

Interaksi di Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Citra Diri Pada Mahasiswa UIN Sumut

Interaction on Instagram Social Media on the Formation of Self-Image of UIN Sumut Students

Faris Al Khairi, Faizal Hamzah Lubis

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan,
Indonesia

*email: farisjon415@gmail.com

ABSTRACT

Social media Instagram is generally used by students to interact and display their self-image. The purpose of this study is to explain the interaction on social media Instagram towards the formation of self-image in UIN Sumut students. The study was limited to only examining sixth-semester female students of UIN Sumut Faculty of Islamic Economics and Business, this is based on the researcher's assumption that female students generally take great care of their appearance on Instagram as part of their self-image. Data collection used questionnaires, literature reviews, scientific articles and documentation. The population was 709 female students with a sample of 92 female students. The study used a quantitative approach with a correlational method. The results of the research data processing obtained a correlation coefficient value of 0.9095. This value indicates a very strong and significant influence of interaction on Instagram on the formation of female students' self-image. The determination test showed that 82.7% of the formation of female students' self-image can be explained by their interactions on social media Instagram, the remaining 17.3% is explained by other factors.

Keywords: *Interaction, Social Media Instagram, Self-Image*

ABSTRAK

Media sosial instagram umumnya digunakan oleh mahasiswa untuk berinteraksi dan menampilkan citra diri. Tujuan penelitian ini menjelaskan interaksi di media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri pada mahasiswa UIN Sumut. Penelitian terbatas hanya meneliti mahasiswa UIN Sumut Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam semester VI, hal ini berdasarkan asumsi peneliti bahwa mahasiswa umumnya sangat menjaga penampilannya di media sosial instagram sebagai bagian dari citra dirinya. Pengumpulan data menggunakan angket, tinjauan pustaka, artikel ilmiah dan dokumentasi. Populasi berjumlah 709 mahasiswa dengan Sampel berjumlah 92 mahasiswa. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional. Hasil pengolahan data penelitian diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0.9095. Nilai ini menunjukkan adanya pengaruh yang sangat kuat dan signifikan interaksi di media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri mahasiswa. Uji determinasi menunjukkan 82.7% pembentukan citra diri mahasiswa dapat dijelaskan oleh interaksi mereka di media sosial instagram, sisanya 17.3% dijelaskan oleh faktor lain.

Kata Kunci: *Dinamika Komunikasi, Pola Interaksi Organisasi, Tantangan Kultural*

Pendahuluan

Komunikasi merupakan salahsatu bagian penting dalam hidup bermasyarakat. Melalui komunikasi setiap orang dapat berinteraksi baik secara langsung maupun melalui media, termasuk media sosial. Lassweel menyatakan bahwa komunikasi merupakan suatu proses pengiriman pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan media yang menyebabkan timbulnya efek tertentu (Effendy, 2017). Berlandaskan jenjangnya, komunikasi didasarkan pada jumlah orang yang ikut serta dalam komunikasi, yakni komunikasi intrapribadi (komunikasi dengan diri sendiri), komunikasi diadik (komunikasi antara dua orang), komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok (kecil), komunikasi publik, komunikasi organisasi, komunikasi massa (Mulyana, 2015). Secara menyeluruh, komunikasi berperan menyatukan hubungan sesama manusia dalam bermasyarakat (Cangara, 2018).

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi pada saat ini telah mempermudah manusia untuk berinteraksi dan berkomunikasi secara tidak langsung dengan menggunakan berbagai media sosial. Teknologi komunikasi mencakup berbagai alat dan perangkat yang digunakan untuk memfasilitasi pertukaran informasi. Dari telepon dan radio yang sederhana hingga komputer, internet, dan perangkat lunak komunikasi yang kompleks, teknologi ini telah mengubah cara berinteraksi. Internet, telepon seluler, email, media sosial, dan aplikasi konferensi video semuanya memainkan peran yang penting dalam komunikasi antarmanusia setiap hari (Rudianto, 2024).

