

ABSTRAK

Nama/NIM : Nita Andriyani/2014-52-007
Judul : Konsep Diri dan Motif Penggunaan Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
Pembimbing Materi : Dr. Halomoan Harahap, M.Si
Jumlah Halaman : 114 halaman
Kata Kunci : Konsep Diri, Motif Penggunaan, Instagram
Daftar Pustaka : 36 Buku/4 Sumber Lain

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Konsep Diri dan Motif Penggunaan Instagram pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi. Metode Penelitian menggunakan survei dengan tujuan penelitian deskriptif. Populasi dalam penelitian ini 1165 responden kemudian menggunakan teknik acak *stratified (stratified sampling)* proposional menjadi 58 responden yang dijadikan sampel. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan konsep diri paling dominan adalah konsep diri sosial yaitu sebanyak 35 atau 60,3% responden. Kemudian untuk motif penggunaan instagram motif terbanyak adalah motif hiburan sebanyak 53 responden atau 91,3%. Penulis berharap sekiranya dengan adanya penelitian ini dapat menjadikan individu untuk lebih baik berpersepsi terhadap diri sendiri, kemudian dapat memanfaatkan instagram untuk hal yang lebih positif.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat, rahmat serta anugerah yang telah diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana strata satu di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul.

Proses penyusunan skripsi ini tidak bisa dikatakan mudah, oleh karena itu penulis sangat ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada beberapa pihak yang telah banyak membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Selain itu penulis juga ingin bersyukur dan berterima kasih atas bantuan serta dukungan yang diberikan karena berkat mereka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Ucapan Terima kasih yang tiada habis-habisnya ini penulis ingin memberikannya kepada :

1. Keluarga tercinta terutama **Mamah** dan **Bapak** yang selalu memberikan cinta yang luar biasa dan memberikan doa, semangat, moril dan material tiada henti dari mulai mengerjakan skripsi ini hingga selesai, serta kakak-kakak tersayang yang telah banyak sekali memberikan dukungan moril bagi penulis disaat penulis menemukan kesulitan. *Love you all...*
2. Bapak **Dr. Halomoan Harahap, M.Si** selaku, Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul serta selaku Dosen pembimbing dalam penulisan skripsi atas segala bantuan, bimbingan, ilmu, dukungan dan kasih sayangnya.
3. Ibu **Euis Heryati, MM, M.Ikom** selaku Ketua Jurusan Bidang Konsentrasi Hubungan Masyarakat Universitas Esa Unggul.
4. Segenap dosen-dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, di Universitas Esa Unggul, yang telah berbagi ilmunya.
5. Semua Teman-teman serta Sahabat penulis Monic, Listi dan Novi yang selalu saling memberi semangat.

6. Teman curhat Dicky dan Ickey yang selalu sabar mendengarkan keluh kesah penulis, beserta Agus yang selalu membantu penulis dan yang lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
7. Teman-Teman Kost: Ika, Aty, kak Utik, Kak Viany, kak Pika, Melan yang selalu memberi keceriaan setiap harinya (keluarga kedua). *Thanks guys...*

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan serta dukungannya, semoga mendapatkan balasan dari Allah SWT dan dapat memberikan manfaat yang cukup berharga, baik bagi penulis sendiri maupun bagi pembacanya.

Jakarta, 06 Januari 2018

Penulis,

N. Nita Andriyani

DAFTAR ISI

Lembar Tanda Persetujuan Sidang	
Lembar Tanda Pengesahan Sidang	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Komunikasi	10
2.2 Psikologi Komunikasi	11
2.3 Konsep Diri	14
2.3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsep Diri	16
2.3.2 Pengaruh Konsep Diri Pada Komunikasi Interpersonal	19

2.4 Media sosial	29
2.4.1 Karakteristik Media Sosial	22
2.4.2 Fungsi Media Sosial	22
2.5 Instagram	23
2.4.3 Fitur Instagram	26
2.6 Motif Penggunaan Media	29
2.7 Kerangka Pemikiran.....	33
2.8 Definisi Operasional	34
2.8.1 Operasional Variabel Konsep Diri	35
2.8.2 Operasional Variabel Motif Penggunaan Media	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Desain Penelitian	37
3.2 Sumber Data.....	39
3.2.1 Populasi	39
3.2.2 Sampel	40
3.3 Bahan Penelitian dan Unit Analisis	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data	42
3.5 Validasi dan Realibilitas Alat Ukur	43
3.5.1 Validitas	43
3.5.2 Uji Realibilitas	49
3.6 Teknik Analisis Data	55

