

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
SELF IMAGE DI LINGKUNGAN PENDIDIKAN SMKN 2 KOTA BATU**

SKRIPSI



Oleh:

Rohila Chindy Maghvirani

NIM: 18410088

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2022**

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
SELF IMAGE DI LINGKUNGAN PENDIDIKAN SMKN 2 KOTA BATU**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

Malang

untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh

gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Disusun oleh:

Rohila Chindy Maghvirani

NIM 18410088

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2022

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
SELF IMAGE DI LINGKUNGAN PENDIDIKAN SMKN 2 KOTA BATU**

SKRIPSI

Disusun oleh:

Rohila Chindy Maghvirani

NIM 18410088

Telah Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing



Prof. Dr. H. Mulvadi, M.Pd.I
NIP.19550717 198203 1 005

Mengetahui, Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Kota Malang



Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si
NIP.197611282002122001

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP *SELF IMAGE*
DI LINGKUNGAN PENDIDIKAN SMKN 2 KOTA BATU**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal, 22 Juli 2022

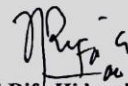
Susunan Dewan Penguji

Anggota/Sekretaris



Prof. Dr. H. Mulvadi, M.Pd.I.
NIP.19550717 198203 1 005

Ketua/Penguji Utama



Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si
NIP. 197611282002122001

Anggota



Dr. Nur Ila Ifawati, S.S., M.Pd.
NIP. 19841211201608012094

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Tanggal, 22 Juli 2022

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si
NIP. 197611282002122001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rohila Chindy Maghvirani

NIM : 18410088

Fakultas : Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa penelitian yang telah dibuat oleh peneliti dengan judul **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap *Self Image* Di Lingkungan Pendidikan Smkn 2 Kota Batu”** adalah benar-benar penelitian sendiri baik sebagian maupun keseluruhan. Kecuali pada kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila di kemudian hari ada klaim dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila ada pernyataan ini tidak benar peneliti bersedia mendapatkan sanksi akademik.

Batu, 24 Juni 2022

Peneliti,



Rohila Chindy Maghvirani
NIM. 18410088

MOTTO

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Artinya: Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.

(QS. Al Ahzab: 21)

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

مَنْ جَدَّ وَ جَدَّ

“Barang siapa bersungguh-sungguh, maka ia akan mendapat hasil”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rasa syukur senantiasa kita haturkan kepada Allah SWT dan sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada baginda Rasulullah SAW, dengan segala kerendahan hati, ini saya persembahkan penelitian sederhana ini kepada :

1. Kedua orang tua peneliti (Bapak Dr. H. Khoiruddin Al-husni S.Pd,M.M dan Ibu Hj. Nur Aini Mufidah, S.Ag) yang senantiasa mendidik, menyayangi, memberikan dukungan penuh, serta tak henti-hentinya mendoakan guna mendapatkan keberkahan dan keberhasilan dalam menggapai cita-cita.
2. Adik- adik peneliti (Alm. Muhammad Faerusya Khan Al-maeda dan Muhammad Habiburrahman El-khoirani) yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi
3. Teman-teman baik peneliti yang senantiasa selalu menemani setiap langkah perjalanan selama proses masa perkuliahan ini. Yang mana setiap kebaikannya selalu menjadi kenangan yang bermakna. Dan seluruh teman-teman psikologi angkatan 2018 yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu. Terimakasih atas segala cerita yang telah dilalui selama masa perkuliahan ini.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur peneliti haturkan kepada Allah SWT. karena atas tauhid, rahmat, hidayah, dan inayah-Nya penelitian ini dapat diselesaikan. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah SAW. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Dan peneliti juga menyadari bahwa terdapat banyak pihak-pihak yang turut serta berperan dan membantu dalam proses penyelesaian penelitian ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

- 1) Prof. Dr. H. Zainuddin, MA M.Siselaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- 2) Dr. H. Rifa Hidayah, M.Si selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- 3) Dr. Zamroni, S.Psi., M.Pd. selaku ketua program strata 1 psikologi yang telah mengatur, menyusun, dan mengkoordinasi seluruh pelaksanaan kegiatan program studi.
- 4) Dr. Endah Kurniawati Purwaningtyas, M.Psi selaku Dosen Wali saya yang senantiasa memberikan arahan selama masa perkuliahan
- 5) Prof. Dr. H. Mulyadi, M.Pd.I selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan saran, masukan, serta meluangkan waktu untuk melakukan bimbingan dalam penelitian ini.
- 6) Dr.H. M. Lutfi Mustofa, M.Ag selaku Dosen Pembimbing II yang telah turut serta memberikan saran, masukan, serta meluangkan waktu untuk melakukan bimbingan dalam penelitian ini.
- 7) Bapak Suprijana, S.Pd selaku kepala sekolah SMKN 2 Kota Batu yang dalam hal ini telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di SMKN 2 Kota Batu.

- 8) Ibu Visi Triastutik, S.Pd selaku guru bimbingan dan konseling (BK) di SMKN 2 Kota Batu yang telah banyak membantu berlangsungnya penelitian ini.
- 9) Seluruh siswa-siswi kelas XI SMKN 2 Kota Batu yang mana telah bersedia untuk menjadi responden dalam penelitian ini.
- 10) Kedua orang tua saya tercinta Khoiruddin Al-Husni dan Nur Aini Mufidah yang senantiasa sabar dan memberikan dukungan penuh dalam penyelesaian skripsi ini.
- 11) Adik saya tersayang Alm. Muhammad Faeruya Khan Al-maeda dan Muhammad Habiburrahman El-khoirani yang senantiasa memberikan suasana keceriaan dan tawa di dalam rumah.
- 12) Teman-teman Fakultas Psikologi yang memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
- 13) Pihak-pihak lain yang bersangkutan dan turut mendukung dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Batu, 24 Juni 2022

Peneliti,

Rohila Chindy Maghvirani
NIM. 18410088

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
ABSTRAK.....	4
BAB I.....	7
PENDAHULUAN	8
A. Latar Belakang.....	8
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan	14
D. Manfaat	14
1. Manfaat teoritis	14
2. Manfaat praktis.....	14
BAB II.....	16
KAJIAN TEORI	16
A. Definisi Media Sosial Instagram.....	16
1. Definisi Media Sosial	16
2. Karakteristik Media Sosial	17
3. Fungsi Media Sosial	19
4. Jenis-jenis Media Sosial	20
5. Definisi Instagram	21
7. Fitur-fitur Instagram	22
8. Penggunaan Media Sosial Instagram dalam perspektif Islam.....	24
B. <i>Self Image</i> (Citra Diri).....	25
1. Definsi <i>Self Image</i>	25
2. Aspek-aspek <i>self image</i>	27
3. Komponen <i>Self Image</i>	29
4. Faktor yang Melatarbelakangi Terbentuknya <i>Self Image</i>	30

