015

⁸Rarasingtyas Innes & Maturbongs Yoseph, "*Pengaruh Motif Penggunaan Media Instagram Terhadap Citra Diri di PT. XYZ*" Jurnal Komunikasi Bisnis Volume 5, Nomor 1(2019):125

serta berbagi informasi tentang kegiatan mereka yang telah diabadikan. Selain itu banyak pengguna yang menjadikan media sosial instagram ini sebagai tempat eksistensi diri. Banyak masyarakat yang berkompetisi untuk memperbanyak postingan foto ataupun videonya, dengan mengharapkan pengguna lain menekan tombol *like* dan *followers* menjadi bertambah banyak, sehingga mungkin bisa dianggap sebagai seseorang yang eksis di dunia maya.⁹ Yang awalnya menjadikan instagram sebagai media untuk membagikan atau menyimpan foto dan video, lambat laun dengan bertambahnya *followers* yang dimilikinya, secara tidak sadar mereka menjadi kecanduan dan lebih ingin tampil *show off* dengan cara mengunggah foto barang-barang mewahnya, menunjukkan segala macam bentuk aktivitasnya ke media sosial, dengan mengharapkan *like* yang banyak dari setiap hal yang mereka unggah. Dengan begitu, mereka akan merasa dapat diterima di lingkungan sosial tanpa perlu berinteraksi secara tatap muka.¹⁰

Fenomena inilah yang kerap kali kita temukan di lingkungan sekitar kita, termasuk di kalangan remaja di kota Palopo, khususnya siswa UPT SMA Negeri 3 Palopo, di mana sekolah ini termasuk salah satu sekolah unggulan yang ada di kota Palopo, tentu tidak heran jika siswanya aktif dalam menggunakan instagram. Berdasarkan hasil tinjauan langsung di lapangan, sebagian besar siswa SMA Negeri 3 Palopo ini menggunakan instagram, dengan pemanfaatan yang beragam. Biasanya mereka akan mengabadikan aktivitas yang dilakukan di dunia maya ataupun di dunia nyata dalam bentuk foto atau video dan kemudian

⁹<http://repository.unpas.ac.id/12619/>, 22 November 2022

¹⁰Oktaresiyanti, Selvi, "Pengaruh Feed Pada Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau", *Skripsi Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim* (Riau 2019):5

mengunggahnya pada fitur yang ada dalam aplikasi instagram, yaitu *instagram stories*, *reels* ataupun di *feeds* mereka. Hal tersebut secara tidak langsung akan menimbulkan persepsi dari pengguna lain yang akan membentuk citra diri dari apa yang telah mereka unggah di media sosial.

Self image atau citra diri adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya tentang fakta-fakta atau kenyataan.¹¹ *Self image* merupakan salah satu faktor penting bagi beberapa orang untuk memperlihatkan diri mereka yang sebenarnya. *Self image* seseorang dapat terbentuk disebabkan oleh beberapa hal seperti pengalaman hidup seseorang, masa lalu, saat dimana kegagalan diperoleh dan rasa syukur saat meraih kesuksesan sampai hal yang berharga yang dimiliki pada saat ini seperti pengetahuan dan pandangan positif dari orang lain di sekitarnya. *Self image* menurut Mangkuprawira & Hubeis adalah sikap seseorang terhadap tubuhnya secara sadar dapat berupa persepsi, perasaan mengenai ukuran dan bentuk penampilan hingga potensi tubuh pada masa lalu yang telah berubah dengan masa saat ini. *Self image* (citra diri) dipengaruhi oleh performa individu itu sendiri.¹²

Dari latar belakang tersebut, bisa disimpulkan bahwa aplikasi instagram digunakan untuk merepresentasikan diri penggunanya, mempublikasikan kepada pengguna lain yang mengikutinya mengenai hal apa yang ingin ditunjukkan. Hal tersebut akan memberikan kesan yang dapat membangun *self image* atau citra diri penggunanya di media sosial. Media sosial instagram sebagai tempat remaja

¹¹Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro, "*Dasar-dasar Public Relations*", Bandung: Remaja Rosdakarya, (2007):115

¹²Mangkuprawira, S., & Hubeis, A. V., *Manajemen Mutu Sumber Daya Manusia*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2007

membentuk *self image* dan bagaimana cara atau strategi mereka dalam menggunakan media sosial tersebut, menjadi sebuah hal yang unik dan menarik untuk diteliti, sehingga penulis mengangkat judul “Pengaruh Instagram Terhadap *Self Image* Siswa UPT SMA Negeri 3 Palopo”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang menjadi objek kajian dalam pembahasan ini adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar intensitas penggunaan instagram siswa UPT SMA Negeri 3 Palopo?
2. Seberapa besar pengaruh instagram terhadap *self image* siswa UPT SMA Negeri 3 Palopo?

C. Tujuan Penelitian

Selain menjadi salah satu persyaratan wajib dalam menyelesaikan studi, penelitian ini juga bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial instagram oleh siswa UPT SMAN Negeri 3 Palopo.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh instagram terhadap *self image* siswa UPT SMA Negeri 3 Palopo.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan keilmuan Ilmu Komunikasi, khususnya bagi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Palopo.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis, mahasiswa ataupun bagi masyarakat umum dan bagi pengembangan ilmu pengetahuan terkait masalah pengaruh media sosial Instagram terhadap *self image*.

3. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan antara lain bagi pihak-pihak sebagai berikut :

a. Sekolah

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan oleh pihak sekolah dalam memberikan pemahaman kepada siswa dalam memanfaatkan media sosial khususnya Instagram.

b. Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsi dalam kajian komunikasi serta untuk menambah kajian pustaka sebagai bahan referensi khususnya mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Palopo yang melakukan penelitian serupa.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan ini dikemukakan berguna sebagai bahan pembelajaran dan juga dapat digunakan sebagai referensi terhadap variabel yang berkaitan dengan penelitian ini, sehingga dapat ditemukan kebaharuan baik dari segi persamaan maupun perbedaan penelitian. Penelitian terdahulu yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Innes Irene Rarasingtyas dari Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi dan Sekretari Tarakanita, dengan judul “Pengaruh Motif Penggunaan Media Instagram Terhadap Citra Diri Pada Direktorat Human Capital Management PT Telkomsel Lokasi Kerja Kantor Pusat”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motif penggunaan sosial media instagram terhadap citra diri karyawan pada Direktorat Human Capital Management PT Telkomsel. Variabel dalam penelitian ini ada dua, yaitu penggunaan instagram dan citra diri. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *probability sampling* menggunakan *simple random sampling* sebanyak 65 (enam puluh lima) responden. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pengaruh motif penggunaan media terhadap *self image* di kalangan karyawan Direktorat HCM terdapat hubungan yang linear dan positif.¹ Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama metode

¹Innes Irene Rarasingtyas, “*Pengaruh Motif Penggunaan Instagram Terhadap Citra Diri pada Direktorat Human Capital Management PT Telkomsel Lokasi Kerja Kantor Pusat*” Jakarta: STIKS Tarakanita Jakarta, 2017

penelitian kuantitatif dan pengampilan sampelnya dengan teknik *probability sampling* menggunakan *simple random sampling*, sedangkan perbedaan penelitian Innes Irene Rarasingtyas dengan penelitian ini adalah dalam penelitian Innes Irene Rarasingtyas subjek yang diteliti yaitu karyawan pada Direktorat Human Capital Management PT Telkomsel dan berfokus pada pengaruh motif dalam menggunakan instagram, sedangkan objek penelitian ini berfokus pada siswa SMA Negeri 3 Palopo dengan penggunaan instagramnya terhadap *self image*.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Selvi Oktaresiyanti dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim yang mengkaji “Pengaruh *Feed* Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *feed* instagram terhadap citra diri. Dimana *feed* mengarah pada profil utama akun instagram yang berisi foto profil, bio, tautan, sorotan, cerita, serta foto dan video yang pengguna bagikan. Dengan kata lain *feed* merupakan keseluruhan tampilan profil akun. Subjek penelitiannya berfokus pada mahasiswa UIN Sultan Syarif Riau dengan permasalahan mahasiswa yang secara tidak sadar ingin tampil *show off* dengan mengunggah barang-barang mewahnya hanya untuk mendapatkan pujian atau tombol *like* dari pengguna lain. Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan pendekatan metode survey yang dilakukan terhadap mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Syarif Kasim Riau. Dengan menggunakan pengumpulan data dengan pengamatan, yakni melalui wawancara atau kuesioner.² Berdasarkan penelitian di atas terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan

²Selvi Oktaresiyanti, “Pengaruh *Feed* Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau” Riau: UIN SUSKA Riau, 2019

dilakukan. Adapun persamaannya yaitu memiliki salah satu variabel yang sama yakni citra diri, sedangkan perbedaannya penelitian terdahulu menjadikan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sebagai subjek dalam penelitian, serta menggunakan pendekatan dengan metode survey yakni pengumpulan data dengan pengamatan langsung (observasi atau kuesioner), serta hanya berfokus pada *feeds* instagram saja, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menjadikan siswa UPT SMA Negeri 3 Palopo sebagai subjek dan menggunakan metode pengumpulan data dengan kuesioner, observasi serta dokumentasi dan berfokus pada seluruh fitur yang ada di aplikasi instagram.

3. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Desi Ramadhani dari Universitas Islam Negeri Ar-raniry dengan judul penelitian “Hubungan *Self Image* dengan Komunikasi Interpersonal pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syari’ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Ar-Raniry Banda Aceh”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *self image* dengan komunikasi interpersonal pada mahasiswa Prodi Perbankan Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala komunikasi interpersonal dan skala *self image*. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan teknik *simple random sampling* yang dilakukan terhadap mahasiswa prodi Fakultas dan Bisnis Islam UIN Ar-raniry Banda Aceh. Analisis yang digunakan adalah analisis uji *korelasi pearson* dengan SPSS versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima dimana terdapat hubungan yang positif yang sangat signifikan antara kedua variabel, yang artinya semakin tinggi *self image* maka

semakin tinggi pula komunikasi interpersonal mahasiswa Prodi Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-raniry Banda Aceh.³ Dari pemaparan tersebut persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini ialah memiliki kesamaan variabel *self image*, namun penelitian ini menjadikan *self image* sebagai variabel X sedangkan penelitian yang akan dilakukan menjadikan *self image* sebagai variabel Y. Selain itu peneliti meneliti tentang hubungan antara *self image* dengan komunikasi interpersonal, sedangkan penelitian yang akan dilakukan ini meneliti tentang pengaruh instagram terhadap *self image*. Kemudian dalam teknik penarikan sampel teknik yang digunakan oleh peneliti terdahulu yakni teknik *simple random sampling*, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Rejeki, Euis Komalawati dari Program Studi Manajemen Komunikasi Institut Ilmu Sosial dan Manajemen dengan judul jurnal “Penggunaan Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa”. Dimana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan instagram terhadap citra diri mahasiswa. Metode analisis data yang digunakan yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan uji validitas dan reliabilitas, *product moment*, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji hipotesis, dan uji regresi linier sederhana. Dimana terdapat kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan, akan tetapi yang membedakan dimana penelitian ini menambahkan satu teknik analisis data dengan *product moment* sedangkan penelitian yang akan

³Desi Rahmadani, “*Hubungan Self Image dengan Komunikasi Interpersonal pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-raniry Banda Aceh*”, Skripsi UIN Ar-raniry (2021)

dilakukan ini tanpa *product moment*. Kemudian teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh penelitian ini ialah teknik *simple random sampling* dengan rumus *slovin*, sedangkan penelitian yang akan dilakukan ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan teori dramaturgi sebagai *grand theory*, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan teori *self image* Khun.⁴

B. Landasan Teori

1. Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media di internet yang memungkinkan penggunaanya untuk dapat mempresentasikan diri dan melakukan interaksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi antar sesama pengguna lainnya dan membentuk ikatan sosial secara virtual atau dunia maya.⁵ Teori Gamble, Teri dan Michael dalam bukunya yang berjudul *Communication Works* menyebutkan, media sosial memiliki ciri-ciri sebagai berikut⁶:

- a. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa ke berbagai banyak orang. Misalnya pesan melalui *email*.
- b. Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *Gatekeeper*.
- c. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat jika dibandingkan dengan media lainnya.

⁴Sri Rejeki, Euis Komalawati, Poppy Indriyanti, "Penggunaan Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa", Jurnal Lugas, Vol. 4, No. 2, Desember 2020

⁵Dinda Sekar Puspitarini, Reni Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)", Jurnal Common, Volume 3, Nomor 1, 2019 : 73

⁶Arya Nugeraha, Abdullah Karim, Nurliah, "Analisis Fungsi Instagram Sebagai Media Penyebar Informasi Kriminal di Kota Samarinda", eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 1, No. 1, 2020 : 5

d. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

2. Instagram

a. Definisi Instagram

Nama instagram berasal dari fungsi dari keseluruhan aplikasi ini. Kata “*insta*” berasal dari kata “*instan*”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan seperti kamera polaroid. Sedangkan untuk kata “*gram*” sendiri berasal dari kata “*telegram*” yang dimana cara kerja dari telegram sendiri adalah untuk mengirimkan pesan atau informasi kepada orang lain secara cepat. Sama halnya dengan instagram yang dapat digunakan untuk mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat oleh pengguna lain. Oleh karena itu instagram tercipta dari kata instan dan telegram.

