

Media Sosial Instagram Sebagai Pembentukan Self image Pada Remaja

Vina Elfariani¹, Devy Putri Kussanti², Dhefine Armelsa³, Jaka Atmaja⁴, Faqihar Risyan⁵

^{1,2,3,4,5} Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta

INFORMASI ARTIKEL

Histori Artikel

Dikirimkan:

6 Juli 2024

Direvisi:

16 Juli 2024

Diterima:

18 Juli 2024

Diterbitkan:

31 Maret 2024

Abstrak - Penggunaan Instagram telah menjadi perhatian utama dalam masyarakat saat ini, khususnya remaja yang berada pada tingkat mahasiswa. Dimana mahasiswa memiliki akses luas dan terbuka dalam penggunaan media sosial. Pada umumnya penggunaan media sosial bagi remaja hanya sebatas terkait hiburan dan mencari relasi/memperluas jaringan komunikasi. Namun kini penggunaan media sosial khususnya Instagram ada kaitannya dengan citra diri remaja. Keterkaitan media sosial Instagram dengan citra diri remaja meningkat dengan adanya kemajuan media sosial yang memungkinkan interaksi antarindividu serta pemantauan aktivitas publik. Dalam konteks ini, Instagram dapat dianggap sebagai platform yang memainkan peran penting dalam membentuk citra diri remaja. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memberikan gambaran mengenai media sosial Instagram yang digunakan oleh mahasiswa sebagai pembentuk self image di Tingkat remaja. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah fenomenologi dengan analisa data deskriptif kualitatif. Sehingga didapatkan Penggunaan media sosial Instagram sebagai alat komunikasi dan ekspresi bagi generasi muda sangat terkait dengan gambar-gambar yang diposting oleh pemilik akun dan pengguna aktifnya. Bagaimana citra diri tercermin dalam penampilan bisa memiliki dampak positif atau negatif.

Kata Kunci

Media Sosial
Instagram
Self image
Remaja

Abstract *The use of Instagram has become a major concern in today's society, especially for teenagers at the student level. Where students have wide and open access to the use of social media. In general, teenagers' use of social media is limited to entertainment and seeking relationships/expanding communication networks. However, now the use of social media, especially Instagram, is related to teenagers' self-image. The link between Instagram social media and teenagers' self-image is increasing with the advancement of social media which allows interaction between individuals and monitoring of public activities. In this context, Instagram can be considered as a platform that plays an important role in shaping teenagers' self-image. This research aims to provide an overview of the social media Instagram used by students to form self-image at the adolescent level. The method used in this research is phenomenology with qualitative descriptive data analysis. So it is found that the use of Instagram social media as a means of communication and expression for the younger generation is closely related to the images posted by account owners and active users. How self-image is reflected in appearance can have a positive or negative impact.*

Corresponding Author:

Devy Putri Kussanti, Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta.

Email: devy.dpk@bsi.ac.id



PENDAHULUAN

Tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan media sosial sangat berpengaruh dalam kehidupan sosial di masyarakat. Perubahan dalam hubungan sosial dan semua perubahan dalam masyarakat, termasuk nilai, sikap dan pola perilaku kelompok sosial. Perubahan sosial yang positif, seperti mempermudah mendapatkan informasi, membawa manfaat sosial dan ekonomi. Sementara itu, perubahan sosial biasanya bersifat negatif, seperti munculnya kelompok-kelompok sosial atas nama agama, suku dan pola perilaku tertentu yang terkadang menyimpang dari norma yang ada.

Media sosial adalah alat yang memungkinkan adanya kolaborasi antara pengguna yang menghasilkan konten. Media sosial juga merupakan platform media yang berfokus pada pemberdayaan pengguna dan memfasilitasi aktivitas. Oleh sebab itu, media sosial dapat dilihat sebagai instrumen sarana layanan online yang mempererat hubungan antara pengguna dan ikatan sosial penggunanya. Salah satu media sosial yang paling populer adalah Instagram. Instagram pertama kali diluncurkan pada 6 Oktober 2010 di Amerika Serikat (Stephanie, 2020). Kemudian, pada awal tahun 2011, Instagram mulai dikenal di Indonesia sebagai platform media sosial yang digunakan oleh individu untuk berinteraksi, berbagi foto, berita, dan video dengan kemampuan menerapkan filter digital, serta membagikannya kepada pengguna lainnya (Stephanie, 2020).