Keberadaan media sosial telah mempengaruhi kehidupan manusia dari berbagai usia, khususnya dalam aspek komunikasi. Melalui media sosial, setiap orang dapat melakukan komunikasi dan berinteraksi melintasi batas geografis. Instagram merupakan salahsatu media sosial yang cukup banyak penggunanya, terutama para remaja. Melalui media ini setiap orang dapat berbagi konten visual dalam bentuk vidio maupun foto. Melalui instagram setiap orang dapat membangun komunikasi dan berinteraksi sambil menampilkan citra dirinya. Pengetahuan seseorang terhadap dirinya meliputi pengetahuan mengenai “siapa saya” yang akan memberikan cerminan tentang diri saya. cerminan ini disebut citra diri (Ghufron & S, 2010). Melalui interaksi di media sosial instagram, siapa saja dapat menampilkan dirinya melalui berbagai macam ide, foto sekaligus menunjukkan identitas diri serta membangun hubungan. Instagram memiliki lima menu utama yakni:

1. *Homepage*, yaitu laman yang menampilkan unggahan foto terbaru dari sesama pengguna yang sudah diikuti.
2. *Comments*, yaitu fitur yang dapat digunakan oleh pengguna memberi penilaian terhadap foto dalam ruang komentar.
3. *Explore*, yaitu fitur yang memperlihatkan foto paling baru yang banyak disukai pengguna instagram.
4. *Profile*, yaitu profil pengguna yang membagikan rincian keterangan yang berhubungan dengan pengguna, baik dari pengguna sendiri maupun dari pengguna lain.
5. *News Feed*, yaitu fitur yang memberitahukan notifikasi tentang berbagi aktivitas pengguna instagram (Junaidi, 2020).

Instagram salah satu media sosial yang sangat banyak penggunanya, terutama generasi muda, khususnya mahasiswi. Banyaknya pengguna instagram cukup beralasan karena instagram dilengkapi berbagai fitur yang memungkinkan setiap pengguna dapat mengunggah vidio, foto maupun menyampaikan komentar terhadap foto maupun vidio yang diunggah oleh pengguna lainnya. Dengan memanfaatkan instagram stories, setiap pengguna dapat berbagi momen-momen tertentu, memberi komentar, menampilkan diri untuk membangun pertemanan. Fitur yang dimiliki oleh instagram tidak hanya memberi hiburan, tetapi juga dapat menjadi media bagi pengguna untuk berinteraksi dan menampilkan citra diri.

Interaksi melalui instagram dapat membentuk pertemanan antar sesama pengguna. Tanpa disadari, intensitas interaksi di instagram, baik frekuensi maupun durasi interaksi memakan waktu yang bervariasi. Berbagai komponen yang melekat pada instagram ikut serta mewarnai kekuatan instagram sebagai media untuk berinteraksi sekaligus menampilkan citra diri. Sebagai bagian yang melekat pada instagram, brand atau merek berupa logo, slogan dan lainnya memiliki peran dalam membangun reputasi dan meningkatkan kesadaran pengguna instagram terhadap sesuatu. Influencer, baik selebritis, pakar tertentu, blogger dan *content creator* memiliki pengikut dan mampu menciptakan tren.

Algoritma instagram dapat menentukan konten apa yang ditampilkan. Konten dalam bentuk verbal maupun nonverbal memiliki daya tarik jika sesuai dengan minat, pilihan maupun kesukaan pengguna. Adanya hubungan antar pengguna instagram juga dapat mendorong pengguna menampilkan citra diri. Hubungan yang baik dan saling menghormati dan menghargai

akan memberi kesan yang positif dan dapat menjadi contoh yang baik bagi pengguna. Respon yang positif, sopan dan ramah akan dapat memberi gambaran citra diri sebagai seseorang yang berkepribadian baik.