Felitasari mengungkapkan, “instagram merupakan salah satu aplikasi yang termasuk dalam media sosial atau lebih tepatnya merupakan jenis jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi sosial dan mendapatkan informasi melalui foto dan video. Instagram sebagai media sosial memberikan peluang dan kemudahan bagi penggunanya untuk dapat saling berinteraksi meski tanpa harus bertemu atau bertatap muka. Percakapan-percakapan di instagram biasanya melibatkan suatu topik berupa gambar dan juga video.

Meskipun terdapat fitur percakapan atau biasa disebut dengan *direct message*, namun konsep utama dari instagram ini ialah lebih menekankan pada konten berupa gambar atau video yang bisa dipublikasikan dengan lebih leluasa

oleh para penggunanya. Dalam menjalin interaksi sosial di instagram seseorang bisa saling mengikuti atau dalam bahasa Inggris disebut *follow*, kemudian para pengikut suatu akun disebut dengan *followers*.⁷

b. Fitur Instagram

Instagram menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan dikalangan masyarakat karena memiliki fitur-fitur yang menarik, instagram memiliki beberapa fitur yang berbeda dengan sosial media lainnya, berikut fitur yang ada dalam instagram:

1) Pengikut (*followers*)

Pengikut atau juga disebut *followers* merupakan fitur dimana sebuah akun dapat memiliki pengikut maupun sebaliknya menjadi pengikut (mengikuti) akun orang lain. Pengikut tersebut memungkinkan akan terjalin suatu komunikasi antar sesama pengguna instagram dan jika sebuah akun mengunggah foto atau video, maka pengguna lain dapat merespon dengan memberikan *like* ataupun komentar. Jumlah *like* dan komentar dapat menjadikan foto atau video yang diunggah menjadi populer.

2) Mengunggah Foto

Mengunggah atau meng-*upload* foto dan video merupakan fungsi utama dari instagram itu sendiri. Foto dan video yang diunggah dapat dilakukan melalui *file* yang telah diabadikan di *gallery* ataupun dengan cara melalui kamera langsung yang telah instagram sediakan di dalam aplikasinya.

⁷Sri Rejeki, Euis Komalawati, Poppy Indriyanti, “*Penggunaan Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa*”, Jurnal Lugas, Vol. 4, No. 2, Desember 2020:106-107

3) Kamera

Seperti penjelasan sebelumnya kita juga bisa menggunakan fitur kamera yang disediakan instagram. Selain itu instagram juga menyediakan *filter* atau efek-efek foto maupun video yang unik serta menarik yang bisa dipilih sesuai dengan keinginan pengguna.

4) Keterangan Foto

Keterangan foto atau *caption* merupakan suatu proses dimana foto akan diberikan keterangan lebih lanjut menggunakan teks untuk mendeskripsikan isi dari foto atau video yang akan diunggah. Selain itu kita juga bisa menyebutkan pengguna lain (*mention*) dan memberi tagar (*hashtag*).

5) Arroba

Instagram memiliki fitur yang bernama *Arroba* (@) untuk menyebut pengguna lain pada kolom *caption*, komentar dan juga pada *insta stories*.

6) Geotagging

Fitur dalam instagram yang memungkinkan pengguna memasukkan nama lokasi dari foto atau video yang akan diunggah.

7) Hashtag

Hashtag merupakan symbol pagar (#) yang sangat berguna agar memudahkan pengguna lain bisa menemukan unggahan kita dengan *hashtag* tertentu. Bisa menggunakan *hashtag* baru ataupun *hashtag* yang telah populer.

8) Tanda Suka

Tanda suka atau *like* adalah fitur yang berfungsi untuk merespon sebuah foto atau video. Pengguna dapat mengungkapkan rasa sukanya terhadap unggahan sendiri maupun unggahan orang lain melalui tombol *like* yang telah disediakan.

9) Komentar

Komentar atau *comment* juga berfungsi untuk merespon foto atau video yang diunggah dalam bentuk teks.

10) Bagikan

Bagikan atau *share* merupakan fitur yang berfungsi agar pengguna bisa membagikan foto atau video yang telah diunggah seseorang untuk dapat dilihat juga oleh orang lain.

11) Pencarian

Fitur ini berfungsi sebagai alat untuk mencari akun pengguna lain atau hal menarik lainnya yang sedang populer di instagram.

12) Instagram *Stories*

Instagram *Stories* merupakan fitur yang sama dengan status pada aplikasi *whatsapp* yang memungkinkan pengguna mengunggah foto atau video yang akan bertahan dalam waktu 24 jam. Setelah 24 jam berlalu, foto atau video tersebut secara otomatis akan menghilang dari *stories* dan pengguna lain tidak dapat melihatnya lagi.⁸

⁸Innes Irene Rarasingtyas, “Pengaruh Motif Penggunaan Media Instagram Terhadap Citra Diri Pada Direktorat *Human Capital Management* PT Telkomsel Lokasi Kerja Kantor Pusat”, Skripsi Ilmu Komunikasi (Jakarta: jurnal.stiks-tarakanita.ac.id, 2019) : 37-39

13) Instagram *Highlight*

Merupakan fitur yang berfungsi untuk memungkinkan penggunanya untuk dapat menyimpan instagram *stories* tanpa batasan waktu dan menampilkannya dalam profil penggunanya.

14) Instagram *Live*

Instagram *live* ini berfungsi bagi pengguna yang ingin menampilkan kegiatannya secara langsung atau *live streaming*.

15) Instagram *Shopping*

Fitur ini dikhususkan untuk membantu pebisnis dalam memasarkan produknya di media sosial. Selain itu juga bisa memudahkan bagi pelanggan untuk berbelanja tanpa harus keluar dari aplikasi instagram. Baru-baru ini beredar bahwa fitur ini akan dihapuskan dari instagram, menurut data dari media pemberitaan Akurat.co telah dikonfirmasi oleh pihak instagram bahwa ternyata instagram tidak menghapusnya, melainkan mengubah tampilan instagram ke tampilan yang lebih sederhana dan fitur *shopping* ini otomatis akan muncul ketika kita langsung membuka profil dari akun toko yang melakukan penjualan di instagram.

16) *Reels*

Fitur ini sama halnya dengan aplikasi Tiktok, yang dimana fungsinya memungkinkan pengguna untuk membuat video pendek, yang jangkauannya lebih luas. Semakin banyak yang menonton maka video kita akan semakin sering muncul pada saat pengguna lain membuka fitur *reels* di akun mereka masing-masing.

17) *Pin Feed*

Fitur ini berfungsi untuk menyematkan foto atau video yang telah diunggah. Ketika seorang pengguna membuka profil pengguna lain, maka foto atau video yang telah disematkan, akan terus berada dibagian atas, walaupun foto atau video yang telah lama diunggah.

18) *Direct Message*

Fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan pribadi kepada pengguna lainnya.

19) *Save Post*

Fitur ini berfungsi seperti *bookmark* ketika kita ingin menyimpan situs web yang sering kita buka di *browser*. *Save post* juga berguna untuk menyimpan foto atau video yang telah diposting oleh pengguna lain.⁹

c. Dimensi Penggunaan Instagram

Dimensi penggunaan instagram adalah sebagai berikut:¹⁰

1) Frekuensi

Frekuensi dalam menggunakan instagram sehari-hari.

2) Durasi

Durasi yang dibutuhkan untuk menggunakan instagram.

⁹Siti Fauji, "Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Eksistensi Diri Pada Siswa-Siswi SMA Wachid Hasyim 1 Surabaya", Skripsi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya, 2018 : 9

¹⁰Sri Rejeki, Euis Komalawati, Poppy Indriyanti, "Penggunaan Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa", Jurnal Lugas, Vol. 4, No. 2, Desember 2020 : 107

3) Fitur

Fitur yang sering digunakan saat menggunakan instagram untuk mengetahui apa saja yang dilakukan oleh penggunanya ketika menggunakan instagram.

3. *Self Image* (Citra Diri)

a. Pengertian *Self Image*

Khun mengatakan bahwa *self image* merupakan suatu keadaan yang dimiliki oleh individu atau gambaran seseorang mengenai dirinya. Hal tersebut memiliki pengaruh dalam proses penyesuaian diri dengan penyesuaian sosial yang memberikan sebuah penilaian tentang individu tersebut. *Self image* juga dikatakan sebagai kesadaran bagaimana individu melihat dirinya serta pendapat tentang dirinya.¹¹

Self image (citra diri) adalah gambaran secara umum tentang diri individu yang ingin diperlihatkan atau ditampilkan agar mendapat penghargaan atau penilaian dari orang lain dan terhadap lingkungan di sekitarnya.¹² Gunawan mengatakan bahwa citra diri merupakan bagaimana cara seseorang atau individu melihat dirinya sendiri dan menentukan prestasi di masa sekarang. Seiring dengan pernyataan tersebut, Hoft mengemukakan *self image* adalah cara individu memandang diri sendiri, akan tetapi bukan hanya ketika seseorang bercermin dan memandang penampilan dari luar, melainkan apa yang mereka percayai terhadap

¹¹Desi Ramadhani, "Hubungan *Self Image* dengan Komunikasi Interpersonal pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-raniry Banda Aceh", *Skripsi Psikologi UIN Ar-raniry* (Aceh 2021):14

¹²Sri Rejeki, Euis Komalawati, Poppy Indriyanti, "Penggunaan Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa", *Jurnal Lugas*, Vol. 4, No. 2, Desember 2020:107

diri sendiri. Hal tersebut berhubungan dengan apa yang kemukakan oleh Burns, ia mengatakan bahwa *self image* adalah apa yang individu lihat ketika ia melihat kepada dirinya sendiri. Selain itu juga Chaplin mengemukakan bahwa citra diri atau *self image* merupakan jati diri seperti yang dibayangkan atau digambarkan akan terjadi di kemudian hari. Gambaran diri ini ada kemungkinan bisa sangat berbeda dengan diri individu yang sebenarnya.¹³

Setiap individu akan memiliki citra diri mereka sendiri, baik citra diri sejati mereka (*the real self*) maupun citra diri yang diinginkan (*the ideal self*). Kemampuan yang dimiliki, kondisi lingkungan, serta sikap dan pendapat pribadinya akan mempengaruhi seseorang dalam bentuk citranya.¹⁴

Self image merupakan sikap individu terhadap tubuhnya baik secara sadar maupun tidak sadar. Sikap ini meliputi pendapat atau persepsi dan perasaan terhadap ukuran dan bentuk, fungsi penampilan dan potensi yang ada pada tubuh saat ini dan masa lalu. Dalam buku *Psycho-Cybernetics*, *self image* adalah konsepsi diri individu mengenai orang macam apakah dirinya. Ini merupakan hasil dari pengalaman dahulu beserta sukses dan kegagalan yang dialaminya, penghinaan dan kemenangannya, serta cara orang lain bereaksi terhadap diri sendiri, terutama pada masa kecil.

Berdasarkan pemaparan tersebut maka bisa diambil kesimpulan bahwa *self image* merupakan gambaran dan pandangan serta keyakinan seseorang secara

¹³Ayu Purnamasari, Veby Agustin, “Hubungan Citra Diri Dengan Perilaku Narsisme Pada Remaja Putri Pengguna Instagram di Kota Prabumulih”, Jurnal Psibemetika, Vol. 11, No. 2, Oktober 2018:120

¹⁴Selviana, Sari Yulinar, “Pengaruh Self Image dan Penerimaan Sosial terhadap Kepercayaan Diri Remaja yang Mengunggah Foto Selfie di Media Sosial Instagram”, Jurnal IKRAITH-HUMANIORA, Vol. 6, No. 1, Maret 2022:41

keseluruhan terhadap dirinya sendiri serta dapat dipengaruhi oleh orang lain dan lingkungannya.

b. Aspek-aspek *Self Image*¹⁵

Khun dari hasil penelitian yang telah dilakukan, telah menjelaskan beberapa aspek yang terkait dengan *self image* menjadi bentuk yang lebih nyata atau konkrit:

1) Deskripsi Fisik

Deskripsi fisik merupakan gambaran yang berkaitan dengan fisik yang kemukakan secara objektif yang memiliki kesamaan terhadap orang lain.

2) Deskripsi Sosial

Deskripsi sosial merupakan keberadaan individu di dalam lingkungan sosial. Perilaku individu dipengaruhi oleh peran yang dimainkan individu. Peran sosial tidak hanya membantu orang lain untuk mengenal individu, tetapi juga membantu mereka dalam memahami harapan orang lain dalam berbagai situasi.