BAB IV Hasil Penelitian	57
4.1 Subjek Penelitian	57
4.1.1 Sejarah Universitas Mercu Buana	57
4.1.2 Visi dan Misi Universitas Mercu Buana	62
4.1.3 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana	63
4.2 Hasil Penelitian	65
4.2.1. Profil Responden	65
4.3 Variabel Konsep Diri	67
4.3.1 Konsep Diri Fisik	67
4.3.2 Konsep Diri Psikologi	73
4.3.3 Konsep Diri Sosial	77
4.4 Variabel Motif Penggunaan Instagram	83
4.4.1 Motif Informasi	84
4.4.2 Motif Hiburan	88
4.4.3 Personal Identity	92
4.4.4 Interaksi dan Integrasi Sosial	96
4.3 Pembahasan.....	104
BAB V PENUTUP	108
5.1 Kesimpulan	108
5.2 Saran	110

DAFTAR PUSTAKA111

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Lampiran-Lampiran

ggul

Universitas
Esa Unggul

Universita
Esa U

ggul

Universitas
Esa Unggul

Universita
Esa U

ggul

Universitas
Esa Unggul

Universita
Esa U

DAFTAR TABEL

Tabel 2.8.1 Overasional variable konsep diri	35
Tabel 2.8.2 Overasional variable motif penggunaan instagram.....	36
Tabel 3.1 Hasil uji validitas variable X	48
Tabel 3.2 Hasil uji validitas variable Y.....	49
Tabel 3.3 Tabel induk variable X	51
Tabel 3.4 Tabel induk variable Y	52
Tabel 3.5 Tingkat Realibilitas.....	53
Tabel 3.6 Hasil Realibilitas variable X.....	53
Tabel 3.7 Hasil Realibilitas Variabel Y	54
Tabel 4.2.1 Jurusan responden.....	67
Tabel 4.2.2 Usia responden.....	68
Tabel 4.3.1 Responden merasa memiliki tubuh yang indah	69
Tabel 4.3.2 responden senang tampak rapih setiap hari	70
Tabel 4.3.3 Responden merasa seorang yang menarik	71
Tabel 4.3.4 Responden tidak menjaga kebersihan tubuhnya.....	72
Tabel 4.3.5 Responden merasa seorang yang menarik	73
Tabel 4.3.6 Responden tidak peduli akan kerapihan dirinya	72
Tabel 4.3.7 Konsep diri fisik.....	72
Tabel 4.3.8 Responden yang merasa bahagia dalam hidup	73

Tabel 4.3.9 Responden merasa tidak mampu mengambil keputusan sendiri	74
Tabel 4.3.10 Responden merasa kesepian	75
Tabel 4.3.11 Responden merasa puas dengan keadaan diri apa adanya	76
Tabel 4.3.12 Konsep diri psikologi.....	77
Tabel 4.3.13 Responden merasa canggung.....	77
Tabel 4.3.14 Responden merasa takut mengeluarkan pendapat	78
Tabel 4.3.15 Responden merasa mampu menahan amarahnya di depan umum....	79
Tabel 4.3.16 Responden tidak suka milih-milih teman dalam bergaul.....	80
Tabel 4.3.17 Responden mudah mendapatkan teman dalam bergaul	81
Tabel 4.3.18 konsep diri sosial	82
Tabel 4.3.19 Konsep diri.....	82
Tabel 4.4.1 Frekuensi menggunakan instagram.....	83
Tabel 4.4.2 Responden mencari informasi kuliner terbaru	84
Tabel 4.4.3 Responden mencari tren fashion terbaru.....	86
Tabel 4.4.4 Responden kualitas produk	87
Tabel 4.4.5 Motif informasi	87
Tabel 4.4.6 Responden ingin melihat foto/video lucu	88
Tabel 4.4.7 Responden ingin mencurahkan perasaannya	88
Tabel 4.4.8 Responden ingin menjelajahi time line.....	89
Tabel 4.4.9 Motif hiburan	90
Tabel 4.4.10 Responden menyalurkan semua kegiatan di instagram	91

Tabel 4.4.11 Responden ingin menampilkan kemampuan memotret.....	92
Tabel 4.4.12 Responden ingin memperlihatkan foto sendiri	93
Tabel 4.4.13 Motif Personal identity	94
Tabel 4.4.14 Instagram memberikan pengetahuan tentang fashion.....	95
Tabel 4.4.15 Responden hendak mencari teman-teman lama.....	95
Tabel 4.4.16 Responden hendak mencari teman-teman baru	96
Tabel 4.4.17 Responden ingin mempererat hubungan.....	97
Tabel 4.4.18 Responden hendak mencari teman-teman lama.....	98
Tabel 4.4.19 Responden hendak mencari teman-teman baru	99
Tabel 4.4.20 Responden melakukan interaksi sosial	100
Tabel 4.4.21 Responden ingin mempererat hubungan	101
Tabel 4.4.22 Motif Interaksi dan Integrasi	102
Tabel 4.4.23 Motif penggunaan Instagram	103