Citra diri dapat menjadi bagian dari identitas diri seseorang. Setiap orang memiliki pandangan yang berbeda terhadap citra diri. Ada yang memandang citra diri merupakan suatu hal yang biasa. Pandangan yang biasa ini akan terlihat dari penampilan orang tersebut yang terkesan sederhana dan biasa saja baik saat tampil di instagram maupun tampil saat berada secara nyata dalam aktifitas sehari-hari. Seseorang yang memandang citra diri sebagai bagian yang penting dalam kehidupan akan terlihat dari perilaku orang tersebut yang senantiasa menjaga penampilannya, baik saat tampil di instagram maupun saat berada secara nyata dalam kehidupan sehari-hari

Ada beberapa dimensi citra diri yang dapat digunakan seseorang untuk menilai dirinya. Suzaan Oltman mengemukakan beberapa dimensi citra diri dari perspektif psikologi, yakni: Dimensi Fisik, yaitu evaluasi terhadap penampilan fisik dan cara berpakaian. Dimensi Psikologis, yaitu penilaian tentang kepribadian dari aspek psikologis. Dimensi intelektual, yaitu penilaian terhadap kecerdasan diri sendiri. Dimensi keterampilan, yaitu penilaian tentang keterampilan sosial dan teknis. Dimensi moral, yaitu evaluasi tentang nilai-nilai serta prinsip hidup individu. Dimensi seksual, yaitu penilaian tentang kesesuaian individu dengan norma maskulin atau feminin (Ackerman & Nash, 2018).

Teori dramaturgi Erving Goffman dapat dijadikan sebagai acuan tentang pembentukan citra diri. Dikatakan bahwa umumnya setiap individu akan berupaya menampilkan diri dalam atraksi mereka di “panggung depan”. Mereka menyadari pentingnya menutupi hal-hal tertentu yang bisa mengganggu peran yang sedang ditampilkannya dan menempatkannya di “panggung belakang” agar tidak tampak oleh penonton (Pradhana, 2019). Terkait dengan hal ini, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji interaksi di media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri pada mahasiswi UIN Sumut.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menerapkan metode korelasional. Penggunaan metode ini karena tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh

interaksi di media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri pada mahasiswi UIN Sumut. Populasi penelitian ini adalah mahasiswi UIN Sumut Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam semester VI sebanyak 709 orang. Pengambilan sampel dilakukan secara acak karena populasi dianggap homogen (Sugiyono & Lestari, 2021). Penetapan jumlah sampel berdasarkan pendapat Suharsimi Arikunto, yakni jika jumlah populasinya besar, sampelnya dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih (Arikunto, 2006). Mengacu pada pendapat tersebut, peneliti menetapkan jumlah sampel sebesar 13%. yakni $(13/100) \times 709 = 0.13 \times 709 = 92,17$ dibulatkan menjadi 92. Dengan demikian sampel penelitian sebanyak 92 mahasiswi.

Pengumpulan data menggunakan angket tertutup yang dibagikan dan diisi oleh 92 responden. Selain menggunakan angket, data penelitian diperoleh melalui tinjauan pustaka/literatur, artikel ilmiah dan dokumentasi. Data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis statistik Korelasi *Product Moment Pearson* yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh interaksi di media sosial instagram (variabel X) terhadap pembentukan citra diri pada mahasiswi UIN Sumut (variabel Y).

Berikut rumus Korelasi Product Moment:

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

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Melalui pengolahan data didapatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0.9095. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan interaksi di media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri pada mahasiswi UIN Sumut. Dengan demikian dapat dikemukakan, semakin aktif mahasiswi berinteraksi di media sosial instagram maka semakin besar pengaruhnya terhadap pembentukan citra diri pada mahasiswi UIN Sumut. Untuk mengetahui kontribusi interaksi di media sosial instagram terhadap pembentukan citra diri, dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus uji determinasi sebagai berikut:

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

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

Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 82.7% pembentukan citra diri mahasiswi dapat dijelaskan oleh interaksi mereka di media sosial instagram, sementara itu, sisanya 17.3% dipengaruhi oleh faktor lain seperti lingkungan sosial, pengalaman pribadi dan lainnya.

Temuan ini mengindikasikan bahwa media sosial instagram berperan sangat kuat dalam pembentukan citra diri mahasiswi. Interaksi di instagram, selain untuk berkomunikasi, juga sebagai media untuk menampilkan identitas serta citra diri.