3) Deskripsi Sifat Pribadi

Deskripsi sifat pribadi merupakan hasil persepsi yang disimpulkan dan kecenderungan individu terhadap rangsangan dari lingkungan serta situasi yang dihadapi.

¹⁵Rohila Chindy Maghvirani, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap *Self Image* di Lingkungan Pendidikan SMKN 2 Kota Batu”, *Skripsi Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim* (Malang 2022):28

4) Deskripsi Eksistensi

Deskripsi eksistensial merupakan hasil abstraksi dari keberadaan individu di dalam semesta.

c. Komponen *Self Image*¹⁶

- 1) *Performance of Roles*, komponen ini menjelaskan tentang kemampuan dan seberapa baik individu dalam berbagai hal, seberapa sukses individu pada apa yang dilakukannya. Misalnya dalam hal pendidikan, olahraga, karir, kehidupan rumah atau pola asuh serta peran lainnya yang sangat spesifik.
- 2) *Pedigree*, komponen ini menjelaskan tentang identitas individu dan merupakan sumber rasa kebanggaan yang dimiliki individu. Dapat berupa latar belakang, asal, warisan keluarga atau status seseorang, sekolah maupun universitas tempat menempuh pendidikan.
- 3) *Acceptability to Others*, komponen ini merupakan penerimaan individu kepada orang lain, perasaan terhadap hubungan dengan teman, pasangan atau orangtua, juga sebagai wilayah di mana latar belakang individu dapat memiliki efek yang sangat nyata pada masa kini, pengalaman seseorang untuk dicintai di masa lalu sering beralih ke bagaimana seseorang melihat dirinya sendiri atau memberikan penilaian terhadap kasih sayang orang lain pada saat ini.

¹⁶Ayu Purnamasari, Veby Agustin, "Hubungan Citra Diri Dengan Perilaku Narsisme Pada Remaja Putri Pengguna Instagram di Kota Prabumulih", Jurnal Psibemetika, Vol. 11, No. 2, Oktober 2018:121

- 4) *Significance*, komponen ini menjelaskan tentang arti hidup, bagaimana seseorang menganggap pentingnya dirinya di dunia, dimana seseorang menyesuaikan diri dengan skema besar di dalam hidup, bagaimana dirinya akan diingat, atau dampak yang akan dibuat.

d. Faktor yang Melatarbelakangi Terbentuknya *Self Image*

Holden mengemukakan bahwa penilaian terhadap diri sendiri dan penilaian yang diberikan oleh orang lain merupakan factor mendasar dari terbentuknya *self image* seseorang. Karena terbentuknya *self image* seseorang berasal dari informasi, pengalaman, *feedback* yang berasal dari lingkungan dan kesimpulan yang diambil dari diri sendiri.

Hal tersebut sejalan dengan pemaparan Luisi yang mengungkapkan bahwa pengalaman diri dan hasil internalisasi yang berasal dari penilaian orang lain merupakan bagian dari factor pembentuk *self image* seseorang. Apabila individu berada dalam sebuah lingkungan yang negatif, maka hal tersebut akan mempengaruhi dan membentuk sebuah *self image* yang juga negatif. Sebaliknya apabila individu berada dalam lingkungan yang positif, maka hal tersebut juga akan mempengaruhi terbentuknya *self image* (citra diri) yang positif.¹⁷ *Self image* positif sangat dianjurkan dalam kehidupan, sebagaimana firman Allah dalam Q.S. At-Tin (95:4). Allah SWT. berfirman :

طَّهَّرْنَاهُ أَحْسَنَ فِي الْإِنْسَانِ خَلَقْنَاهُ لَقَدْ

¹⁷Rohila Chindy Maghvirani, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Self Image di Lingkungan Pendidikan SMKN 2 Kota Batu", Skripsi Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang:30

Terjemahan :

"Sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya."

Ayat ini menegaskan bahwa manusia diciptakan oleh Allah dalam bentuk yang paling sempurna, yang bisa menjadi landasan bagi seseorang untuk memiliki *self image* yang positif dan menghargai dirinya sebagaimana ia diciptakan.

e. Karakteristik *Self Image*

Lusi, mengemukakan bahwa setiap individu memiliki *self image* yang beragam. Ada yang memiliki *self image* negatif, ada yang memiliki *self image* positif dan ada pula yang berada pada tingkatan campuran antara negatif dan positif. Hal ini berkaitan dengan keadaan tertentu yang dialami.

Self image negatif adalah gambaran dari seseorang yang salah mengenal diri dan salah mendefinisikan dirinya. Sedangkan *self image* positif adalah tahap ideal tertentu yang dibangun atas dasar yang tepat. Berikut karakteristik dari *self image* tersebut¹⁸:

1) *Self Image* Positif

- a) Mengenal diri.
- b) Perlakukan diri dengan benar.
- c) Jalani diri dengan benar.
- d) Hidup dengan diri sejati.

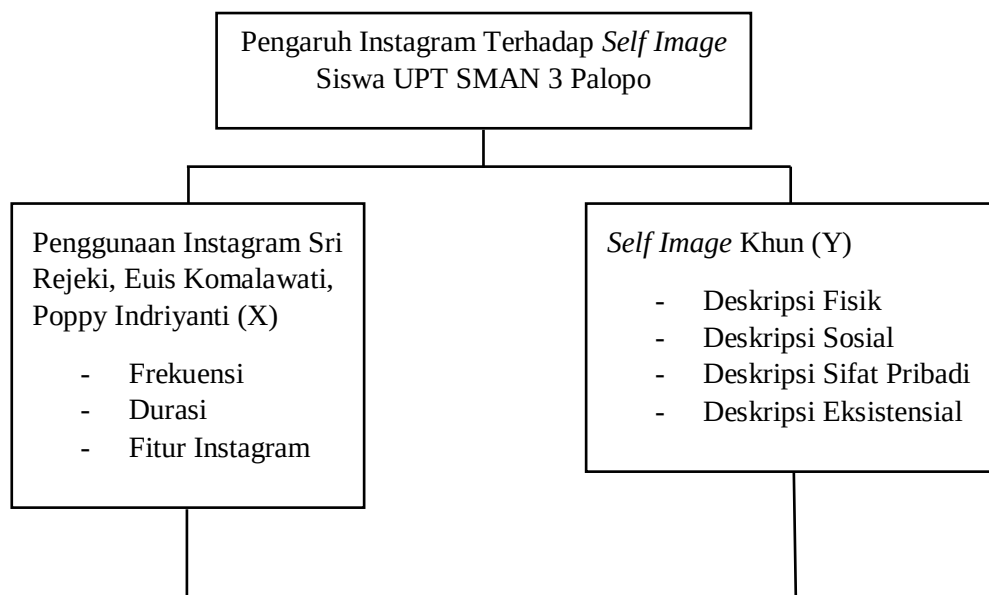
2) *Self Image* Negatif

- a) Keliru dalam mengenali diri.

¹⁸Ayu Purnamasari, Veby Agustin, "Hubungan Citra Diri Dengan Perilaku Narsisme Pada Remaja Putri Pengguna Instagram di Kota Prabumulih", Jurnal Psibemetika, Vol. 11, No. 2, Oktober 2018:121

- b) Salah perlakuan diri.
 - c) Salah jalani diri.
 - d) Hidup dalam diri bayangan
- 3) *Self Image* Antara Postif dan Negatif
- a) Kenal diri sejati secara kognitif.
 - b) Tidak maksimal perlakukan diri.
 - c) Tidak maksimal jalani diri.
 - d) Kadang-kadang terjebak dalam diri bayangan.

C. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka berpikir

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap suatu rumusan masalah yang telah dipaparkan peneliti. Dimana rumusan masalah tersebut telah dirumuskan atau dipaparkan dalam bentuk pertanyaan.¹⁹ Untuk mencapai tujuan

¹⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 64

dari penelitian ini, maka dari itu penulis mencoba membuat hipotesis awal dengan data sebagai berikut:

H_0 : Instagram tidak berpengaruh terhadap citra diri siswa SMA Negeri 3 Palopo.

H_1 : Instagram berpengaruh terhadap citra diri siswa SMA Negeri 3 Palopo.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain *ex-post facto* asosiatif yang menggunakan alat bantu *software* ilmu statistik bersifat inferensial dan deskriptif yaitu aplikasi SPSS. Menurut Sofyan Siregar penelitian asosiatif/hubungan teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala dalam penelitian.¹ Penelitian ini bersifat *ex-post facto* yang tergolong ke dalam tingkatan asosiatif dalam bentuk kausal (sebab akibat) karena penelitian ini tidak menggunakan perlakuan yang bersifat manipulasi atau bentuk percobaan (eksperimen) terhadap variabel-variabel penelitian.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di SMAN Negeri 3 Palopo, Jl. Jendral Sudirman, No. 52, Kecamatan Wara, Kota Palopo, Provinsi Sulawesi Selatan. Penelitian ini dilaksanakan terhadap siswa SMAN 3 Palopo yang menggunakan instagram. Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 25 Juni – 25 Juli 2024.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan ilmu pengetahuan yang menjelaskan tentang cara mengukur sebuah variabel atau batasan tentang apa

¹Syofian Siregar, “Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17” Edisi 1..(Jakarta:PT Bumi Aksara,2014)h.30

yang diukur dari suatu variabel. Adapun judul proposal ini yakni Pengaruh Instagram Terhadap *Self Image* Siswa UPT SMA Negeri 3 Palopo.

1. Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi yang digunakan dalam berbagi foto ataupun video tentang berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna instagram. Dalam hal ini meliputi, frekuensi, durasi, serta fitur instagram dan diukur dengan skala likert penggunaan instagram.

2. *Self Image* (Citra Diri)

Self Image adalah kesan seseorang atau individu terhadap sesuatu yang timbul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya tentang fakta-fakta atau kenyataan.² Meliputi aspek deskripsi fisik, deskripsi sosial, deskripsi sifat pribadi, serta deskripsi eksistensial dan diukur dengan skala likert *self image*.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk diamati, dipelajari dan dianalisis lalu kemudian di tarik kesimpulan.³ Dalam penelitian ini peneliti membatasi populasi dengan mengambil terkhusus siswa (i) kelas XII sebagai populasi.

²Desi Ramadhani, "Hubungan *Self Image* dengan Komunikasi Interpersonal pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-raniry Banda Aceh", *Skripsi Psikologi UIN Ar-raniry* (Aceh 2021):14

³Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Edisi 10, Bandung: Alfabeta, 2011.

Tabel 3.1 Peserta didik kelas XII UPT SMA Negeri 3 Palopo

NAMA KELAS	TINGKAT KELAS	JUMLAH SISWA
Kelas IPA 1	12	36
Kelas IPA 2	12	35
Kelas IPA 3	12	37
Kelas IPA 4	12	36
Kelas IPA 5	12	36
Kelas IPA 6	12	36
Kelas IPA 7	12	37
Kelas IPS 1	12	34
Kelas IPS 2	12	33
Kelas IPS 3	12	36
Kelas IPS 4	12	39
Kelas IPS 5	12	34
Jumlah		429

Sumber Data : Staf tata usaha UPT SMA Negeri 3 Palopo Tahun 2024

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono). Jika populasi terlalu banyak maka sampel yang diambil harus betul-betul representatif atau mewakili, karena peneliti tidak mungkin mempelajari semua populasi yang ada disebabkan keterbatasan dana, waktu dan tenaga maka peneliti bisa menggunakan sampel dari populasi tersebut. Dengan mempertimbangkan pernyataan tersebut, tidak memungkinkan peneliti untuk mengambil sampel dari seluruh jumlah siswa kelas XII yang ada. Sehingga dalam proses pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling*, yakni teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan/peluang yang sama pada setiap anggota

populasi untuk dapat dipilih menjadi sampel. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan menggunakan yakni *purposive sampling* yang dimana teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu dari peneliti itu sendiri.⁴ Adapun kriteria siswa yang ditentukan untuk dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kelas XII
- b. Pengguna aktif Instagram
- c. Minimal memiliki foto di *feeds* instagram dan aktif mengunggah foto atau video pada *instastories*.
- d. Laki-laki atau perempuan

Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh 77 orang siswa yang memenuhi kriteria. Dimana kriteria tersebut didapatkan melalui bantuan staf tata usaha UPT SMA Negeri 3 Palopo yang membagikan info mengenai kriteria yang dibutuhkan peneliti kepada masing-masing wali kelas dan ketua kelas XII, sehingga diperoleh 77 orang siswa yang terdiri dari 21 orang siswa dan 56 orang siswi yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel dalam penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan pada penelitian ini, maka peneliti melakukan berbagai teknik pengumpulan data yaitu sebagai berikut :

⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, hal. 85

1. Angket atau Kuesioner

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk di jawab oleh responden (Sugiyono).⁵ Angket dilakukan peneliti untuk mengetahui informasi dari beberapa pertanyaan yang diberikan dan pertanyaan tersebut bersifat tertutup agar responden menuangkan jawabannya sesuai dengan keadaan sebenarnya. Yang akan dibuat dalam bentuk *google form* dan kemudian akan dibagikan melalui aplikasi *whatsapp*. Angket ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh instagram terhadap *self image* siswa UPT SMA Negeri 3 Palopo.

2. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap segala gejala subjek yang diselidiki, baik pengamatan itu dilakukan dalam keadaan yang sebenarnya maupun dalam keadaan buatan khususnya diadakan (Winarno Suharmat).⁶ Observasi juga biasa diartikan sebagai pengamatan dengan sistematis berbagai fenomena yang diteliti. Metode observasi dilakukan untuk memperoleh data dan mengetahui kondisi sarana dan prasarana serta yang lainnya yang ada di lokasi penelitian.

3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data yang bersumber dari berbagai referensi buku maupun berbagai hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan. Studi kepustakaan digunakan untuk mendapatkan landasan teori

⁵Sugiyono. “*Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”. Bandung: Alfabeta, 2010.

⁶Winarno Rurahmad, “*Pengantar Pendidikan Ilmiah Dasar, Metode, Teknik* “ edisi 3. Bandung: Transito, 1990 h.162

dan beberapa data yang tidak bisa didapatkan melalui kuesioner maupun observasi. Adapun pada penelitian ini data dapat diperoleh dengan metode studi kepustakaan ini yaitu melalui berbagai kajian hasil penelitian sebelumnya dan menggunakan data melalui aplikasi instagram.

4. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dilakukan untuk membantu peneliti mendapatkan data dan menggali informasi yang dibutuhkan. Informasi juga dapat diperoleh lewat fakta yang tersimpan seperti catatan harian, arsip foto, jurnal kegiatan dan sebagainya. Peneliti perlu memiliki kepekaan teoritik untuk memaknai semua dokumen tersebut sehingga menjadi barang yang bermakna.

F. Instrumen Penelitian

Penelitian menggunakan 4 (Empat) alternatif pilihan jawaban yang disediakan dalam angket yang telah dimodifikasi dari skala likert. Untuk skala *self image*, digunakan skala likert dengan interval 1-4 sebagai berikut:

- a) Sangat Sesuai (SS) diberi skor 4
- b) Sesuai (S) diberi skor 3
- c) Tidak Sesuai (TS) diberi skor 2
- d) Sangat Tidak Sesuai (STS) diberi skor 1

Sedangkan untuk skala penggunaan instagram, digunakan skala likert dengan interval frekuensi 1-4 sebagai berikut:

- a) Selalu (SL) diberi skor 4
- b) Sering (SR) diberi skor 3
- c) Kadang-kadang (KD) diberi skor 2

d) Tidak Pernah (TP) diberi skor 1

1. Skala Penggunaan Instagram

Dalam proses penyusunan pernyataan-pernyataan mengenai penggunaan instagram, dibuat berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu, skala penggunaan instagram tersebut adalah sebagai berikut:⁷

Tabel 3.2 Skala penggunaan Instagram

Aspek	Indikator	Jumlah Item	Total Butir
Frekuensi	Seberapa sering menggunakan instagram dalam sehari	1,2	2
Durasi	Lama durasi saat menggunakan Instagram dalam sehari	3	1
Fitur Instagram	Fitur yang sering digunakan saat mengakses Instagram	4,5,6,7,8	5
Jumlah			8

Sumber : Penggunaan Instagram oleh Sri Rejeki, Euis Komalawati, Poppy Indriyanti

2. Skala *Self Image*

Skala *self image* yang digunakan dalam penelitian ini merupakan teori *self image* Kuhn. Dimana konsep yang digunakan merupakan teori dari aspek-aspek *self image* oleh Khun yakni deskripsi fisik, deskripsi sosial, deskripsi sifat pribadi serta deskripsi eksistensial. Skala *self image* tersebut adalah sebagai berikut.⁸

⁷Sri Rejeki, Euis Komalawati, Poppy Indriyanti, "Penggunaan Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa", Jurnal Lugas, Vol. 4, No. 2, Desember 2020

⁸Rohila Chindy Maghvirani, "*Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Self Image di Lingkungan Pendidikan SMKN 2 Kota Batu*", Skripsi Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2022

Tabel 3.3 Skala *self image*

Aspek	Indikator	Jumlah Item	Total Butir
Deskripsi Fisik	Individu mampu mengetahui karakteristik tubuh yang memiliki kesamaan dengan individu lain	1,2,3,4,5,6,7	7
Deskripsi Sosial	Kemampuan individu terhadap peran di dunia sosial	8,9,10,11	4
Deskripsi Sifat Pribadi	Individu mampu mengetahui karakter sifat pribadi	12,13	2
Deskripsi Eksistensial	Kesadaran individu akan keberadaannya di alam semesta	14,15,16,17	4
Jumlah			17

Sumber : Skala *Self Image* Thomas Kuhn oleh Rohila Chindy Maghvirani

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* artinya sejauh mana kecermatan dan ketepatan suatu instrumen pengukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Hasil ukur dari pengukuran tersebut merupakan besaran yang mencerminkan secara tepat fakta atau keadaan sesungguhnya dari apa yang diukur.⁹

Validitas dan reabilitas dalam penelitian ini untuk uji coba instrumen angket sebelum digunakan. Uji validitas yang digunakan yaitu uji validitas isi oleh beberapa ahli dan uji validitas item. Validitas isi di dapat dengan menggunakan kisi-kisi instrumen, dalam kisi-kisi tersebut terdapat variabel yang diteliti.

⁹Azwar, Syarifuddin. *Sikap Manusia Terori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.

Indikator sebagai tolak ukur dan item pertanyaan yang telah dijabarkan. Kemudian rancangan angket tersebut diserahkan kepada validator untuk divalidasi.

Validator diberikan lembar validasi, setiap instrumen diisi dengan tanda centang pada skala *likert* 4 seperti berikut:

Skor 4 : SS (Sangat Setuju)

Skor 3 : S (Setuju)

Skor 2 : TS (Tidak Setuju)

Skor 1 : STS (Sangat Tidak Setuju)

Hasil analisis tersebut dijadikan pedoman untuk merevisi instrumen angket. Selanjutnya berdasarkan lembar validasi yang telah diisi oleh validator tersebut dapat tentukan validitasnya dengan rumus statistik *Aiken's*.¹⁰ Untuk mengetahui apakah jumlah indikator yang mewakili di terima atau tidak.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability* yang artinya sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Azwar mengatakan bahwa reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter pengukuran instrumen yang baik. Selanjutnya, Arifin juga mengatakan bahwa suatu tes dikatakan reliabel apabila selalu memberikan hasil yang sama jika diteskan pada kelompok yang sama pada waktu dan kesempatan yang berbeda.¹¹ Daftar pernyataan kuesioner atau angket

¹⁰Syarifuddin Azwar, *Realibilitas dan Validitas*. Edisi 4, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012, Hal. 113

¹¹Zulkifli Matondang, "Validitas dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian". Jurnal Tabularasa PPS UNIMED. Vol. 6, No. 1, Juni 2009.

dinyatakan reliabel apabila jawaban yang dihasilkan konsisten dari waktu ke waktu dan memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60. Adapun macam-macam koefisien reliabilitas adalah sebagai berikut:¹²

0.80 – 1.00 : Reliabilitas sangat tinggi

0.60 – 0.80 : Reliabilitas tinggi

0.40 – 0.60 : Reliabilitas sedang

0.20 – 0.40 : Reliabilitas rendah

H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lainnya terkumpul.¹³ Kajian dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik dengan bantuan program SPSS Versi 27.

1. Analisis Statistik Inferensial (Uji Asumsi Klasik)

Statistik inferensial sering juga disebut dengan statistik induktif atau statistik probabilitas merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi.¹⁴

¹²Suharsimi Arikunto, *Metode Penelitian (Satu Pendekatan Praktek)*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), h. 144

¹³Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi 1 (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), h. 206

¹⁴ *Ibid*, 2009

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Regresi yang baik memiliki regresi yang normal atau mendekati normal. Jika nilai signifikan $> (0,05)$ maka data tersebut berdistribusi normal. Namun, jika nilai signifikan $< (0,05)$ maka data tersebut berdistribusi tidak normal.¹⁵ Jadi uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data memiliki distribusi normal atau tidak normal. Apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal begitupun sebaliknya, apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi tidak normal.

b. Uji Linieritas

Linieritas data digunakan untuk mengetahui apakah variabel tersebut memiliki hubungan yang linier atau tidak signifikan. Analisis ini digunakan dalam analisis regresi, pada penelitian ini digunakan taraf signifikan 0,05 untuk menguji variabel. Adapun dasar pengambilan keputusan pada linieritas data yaitu apabila nilai signifikan lebih dari 0,05 maka terdapat hubungan yg linier terhadap variabel. Tapi, jika nilai signifikan kurang dari 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linier terhadap variabel.¹⁶ Jadi uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) memiliki hubungan yang linier atau tidak.

¹⁵Sugiyono. “*Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*” Bandung: Alfabeta, 2010.

¹⁶Sumadi Suryabrata. “*Metodologi Penelitian*” Jakarta: Rajawali Pers, 1983

2. Analisis Regresi Sederhana

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi sederhana. Regresi sederhana adalah sebuah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel dependen dan satu variabel independen. Dalam model regresi, variabel dependen menerangkan variabel independennya. Secara matematis model analisis regresi sederhana dapat di rumuskan sebagai berikut.¹⁷

$$Y=A+B+e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (variabel tak bebas)

A = Konstanta

B = Koefisien Regresi

X = Variabel independen (variabel bebas)

e = Epsilon (Standar eror)

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Individual (Uji-T)

Penelitian ini menggunakan uji-t untuk mengukur kekuatan pemahaman variabel bebas (X) secara parsial dengan variabel terikat (Y), hal dilakukan dengan membandingkan nilai T_{hitung} dengan T_{tabel} pada taraf 5%. Adapun syarat-syarat dalam menunjukkan uji-t adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_1 diterima artinya terdapat pemahaman antara kedua variable

¹⁷J.Supranto, *Statistik Teori dan Aplikasi* Edisi 7, (Jakarta:Erlangga,2009.),h.176.

2) Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima H_1 ditolak artinya tidak terdapat pemahaman antara kedua variable

3) Jika $T_{hitung} = T_{tabel}$ maka H_0 diterima H_1 ditolak artinya tidak terdapat pemahaman kedua variabel.

b. Koefisien Determinasi (Uji- R^2)

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel (X) berpengaruh terhadap variabel (Y), dihitung dengan menggunakan rumus koefisien determinasi (KD), yaitu:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

KD = Koefisien determinasi

r^2 = Kuadrat dari koefisien korelasi¹⁸

¹⁸Purbaya Budi Santoso dan Ashari, *Analisis Statistika Dengan Microsoft Excel dan SPSS*, Edisi 1 (Yogyakarta: CV Andi, 2007) 144.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah Singkat UPT SMA Negeri 3 Palopo

UPT SMA Negeri 3 Palopo merupakan salah satu sekolah unggulan yang ada di kota palopo yang sebelumnya dikenal dengan nama Sekolah Menengah Persiapan Pembangunan (SMPP). SMA Negeri 3 Palopo didirikan pada tahun 1975 berdasarkan SK Kantor Wilayah Provinsi Sulawesi Selatan nomor 0281/C/1975 pada tanggal 27 November 1975, sekaligus berubah nama menjadi SMA Negeri 3 Palopo. Kemudian pada tanggal 9 Agustus 1985 beralih menjadi SMU Negeri 3 Palopo berdasarkan SK Kantor wilayah provinsi Sulawesi Selatan nomor 0353/o/1985. Dengan diberlakukannya Undang-undang Sistem Pendidikan nomor 20 tahun 2003, maka berubah menjadi SMA Negeri 3 Palopo. Kemudian pada tanggal 5 Maret 2004 dengan SK Dinas Pendidikan provinsi Sulawesi Selatan nomor 214/PD-4/A-TU/2004 beralih menjadi SMA Negeri 3 Unggulan Palopo.

Berdasarkan SK Dirjen Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah nomor 622/C4/MN/2007 tanggal 29 Juni 2007 SMA Negeri 3 Unggulan Palopo ditingkatkan statusnya dengan ditetapkannya sebagai sekolah menengah rintisan bertaraf internasional. SMA Negeri Palopo menuju rintisan sekolah bertaraf internasional berdiri di atas tanah hak pakai nomor 1271/1979 pada tanggal 16 Oktober 1979 dengan lahan seluas 43,228 m². Lahan yang tidak digunakan untuk

membangun bangunan dijadikan sebagai tempat untuk berbagai kegiatan, seperti fasilitas lapangan upacara, lapangan olahraga, kebun untuk praktek, taman lingkungan hidup dan taman bunga, serta sarana-sarana penunjang minat dan bakat siswa lainnya.