Menurut Adi dan Hidayat (Hidayah, 2018), pengguna Instagram memiliki kurang lebih 45 juta pengguna aktif dan dianggap menciptakan konten kreator terbesar di dunia. Karena basis penggunaanya yang masif, Indonesia menjadi komunitas Instagram terbesar di Asia Pasifik. Saat menggunakan Instagram, gambar atau video yang diunggah memiliki beragam tujuan atau motif yang berbeda ketika pengguna mengunggah foto, video atau disebut juga selfie. Terkadang seseorang menggunakannya hanya mengunggah foto untuk menunjukkan siapa mereka, apa yang mereka lakukan, sehingga pengguna Instagram lainnya, mengenal mereka, dan mengikutinya di Instagram.

"Instagram adalah rumah selfie". Bahkan saat ini hampir semua orang mengisi waktu luangnya dengan membuka aplikasi Instagram, banyak sekali tampilan terbaru Instagram dengan banyak efek atau filter untuk mengambil gambar. Selfie adalah singkatan dari Self Photography, yang merujuk pada foto yang diambil oleh seseorang sendiri, mulai dari wajah hingga seluruh tubuh, biasanya menggunakan ponsel. Setelah itu, foto tersebut sering dibagikan melalui media sosial (Brilian, 2015). Dengan kemajuan teknologi, mengambil foto selfie kini menjadi lebih mudah, dan ponsel saat ini mampu menghasilkan gambar selfie dengan kualitas yang baik.

Selfie di kalangan remaja dilakukan dalam berbagai kesempatan dan untuk berbagai tujuan. Secara tidak langsung, perilaku selfie mencerminkan seberapa besar krisis kepercayaan diri yang dialami remaja, persaingan untuk menjalani gaya hidup mewah, serta keengganan untuk menghadapi realitas. Dalam konteks ini, remaja cenderung mengikuti tren yang sedang populer di dunia maya dan di antara teman-teman sebayanya.

Menurut (Ghufron, M. N., & Risnawita, S. R., 2020) kepercayaan diri adalah salah satu elemen penting dalam kepribadian seseorang. Tanpa kepercayaan diri, individu dapat menghadapi berbagai masalah. Kepercayaan diri merupakan atribut yang sangat berharga bagi remaja dalam kehidupan sosial. Dengan adanya kepercayaan diri, remaja dapat mengaktualisasikan potensi diri dan berinteraksi dengan lingkungan di sekitarnya. Kepercayaan diri juga sangat diperlukan oleh remaja, baik secara individu maupun dalam kelompok.

Pada jaman teknologi canggih saat ini mahasiswa sudah profesional dalam menggunakan media sosial termasuk Instagram, mereka mengerti bagaimana cara menggunakannya, apa yang positif dan apa yang negatif. Selain itu, banyak sekali mahasiswa yang lebih tertarik dengan pembuat konten karena lebih suka berfoto, mencari tempat estetik atau lebih suka berbicara di depan umum tentang suatu topik (Shania, 2021). Banyak pengguna Instagram sering menggunakan efek atau filter yang ada di aplikasi untuk meningkatkan citra diri, mengikuti tren, dan agar terlihat lebih modern. Karena media social instagram menyediakan gambaran terkini tentang fashion, selfie, dan gaya hidup, dimana hal ini menunjukkan bahwa citra diri individu di dunia nyata berkaitan dengan citra diri mereka di Instagram.

Masa remaja merupakan peralihan seseorang dari masa anak sampai dewasa masa remaja berlangsung dari usia 12 tahun, 21 tahun untuk Wanita dan 1-22 tahun untuk pria. Kelompok usia remaja ini

dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu 17-18 tahun adalah remaja awal, dan 21-22 tahun adalah remaja akhir. Menurut undang-undang, di Amerika Serikat, individu dianggap dewasa saat mereka melakukannya mencapai usia 18 tahun dan bukan usia yang ditentukan 21 tahun sampai sekarang. Pada usia ini, kebanyakan anak duduk di bangku sekolah menengah (Muhammad & Muhammad, 2012). Keterkaitan media sosial Instagram terhadap Self image pada remaja dengan adanya perkembangan media sosial yang dapat menghubungkan antara satu individu dengan individu lainnya serta dapat melihat segala aktivitas yang dilakukan oleh individu tersebut apabila kegiatan dipublikasikan, maka dapat dikatakan media sosial terlebih Instagram merupakan media Self image bagi remaja. Hal ini, dikarenakan remaja merupakan masa peralihan dari anak ke dewasa yang mana mereka butuh sebuah pengakuan, butuh media untuk mengekspresikan diri dan lainnya. Oleh karena itu, maka media sosial instagram identik sebagai salah satu media yang mawadahi Self image bagi para remaja. Menurut (Marhamah & Okatiranti, 2014) self image sering disebut sebagai cermin diri, cara individu melihat diri sendiri dan berpikir mengenai diri individu sekarang atau saat ini.