5. Karakteristik <i>Self Image</i>	31
6. Kajian Teori Psikologi <i>Self Image</i> Dalam Islam	32
C. Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Citra diri	36
D. Hipotesis	37
E. Kerangka Berfikir	38
BAB III	39
METODE PENELITIAN.....	39
A. Desain Penelitian	39
B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	39
C. Definisi Operasional	40
1. Media Sosial Instagram	40
2. <i>Self Image</i> atau citra diri.....	40
D. Populasi dan Sampel	41
1. Populasi	41
2. Sampel.....	41
E. Metode Pengumpulan Data.....	42
1. Kuisioner	43
F. Instrumen Penelitian	43
1. Skala penggunaan media sosial instagram	44
2. Skala <i>Self Image</i>	45
G. Validitas dan reliabilitas.....	46
1. Validitas	46
2. Reliabilitas.....	47
H. Analisis Data	48
1. Uji Asumsi.....	49
2. Analisis Deskriptif.....	50
3. Analisis Regresi Linier Sederhana	51
4. Uji korelasi	52
BAB IV	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53

A. Pelaksanaan Penelitian.....	53
1. Profil Tempat Penelitian.....	53
2. Susunan Manajemen SMKN 2 Batu	55
3. Ekstrakurikuler Berbasis Kewirausahaan.....	57
4. Ekstrakurikuler Pengembangan Bakat dan Minat	58
5. Kerjasama sekolah dengan mitra IDUKA.....	59
6. Program Belajar Budaya Kerja.....	60
7. Program Praktik Kerja Lapangan.....	63
8. Model, Lama Dan Waktu PKL.....	64
B. Validitas dan Reliabilitas	65
C. Hasil penelitian	70
1. Analisis Deskriptif.....	70
2. Uji Asumsi.....	74
3. Analisis Regresi Linier Sederhana	78
4. Uji korelasi	79
D. Pembahasan.....	81
1. Penggunaan media sosial instagram.....	81
2. Self image siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu.....	83
3. Pengaruh penggunaan media sosial terhadap <i>self image</i>	85
BAB V	90
PENUTUP.....	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Skor pilihan jawaban.....	45
Tabel 2. Blue Print <i>Self Image</i>	45
Tabel 3. Blue Print Media Sosial Instagram	46
Tabel 4. Kategorisasi	52
Tabel 5. Kerjasama industri	61
Tabel 6. Kerjasama industri	63
Tabel 7. Validitas Instrumen Penelitian Penggunaan Media Sosial Instagram..	66
Tabel 8. Validitas Instrumen Penelitian <i>Self Image</i>	68
Tabel 9. Hasil uji reliabilitas penggunaan media sosial instagram	70
Tabel 10. Hasil uji reliabilitas <i>self image</i>	70
Tabel 11. Mean dan standar deviasi	71
Tabel 12. Rentang kategorisasi penggunaan media sosial instagram	72
Tabel 13. kategorisasi penggunaan media sosial instagram	72
Tabel 14. Mean dan standar deviasi	73
Tabel 15. Rentang kategorisasi <i>self image</i>	74
Tabel 16. Uji Normalitas	74
Tabel 17. Uji Linieritas	76
Tabel 18. Analisis Regresi Linier Sederhana	78
Tabel 19. Hasil uji korelasi	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka berfikir Pengaruh penggunaan instagram terhadap <i>self image</i> siswa kelas XI SMKN Kota Batu	39
Gambar 2. diagram kategorisasi penggunaan media sosial instagram	73
Gambar 3. Diagram kategorisasi <i>self image</i>	75
Gambar 4. Hasil uji analisis grafik uji normalitas	77

ABSTRAK

Rohila Chindy Maghvirani,. 18410088. Psikologi. 2022. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap *Self Image* di Lingkungan Pendidikan SMKN 2 Kota Batu. Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing: Prof. Dr. H. Mulyadi, M.Pd.I

Kata Kunci: Penggunaan Media Sosial Instagram, *Self Image*

Self image merupakan sebuah gambaran atau penilaian individu mengenai dirinya. *Self image* memiliki beberapa aspek diantaranya adalah deskripsi fisik, deskripsi sosial, deskripsi sifat pribadi, dan deskripsi eksistensi. Adapun media sosial instagram merupakan sebuah *platform* yang berfokus pada pemberian fasilitas para penggunanya untuk melakukan sebuah kolaborasi atau beraktivitas untuk berbagi informasi kepada sesama penggunanya dalam bentuk foto maupun video. Penelitian ini memiliki tujuan antara lain: 1) untuk mengetahui penggunaan media sosial instagram siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu, 2) untuk mengetahui *self image* siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu, 3) untuk mengetahui pengaruh dari penggunaan media sosial instagram terhadap *self image* atau citra diri siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu.

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif korelasional, non eksperimen. Responden dalam penelitian ini yakni siswa aktif kelas XI SMKN 2 Kota Batu dengan jumlah sebanyak 101 siswa. Penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan proses pengumpulan data berupa angket atau kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) kategori penggunaan media sosial instagram siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu dominan pada kategori sedang dengan presentase sebesar 85,3% dengan jumlah sebanyak 85 siswa. 2) Tingkat *self image* siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu dominan pada kategori sedang dengan presentase sebesar 89,6% dengan jumlah sebanyak 71 siswa. 3) Berdasarkan hasil analisa korelasi menunjukkan bahwa antara penggunaan media sosial instagram dengan *self image* memiliki nilai korelasi *pearson* sebesar (0,214) dengan Sig (2-tailed) = (0,031) < 0,05. Hal tersebut menunjukkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan sebesar 21,4% penggunaan media sosial instagram dengan *self image*. Sehingga dapat dinyatakan diterima yakni bahwa apabila semakin tinggi penggunaan media sosial instagram, maka semakin tinggi pula tingkat *self image* yang dimiliki.

ABSTRACT

Rohila Chindy Maghvirani. 18410088. Psychology. 2022. The Influence of Instagram Social Media Use on Self-Image in the Educational Environment of State Vocational High School 2 Batu. Thesis. Faculty of Psychology. Maulana Malik Ibrahim State Islamic University, Malang.

Supervisor: Prof. Dr. H. Mulyadi, M.Pd.I

Keywords: Instagram Social Media Usage, Self-Image

Self-image is an individual's image or assessment of him/herself. Self-image has several aspects including physical description, social description, description of personal traits, and description of existence. Instagram social media is a platform that focuses on providing facilities for its users to collaborate or do activities to share information with fellow users in the form of photos and videos.

This study has the following objectives: 1) to find out the use of Instagram social media for class XI students of SMKN 2 Batu City, 2) to figure out the self-image of class XI students of State Vocational High School 2 Batu, and 3) to discover the influence of the use of Instagram social media on the self-image or self-image of class XI students of State Vocational High School 2 Batu.

This study uses a correlational non-experimental quantitative methodology. The respondents in this study were active students of class XI of State Vocational High School 2 Batu with a total of 101 students. This study utilizes a non-probability sampling technique, and a questionnaire was used to collect the data.

The results of this study show that: 1) the category of Instagram social media use of class XI students of State Vocational High School 2 Batu is dominant in the medium category with a percentage of 85.3% with a total of 85 students. 2) The self-image level of class XI students of State Vocational High School 2 Batu is dominant in the medium category with a percentage of 89.6% with a total of 71 students. 3) Based on the results of the correlation analysis, it shows that the use of Instagram social media with self-image has a Pearson Correlation Coefficient of (0.214) with Sig (2-tailed) = (0.031) < 0.05. This shows that there is a positive and significant relationship between 21.4% of Instagram social media use and self-image. Therefore, H_a is regarded as acceptable if one's level of self-image corresponds to their use of Instagram.