UPT SMA Negeri 3 Palopo telah mengalami beberapa kali pergantian kepala sekolah semenjak didirikannya hingga sekarang, sebagaimana yang telah dicantumkan pada tabel berikut :

Tabel 4.1 Nama kepala sekolah UPT SMA Negeri 3 Palopo

No.	Kepala Sekolah	Periode
1.	Drs. H. Ibrahim Machmud	1975-1977
2.	Drs. Aminuddin R. Magi	1977-1982
3.	Zainuddin Sandra Maula	1982-1986
4.	Drs. H. Jamaluddin Wahid	1986-1999
5.	Drs. Abdul Rahim Kutty	1999-2003
6.	Drs. Muh. Zainal Abidin	2003-2006
7.	Drs. Muhammad Jaya, M.Si.	2006-2012
8.	Drs. Sirajuddin	2012-2015
9.	Muhammad Arsyad, S.Pd.	2015-2018
10.	Hairuddin, S.Pd., M.Pd.	2018-Sekarang

Sumber Data : Staf tata usaha UPT SMA Negeri 3 Palopo tahun 2024

b. Profil/Identitas UPT SMA Negeri 3 Palopo

Berikut adalah uraian mengenai identitas sekolah UPT SMA Negeri 3 Palopo :

1) Data Umum :

- a) Nama Sekolah : SMAN 3 PALOPO
- b) NPSN : 40307803
- c) Jenjang Pendidikan : SMA
- d) Status Sekolah : Negeri

- e) Alamat Sekolah : Jl. Andi djemma no. 52 palopo
- f) RT / RW : 2 / 2
- g) Kode Pos : 91921
- h) Kelurahan : Tompotikka
- i) Kecamatan : Kec. Wara
- j) Kabupaten/Kota : Kota Palopo
- k) Provinsi : Prov. Sulawesi Selatan
- l) Negara : Indonesia
- m) Posisi Geografis : 3,0055283; Lintang
120,200115; Bujur

2) Data Pelengkap :

- a) SK Pendirian Sekolah : 0281/0/1975
- b) Tanggal SK Pendirian : 1975-11-27
- c) Status Kepemilikan : Pemerintah Pusat
- d) SK Izin Operasional : 0281/0/1975
- e) Tgl SK Izin Operasional : 1975-11-27

3) Kebutuhan Khusus Dilayani :

- a) Nomor Rekening : 0902020000025141
- b) Nama Bank : Bank Sulselbar
- c) Cabang KCP/Unit : PALOPO
- d) Rekening Atas Nama : SMA Negeri 3 Palopo
- e) MBS : Tidak
- f) Memungut Iuran : Tidak

- g) Nominal/siswa : 0
- h) Nama Wajib Pajak : SMA NEGERI 3 PALOPO
- i) NPWP : 744218009803000

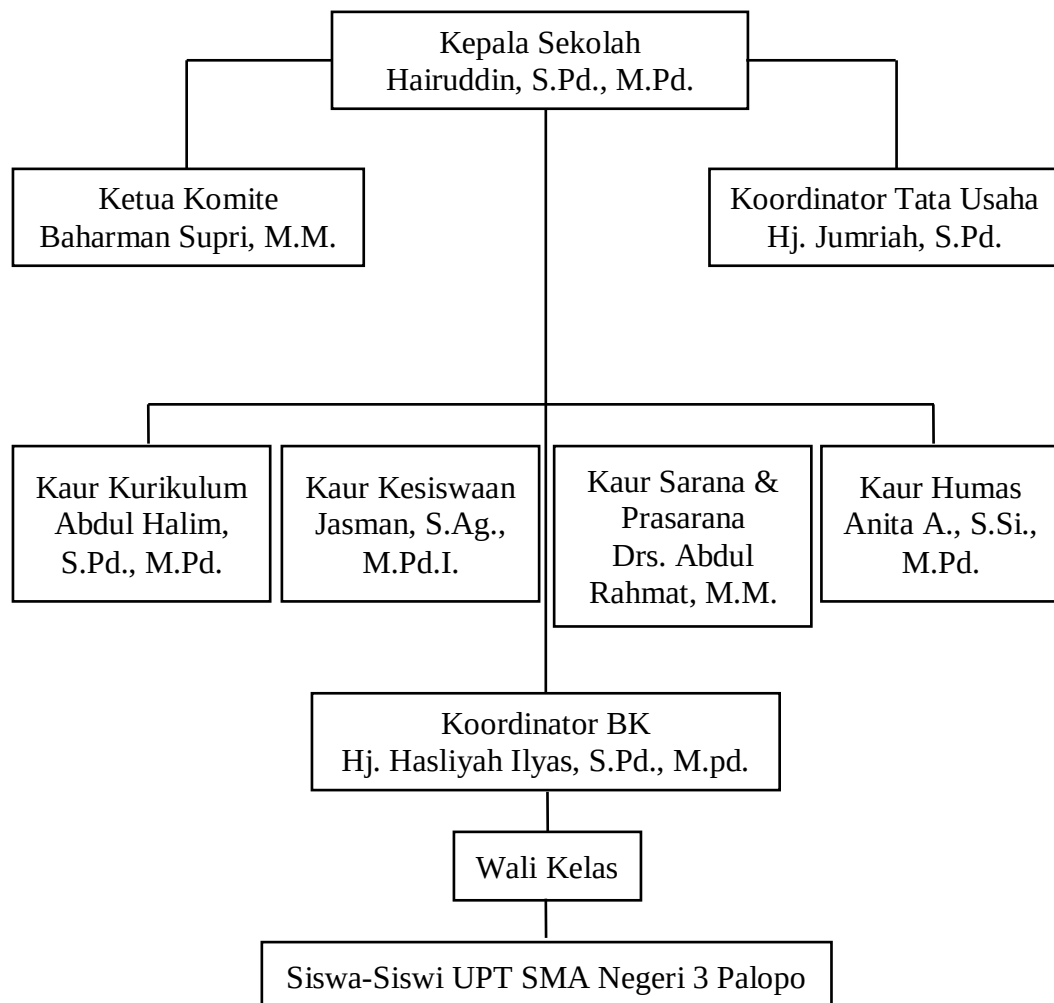
4) Kontak Sekolah :

- a) Nomor Telepon : 047121306
- b) Nomor Fax : 047121306
- c) Email : smanet.palopo@yahoo.com
- d) Website : <http://sman3plp.sch.id>

5) Data Periodik :

- a) Waktu Penyelenggaraan : Sehari Penuh/5 hari
- b) Bersedia Menerima Bos : Ya
- c) Sertifikasi ISO : 9001:2008
- d) Sumber Listrik : PLN
- e) Daya Listrik (watt) : 20000
- f) Akses Internet : 50 Mb

c. Struktur Organisasi UPT SMA Negeri 3 Palopo



Gambar 4.1 Struktur organisasi UPT SMA Negeri 3 Palopo

d. Visi dan Misi UPT SMA Negeri 3 Palopo

Visi dan Misi UPT SMA Negeri 3 Palopo adalah sebagai berikut :

1) Visi

Unggul dalam mutu yang bernuansa religius, berpijak pada budaya, bangsa, berwawasan lingkungan dan internasional.

2) Misi

UPT SMA Negeri 3 Palopo memiliki beberapa misi diantaranya adalah sebagai berikut :

- a) Menumbuhkan semangat keunggulan pada siswa secara intensif sesuai dengan potensi yang dimiliki.
- b) Mendorong dan membantu siswa untuk menggali potensi dirinya sehingga dapat dikembangkan secara optimal dan mampu bersaing secara global atau internasional.
- c) Menumbuhkan penghayatan terhadap agama yang dianut dan terhadap budaya bangsa sehingga menjadi sumber kearifan dalam bertindak.
- d) Menerapkan manajemen partisipatif dengan melibatkan seluruh warga sekolah dan stakeholders sekolah.
- e) Melaksanakan pembelajaran dan bimbingan secara optimal, dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi.
- f) Mengembangkan budaya lokal untuk menumbuhkan budaya bangsa.
- g) Menumbuhkan dan menanamkan kecintaan terhadap lingkungan yang asri kepada seluruh warga sekolah.¹

2. Rekapitulasi Tanggapan Responden

a. Variabel X

Variabel penggunaan instagram atau variabel X, peneliti memperoleh hasil dari kuesioner yang dibuat berdasarkan 3 indikator yaitu, dimensi frekuensi, durasi serta fitur instagram. Kemudian ketiga indikator tersebut dikembangkan menjadi 8 item pernyataan yang dibagikan dalam bentuk kuesioner. Hasil dari

¹Achyar Maulana, Staf Tata Usaha UPT SMA Negeri 3 Palopo, tanggal 7 Juli 2024

kuesioner variabel X atau penggunaan instagram dapat dilihat pada tabel rekapitulasi tanggapan responden berikut.

Tabel 4.2 Hasil rekapitulasi tanggapan responden penggunaan Instagram

Indikator	Item	Tanggapan								Total	
		SL		SR		KD		TP			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Seberapa sering menggunakan Instagram dalam sehari	X1	49	64%	19	24%	7	9%	2	3%	77	100%
	X2	46	60%	25	32%	3	4%	3	4%	77	100%
Lama durasi saat menggunakan Instagram dalam sehari	X3	18	23%	35	45%	22	29%	2	3%	77	100%
Fitur yang sering digunakan saat mengakses Instagram	X4	4	5%	24	31%	37	48%	12	16%	77	100%
	X5	20	26%	31	40%	21	27%	5	6%	77	100%
	X6	6	8%	34	44%	29	38%	8	10%	77	100%
	X7	10	13%	35	45%	29	38%	3	4%	77	100%
	X8	20	26%	40	52%	10	13%	7	9%	77	100%

Sumber : Hasil olah data Microsoft Excel 2021

Berdasarkan tabel rekapitulasi responden di atas, dapat dilihat bahwa presentase tertinggi diperoleh pada pernyataan pertama (X1) sebanyak 49 responden dari 77 responden mayoritas memilih “selalu” dengan presentase sebesar 64% yang menyatakan mengakses instagram lebih dari 3 kali dalam sehari. Kemudian presentase tertinggi ke dua pada pernyataan ke dua (X2) yakni dengan 46 responden memilih “selalu” dengan presentase sebesar 60% yang

menyatakan mengakses dan bermain instagram setiap hari. Kemudian disusul pada item pernyataan nomor 8 (X8) mayoritas responden memilih “sering” dengan presentase sebesar 52% yang menyatakan mengunggah foto atau video ke instastories. Kemudian pada pernyataan X3 dan X7 terdapat kesamaan jawaban responden dengan presentase sebesar 45% yang memilih “sering”. Kemudian pada item pernyataan X6 diperoleh presentase sebesar 44% yang memilih “sering” yang menyatakan menggunakan fitur *hashtag* agar dapat menjangkau lebih banyak pengguna lain untuk melihat konten yang diposting. Kemudian 40% yang memilih “sering” dengan pernyataan menggunakan filter instagram untuk memperindah hasil foto atau video yang akan diunggah. Sedangkan pada item X4 dengan pernyataan menggunakan banyak fitur yang disediakan oleh instagram, dimana merupakan satu-satunya item dengan mayoritas memilih “kadang-kadang”, dengan presentase sebesar 48%.

b. Kategorisasi Tingkat Penggunaan Instagram

Kategori tingkat penggunaan Instagram Siswa UPT SMAN 3 Palopo yang telah dibagi menjadi 3 kategori, yakni tinggi (SL-SR), sedang (KD) dan rendah (TP) adalah sebagai berikut:

1) Kategori Penggunaan Instagram Tinggi (Selalu dan Sering)

Tabel 4.3 Kategori penggunaan Instagram tinggi siswa UPT SMAN 3 Palopo

Indikator	Item	Kategori				Total	
		Tinggi (SL-SR)					
		Laki-laki		Perempuan			
		F	%	F	%	F	%
Seberapa sering menggunakan Instagram dalam sehari	X1	17	22%	51	66%	68	88%
	X2	19	24.7%	52	67.3%	71	92%

Lama durasi saat menggunakan Instagram dalam sehari	X3	16	20.5%	37	47.5%	53	68%
Fitur yang sering digunakan saat mengakses Instagram	X4	8	10.3%	20	25.7%	28	36%
	X5	12	16.5%	39	50.5%	51	67%
	X6	16	20.8%	24	31.2%	40	52%
	X7	13	16.8%	32	41.2%	45	58%
	X8	16	20.8%	44	57.2%	60	78%

Sumber : Hasil olah data Microsoft Excel 2021

2) Kategori Penggunaan Instagram Sedang (Kadang-kadang)

Tabel 4.4 Kategori penggunaan Instagram siswa UPT SMAN 3 Palopo

Indikator	Item	Kategori				Total	
		Sedang (KD)					
		Laki-laki		Perempuan			
		F	%	F	%	F	%
Seberapa sering menggunakan Instagram dalam sehari	X1	2	2.6%	5	6.4%	7	9%
	X2	2	2.7%	1	1.3%	3	4%
Lama durasi saat menggunakan Instagram dalam sehari	X3	2	2.6%	20	26.4%	22	29%
Fitur yang sering digunakan saat mengakses Instagram	X4	7	9.1%	30	38.9%	37	48%
	X5	4	5.1%	17	21.9%	21	27%
	X6	5	6.6%	24	31.4%	29	38%
	X7	7	9.2%	22	28.8%	29	38%
	X8	2	2.6%	8	10.4%	10	13%

Sumber : Hasil olah data Microsoft Excel 2021

3) Kategori Penggunaan Instagram Rendah (Tidak Pernah)

Tabel 4.5 Kategori penggunaan Instagram siswa UPT SMAN 3 Palopo

Indikator	Item	Kategori				Total	
		Rendah (TP)					
		Laki-laki		Perempuan			
		F	%	F	%	F	%
Seberapa sering menggunakan Instagram	X1	1	1.5%	1	1.5%	2	3%
	X2	3	4%	0	0%	3	4%

dalam sehari							
Lama durasi saat menggunakan Instagram dalam sehari	X3	2	3%	0	0%	2	3%
	X4	3	4%	9	12%	12	16%
Fitur yang sering digunakan saat mengakses Instagram	X5	1	1.2%	4	4.8%	5	6%
	X6	1	1.3%	7	8.8%	8	10%
	X7	3	4%	0	0%	3	4%
	X8	3	3.9%	4	5.1%	7	9%

Sumber : Hasil olah data Microsoft Excel 2021

c. Variabel Y

Variabel *self image* atau variabel Y, peneliti memperoleh hasil dari kuesioner yang dibuat berdasarkan 4 indikator yang diambil berdasarkan teori aspek-aspek *self image* Kuhn yakni, deskripsi fisik, deskripsi sosial, deskripsi sifat pribadi dan deskripsi eksistensial yang kemudian dikembangkan menjadi 17 item pernyataan. Hasil dari kuesioner variabel Y atau *self image* dapat dilihat pada tabel rekapitulasi tanggapan responden berikut.