Remaja yang memiliki self image positif cenderung merasa bahwa penampilannya tidak memiliki kekurangan fisik. Mereka merasa cantik atau tampan, memiliki berat badan yang ideal, dan memandang etika moral diri dengan komitmen pada kejujuran. Selain itu, mereka bertanggung jawab atas kegagalan yang dialami, menunjukkan religiusitas, dan berusaha untuk perilakunya sesuai dengan norma-norma masyarakat. Self image yang positif ini juga berkontribusi pada munculnya kepercayaan diri yang kuat, yang memungkinkan remaja bertindak secara mandiri dalam menyelesaikan tugas tanpa perlu bantuan orang lain. Rasa percaya diri ini mendorong mereka untuk melakukan hal-hal positif, seperti menolong orang lain dan menghargai teman, keluarga, serta individu di sekitar mereka. Kepercayaan diri yang baik ini akan membuat remaja menjadi lebih optimis dalam menjalani hidup. Mereka akan menghadapi setiap masalah dengan ketenangan dan memiliki keyakinan bahwa mereka dapat mencapai keberhasilan dalam berbagai situasi yang dihadapi (Novia, 2019). Beberapa Mahasiswa menggunakan media sosial Instagram untuk mengekspresikan dirinya didepan publik dengan alasan ingin terlihat sempurna dengan yang mereka punya, misalkan penampilan, gaya hidup, karakteristik dan lainnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Dimana menurut (Moleong, L., J., 2019) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mempelajari fenomena pengalaman seperti perilaku, persepsi, motivasi, Tindakan secara keseluruhan dengan bantuan deskripsi verbal dari total aktivitas dan bahasa dalam konteks alami dengan menggunakan metode yang berbeda, tentunya penelitian kualitatif (Hendryadi et al., 2019) adalah sebuah proses penelitian naturalistik yang mencari pemahaman mendalam tentang fenomena sosial alam.

Dalam penelitian kualitatif, lebih ditekankan pada kualitas dan data dikumpulkan tidak melalui kuesioner tetapi melalui wawancara, observasi langsung dan dokumen resmi lainnya yang sesuai. Penelitian kualitatif juga lebih jelas dari segi prosesnya dibandingkan dengan hasil yang diperoleh. Hal ini karena hubungan antara bagian-bagian objek yang diperiksa menjadi lebih jelas saat diperiksa.

Sedangkan fenomenologi adalah metode penelitian dari pendekatan kualitatif yang digunakan oleh peneliti. Fenomenologi adalah studi di mana peneliti membangun dan menemukan esensi dari pengalaman para partisipan. Penelitian fenomenologi bertujuan untuk mendefinisikan makna dari pengalaman atau fenomena tertentu dalam kehidupan manusia. Data yang dikumpulkan dalam studi fenomenologi berasal dari orang-orang yang memiliki pengalaman tertentu yang serupa dan dari mereka dikembangkan menjadi sebuah deskripsi dasar tentang "apa" dan "bagaimana" mereka mengalaminya menurut Riemen dalam (Creswell & Poth, 2019).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis fenomenologis menurut Gurtel (Creswell, 2019), yang bertujuan untuk mengetahui makna dari pengalaman individu. Penelitian fenomenologi memiliki tiga dimensi utama yaitu wawancara secara detail dan jujur (Kriyantono & Sos, 2020).

1. Marilah kita mempelajari informasi atau hal-hal yang diketahui dari pengalaman.
2. Makna objek pengalaman, yaitu kapasitas dalam kehidupan manusia, sejauh mana seseorang menyerupai dirinya sendiri.
3. Ketika berbicara dengan informan, Bahasa harus diingat karena bahasa adalah alat untuk berbagi makna.