مستخلص البحث

رحيلا شندي مغفرائي. ١٨٤١٠٠٨٨. علم النفس ٢٠٢٢. تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إنستغرام على الصورة الذاتية في البيئة التعليمية لمدرسة الثانوية المهنية ٢ بمدينة باتو. البحث العلمي. كلية علم النفس. جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية، مالانج.

المشرف : الأستاذ الدكتور الحاج موليادي

الكلمات الأساسية : استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إنستغرام، الصورة الذاتية

الصورة الذاتية هي صورة أو تقييم الفرد لنفسه. للصورة الذاتية عدة جوانب بما في ذلك الأوصاف الجسدية والأوصاف الاجتماعية وأوصاف السمات الشخصية وأوصاف الوجود. وسائل التواصل الاجتماعي إنستغرام هو منصة تركز على توفير التسهيلات لمستخدميه للتعاون أو القيام بأنشطة لمشاركة المعلومات مع زملائه المستخدمين في شكل صور ومقاطع فيديو. أهداف هذه الدراسة هو: (١) لمعرفة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إنستغرام لطلاب الصف الحادي عشر في المدرسة الثانوية المهنية ٢ بمدينة باتو، (٢) لمعرفة الصورة الذاتية لطلاب الفصل الحادي عشر في المدرسة الثانوية المهنية ٢ بمدينة باتو، (٣) لمعرفة تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إنستغرام على الصورة الذاتية لطلاب الفصل الحادي عشر في المدرسة الثانوية المهنية ٢ بمدينة باتو.

تستخدم هذه الدراسة المنهجية الكمية غير التجريبية الارتباطية. كان المستجيبون في هذه الدراسة طلابًا نشطين في الفصل الحادي عشر في المدرسة الثانوية المهنية ٢ بمدينة باتو بإجمالي ١٠١ طالبًا. تستخدم هذه الدراسة أسلوب أخذ العينات غير الاحتمالية مع عملية جمع البيانات في شكل استبيان أو استبيان.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن: (١) فئة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إنستغرام لطلاب الصف الحادي عشر في المدرسة الثانوية المهنية ٢ بمدينة باتو سيتي هي المسيطرة في الفئة المتوسطة بنسبة ٨٥,٣٪ بإجمالي ٨٥ طالبًا. (٢) يسود مستوى الصورة الذاتية لطلاب الفصل الحادي عشر في المدرسة الثانوية المهنية ٢ بمدينة باتو في الفئة المتوسطة بنسبة ٨٩,٦٪ بإجمالي ٧١ طالبًا. (٣) بناءً على نتائج تحليل الارتباط يتبين أن بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إنستغرام والصورة الذاتية له قيمة ارتباط بيرسون (٠,٢١٤) مع $(2\text{-tailed}) \text{ Sig} = (٠,٠٣١) > ٠,٠٥$. هذا يدل على وجود علاقة إيجابية وذات دلالة بنسبة ٢١,٤٪ من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إنستغرام مع الصورة الذاتية. حتى يتم الإعلان عن قبول H_a ، أي أنه كلما زاد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إنستغرام، ارتفع مستوى الصورة الذاتية التي يمتلكها.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Self image atau biasa disebut citra diri merupakan gambaran, refleksi, persepsi mengenai diri seseorang (Rohman & Baidun, 2019) . *Self image* atau citra diri juga dapat dimaknai sebagai sebuah gambaran diri secara umum yang ditampakkan atau ditampilkan dengan tujuan untuk membuat sebuah nilai diri dalam masyarakat (Zakirah,2018;Sri rejeki,dkk,2020). Dalam psikologi, *self image* dapat memberikan gambaran terkait dengan mental internal individu. Bagaimana individu mempercayai atau memberikan penilaian dan gambaran diri baik dari segi penampilan, perilaku, hubungan sosial, dst. *Self image* juga dapat memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pola pikir dan pola perilaku individu, serta hubungannya dengan lingkungan sekitar dalam kehidupan sehari-hari. (Rohman & Baidun, 2019).

Self image tentunya sangat penting bagi setiap individu karena *self image* atau citra diri merupakan salah satu elemen penting untuk menunjukkan siapa diri kita sebenarnya. *Self image* dapat memberikan gambaran terkait dengan seberapa besar penerimaan diri seseorang baik dari segi fisik, psikis, dan sosial. *Self image* merupakan salah satu hal yang memperlihatkan jati diri seseorang dalam bersosial masyarakat di kehidupan sehari-hari. Bagaimana seseorang tersebut dikenal di dalam lingkungan sosialnya, seperti pada contohnya, seseorang dianggap sebagai individu yang memiliki kepercayaan diri tinggi, atau seseorang ingin dilihat sebagai individu yang selalu berpenampilan rapih dan wangi, atau bisa saja seseorang dianggap sebagai individu yang memiliki tutur kata dan tata krama yang baik dalam bermasyarakat. *Self image* dapat terbentuk dari diri sendiri yakni bagaimana

seseorang ingin di nilai atau di pandang dalam suatu masyarakat. *Self image* juga dapat terbentuk dari adanya penilaian masyarakat itu sendiri. Beberapa hal diatas dapat memberikan gambaran akan pentingnya *self image*. Maxwell Maltz menyatakan bahwa *self image* individu dapat terbentuk dari pengalaman masa lalu, keberhasilan dan kegagalan, pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang, dan penilaian objektif dirinya oleh orang lain.

Setiap individu, pasti memiliki *self image* tersendiri. *Self image* merupakan sikap sadar dan tidak sadar seseorang terhadap tubuhnya sendiri. sikap tersebut dapat mencakup persepsi dan perasaan mengenai ukuran dan bentuk tubuh, serta fungsi penampilan fisik dan potensi masa kini dan masa lalu. Dan setiap individu pasti juga memiliki keinginan untuk di akui citra dirinya oleh masyarakat. Ada kalanya seseorang memiliki *self image* yang tinggi, dan ada juga beberapa orang memiliki *self image* yang rendah. Tingkat *self image* yang tinggi akan membuat individu dapat menghargai diri sendiri, mengembangkan potensi yang dimiliki dalam dirinya, dan hal tersebut tentunya akan mempermudah seseorang dalam berinteraksi sosial. Hal tersebut berbeda apabila seseorang memiliki *self image* yang rendah. Individu dengan *self image* yang rendah, akan cenderung menganggap bahwa dirinya lebih rendah dari orang lain dan lingkungannya. Hal tersebut mengakibatkan individu merasa rendah diri dan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapinya.

Banyak dari penelitian terdahulu di kajian pendidikan yang menjelaskan mengenai fenomena rendahnya *self image*. Salah satunya dapat dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh Qarinatul Marhamah dan Okatirani yang berjudul “*Gambaran Citra Diri Siswa – Siswi Di Smpn 3 Soreang Pada Masa Pubertas*”. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa sebanyak 53% siswa laki-laki memiliki citra diri negatif. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa, potensi tubuh menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi

tingkat rendahnya citra diri siswa laki-laki di SMPN 3 Soreang. Dalam hal ini, dari segi potensinya, anak laki-laki cenderung mengalami kesulitan untuk mengarahkan perubahan yang terjadi di masa pubertas. Apabila potensi perubahan tersebut dapat ditingkatkan, hal tersebut akan sebanding dengan adanya peningkatan citra diri siswa laki-laki di SMPN 3 Soreang. Dalam penelitian tersebut juga dijelaskan, sebanyak 46% siswa perempuan memiliki citra diri yang negatif. Hal tersebut meliputi dari bentuk tubuh, ukuran tubuh, fungsi penampilan, dan potensi tubuh.