Tabel 4.6 Hasil rekapitulasi tanggapan responden *self image*

No.	Item	Tanggapan								Total	
		SS		S		TS		STS			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Y1	16	21%	29	38%	26	34%	6	8%	77	100%
2	Y2	11	14%	25	32%	32	42%	9	12%	77	100%
3	Y3	16	21%	36	47%	20	26%	5	6%	77	100%
4	Y4	7	9%	19	25%	38	49%	13	17%	77	100%
5	Y5	6	8%	39	51%	25	32%	7	9%	77	100%

6	Y6	7	9%	31	40%	28	36%	11	14%	77	100%
7	Y7	20	26%	34	44%	19	25%	4	5%	77	100%
8	Y8	19	25%	39	51%	17	22%	2	3%	77	100%
9	Y9	10	13%	28	36%	32	42%	7	9%	77	100%
10	Y10	16	21%	41	53%	18	23%	2	3%	77	100%
11	Y11	29	38%	40	52%	6	8%	2	3%	77	100%
12	Y12	28	36%	38	49%	9	12%	2	3%	77	100%
13	Y13	29	38%	42	55%	6	8%	0	0%	77	100%
14	Y14	8	10%	28	36%	32	42%	9	12%	77	100%
15	Y15	14	18%	39	51%	22	29%	2	3%	77	100%
16	Y16	11	14%	29	38%	34	44%	3	4%	77	100%
17	Y17	13	17%	37	48%	22	29%	5	6%	77	100%

Sumber : Hasil olah data Microsoft Excel 2021

Berdasarkan tabel hasil rekapitulasi responden yang dipaparkan di atas, pada item pernyataan Y13 dengan 42 responden dari 77 responden mayoritas memilih “sesuai” dengan presentase sebesar 55% yang menyatakan bahwa ingin dinilai positif oleh followersnya. Kemudian disusul pada item pernyataan Y10 mayoritas memilih “sesuai” dengan presentase sebesar 53% yang menyatakan bahwa merasa sangat percaya diri ketika mendapat *like* di instagram. Pada item pernyataan Y11 menunjukkan bahwa mayoritas memilih “sesuai” dengan presentase sebesar 52%, kemudian pada item pernyataan Y5, Y8 dan Y15 memiliki kesamaan hasil yang diperoleh mayoritas memilih “sesuai” dengan presentase sebesar 51% yang menyatakan berpose menarik untuk diposting di

instagram, memiliki banyak teman di instagram, serta merasa bangga ada yang mengetahui instagramnya. Pada item pernyataan Y12 diperoleh presentase sebesar 49% yang memilih “sesuai” dengan pernyataan berusaha membentuk citra diri positif di instagram, kemudian item pernyataan Y17 mayoritas memilih “sesuai” dengan presentase sebesar 48% yang menyatakan merasa percaya diri ketika menunjukkan dirinya di instagram, pada item pernyataan Y3 mayoritas memilih “sesuai” dengan presentase sebesar 47% yang menyatakan percaya diri memposting wajahnya di instagram, pada item pernyataan Y7 mayoritas memilih “sesuai” dengan presentase sebesar 44% yang menyatakan filter instagram membuatnya lebih percaya diri ketika menampilkan diri di instagram, lalu pada item pernyataan Y6 dengan presentase 40% mayoritas memilih “sesuai” yang menyatakan berpenampilan menarik di instagram agar pengguna lain tertarik untuk mengikuti instagramnya, kemudian mayoritas memilih “sesuai” dengan presentase sebesar 38% yang menyatakan berpenampilan yang menarik untuk diposting di instagram.

Sedangkan pada item pernyataan yang mayoritas memilih “tidak sesuai” pada item pernyataan Y2 dengan presentase sebesar 42%, Y4 dengan presentase sebesar 49%, Y9 dengan presentase sebesar 42%, Y14 dengan presentase 42%, dan Y16 dengan presentase sebesar 44%.

3. Uji Validitas dan Realibilitas

a. Uji Validitas Instrumen

Untuk menguji valid atau tidaknya indikator dalam penelitian ini digunakan *degree of freedom* atau derajat kebebasan dengan rumus $df = n-2$,

dimana n adalah jumlah sampel dalam penelitian. Jadi ($df = 77-2 = 75$) sehingga tingkat signifikansi yang digunakan yakni 0.05 atau 5%, maka nilai yang diperoleh dari R tabel sebesar 0.188.

1) Uji Validitas Instagram

Tabel 4.7 Uji validitas variabel penggunaan instagram

No. Item	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Keterangan
X1	0.504	0.188	Valid
X2	0.457	0.188	Valid
X3	0.541	0.188	Valid
X4	0.676	0.188	Valid
X5	0.409	0.188	Valid
X6	0.453	0.188	Valid
X7	0.515	0.188	Valid
X8	0.390	0.188	Valid

Sumber Data : Hasil olah data aplikasi SPSS versi 27

2) Uji Validitas *Self Image*

Tabel 4.8 Uji validitas variabel *self image*

No. Item	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Keterangan
Y1	0.638	0.188	Valid
Y2	0.381	0.188	Valid
Y3	0.626	0.188	Valid
Y4	0.333	0.188	Valid
Y5	0.711	0.188	Valid
Y6	0.786	0.188	Valid
Y7	0.562	0.188	Valid
Y8	0.438	0.188	Valid
Y9	0.734	0.188	Valid
Y10	0.694	0.188	Valid
Y11	0.433	0.188	Valid
Y12	0.494	0.188	Valid

Y13	0.607	0.188	Valid
Y14	0.667	0.188	Valid
Y15	0.606	0.188	Valid
Y16	0.556	0.188	Valid
Y17	0.727	0.188	Valid

Sumber Data : Hasil olah data aplikasi SPSS versi 27

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa jika nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka item kusioner tiap variabel dikatakan valid dan begitupun sebaliknya jika $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka item dikatakan tidak valid. Pada variabel penggunaan instagram (X) terdapat 8 item pernyataan dan pada variabel *self image* (Y) terdapat 17 item pernyataan dimana dari semua item tersebut memiliki nilai R hitung yang lebih besar dari 0.188, sehingga semua item pernyataan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas merupakan data yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila selalu memberikan jawaban yang konsisten setiap diujikan pada seseorang dalam waktu dan kesempatan yang berbeda, dengan kata lain konsistensi atau kestabilan jawaban seseorang dari waktu ke waktu. Reliabilitas menyangkut masalah konsistensi jawaban apabila suatu kuesioner diujikan secara berulang kali pada sampel yang berbeda. Aplikasi SPSS menyediakan fasilitas tersebut untuk dapat mengukur reliabilitas dengan uji statistik menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, dimana jika suatu instrumen memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka instrumen dianggap konsisten atau reliabel. Sebaliknya, jika suatu instrumen memiliki nilai *Cronbach Alpha* $< 0,60$ maka instrumen dianggap tidak konsisten atau tidak reliabel. Reliabilitas merujuk pada pengertian bahwa

suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data karena instrumen tersebut telah bagus, sehingga mampu memberikan data yang bisa dipercaya. Realibilitas maksudnya ialah dapat dipercaya, sehingga dapat diandalkan.²

Tabel 4.9 Hasil uji reliabilitas variabel

Variabel	<i>N of Items</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
X	8	.785	Reliabel
Y	17	.911	Reliabel

Sumber Data : Hasil olah data aplikasi SPSS versi 27

Berdasarkan uji reliabilitas yang telah dilakukan, pada tabel 4.3 di atas menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* dari variabel penggunaan instagram (variabel X) sebesar 0.785 dan nilai *Cronbach Alpha* dari variabel *self image* (variabel Y) sebesar 0.911 dimana dari kedua nilai tersebut lebih besar dari 0.60 sehingga kuesioner dari masing-masing variabel dikatakan reliabel. Variabel X dengan tingkat reliabilitas tinggi dan variabel Y dengan tingkat reliabilitas sangat tinggi.

4. Uji Normalitas dan Linieritas

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data memiliki distribusi normal atau tidak normal. Apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal begitupun sebaliknya, apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka data tersebut berdistribusi tidak normal.³ Dalam hal ini peneliti menggunakan uji K-S atau *Kolmogrov-Smirnov Test* pada aplikasi SPSS untuk

²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi 14 (Jakarta :Rineka Cipta, 2010), hal. 221.

³Sugiyono. “*Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*” Bandung: Alfabeta, 2010.

melakukan pengujian terhadap distribusi data normal atau tidak normal. Hasil output uji K-S dari SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10 Hasil uji normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		77
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.00242827
	Absolute	.067
Most Extreme Differences	Positive	.067
	Negative	-.034
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber Data : Hasil olah data aplikasi SPSS versi 27

Berdasarkan data yang telah dipaparkan, nilai *Kolmogrov-Smirnov* yang telah diperoleh adalah 0.200, dimana nilai $0.200 > 0.05$ yang menunjukkan data dari variabel penggunaan instagram dan *self image* berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Adapun dasar pengambilan keputusan pada linieritas data yaitu apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka terdapat hubungan yang linier terhadap variabel. Tapi, jika nilai signifikan $< 0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linier terhadap variabel.⁴ Jadi uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) memiliki

⁴Sumadi Suryabrata. “*Metodologi Penelitian*” Jakarta: Rajawali Pers, 1983

hubungan yang linier atau tidak. Adapun hasil dari uji linieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11 Hasil uji linieritas
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			3683.374	17	216.669	6.162	.000
<i>Self Image</i> * Penggunaan Instagram	Between Groups	Linearity	3019.577	1	3019.577	85.882	.000
		Deviation from Linearity	663.797	16	41.487	1.180	.310
	Within Groups		2074.418	59	35.160		
	Total		5757.792	76			

Sumber Data : Hasil olah data aplikasi SPSS versi 27

Dari hasil olah data yang dilakukan menggunakan ANOVA tabel diperoleh *Deviation from Linearity* signifikansi sebesar 0.310. Jika dibandingkan dengan nilai probabilitas 0.05, maka nilai signifikansi $0.310 > 0.05$. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier yang signifikan antara variabel Penggunaan Instagram (X) dengan *Self Image* (Y).

5. Analisis Regresi Sederhana

Tabel 4.12 Hasil uji analisis regresi sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.006	4.023	2.736	.008
	Instagram	1.559	.171	.724	.000

a. Dependent Variable: *Self Image*

- a. Nilai konstanta A sebesar 11.006 artinya apabila nilai variabel independent (X) yaitu instagram sama dengan nol atau tetap, maka skor variabel dependen (Y) yaitu *self image* sebesar 11.006
- b. Nilai koefisien variabel X Instagram sebesar 1.559, artinya apabila nilai variabel x penambahan 1% maka nilai variabel Y self image akan bertambah atau meningkat sebesar 1.559. Koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Individual (Uji-T)

Untuk melakukan Uji-T terlebih dahulu nilai T tabel ditentukan. Rumus T tabel yakni $df = n - k$, jadi $df = 77 - 2 = 75$, sehingga nilai T table yang diperoleh sebesar 1.665.