Penutup

Interaksi mahasiswi UIN Sumut di media sosial instagram berpengaruh terhadap pembentukan citra diri mereka. Faktor-faktor yang menimbulkan adanya pengaruh ini yaitu:

1. Visualisasi yang ditampilkan oleh instagram merupakan kekuatan utama yang dimiliki oleh instagram untuk menarik perhatian pengguna instagram. Para pengguna menyadari bahwa melalui gambar dan vidio mereka dapat menampilkan berbagai moment terbaik mereka dalam bentuk gambar dan vidio untuk dapat dilihat oleh pengguna lainnya.
2. Jumlah pengikut, “like” dan komentar yang ditujukan oleh pengguna ke pengguna lainnya merupakan suatu bukti bahwa pengguna tersebut memiliki citra yang menarik perhatian pengguna lainnya. Keadaan ini merupakan suatu pengakuan bahwa pengguna tersebut cukup populer dan disenangi oleh pengguna lainnya. Hal ini dapat menambah kepercayaan dirinya.
3. Tampilan melalui vidio maupun gambar di instagram yang diunduh oleh pengguna terkadang berisikan berbagai tampilan yang menarik, terlihat kren dan cukup berwibawa. Tampilan ini dapat menarik perhatian pengguna lainnya untuk tampil dengan citra yang cukup menarik, hebat dan sesuai trens masa kini dengan harapan mendapat umpan balik yang positif.
4. Keberadaan media sosial instagram dapat berdampak positif maupun negatif terhadap penggunaannya, oleh karena itu mahasiswi diharapkan dapat menggunakan instagram secara bijaksana. Mahasiswi diharapkan dapat menampilkan citra diri mereka secara seimbang ketika tampil di instagram dengan tampilan citra diri dalam kehidupan nyata.

Ucapan Terimakasih

Bersyukur kepada Allah SWT yang telah memberi kesehatan, kesempatan dan kelapangan waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini yang berjudul: Interaksi di Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Citra Diri Pada Mahasiswa UIN Sumut. Shalawat beriring salam kepada Nabi Muhammad SAW sebagai uswatun hasanah bagi

kita semua. Dengan selesainya karya tulis ilmiah ini penulis menyampaikan rasa terima kasih setinggi-tingginya untuk kedua orang tua yang telah mendidik, membimbing, memberi semangat dan dukungan dalam menyelesaikan pendidikan hingga sampai kepada menyelesaikan karya tulis ilmiah. Selanjutnya ucapan terimakasih kepada Bapak Dr. Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom sebagai dosen pembimbing yang sudah banyak melakukan pembimbingan, arahan, dan memberi semangat kepada penulis sepanjang proses bimbingan sampai selesainya tugas akhir.

Daftar Pustaka

- Ackerman, C. E., & Nash, J. (2018). *Apa itu Citra Diri dalam Psikologi? Bagaimana Kita Meningkatkan?* <https://Positivepsychology.Com> > Self-Image.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (E. R. VI (ed.)). Rineka Cipta.
- Cangara, H. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (3rd ed.). RajaGrafindo Persada. www.rajagrafindo.co.id
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (T. Surjaman (ed.); 28th ed.). Remaja Rosdakarya.
- Ghufron, M. N., & S, R. R. (2010). *Teori-Teori Psikologi* (R. Kusumaningratri (ed.); 1st ed.). Ar-Ruzz Media.
- Junaidi. (2020). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Di Kalangan Mahasiswa Kabupaten Aceh Barat. Source: Jurnal Ilmu Komunikasi, 6(2), 171.* <https://doi.org/10.35308/source.v6i2.2601>
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. (15th ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Pradhana, T. A. (2019). *Self-presenting pada Media Sosial Instagram Dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya ..., 1–96.*
- Rudianto. (2024). *Komunikasi XYZ* (S. K. Sartikaa Tri Anjayani (ed.)). UMSUPRESS. <https://doi.org/978-623-408-705-5>
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi* (M. S. Prof. Dr. Sunarto (ed.)). Alfabeta.