Pada dewasa ini, internet merupakan sebuah hal yang sangat melekat dalam setiap aspek kehidupan dan digunakan hampir pada setiap tingkatan usia. Internet merupakan sebuah terobosan baru dalam perkembangan teknologi. Dalam hal ini internet memberikan pengaruh dalam proses interaksi sosial, sehingga seiring dengan berjalannya waktu jenis interaksi sosial mengalami perkembangan. Di masa sebelumnya, interaksi sosial berlangsung secara *face to face* atau bertatap muka secara langsung. Maka dewasa ini, internet menjadikan proses interaksi sosial masyarakat dapat terjadi melalui dunia maya atau dapat dilakukan secara *online*.

Keberadaan internet dapat memberikan sebuah kemudahan dalam hal menyajikan berbagai informasi secara cepat dan aktual. Selain itu, internet juga menjadi salah satu media yang dapat digunakan untuk mempermudah proses komunikasi dan berbagi beragam informasi melalui fitur-fitur seperti Facebook, Blog, Twitter, Instagram, Whatsapp yang biasa disebut dengan media sosial. Dalam perkembangannya media sosial menjadi suatu hal penting dalam kehidupan masyarakat dikarenakan pada kenyataannya media sosial sangat berpengaruh terhadap banyak aspek mulai dari aspek pariwisata, ekonomi, sosial, politik, fashion, hingga aspek pendidikan.

Salah satu media internet yang saat ini sedang *hype* atau digemari oleh para kalangan remaja adalah instagram. Instagram sendiri merupakan sebuah aplikasi media sosial atau merupakan salah satu jenis jejaring sosial yang dapat digunakan untuk melakukan sebuah interaksi sosial secara *online* dan dapat digunakan sebagai media untuk mendapatkan informasi baik dalam bentuk media gambar maupun dalam media video (Ferlitasari dalam Sri Rejeki, 2020).

Sebagian besar pengguna media sosial *instagram* banyak digunakan oleh kaum remaja, meskipun tidak dipungkiri bahwa banyak juga diantara pengguna *instagram* merupakan orang dewasa. *Instagram* banyak digunakan sebagai media dalam memperluas hubungan sosial dengan orang-orang baru di luar lingkungan sehari-hari. Dari banyaknya jenis media sosial yang digunakan oleh para remaja, *instagram* menjadi salah satu media sosial yang banyak diminati dan digunakan terutama oleh para remaja perempuan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian *research market* dunia, TNS (TaylorNelson Sofres), atas 506 pengguna *instagram* di Indonesia Vania, 2016 (dalam Ayu, 2018).

Dalam menggunakan *instagram*, proses interaksi sosial terjadi ketika seseorang saling mengikuti atau dapat dikatakan saling "*follow*". Dalam hal ini, pengikut suatu akun dikatakan sebagai "*followers*". Dari sinilah seseorang akan membagikan atau mengunggah foto atau video berupa momen-momen tertentu atau informasi yang ingin dibagikan kepada para "*followers*". Dalam fenomena penggunaan *instagram*, pemilik akun dengan konten foto atau video yang menarik biasanya memiliki "*followers*" atau pengikut dalam jumlah yang banyak. Pemilik akun dengan jumlah yang banyak dalam bahasa kawula muda bisa disebut sebagai selebgram atau *content creator*. Konten foto dan video yang menarik atau dianggap *aesthetic* sangat disukai oleh kawula muda. Gaya berpakaian, pose berfoto, tempat-tempat indah atau *instagramable* yang

dikunjungi seakan menjadi *role model*. Hal ini menciptakan sebuah citra baru, banyak dari pengguna akun *instagram* berlomba untuk membuat konten foto maupun video yang menarik dan memiliki nilai keindahan atau manfaat bagi para pengikutnya.

Pada kenyataannya, adanya aplikasi *instagram* sedikit banyak memberikan gambaran baru terhadap gaya berpakaian dan gaya hidup penggunanya. Para pengguna aplikasi *instagram* dengan mudah mengetahui gaya berpakaian paling terbaru, *brand* pakaian yang sedang digemari, cafe terbaru yang sedang *booming*, hingga tempat wisata yang sedang ramainya dikunjungi masa. Hal ini dapat menjadi indikasi bahwa *instagram* berpengaruh terhadap *self image* atau citra diri seseorang. Dalam penggunaan *instagram* juga terdapat akun-akun yang biasanya memberikan informasi berupa berita maupun kalimat motivasi yang biasanya disebut dengan *quotes*. Para pengguna aplikasi *instagram* dapat dengan mudah berbagi kalimat motivasi atau *quotes* tersebut dalam akunnya. Selain dapat mengembangkan keberagaman berbahasa, hal ini juga dapat menjadi gambaran *self image* atau citra diri seseorang. Di dalam *instagram* terdapat beberapa fitur yang dapat digunakan untuk menuliskan komentar pada foto atau video yang telah di *upload* serta fitur untuk mengirimkan pesan kepada sesama penggunanya. Fitur ini dapat bermanfaat jika digunakan dengan baik. Namun, adakalanya pengguna *instagram* menggunakan fitur ini sebagai media untuk memberikan komentar atau pesan jahat kepada pemilik akun yang kurang disukai atau biasanya disebut sebagai *cyber bullying*. Tentunya hal tersebut dapat menjadi salah satu hal yang dapat dijadikan gambaran untuk melihat bagaimana pengguna aplikasi *instagram* menampakkan *self image* atau citra dirinya.

Selain hal tersebut, alasan mengapa peneliti memilih aplikasi *instagram* sebagai salah satu variabel dalam penelitian ini, dikarenakan berdasarkan kontan.co.id *instagram* merupakan aplikasi dengan peringkat

ketiga dengan intensitas penggunaan tertinggi menduduki rating 4,8 dari 5 yang mana para penggunanya di dominasi oleh para remaja. Selain dari hal itu, instagra merupakan aplikasi dengan banyak pengguna yang mana ingin menunjukkan jati dirinya melalui foto dan video.

Hal inilah yang mendasari adanya keinginan bagi penulis untuk mengetahui pengaruh penggunaan *instagram* terhadap *self image* atau citra diri penggunanya.