Menurut (Creswell & Poth, 2019), beberapa langkah atau prosedur dari pendekatan yang disusun oleh Moustakas dijelaskan dalam proses analisis dalam metode fenomenologi, yaitu:

1. Pastikan masalah yang dipecahkan memiliki pendekatan fenomenologis.
2. Identifikasi fenomena yang akan dipelajari dan kemudian jelaskan.
3. Membedakan dan mendefinisikan ide-ide fenomenologis yang sesuai.
4. Gunakan wawancara mendalam untuk mendapatkan informasi dari orang-orang yang memiliki pengalaman luas tergantung pada fenomena yang anda cari.
5. Jelaskan kualitas dan strukturnya.

Penggunaan metode fenomenologi dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengalaman dan pemaknaan dari media sosial Instagram sebagai bentuk citra diri pada remaja khususnya mahasiswa saat ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan Instagram telah menjadi isu penting bagi masyarakat saat ini, khususnya bagi para mahasiswa. Wawancara dengan mahasiswa menunjukkan bahwa Instagram dapat mempengaruhi pembuatan gambar dengan segala kemudahan yang kini ditawarkan Instagram banyak alasan mengapa mahasiswa tertarik menggunakan media sosial Instagram. Ada banyak alasan mengapa mahasiswa tertarik untuk menggunakannya. Media sosial Instagram sebagai sarana modifikasi citra diri, media Instagram ini dapat memenuhi kebutuhan pemiliknya. Beberapa mahasiswa mengaku menggunakan media sosial Instagram untuk berbagai informasi pribadi, terutama untuk bersosialisasi dan hiburan.

Penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi dan sarana bagi anak muda tentunya terkait dengan foto-foto pemilik akun Instagram dan pengguna aktifnya. Citra diri yang tercermin dalam penampilan bisa baik atau buruk. Pengertian citra berarti keyakinan, gagasan dan kesan yang dimiliki seseorang tentang objek tersebut. Sikap dan tindakan orang terhadap suatu objek sangat ditentukan oleh citra objek tersebut.

Remaja yang mengunggah foto selfie di Instagram biasanya berharap mendapatkan respons positif, seperti "love" dan komentar dari pengguna lainnya (Tiggemann et al., 2018). Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Dove, sebuah perusahaan di bidang barang konsumen melalui program "Self-Esteem Project," melibatkan sejumlah wanita pengguna media sosial di Amerika. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa 60% dari wanita yang diteliti merasa kehilangan kepercayaan diri dan merasa kecewa jika tidak menerima jumlah "love" yang diharapkan. Ini menunjukkan bahwa banyak wanita pengguna Instagram merasa bahwa tingkat kebahagiaan dan kepuasan hidup mereka sangat dipengaruhi oleh foto selfie yang mereka unggah.

Penerimaan sosial merujuk pada keberadaan individu yang diterima dengan baik oleh orang lain dalam konteks hubungan yang dekat dan akrab di dalam suatu kelompok sosial (Hurlock, 2018). Remaja, yang cenderung menghabiskan lebih banyak waktu di luar rumah bersama teman-temannya, sangat dipengaruhi oleh lingkungan pertemanan mereka. Oleh karena itu, pengaruh teman sebaya terhadap sikap, pembicaraan, minat, penampilan, dan perilaku remaja sering kali jauh lebih besar dibandingkan dengan pengaruh dari keluarga. Penerimaan sosial memiliki peranan yang sangat penting bagi remaja. Dengan mendapatkan penerimaan dari kelompok teman sebaya, lawan jenis, atau sesama jenis, remaja dapat merasakan rasa dibutuhkan dan merasa berharga. Sebaliknya, tanpa adanya penerimaan dari kelompok tersebut, remaja dapat mengalami berbagai gangguan dalam perkembangan psikis dan sosial mereka. Hal ini sejalan dengan pandangan Sinthia (2011) yang menekankan pentingnya penerimaan sosial dalam kehidupan remaja. Untuk mencapai kebahagiaan, individu membutuhkan afeksi, keberhasilan, dan penerimaan sosial. Secara sederhana, penerimaan sosial dapat diartikan sebagai perhatian positif yang diberikan oleh orang lain kepada individu.