Tabel 4.13 Hasil uji signifikansi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.006	4.023		2.736	.008
Instagram	1.559	.171	.724	9.094	.000

a. Dependent Variable: *Self Image*

- 1) Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel koefisien di atas diperoleh nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Instagram berpengaruh terhadap *Self Image*.

- 2) Berdasarkan nilai uji t diketahui nilai t_{hitung} 9.094 > dari t_{table} 1.665 dimana nilai tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak sedangkan H_1 diterima, artinya variabel Instagram berpengaruh terhadap *Self Image*.

b. Koefisien Determinasi (Uji- R^2)

Tabel 4.14 Hasil uji koefisien determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724 ^a	.524	.518	6.042

a. Predictors: (Constant), Instagram

Berdasarkan dari tabel output aplikasi SPSS *model summary* di atas, dapat diketahui bahwa nilai R Square (R^2) sebesar 0,524. Nilai ini berasal dari hasil pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau “R”, yaitu $0,724 \times 0,724 = 0,524$ atau sama dengan 52,4%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Instagram (X) secara signifikan berpengaruh terhadap variabel Self Image (Y) sebesar 52,4%. Sedangkan sisanya yaitu ($100\% - 52,4\% = 47,6\%$) dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

B. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui bagaimana penggunaan instagram siswa serta seberapa besar instagram mempengaruhi *self image*. Setelah dilakukan pengujian terhadap 77 orang sampel yang merupakan siswa UPT SMA Negeri 3 Palopo, hasil yang diperoleh dari ketiga item pernyataan yaitu X1, X2 dan X3 termasuk dalam kategori penggunaan Instagram yang tinggi (SL dan SR), dimana memperoleh presentase X1 sebesar 88%, X2 sebesar 92%, sehingga

dalam hal ini bisa diketahui bahwa sebagian besar siswa menghabiskan waktunya untuk mengakses Instagram setiap hari dan X3 sebesar 68% menunjukkan bahwa siswa menghabiskan waktu untuk mengakses Instagram dengan rata-rata waktu lebih dari 1 jam perhari.

Kemudian berdasarkan item pernyataan X5, X6, X7 dan X8, memilih “sering” sehingga menunjukkan bahwa responden dalam hal ini siswa UPT SMA Negeri 3 Palopo, memanfaatkan fitur dari instagram sebagai sarana untuk menunjukkan *self image* mereka. Sedangkan item pernyataan X4 merupakan satu satunya yang mayoritasnya memilih “kadang-kadang”, karena pada item X4 terdiri dari banyaknya fitur yang disediakan instagram, dari sekian banyak fitur yang disediakan instagram, siswa hanya berfokus pada fitur yang berguna untuk menunjang *self image* mereka.

Selanjutnya uji hipotesis pengaruh instagram yang dilakukan memperoleh nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($9.094 > 1.665$) H_0 ditolak sedangkan H_1 diterima, artinya instagram berpengaruh terhadap *self image* dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, dimana hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel penggunaan instagram terhadap *self image* siswa, artinya semakin tinggi penggunaan instagram maka semakin tinggi juga *self image*.

Dari hasil tabel *model summary* terdapat pengaruh antara penggunaan instagram terhadap *self image* siswa UPT SMA Negeri 3 Palopo, dimana nilai R pada tabel *model summary* sebesar 0.724.

Tabel 4.15 Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi⁵

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Berdasarkan tabel 4.12 di atas terdapat pengaruh yang kuat antara penggunaan instagram terhadap *self image* siswa UPT SMA Negeri 3 Palopo, dimana nilai koefisien sebesar 0.724.

Kemudian setelah dilakukan uji analisis menggunakan koefisien determinasi diperoleh hasil pada nilai R square (R^2) sebesar 52,4% dimana nilai tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh atau hubungan yang cukup signifikan antara penggunaan instagram terhadap *self image*. Besaran presentase tersebut sangat sesuai dengan konsep dari instagram yang sangat digemari oleh para remaja seperti siswa yang merasa senang dan puas saat menggunakan instagram. Media sosial Instagram tidak hanya sekedar digunakan sebagai sarana untuk berkomunikasi atau mencari informasi, namun hampir setiap orang memanfaatkannya sebagai sarana untuk eksistensi diri yang dapat menimbulkan suatu persepsi atau penilaian tentang *self image* seseorang.

Hasil penelitian ini sejalan berdasarkan teori tentang aspek-aspek *self image* yang dikemukakan oleh Khun yakni, deskripsi fisik, sosial, sifat pribadi

⁵Bisma Indrawan Sanny, Rina Kaniawati Dewi, “Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Periode 2013-2017”, Jurnal E-Bis, Vol. 4, No.1 (2020), Hal. 82

serta deskripsi eksistensi.⁶ Khun juga mengungkapkan bahwa *self image* merupakan suatu keadaan yang dimiliki oleh individu atau gambaran seseorang mengenai dirinya. Hal tersebut memiliki pengaruh dalam proses penyesuaian diri dengan penyesuaian sosial yang memberikan sebuah penilaian tentang individu tersebut. *Self image* juga dikatakan sebagai kesadaran bagaimana individu melihat dirinya serta pendapat tentang dirinya.⁷ Dimana teori ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.

Konsep instagram yang cepat, instan dan mudah untuk digunakan sangat identik dengan karakter para remaja zaman sekarang yang menyukai hal-hal berbau instan. Dengan beragam fitur modern yang lengkap setiap pengguna instagram bisa menggambarkan tentang *self image*-nya melalui suatu konten foto ataupun video yang diunggahnya di instagram. Besarnya pengaruh penggunaan instagram membuat seseorang memiliki perubahan dalam diri yang menimbulkan banyak persepsi serta penilaian orang lain terhadap dirinya. Eksistensi diri serta penilaian orang lain menjadikan penggunaan instagram menjadi sangat penting hingga intensitas penggunaannya pun menjadi sangat tinggi.

⁶Rohila Chindy Maghviri, “*Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Self Image di Lingkungan Pendidikan SMKN 2 Kota Batu*”, Skripsi Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim (Malang 2022) : 28

⁷Desi Ramadhani, “*Hubungan Self Image dengan Komunikasi Interpersonal pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-raniry Banda Aceh*”, Skripsi Psikologi UIN Ar-raniry (Aceh 2021) : 14

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan deskripsi hasil pembahasan penelitian yang telah dipaparkan dalam hasil dan pembahasan pada bab IV, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat penggunaan Instagram yang tinggi (SL dan SR), dimana memperoleh presentase X1 sebesar 88%, X2 sebesar 92%, sehingga dalam hal ini bisa diketahui bahwa sebagian besar siswa menghabiskan waktunya untuk mengakses Instagram setiap hari dan X3 sebesar 68% menunjukkan bahwa siswa menghabiskan waktu untuk mengakses Instagram dengan rata-rata waktu lebih dari 1 jam perhari. Kemudian instagram yang difungsikan sebagai sarana untuk menunjang *self image* dikarenakan dari semua fitur yang ada dalam instagram, mayoritas dari mereka memilih “sering” untuk fitur yang menunjang *self image*. Diperkuat dengan mayoritas siswa memilih “kadang-kadang” untuk item X4 yang dimana item pernyataan tersebut merupakan penggunaan fitur lain selain fitur yang menunjang *self image* dengan presentase sebesar 48% lebih besar dari yang memilih “selalu” presentase sebesar 5% dan “sering” sebesar 31%, yang mana jika ditotal menjadi 39% tetap tidak bisa melebihi mayoritas yang memilih “kadang-kadang” terhadap fitur yang digunakan selain fitur yang menunjang *self image* siswa.

2. Uji hipotesis pengaruh instagram yang dilakukan memperoleh nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($9.094 > 1.665$) dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, dimana hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel penggunaan instagram terhadap *self image* siswa, artinya semakin tinggi penggunaan instagram maka semakin mempengaruhi *self image*.

Nilai koefisien sebesar 0.724 dimana nilai tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara penggunaan Instagram terhadap *self image* siswa UPT SMA Negeri 3 Palopo. Kemudian uji analisis menggunakan koefisien determinasi diperoleh hasil pada nilai R square (R^2) sebesar 52,4% dimana nilai tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh atau hubungan yang cukup signifikan antara penggunaan Instagram terhadap *self image*. Sedangkan variabel yang tidak dibahas dalam penelitian ini mempengaruhi *self image* yaitu ($100\% - 52,4\% = 47,6\%$).

B. Saran

Dalam upaya untuk melanjutkan penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yang dapat memperdalam maupun memperluas temuan dari studi ini. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan atau mempertimbangkan variabel-variabel lain yang mungkin berhubungan dengan penelitian ini seperti *personal branding*, *self confidence*, atau faktor psikologis dan sosial lainnya yang mungkin mempengaruhi *self image*.

Kemudian memperluas atau menambahkan klasifikasi mengenai *self image* berdasarkan tingkat *self image* tertinggi ke terendah atau sebaliknya,

menambahkan jumlah sampel, mengubah subjek penelitian atau memilih lokasi penelitian yang berbeda, misalnya pada mahasiswa, karyawan instansi, maupun pelaku UMKM, mengembangkan atau mampu memberikan inovasi atau ide-ide baru, serta memperbanyak referensi dan menggunakan teori yang belum ada di dalam penelitian ini yang berkaitan dengan penggunaan instagram dan *self image*. Dengan demikian penelitian selanjutnya dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai topik ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharmi, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi 1 (Jakarta:Rineka Cipta,1998)
- Azwar, Syarifuddin, Realibilitas dan Validitas. Edisi 4, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012
- <http://repository.unpas.ac.id/12619/>, 22 November 2022.
- Innes, Irene Rarasingtyas, “Pengaruh Motif Penggunaan Media Instagram Terhadap Citra Diri Pada Direktorat Human Capital Management PT Telkomsel Lokasi Kerja Kantor Pusat”, Skripsi Ilmu Komunikasi (Jakarta: jurnal.stiks-tarakanita.ac.id, 2019).
- Innes, Rarasingtyas & Maturbongs Yoseph, “Pengaruh Motif Penggunaan Media Instagram Terhadap Citra Diri di PT. XYZ” Jurnal Komunikasi Bisnis Volume 5, Nomor 1(2019).
- Instagram Users, Stats, Data and Trends,11 May 2023, <https://datareportal.com/essential-instagram-stats>, 20 Agustus 2023.
- Keke, Mahardika. “Pengaruh Instagram terhadap Kehidupan Remaja”. Artikel Jurnal, 2015, <https://www.academia.edu>, 22 November 2022.
- Maghvirani, Rohila Chindy, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Self Image di Lingkungan Pendidikan SMKN 2 Kota Batu”, Skripsi Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang.
- Matondang, Zulkifli, “Validitas dan Reliabilitas Suatu Instrumen Peneliti”. Jurnal Tabularasa PPS UNIMED. Vol. 6, No. 1, Juni 2009.
- Nugeraha, Arya, Abdullah Karim, Nurliah, “Analisis Fungsi Instagram Sebagai Media Penyebar Informasi Kriminal di Kota Samarinda”, eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 1, No. 1, 2020.
- Oktaresiyanti, Selvi, “Pengaruh Feed Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau” Riau: UIN SUSKA Riau, 2019.
- Oktaresiyanti, Selvi, “Pengaruh Feed Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau”, Skripsi Ilmu Komunikasi (Riau : repository.uin-suska.ac.id, 2020).
- Oktaresiyanti, Selvi, “Pengaruh Feed Pada Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau”, Skripsi Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim (Riau 2019).

- Purnamasari, Ayu, Veby Agustin, “Hubungan Citra Diri Dengan Perilaku Narsisme Pada Remaja Putri Pengguna Instagram di Kota Prabumulih”, *Jurnal Psibemetika*, Vol. 11, No. 2, Oktober 2018.
- Puspitarini, Dinda Sekar, Reni Nuraeni, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)”, *Jurnal Common*, Volume 3, Nomor 1, 2019.
- Ramadhani, Desi, “Hubungan Self Image dengan Komunikasi Interpersonal pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-raniry Banda Aceh”, *Skrripsi Psikologi UIN Ar-raniry (Aceh 2021)*
- Rarasingtyas, Innes Irene, “Pengaruh Motif Penggunaan Instagram Terhadap Citra Diri Pada Direktorat Human Capital Management PT Telkomsel Lokasi Kerja Kantor Pusat” Jakarta: STIKS Tarakanita Jakarta, 2017.
- Rejeki, Sri, Euis Komalawati, Poppy Indriyanti, “Penggunaan Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa”, *Jurnal Lugas*, Vol. 4, No. 2, Desember 2020.
- Rejeki, Sri, Euis Komalawati, Poppy Indriyanti, “Penggunaan Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa”, *Jurnal Lugas*, Vol. 4, No. 2, Desember 2020.
- Rizaty, Monavia Ayu, Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia, 3 Agustus 2022, <https://dataindonesia.id>, 22 November 2022.
- Rurahmad, Winarno, “Pengantar Pendidikan Ilmiah Dasar, Metode, Teknik “ edisi 3. Bandung: Transito, 1990
- S., Mangkuprawira, & Hubeis, A. V., *Manajemen Mutu Sumber Daya Manusia*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2007.
- Sanny, Bisma Indrawan, Rina Kaniawati Dewi, “Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Periode 2013-2017”, *Jurnal E-Bis*, Vol. 4, No.1 (2020).
- Santoso, Purbaya Budi dan Ashari, *Analisis Statistika Dengan Microsoft Excel dan SPSS*, Edisi 1 (Yogyakarta: CV Andi, 2007).
- Selviana, Sari Yulinar, “Pengaruh Self Image dan Penerimaan Sosial terhadap Kepercayaan Diri Remaja yang Mengunggah Foto Selfie di Media Sosial Instagram”, *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA*, Vol. 6, No. 1, Maret 2022.
- Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro, “Dasar-dasar Public Relations”, Bandung: Remaja Rosdakarya, (2007).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 64.

- Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, Edisi 10, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sugiyono. “Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sugiyono. “Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D” Bandung: Alfabeta, 2010.
- Supranto, J., Statistik Teori dan Aplikasi Edisi 7, (Jakarta:Erlangga,2009.), h.176.
- Suryabrata, Sumadi. “Metodologi Penelitian” Jakarta: Rajawali Pers, 1983
- Z., Qashmal, & Ahmadi D., “Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Citra Diri”, repository.unisba.ac.id, 2015.

L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran 1

ANGKET PENELITIAN

Angket ini dibuat bukan untuk menguji Anda, melainkan dibuat sebagai bahan untuk kebutuhan dalam penelitian. Oleh karena itu, diharap untuk mengisi tentang bagaimana gambaran diri Anda mengenai apa yang terjadi pada kehidupan sehari-hari Anda, serta bacalah dengan cermat dan pilihlah jawaban yang sesuai dengan apa yang Anda alami.

A. Identitas Responden :

1. Nama :
2. *Username* Instagram :
3. No. Responden : (diisi oleh peneliti)
4. Tanggal Pengisian Angket :

B. Petunjuk Pengisian

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan diri Anda dan isilah dengan lengkap, berilah tanda (✓) pada salah satu pilihan yang sesuai dengan diri Anda pada kolom yang telah disediakan dalam tabel. Dalam pemilihan jawaban tidak ada yang benar maupun yang salah.

Keterangan untuk skala Penggunaan Instagram :

- SL** : Bila **SELALU** (Skor 4)
- SR** : Bila **SERING** (Skor 3)
- KD** : Bila **KADANG-KADANG** (Skor 2)
- TP** : Bila **TIDAK PERNAH** (Skor 1)

SKALA PENGGUNAAN INSTAGRAM

NO.	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN			
		SL	SR	KD	TP
1	Saya mengakses instagram lebih dari 3 kali dalam sehari				
2	Saya mengakses dan bermain instagram tiap hari				
3	Saya menghabiskan waktu untuk mengakses dan bermain instagram dengan rata-rata waktu lebih dari 1 jam				
4	Saya menggunakan banyak fitur yang telah disediakan Instagram				
5	Saya harus menggunakan filter instagram untuk memperindah atau mempercantik hasil foto atau video yang akan saya unggah				
6	Fitur <i>hashtag</i> saya gunakan agar dapat menjangkau lebih banyak pengguna lain untuk melihat konten saya				
7	Saya menuliskan caption yang menarik pada konten foto atau video yang akan saya unggah				
8	Saya menggunakan fitur <i>live</i> untuk berinteraksi dengan <i>followers</i> di Instagram				

Keterangan untuk skala *self image* :

S : Bila **SANGAT SESUAI** (Skor 4)

S : Bila **SESUAI** (Skor 3)

TS : Bila **TIDAK SESUAI** (Skor 2)

STS : Bila **SANGAT TIDAK SESUAI** (Skor 1)

SKALA *SELF IMAGE*

NO.	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1	Saya memiliki penampilan yang menarik untuk diposting di instagram				
2	Saya sering membandingkan penampilan fisik saya dengan orang lain yang saya lihat di instagram				
3	Saya percaya diri untuk memposting wajah saya di instagram				
4	Saya merasa iri dengan kehidupan yang ditampilkan orang lain di instagram				
5	Saya selalu berpose menarik untuk diposting di instagram				
6	Saya berpenampilan menarik di instagram agar pengguna lain tertarik untuk mengikuti instagram saya				
7	Filter instagram membuat saya lebih percaya diri ketika menampilkan diri saya di instagram				
8	Saya memiliki banyak teman di instagram				
9	Saya merasa bahwa popularitas di instagram mempengaruhi citra diri saya				
10	Saya merasa sangat percaya diri ketika mendapatkan like di instagram				
11	Saya menyukai komentar positif tentang diri saya di instagram				
12	Saya berusaha membentuk citra positif diri saya di instagram				
13	Saya ingin dinilai positif oleh followers saya				

14	Saya sangat percaya diri untuk menonjolkan karakter saya di instagram				
15	Saya merasa bangga ada yang tahu instagram saya				
16	Sangat penting bagi saya untuk menampilkan pencapaian saya di instagram				
17	Saya merasa percaya diri ketika menunjukkan diri saya di instagram				

Lampiran 2

Tabulasi Penggunaan Instagram Siswa

No. Responden	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Jumlah
1	3	4	2	2	1	3	2	3	20
2	4	4	3	3	3	3	4	4	28
3	4	4	3	2	2	3	3	4	25
4	4	4	3	3	3	3	4	4	28
5	2	4	3	1	2	3	3	4	22
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	4	4	3	3	4	4	2	1	25
8	4	1	4	3	3	3	4	1	23
9	3	3	3	2	2	2	3	3	21
10	4	4	3	3	3	3	4	4	28
11	4	4	3	3	4	4	4	4	30
12	4	4	4	2	2	3	2	3	24
13	4	3	3	1	1	3	3	1	19
14	4	4	2	3	3	2	3	4	25
15	3	3	3	3	2	3	3	4	24
16	4	3	3	3	2	2	3	2	22
17	3	3	3	2	2	3	2	3	21
18	4	3	4	4	4	3	4	4	45
19	4	4	4	3	3	3	3	3	27
20	4	4	4	3	3	2	3	3	26
21	4	3	3	2	2	2	2	3	21
22	4	4	3	2	2	2	3	3	23
23	4	3	3	3	3	3	3	3	25
24	4	4	3	2	3	2	2	3	23
25	4	3	2	2	3	3	3	3	23
26	4	4	3	2	4	2	3	2	24
27	4	4	4	3	4	3	2	4	28
28	3	3	2	3	3	2	2	2	20
29	4	4	3	3	3	3	4	4	28
30	2	3	2	2	2	3	3	3	20
31	4	4	3	3	3	2	3	3	25
32	4	4	2	2	2	2	3	3	22
33	3	4	2	3	4	3	3	3	25
34	4	4	4	2	3	3	2	3	25
35	4	4	2	3	4	2	3	3	25
36	3	4	4	2	2	1	2	3	21
37	2	4	3	2	4	3	2	2	22
38	4	3	3	2	4	3	4	4	27
39	4	4	4	2	3	3	3	3	26

40	4	4	4	4	4	3	4	4	31
41	4	4	3	2	2	2	4	3	24
42	4	4	4	3	2	3	4	4	28
43	3	3	3	3	2	2	2	3	21
44	4	3	2	2	2	3	2	3	21
45	4	4	4	4	4	3	3	4	30
46	4	4	3	1	2	2	1	3	20
47	4	4	3	1	3	3	3	1	22
48	4	3	3	2	4	3	3	3	25
49	4	4	2	2	3	2	2	3	22
50	4	4	4	3	4	3	3	4	29
51	3	3	3	2	3	2	2	3	21
52	4	4	4	2	3	2	4	2	25
53	4	3	2	2	3	2	2	3	21
54	4	4	4	3	3	2	3	4	27
55	4	4	2	3	3	3	2	4	25
56	2	3	3	1	3	3	2	3	20
57	3	3	4	3	3	3	3	3	25
58	4	4	3	3	3	3	4	4	28
59	3	3	3	2	3	2	3	3	22
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32
61	4	4	3	2	3	2	2	3	23
62	3	3	2	2	3	2	3	4	22
63	4	4	3	3	3	2	2	4	25
64	4	4	4	3	4	2	3	3	27
65	3	3	2	2	4	3	3	3	23
66	3	3	2	2	2	3	3	3	21
67	3	3	3	3	3	3	3	3	24
68	4	4	2	2	3	3	3	2	23
69	4	4	2	2	4	2	2	2	22
70	4	4	3	3	4	2	2	4	26
71	4	4	3	2	2	3	3	3	24
72	4	3	4	3	3	3	3	4	27
73	4	4	3	2	4	4	3	4	28
74	2	4	3	2	3	2	2	3	21
75	4	4	3	3	3	3	3	3	26
76	4	4	3	3	3	3	3	3	26
77	4	3	4	3	3	4	3	4	28

Tabulasi *Self Image* Siswa

No. Respon den	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 1 0	Y 1 1	Y 1 2	Y 1 3	Y 1 4	Y 1 5	Y 1 6	Y 1 7	Ju ml ah
1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	53
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
3	4	2	4	2	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	56
4	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
7	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	1	1	4	4	3	3	3	53
8	4	2	2	2	3	3	2	4	2	2	2	2	4	2	4	4	4	48
9	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	2	4	3	4	3	4	3	59
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
11	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	62
12	3	1	3	2	3	2	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3	3	50
13	3	1	2	2	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
14	3	1	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	57
15	3	1	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	45
16	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	48
17	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	40
18	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	56
19	3	2	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
20	2	4	2	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	2	2	2	2	47
21	3	2	2	1	2	2	3	3	2	3	4	4	4	2	3	1	2	43
22	4	4	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	4	3	4	3	3	56
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
24	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	41
25	2	2	4	2	2	3	4	4	4	4	2	4	3	2	2	4	4	52
26	2	3	2	3	3	2	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	2	44
27	1	3	4	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	55
28	2	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	1	3	2	2	47
29	3	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	56
30	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	41
31	3	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	56
32	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	51
33	4	3	2	3	3	3	4	4	2	4	4	3	4	3	2	2	3	53
34	2	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	2	4	2	4	54
35	3	3	2	2	3	2	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	53
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
37	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	56
38	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	60
39	4	3	4	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	58

Lampiran 3

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Lampiran 4

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 5



PEMERINTAH KOTA PALOPO DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. K. H. M. Hasyim, No. 5, Kota Palopo, Kode Pos: 91921
Telp/Fax : (0471) 326048, Email : dpmptsp@palopokota.go.id, Website : http://dpmptsp.palopokota.go.id

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

NOMOR : 500.16.7.2/2024.0615/IP/DPMPTSP

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 2008 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 31 Tahun 2023 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Diberikan Wali Kota Palopo Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : **FAHMI MIFTAHUL HUDA**
Jenis Kelamin : **L**
Alamat : **BTN. Nyiur Permai Blok B 2.9/15**
Pekerjaan : **Pelajar/Mahasiswa**
NIM : **1701040012**

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

PENGARUH INSTAGRAM TERHADAP SELF IMAGE SISWA UPT SMAN 3 PALOPO

Lokasi Penelitian : **SMA Negeri 3 Palopo**
Lamanya Penelitian : **25 Juli 2024 s.d. 25 Oktober 2024**

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor kepada Wali Kota Palopo cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 25 Juli 2024



Ditandatangani secara elektronik oleh :
Kepala DPMPTSP Kota Palopo
SYAMSURIADI NUR, S.STP
Pangkat : Pembina IV/a
NIP : 19850211 200312 1 002

Tembusan, Kepada Yth.:

1. Wali Kota Palopo;
2. Dandim 1403 SWG;
3. Kapolres Palopo;
4. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel;
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo;
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo;
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian.

Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)



Lampiran 6



RIWAYAT HIDUP



Fahmi Miftahul Huda, lahir di Dusun Tobemba, Desa Babang, Kecamatan Larompong Selatan, Kabupaten Luwu, pada tanggal 7 Juli 1999. Penulis merupakan anak kedua dari pasangan Bapak Dody Sugeng Raharjo dan Ibu Nurhayati. Saat ini penulis bertempat tinggal di BTN. Nyiur

Permai Blok B2.9 No.15 Kota Palopo, Sulawesi Selatan. Mulai menempuh pendidikan di SDN 81 Langkanae Kota Palopo yang sekarang dikenal dengan nama SDN 12 Langkanae pada tahun 2005 hingga 2011. Kemudian di tahun yang sama melanjutkan pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri Palopo hingga tahun 2014. Pada tahun 2014 kemudian melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 3 Palopo hingga tahun 2017. Penulis melanjutkan pendidikan S1 di Institut Agama Islam Negeri Palopo dengan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Penulis juga tergaung pada komunitas sinematografi *Sering-Sharing* sebagai salah satu bagian penting dari komunitas tersebut. Penulis juga selama perjalanan hidupnya telah banyak memperoleh pengalaman dalam dunia sinematografi dan fotografi.