Dalam proses pengumpulan data, peneliti memilih untuk menggunakan responden penelitian dari siswa SMKN 2 Kota Batu kelas XI (sebelas). Hal tersebut dikarenakan sebelumnya peneliti pernah melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di SMKN 2 Kota Batu. Yang mana, sedikit banyak peneliti telah mengetahui lingkup sekolah, para siswa, dan para bapak ibu guru serta karyawan. SMKN 2 Kota Batu merupakan salah satu sekolah menengah kejuruan di kota batu yang fokus pada pendidikan kejuruan dalam bidang pertanian. Adapun pemilihan lingkungan pendidikan SMKN 2 Kota Batu dikarenakan, siswa SMKN 2 Kota Batu merupakan siswa yang memang dipersiapkan untuk memasuki dunia kerja. oleh karena itu, *self image* seseorang dianggap penting dan perlu untuk diteliti guna mengetahui tingkat *self image* seseorang yang akan memberikan suatu identitas diri setiap siswa dalam lingkungan kerjanya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, dapat dirumuskan permasalahan yang akan menjadi kajian dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana tingkat penggunaan media sosial instagram siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu?
2. Bagaimana tingkat *self image* siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu?

3. Apakah terdapat pengaruh dari penggunaan media sosial instagram terhadap *self image* atau citra diri siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu?

C. Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui.

- 1) Mengetahui penggunaan media sosial instagram siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu.
- 2) Mengetahui *self image* siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu.
- 3) Mengetahui pengaruh dari penggunaan media sosial instagram terhadap *self image* atau citra diri siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu.

D. Manfaat

Hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberi sumbangan pada fakultas dalam rangka memenuhi pelaksanaan tridharma perguruan tinggi terutama pada pengembangan riset dalam bidang psikologi kepribadian.

2. Manfaat praktis

a. Bagi subjek

Sebagai sarana untuk lebih memahami diri sendiri dengan cara memberikan penilaian kepada diri apakah citra diri yang terbentuk sekarang merupakan salah satu pengaruh dalam penggunaan media sosial instagram

b. Bagi penulis

Dapat mengetahui perkembangan penggunaan media sosial dan pengaruhnya terhadap pembentukan *self image* individu

c. Bagi peneliti lain

Sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Definisi Media Sosial Instagram

1. Definisi Media Sosial

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) dipaparkan bahwa media sosial berasal dari dua suku kata yakni media dan sosial. Media dapat didefinisikan sebagai alat, sarana komunikasi, perantara ataupun sebagai penghubung. Sedangkan sosial dapat diartikan sebagai masyarakat atau gemar memperhatikan kepentingan umum (dermawan, suka membantu, dll).

Media sosial berdasarkan pemaparan Michael Haenlein (Cahyono, 2016; Sri Rejeki,dkk,2020) merupakan seperangkat aplikasi berbasis internet yang didasarkan pada ideologi dan teknologi Web 2.0 yang memiliki kemampuan untuk membuat dan saling bertukar konten yang telah diciptakan oleh penggunanya.

Definisi lain media sosial yakni sebagai media yang digunakan secara *online* yang dapat memberikan kemudahan bagi para penggunanya dalam berpartisipasi, saling berbagi, dan membuat isi seperti blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan beberapa bentuk media sosial yang sering digunakan oleh para masyarakat dunia.

Media sosial juga dapat didefinisikan sebagai media yang dapat digunakan secara online berbentuk *website* dimana para penggunanya dapat menciptakan sebuah perkumpulan dimana dalam perkumpulan tersebut memungkinkan terjadinya bentuk interaksi sosial secara *online*.

Dalam penggunaan media sosial memungkinkan terjadinya kolaborasi ataupun pertukaran, dan interaksi berbentuk tulisan, foto, maupun video.

Menurut pemaparan Van Dijk media sosial merupakan sebuah *platform* yang berfokus pada pemberian fasilitas para penggunanya untuk melakukan sebuah kolaborasi atau beraktivitas. Media sosial menurut Mike dan Young juga dapat diartikan sebagai bentuk suatu sarana dalam melakukan komunikasi personal atau dapat dimaknai sebagai saling berbagi dari individu dengan pengguna yang lain tanpa terkecuali.

2. Karakteristik Media Sosial

Terdapat beberapa ciri yang membedakan media sosial dengan media lainnya. Salah satu diantaranya yaitu sebagai media dalam menjalin interaksi sosial secara *online* atau *virtual*. Diantara karakteristik atau ciri khusus media sosial yakni sebagai berikut:

a. Sarana informasi

Dalam media sosial, informasi merupakan suatu hal yang sangat penting. Dalam penggunaan media sosial, individu dapat memperlihatkan identitas dirinya, membuat sebuah konten sesuai berdasarkan informasi yang ada, serta melakukan interaksi dengan lebih mudah. Dapat dikatakan bahwa informasi merupakan sebuah komoditas. Dari sebuah komoditas tersebut, informasi diciptakan dan dibagikan antar pengguna. Sehingga dalam kegiatan tersebut terjadilah sebuah muara jaringan masyarakat berjejaring atau biasa disebut sebagai *network society*.

b. Sarana *networking* (jaringan)

Setiap pengguna media sosial, pasti memiliki karakteristik tersendiri. Dalam jaringan atau internet merupakan sebuah unsur penting yang mendasari terbentuknya struktur sosial didalamnya. Terbentuknya sebuah jaringan tersebut dijumpai oleh perangkat teknologi berupa ponsel pintar, komputer, dsb.

c. Sarana interaksi

Interaksi sosial yang terjadi melalui media sosial biasanya berupa memberikan komentar dalam sebuah postingan penggunaannya atau bisa juga berupa memberikan tanda berupa *love* atau jempol yang bermakna seseorang menyukai postingan atau konten yang dibuat oleh pemilik akun. Interaksi juga bisa terjadi dengan saling mengirim pesan atau mengikuti sebuah akun.

d. Sarana simulasi sosial

Karakter media sosial selanjutnya yaitu sebagai sebuah wadah yang dapat digunakan dalam bermasyarakat (*society*) secara *online* atau virtual. Pengguna media sosial diibaratkan seperti warga negara dalam lingkup digital yang dibatasi oleh etika yang mengikat para penggunanya.

e. Konten pengguna media sosial

Konten oleh pengguna atau biasanya disebut dengan *user generated content* (UGC) merupakan salah satu bagian dari karakteristik media sosial. Hal tersebut dapat dimaknai bahwa

sebagai pengguna media sosial, individu penggunanya tidak hanya menggunakan media sosial untuk menciptakan sebuah konten saja, akan tetapi juga dapat menikmati konten yang telah diciptakan oleh orang lain.

f. Sarana arsip

Dalam penggunaan media sosial, informasi yang telah disimpan dapat diakses kapanpun, melalui perangkat apapun dan tidak dapat hilang begitu saja meskipun dalam kurun waktu yang cukup lama.

3. Fungsi Media Sosial

Fungsi media sosial dapat kita ketahui melalui sebuah kerangka kerja honeycomb. (Jan H. Kietzmann, dkk, 2010; Ade Soraya, 2019) memberikan gambaran mengenai hubungan kerangka kerja honeycomb sebagai bagian dari kerangka kerja media sosial yang menggunakan tujuh kontak bangunan fungsi, yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. *Identity*; sebuah pengaturan dalam media sosial yang berkaitan dengan data-data pribadi pengguna seperti nama, usia, jenis kelamin, profesi, lokasi, serta foto profil.
- b. *Conversation*; sebuah pengaturan dalam media sosial bagi para pengguna dalam berkomunikasi dengan pengguna sosial media lainnya.
- c. *Sharing*; adanya bentuk pertukaran, penerimaan, hingga pembagian konten dalam media sosial dalam bentuk gambar, teks, video yang dilakukan oleh penggunanya.
- d. *Presence*; adanya kemungkinan bagi para pengguna media sosial untuk mengakses pengguna lainnya

- e. *Relationship*; sebuah hubungan atau bentuk keerkaitan antara pengguna media sosial satu dengan yang lainnya
- f. *Groups*; gambaran dimana para pengguna media sosial dapat menciptakan dan membentuk sebuah komunitas dan sub-komunitas dengan latar belakang, minat, demografi masing-masing.