Dengan menggunakan media sosial Instagram, menurut informan yang bernama Fikry Maulana usia 21 tahun jurusan Teknologi Informatika angkatan 2019, Indriyani Mahdalena usia 22 tahun jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2019, Nabila Aulia usia 21 tahun jurusan Administrasi Perkantoran angkatan 2019, Elin Eliza usia 21 tahun jurusan Pendidikan Ekonomi angkatan 2019, dan Sultan Ivan H usia 22 tahun jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2019. Ada beberapa latar belakang yang mendorong mereka untuk menggunakan

Instagram sesuai kebutuhan informasi, integrasi pribadi, integrasi sosial, citra diri dan hiburan sebagai melepas penat.

Tabel 1. Data Informan Penelitian

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Kampus	Nama Instagram
1	Fikry Maulana	Laki-laki	21 Tahun	Universitas Negeri Jakarta (UNJ)	@fkryazzhar
2	Indriyani Mahdalena	Perempuan	21 Tahun	Universitas Nasional	@indmdhl
3	Nabila Aulia N	Perempuan	21 Tahun	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia	@naabilauliaaa
4	Elin Eliza	Perempuan	22 Tahun	Universitas Negeri Jakarta (UNJ)	@raihana.frlyn
5	Sultan Ivan H	Laki-laki	22 Tahun	Universitas Y.A.I (Persada Indonesia Y.A.I)	@sultanivanh

Sumber: Peneliti

Di antara lima mahasiswa diatas yang paling menjadi diri sendiri adalah Fikry Maulana dan Elin Eliza karena menurut Fikry ia tidak terinspirasi oleh siapapun, tetap menjadi diri sendiri dengan prinsip yang ia punya sedangkan Elin Elliza selalu berpenampilan seperti apa yang diinginkannya, sesuai dengan selera dirinya sendiri.

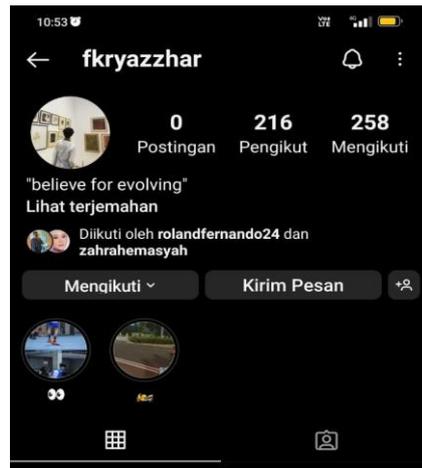
Perbedaannya dengan Sultan Ivan H, salah satu narasumber yang benar-benar berwibawa dengan sikap pekerja kerasnya, serta terinspirasi dari seorang pemain sepak bola yaitu David Bechkam. Nabila Aulia ingin seperti orang lain dengan gaya make-up yang ia tiru, salah satu selebritis yang berpenampilan cantik dan ia termasuk kategori tidak menjadi dirinya sendiri dalam segala sesuatu penampilan wajahnya

Padahal, Nabila dan Indriyani ini sama-sama tidak menjadi diri sendiri tetapi ada perbedaan tentang penampilan. Indriyani ini lebih ke royal dalam penampilan gaya hidupnya yang tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya dalam hidup di dunia nyata. Dia terlihat mewah di media sosial Instagram contohnya postingan yang ia upload tentang pergi ke konser NCT, yang harganya sangat mahal tetapi ekonomi kehidupannya sederhana saja. Dia berjuang untuk mengumpulkan uang melalui pekerjaan paruh waktu, dari situlah dia terlihat mewah di postingan media sosial *Instagramnya*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan hasil masalah yaitu, apakah pengguna Instagram menciptakan citra tersendiri terhadap konten yang dibuat. Berdasarkan hal tersebut terdapat bukti yang dapat dilihat dari media sosial Instagram atau dikenal juga dengan pembentukan citra diri pada media sosial Instagram, seperti pada Gambar 1. Akun Instagram Fkry.

Informasi yang diperoleh Fikry Maulana terkait pembentukan *Self image* di media sosial *Instagram* yaitu: "Dengan adanya akun *Instagram*, Fikry Maulana bisa menemukan banyak informasi tentang apa saja yang bisa meningkatkan kebugaran fisik, tetapi saya tidak menunjukkan citra diri saya di jejaringan sosial *Instagram*."