4. Jenis-jenis Media Sosial

Dalam Andreas M. Kaplan, dan Michael Haenlein (2010) disebutkan beberapa jenis media sosial, diantaranya:

- a. *Collaborative projects*; adanya kemungkinan bagi para pengguna media sosial untuk melakukan sebuah kerjasama dalam menciptakan maupun berkreasi dalam sebuah konten secara simultan.
- b. *Blogs*; merupakan salah satu bentuk media sosial yang tumbuh paling awal sebagai salah satu web pribadi dan sebagian besar menampilkan *date-stamped entries* yang berbentuk kronologis. Jenis blog yang paling populer berbasis teks
- c. *Content communities*; merupakan jenis media sosial yang digunakan untuk berbagi konten dengan sesama penggunanya, seperti teks, foto, video, dan *powerpointpresentation*. Dalam hal ini, penggunanya tidak perlu membuat sebuah halaman profil pribadi
- d. *Social networking sites*; para pengguna media sosial dapat saling terhubung dan menciptakan *inforfacebook*, informasi profil pribadi dan memungkinkan untuk mengundang teman atau relasi penggunanya untuk mengakses profil dan mengirimkan *e-mail*. Pada umumnya dapat berupa foto, video, berkas audio, *blogs*.

- e. *Virtual games worlds*; salah satu jenis media sosial yang merepresentasikan lingkungan ke dalam bentuk tiga dimensi. Para penggunanya dapat menampilkan dalam bentuk avatar pribadi dan saling berinteraksi dengan tetap memperhatikan batasan peraturan dalam permainan.
- f. *Virtual social worlds*; memungkinkan para pengguna media sosial untuk memilih perilaku secara bebas dan hidup dalam sebuah dunia virtual yang mirip dengan kehidupan nyata. Contohnya *second life*

5. Definisi Instagram

Dalam Sri Rejeki (2020) menyebutkan bahwa kata instagram berasal dari kata “insta” yang diambil dari kata “instan” yang dapat dimaknai layaknya seperti kamera polaroid yang dapat menghasilkan foto secara instan. Dalam fiturnya instagram dapat memberikan tampilan gambar atau foto secara instan. Kata “gram” diambil dari kata “telegram” yang memiliki fungsi untuk mengirimkan informasi dengan cepat kepada orang lain. Dalam fitur yang di usung instagram, penggunanya dapat mengirimkan foto atau video dengan bantuan jaringan internet, sehingga informasi dapat tersampaikan secara cepat.

(Nadia Faidatun, 2017) intagram merupakan aplikasi media sosial yang dapat dipergunakan untuk mengunggah atau berbagi foto dan video. Para penggunanya memungkinkan untuk mempergunakan instagram sebagai alat unruk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan mengunggah dan saling berbagi kepada sesama pengguna instagram maupun jejaring sosial lain. salah satu fitur khas yang dimiliki instagram yaitu foto yang telah diambil dapat dipotong dalam bentuk persegi, sehingga hasil fot tampak seperti hasil kamera kodak instamatic dan

polaroid. Hal tersebut berbeda dengan rasio foto yang biasanya dihasilkan oleh kamera digital yaitu rasio 4:3.

6. Dimensi Penggunaan Instagram

Dalam Sri Rejeki, dkk (2020) menjabarkan terdapat 3 (tiga) dimensi dalam penggunaan instagram, yang terdiri dari:

- (1) Frekuensi: seberapa sering penggunaan instagram dalam sehari
- (2) Durasi: lama waktu yang dibutuhkan dalam penggunaan instagram
- (3) Fitur: fitur instagram yang sering digunakan

7. Fitur-fitur Instagram

Dalam aplikasi instagram terdapat beberapa fitur yang dapat digunakan penggunanya Nada Bikriyah (2020). Diantara fitur-fitur tersebut yaitu:

a. Kamera

Fitur ini memberikan fasilitas kepada pengguna instagram untuk mengambil foto secara langsung dari aplikasi instagram dan tidak hanya mengunggah foto yang berasal dari galeri untuk dibagikan kepada pengguna lainnya.

b. Editor atau filter

Fitur ini merupakan salah satu fasilitas yang dapat digunakan pengguna instagram untuk memoles foto yang dibidik langsung dari kamera maupun yang diambil dari galeri. Dalam fitur ini terdapat kurang lebih 10 tools editor atau filter yang dapat digunakan untuk memperindah hasil gambar seperti mengatur pencahayaan, kontras, dan saturasi b]gambar sebelum dibagikan kepada pengguna instagram lainnya.

c. *Tag atau hastag*

Fitur yang dapat digunakan penggunanya untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label atau tanda.

d. *Caption*

Fitur ini dapat digunakan para pengguna untuk menuliskan kata-kata yang mendeskripsikan foto atau video yang diunggah

e. Integrasi ke media sosial

Dalam instagram, para penggunanya juga memiliki kemudahan dalam membagikan foto maupun video tidak hanya di aplikasi instagram namun juga ke media sosial lain, seperti facebook, Twitter, Tumblr, dan Flickr. Bila pengguna mengaktifkan fitur ini, maka secara otomatis foto atau video yang diunggah akan terkirim di beberapa media sosial lain.

f. *Instastory atau instagram story*

Fitur ini merupakan salah satu fitur di instagram dimana para penggunanya dapat berbagi foto maupun video dengan durasi hanya selama 15 detik dan hanya dapat dilihat dalam kurun waktu 24 jam atau selama satu hari. Setelah waktu tersebut, foto atau video yang telah diunggah tidak dapat dilihat lagi oleh para pengguna lain atau para *followers*. Fitur ini merupakan adaptasi dari fitur aplikasi snapchat

g. *Explore*

Fitur yang menampilkan konten pengguna lain dan dapat dilihat oleh para *followers* atau *non-followers*. Berbasis konten bebas berupa foto maupun video.

8. Penggunaan Media Sosial Instagram dalam perspektif Islam

Dalam penggunaan media sosial instagram, yang menjadi hal penting dan menjadi fokus dalam kajian islam adalah mengenai etika dalam menggunakannya. Salah satu hal yang mendasar adalah niat dalam penggunaan media sosial tersebut yakni bersifat amar makruf nahi munkar. Seperti yang tercantum dalam hadis berikut ini:

a. Amar makruf nahi munkar

عَنْ أَبِي مَسْعُودٍ عُقْبَةَ بْنِ عَمْرٍو الْأَنْصَارِيِّ الْبَدْرِيِّ ص.م. قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ص.م. مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍ فَلَهُ مِثْلُ أَجْرِ فَاعِلِهِ

Abu Mas'ud 'Uqbah bin Amriy Al-Anshori Al-Badriy, beliau berkata: Rasulullah SAW bersabda: “*Barang siapa yang menunjukkan suatu kebaikan (kemudian di contoh oleh orang lain) maka ia akan mendapatkan pahala seperti orang yang melakukan*” (H.R.Muslim).

b. Memberikan batasan dalam bergaul antar lawan jenis

Hal lain yang menjadi pembahasan terhadap etika dalam penggunaan media sosial instagram adalah memberikan sebuah batasan dalam bergaul antara laki-laki dan perempuan yang bukan mahrom. Berkomunikasi dengan cara yang baik dengan memberikan batasan-batasan tertentu menjadi hal penting dalam etika penggunaan media sosial instagram. hal ini seperi tercantum dalam surat Qaaf, 50:18

مَا يَلْفُظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ

“Tidak ada suatu perkataan yang dilafadzhkannya (atau suatu perbuatan yang dilakukan) melainkan disisinya ada malaikat pengawas yang senantiasa sedia (menerima dan menulis perbuatannya)” (Qaaf, 50:18).

c. Menjaga aib diri sendiri dan orang lain.

Adapun etika selanjutnya yang perlu diperhatikan dalam penggunaan media sosial instagram adalah senantiasa menjaga aib diri sendiri dan orang lain. Hal ini seperti tercantum dalam hadis berikut:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ عَنْ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ لَا يَسْتُرُ عَبْدٌ عَبْدًا فِي الدُّنْيَا إِلَّا سَتَرَهُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ (رواه مسلم)

Dari Abu Hurairah bahwa Nabi SAW bersabda: “ Tidaklah seseorang menutupi aib orang lain, melainkan Allah akan menutupi aibnya di hari kiamat kelak”. (H.R. Muslim)

B. Self Image (Citra Diri)

1. Definsi Self Image

Khun mendefinisikan *self image* sebagai sebuah kondisi yang dimiliki oleh individu atau dapat dimaknai sebagai sebuah gambaran terhadap individu mengenai dirinya. Kondisi tersebut dapat berpengaruh terhadap proses penyesuaian diri dengan penyesuaian sosial dalam memberikan sebuah penilaian mengenai individu tersebut. *Self image* juga dapat dimaknai sebagai bentuk kesadaran individu dalam melihat dirinya serta penilaian atau pendapat tentang dirinya. *Self image* seseorang tidak dapat mencerminkan realitas objektif dari individu tersebut (Subhan, 2019; Desi, 2021)

Dalam *American Psychiatric Association* (VandenBos, 2007; Ayu Purnamasari & Veby Agustin, 2018) menyebutkan bahwa *self image* atau citra diri adalah gambaran atau pandangan konsep diri individu, yang mana dapat berupa aspek penting kepribadian individu dan dapat mempengaruhi keberhasilan hubungan atau *general well-being* seseorang.

Dittmar 1995 (dalam Januar Rohman & Akhmad Baidun, 2013) mendefinisikan citra diri sebagai sebuah gambaran, pandangan, cerminan, dan pandangan terhadap diri sendiri. dalam hal ini, citra diri tersebut dapat memberikan pengaruh terhadap pola pikir dan pola perilaku individu terhadap kehidupan kesehariannya.

Self image atau citra diri juga dapat dimaknai sebagai sebuah gambaran diri secara umum yang ditampakkan atau ditampilkan dengan tujuan untuk membuat sebuah nilai diri dalam masyarakat (Zakirah,2018;Sri rejeki,dkk,2020).

Sedangkan menurut Fitria dan Herlinda *self image* atau citra diri sendiri merupakan sebuah gambaran secara umum terhadap diri sendiri dan di buat untuk diri sendiri. Kali ini, *self image* atau citra diri bukan merupakan kenyataan yang terjadi, akan tetapi kita meyakini hal tersebut.

Self image atau citra diri merupakan sebuah bagian dari konsep diri yang mana juga merupakan bagian dari kepribadian individu. *Self image* menghasilkan sebuah karakteristik psikologis individu yang dapat menciptakan sebuah penilaian yang konsisten dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan lingkungannya (Hartini,2012; Innes,dkk, 2019).

Menurut Chaplin (Ayu Purnamasari & Veby Agustin,2018) *self image* atau citra diri merupakan sebuah gambaran atau bayangan

mengenai jati diri di masa mendatang. Gambaran diri bisa jadi memiliki perbedaan yang sangat signifikan dengan keadaan diri sebenarnya.

Seamands (Ayu Purnamasari & Veby Agustin,2018) mendefinisikan self image sebagai seluruh gambaran dan perasaan individu mengenai dirinya.

Mathew (Ayu Purnamasari & Veby Agustin,2018) memiliki definisi yang berbeda dengan tokoh-tokoh sebelumnya, self image merupakan sebuah cetak biru yang dapat menentukan perilaku seseorang secara tepat, seperti orang-orang yang berinteraksi sosial dengan mereka, hingga segala sesuatu yang diusahakan dan dihindari oleh individu.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Komariyah (2012) citra diri ditujukan untuk membentuk identitas diri dan untuk mendapatkan hubungan interpersonal yang baik sehingga memudahkan individu dalam berinteraksi.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa citra diri adalah gambaran yang diidealkan di dalam konsepsi diri individu dan istilah yang menunjuk pada tubuh sebagai suatu pengalaman psikologis yang berfokus pada perasaan individu dan sikap-sikap tubuhnya.

2. Aspek-aspek *self image*

Khun (Subhan, 2019; Desi, 2021) menjabarkan beberapa dari aspek self image dengan lebih spesifik, sebagai berikut:

a. Deskripsi Fisik

Deskripsi fisik dapat dimaknai sebagai sebuah gambaran fisik yang diungkapkan secara objektif, dimana dalam hal ini dapat memiliki kesamaan dengan orang lain.

b. Deskripsi Sosial

Deskripsi sosial dapat memberikan sebuah gambaran mengenai keberadaan individu dalam lingkungan sosialnya. Perilaku seseorang terjadi dikarenakan dipengaruhi oleh peran yang dimainkan oleh individu tersebut. Peran sosial dapat membantu orang lain untuk mengenali individu, serta membantu mereka dalam memahami ekspektasi dari orang lain dalam sebuah situasi.

c. Deskripsi Sifat Pribadi

Deskripsi sifat pribadi adalah sebuah hasil dari tanggapan yang disimpulkan, serta predisposisi individu terhadap rangsangan dari lingkungan dan menghadapinya secara situasional.

d. Deskripsi Eksistensi

Deskripsi eksistensial adalah sebuah hasil abstraksi yang berasal dari adanya keberadaan individu di alam semesta.

Dalam buku yang berjudul *Consumer Behavior International Edition* (Schiffman & Kanuk, 2004; Innes Irene Rarasingtyas,dkk,2019) Schiffman dan Kanuk ada 4 dimensi yang mendasari *self image* seseorang, diantaranya:

- a. *Actual Self Image* yaitu pandangan seseorang terhadap dirinya sendiri
- b. *Ideal Self Image* yaitu keinginan seseorang memandang dirinya
- c. *Social Self Image* yaitu perasaan seseorang terhadap pandangan orang lain terhadap dirinya

- d. *Ideal Social Self Image* yaitu keinginan seseorang bagaimana ia dipandangan orang lain.