Informasi yang kedua ini datang dari Indriyani Mahdalena tentang pembentukan *Self image* di jejaring sosial Instagram, Gambar 2. Akun Instagram Indriyani. "Kesimpulan dari Indriyani Mahdalena *Instagram* adalah tempat untuk bereksplorasi, tampil, menghiburan dan lebih percaya diri. Dia memperkenalkan dirinya karena terinspirasi oleh grup korea NCT dan memperhatikan ketertarikannya pada pengguna akun *Instagram* lainnya."



Sumber: ig @fkryazzhar

Gambar 1. Akun Instagram Fikry



Sumber: ig @indmdhl

Gambar 2. Akun Instagram Indriyani



Sumber: ig @naabilauliaaa

Gambar 3. Akun Instagram Nabila Aulia

Informasi yang ketiga ini datang dari Nabila Aulia tentang pembentukan *Self image* di media jejaring *Instagram*. "Dari semua tanggapan Nabila Aulia, dia lebih suka menggunakan akun Instagram karena lebih mudah mencari berbagai informasi. Pilihan yang dia kembangkan dengan belajar tentang media sosial atau melakukan lebih banyak penelitian tentang apa yang lebih menarik bagi kita, bagaimana membuat konten di media sosial *Instagram*. Menurut Nabila Aulia, *Self image* itu sangat penting bagi setiap individu karena citra

diri merupakan salah satu unsur terpenting yang memberikan gambaran tentang diri kita sendiri, tergantung seberapa besar kita mendapatkan reaksi seseorang dari segi fisik, psikis maupun sosial. Akan terbangun nya citra diri dengan pengalaman dan interaksi yang dilakukan hal-hal positif. Pentingnya membangun *Self image* itu membantu melihat cara pandang mereka terhadap diri kita bagaimana. Citra diri yang ia tampilkan di media sosial *Instagram* itu terinspirasi oleh Indy Ratna seorang YouTuber Jurnalisa yang masih muda dan cantik.”



Sumber: ig @raihana.frlyn

Gambar 4. Akun Instagram Elin Eliza

Informasi yang keempat ini datang dari Elin Eliza tentang pembentukan *Self image* di jejaring sosial *Instagram*. “Alasan dia menyukai *Instagram* adalah karena banyak fitur nya yang menarik, Untuk mewujudkan potensinya, seseorang harus selektif dalam penyebaran informasi dan berhati-hati dalam penyebaran informasi pribadi. Tujuan Elin menggunakan *Instagram* adalah untuk mencari lebih banyak informasi dan referensi untuk membentuk citra diri dari sebuah gambar di media sosial *Instagram* yang dia tahu adalah untuk menampilkan diri didepan publik misalnya postingan di *Instagram* terlihat mewah di kehidupan mulailah membangun citra diri dengan mencari referensi positif di postingan orang lain di jejaring sosial *Instagram*. Elin berharap dinilai positif, netizen tidak banyak menghujat, semoga bisa menjadi inspirasi bagi orang lain, dan dia terinspirasi oleh selebgram yang memiliki postingan menarik dan tempat yang estetik. Temukan minat dan kelebihan tersebut melalui introspeksi diri lebih dalam dan mencari inspirasi yang lebih positif lagi.”



Sumber: ig @sultanivanh

Gambar 5. Akun Instagram Sultan

Informasi yang kelima ini datang dari Sultan Ivan H terkait pembentukan *Self image* di jejaring sosial *Instagram*. “Sultan Ivan H menggunakan media sosial *Instagram* karena lebih mudah untuk menambah teman atau mencari informasi lainnya. Pandangan pribadi pembentukan citra diri adalah apa yang dimiliki

seseorang tentang dirinya. Bagaimana mengeluarkan potensi diri melalui *Instagram* dengan berkreasi akun pengguna jasa foto sebagai pekerjaan paruh waktu. Dia membangun citra dirinya dengan rasa percaya diri, kreatif, dan inovatif. Baginya, membangun citra diri itu penting agar lebih mudah dalam berhadapan dengan media atau masyarakat. Dia menunjukkan foto selfinya di *Instagram* karena terinspirasi dari David Beckham, minat dan kelebihan yang dia tunjukkan berkaitan dengan fotografi, maka dia membuat akun *Instagram* untuk jasa fotografi tersebut.”

Setelah melakukan wawancara maka tujuan dari remaja khususnya mahasiswa dalam penggunaan media sosial *Instagram* ialah, maksud remaja membentuk citra diri di media sosial *Instagram* ini adalah agar bertambahnya percaya diri dan mencari referensi yang lebih baik lagi atau hal-hal yang positif dan inovatif. Rata-rata mereka menyukai *Instagram* ini karena fitur yang lebih menarik, seperti melihat *Instastory*, *like*, *follow*, komentar atau melihat postingan orang lain.

KESIMPULAN

Instagram telah terbukti menjadi platform yang efektif untuk hiburan, terutama dalam mengatasi tekanan mental dan kejenuhan. Dengan beragam fitur yang ditawarkan, seperti *Instastory*, komentar, *like*, postingan, dan kemampuan untuk mengikuti akun lain, pengguna dapat terlibat secara aktif dan menikmati pengalaman sosial yang lebih dinamis. *Self image* atau citra diri dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu positif dan negatif. *Self image* yang positif mencerminkan kemampuan seseorang untuk menjadi dirinya sendiri, memiliki wibawa, serta melakukan berbagai hal yang bermanfaat tidak hanya untuk diri sendiri, tetapi juga bagi orang-orang di sekitarnya. Selain itu, orang dengan *Self image* positif cenderung menghargai perbedaan yang ada pada orang lain. Di sisi lain, *Self image* yang negatif sering kali ditandai dengan sifat-sifat seperti kesombongan, kurangnya percaya diri, kecenderungan untuk cepat menyerah, serta keinginan untuk menjadi orang lain. Proses integrasi sosial juga memainkan peran penting dalam pembentukan *Self image*. Interaksi yang baik dengan orang lain, mendapatkan inspirasi, berbagi informasi, serta memahami lingkungan sekitar semuanya berkontribusi pada bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri. Dengan demikian, berbagai faktor sosial dan pribadi saling terkait dalam membentuk citra diri individu.

REFERENSI

- Brilian, A. (2015). Like Foto Selfie Ternyata Mempengaruhi Percaya Diri, Khususnya Wanita. <https://bangka.tribunnews.com/2015/10/09/like-foto-selfie-ternyata-mempengaruhi-percaya-diri-khususnya-wanita>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2019). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Creswell, J. W. (2019). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative* (Vol. 7). Prentice Hall Upper Saddle River, NJ.
- Ghufron, M. N., & Risnawita, S. R. (2020). *Teori-Teori Psikologi* (3rd ed.). AR-RUZZ MEDIA.
- Hendryadi, H., Trichayadinata, I., & Zannati, R. (2019). *Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik*. Jakarta: LPMP Imperium.
- Hidayah, Nurul (2018), *Analisis Strategi Digital Marketing dalam Membantu Penjualan Living Space dan Efo Store*, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Hurlock, E. B. (2014). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentan Kehidupan* (5th ed.).
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif*. Jakarta: Prenada Media.
- Marhamah, Q., & Okatiranti. (2014). Gambaran citra diri siswa-siswi di SMPN 3 Soreang pada masa pubertas. *Jurnal Ilmu Keperawawatan*, 2, 123–130. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jk/article/download/111/83&ved=2ahUKEwiPiffv6tDIAhUXcCsKHbVtDMsQFjACegQIAxAB&usq=AOVaw2ICJOaZT4pA7GATmImzxl>
- Moleong, L. J. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya. Mosal.
- Muhammad, A., & Muhammad, A. (2018). *Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik*, cet. 8. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Novia, A. (2019). *Hubungan Antara Konsep Diri dengan Kepercayaan Diri pada Mahasiswa yang Obesitas di*

- Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/11482>
- Sinthia, R. (2011). Hubungan Antara Penerimaan Sosial Kelompok Kelas Dengan Kepercayaan Diri Pada Siswa Kelas I Sltip Xxx Jakarta. *Jurnal Kependidikan Triadik*, 14(1), 37–44.
- Shania, Afvany Aulia S. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Persepsi Harga Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kopi Samiya Di Kota Depok (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).
- Stephanie, C. (2020). Hari Ini dalam Sejarah: Aplikasi Instagram Pertama Kali Dirilis. *Kompas Tekno*. <https://tekno.kompas.com/read/2020/10/06/14000057/hari-ini-dalam-sejarah--aplikasi-instagram-pertama-kali-dirilis-?page=all>
- Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., & Veldhuis, J. (2018). The effect of Instagram “likes” on women’s social comparison and body dissatisfaction. *Body Image*, 26, 90–97. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002>