Sedangkan Dittmar 1995 (dalam Januar Rohman & Akhmad Baidun, 2013). Mengelompokkan dimensi *self image* atau citra diri sebagai berikut:

- a. *Actual self Image*, yaitu sebuah pandangan terhadap diri sendiri sebagaimana adanya. *Actual self Image* terbentuk atas dasar adanya citra diri positif dan citra diri negatif individu.
- b. *Ideal Self Image*, yaitu sebuah gambaran dimana seseorang ingin dinilai atau dilihat oleh orang lain. Atau juga dapat dimaknai sebagai sebuah keinginan individu

3. **Komponen Self Image**

Terdapat beberapa komponen yang mendasari *self image* seseorang menurut Beynon (Beynon,2008; Ayu Purnamasari & Veby Agustin,2018), yang dapat dipaparkan sebagai berikut:

- a. *Performance of Roles*

Komponen ini menjelaskan kemampuan dan cara seseorang dalam melakukan banyak hal. Seberapa besar tingkat kesuksesan seseorang terhadap banyak hal yang telah dilakukannya seperti dalam bidang olahraga, kehidupan keluarga, karir, pengasuhan anak, atau peran lain yang sangat spesifik.

- b. *Pedigree*

Komponen ini menjelaskan identitas seseorang merupakan sumber kebanggaan bagi individu tersebut. pada contohnya seperti latar belakang dirinya, dari mana dia berasal, status keluarga atau seseorang, tempat individu menempuh pendidikan, dsb.

c. Acceptability to Others

Komponen ini adalah penerimaan perasaan pribadi terhadap orang lain. Seperti mengenai hubungan pertemanan, pasangan, maupun orang tua. Dan pengalaman-pengalaman masa lalu yang menjadi latar belakang seseorang. Seperti pengalaman dicintai oleh orang lain di masa lalu yang dapat merubah pandangan dirinya sendiri atau menilai kasih sayang orang lain di masa sekarang.

d. Significance

Komponen ini menjelaskan mengenai apa itu makna hidup. Bagaimana individu beranggapan seberapa berharga ia berada di dunia. Dalam perjalanan hidupnya, seseorang telah berusaha beradaptasi dengan rencana besar dalam hidupnya, bagaimana ia akan dikenang, atau dampak seperti apa yang akan ia hasilkan

4. Faktor yang Melatarbelakangi Terbentuknya *Self Image*

Menurut Holden (Holden,2007; Ayu Purnamasari & Veby Agustin,2018) memaparkan bahwa penilaian terhadap diri sendiri dan penilaian yang diberikan oleh orang lain merupakan faktor mendasar dari terbentuknya *self image* seseorang. Karena terbentuknya *self image* seseorang berasal dari informasi, pengalaman, umpan balik yang berasal dari lingkungan dan kesimpulan yang diambil diri sendiri.

Hal tersebut sejalan dengan pemaparan Lusi (Lusi, 2010; Ayu Purnamasari & Veby Agustin,2018) mengemukakan bahwa pengalaman diri dan hasil internalisasi yang berasal dari penilaian orang lain merupakan bagian dari faktor pembentuk *self image* individu. Apabila individu berada dalam sebuah lingkungan negatif, hal tersebut akan mempengaruhi dan membentuk sebuah *self image* yang negatif pula.

Sebaliknya, apabila individu hidup di lingkungan yang positif, maka hal tersebut juga akan mempengaruhi terbentuknya citra diri yang positif.

5. Karakteristik *Self Image*

Dikutip dari Lusi (Ayu Purnamasari & Veby Agustin, 2018) pada dasarnya setiap individu mempunyai *self image* atau citra masing-masing. Ada kalanya individu memiliki *self image* atau citra diri positif dan ada kalanya individu memiliki *self image* atau citra diri yang negatif, serta beberapa individu memiliki citra diri campuran antara keduanya yakni citra diri positif dan citra diri negatif. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh pengalaman yang dialami oleh setiap individu. *Self image* atau citra diri positif tercipta jika individu telah mencapai suatu tahapan ideal yang didasari oleh pondasi yang tepat. Dan citra diri negatif merupakan sebuah gambaran dimana individu dianggap mengalami kekeliruan dalam mengenal atau mendefinisikan dirinya. Karakteristik yang mendasari *self image* atau citra diri seseorang dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. *Self image* atau citra diri positif
 - 1) Mengenal jati dirinya
 - 2) Dapat memberikan perlakuan yang tepat terhadap diri sendiri
 - 3) Dapat menjalani kehidupan dengan jati diri sejati
- b. *Self image* atau citra diri negatif
 - 1) Kekeliruan dalam mengenali diri
 - 2) Kekeliruan dalam memperlakukan diri
 - 3) Menjalani hidup dalam bayangan diri
- c. *Self image* atau citra diri antara positif dan negatif
 - 1) Dapat mengenali diri secara kognitif
 - 2) Belum dapat memperlakukan diri sendiri secara maksimal
 - 3) Adakalanya terjebak dalam bayangan diri.

6. Kajian Teori Psikologi *Self Image* Dalam Islam

Islam telah menjelaskan di dalam al-qur'an bahwa Allah swt. telah menciptakan manusia sebagai makhluk yang memiliki citra paling sempurna di muka bumi. Hal tersebut telah tercantum dalam qur'an surat At-Tin ayat 4, yang berbunyi:

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَن تَقْوِيمٍ

Artinya: (4) *surely, we have created man in the best of forms.*

Dalam buku al-qur'an dan tafsirnya terbitan Departemen Agama RI dijelaskan bahwa Allah swt. telah menciptakan manusia dengan kondisi fisik dan psikis yang terbaik. Dari segi fisik, manusia dapat berdiri dengan tegak sehingga otak manusia dapat bekerja lebih baik dan dapat menghasilkan ilmu dan teknologi. Dalam segi psikis, manusia adalah satu-satunya makhluk yang memiliki kesempurnaan dalam hal pikiran dan perasaan. Bentuk manusia adalah yang paling indah dari semua makhluk-Nya. Oleh karena itu, pemberian Allah swt berupa fisik dan psikis yang sempurna tersebut, harus dimanfaatkan dan dikembangkan secara maksimal serta pemeliharaan yang baik.

Self image atau citra diri dalam islam tidak terlepas dari suri tauladan umat muslim di seluruh dunia yakni Nabi Muhammad SAW. Dalam perjalanan hidup Rasulullah beliau juga membentuk citra diri sehingga dapat menjadi suri tauladan yang baik atau *uswatun hasanah* bagi para umatnya. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa Nabi Muhammad menciptakan *positive self image* atau citra diri yang positif. Hal tersebut telah tercantum dalam al-quran surat al-Ahzab ayat 21 yang berbunyi:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Artinya :

(21) *Sungguh, telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat dan yang banyak mengingat Allah.*

Dalam al-quran surat al-Qolam ayat 4 juga dijelaskan bahwa Rasulullah SAW merupakan orang yang memiliki budi pekerti atau akhlak yang paling mulia. Firman Allah tersebut berbunyi:

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

“Dan sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung.” (Al-Qolam [68]: 4).

Diantara citra diri yang di tampilkan oleh Rasulullah s.a.w dalam kitab Riyadus Shalihin adalah sebagai berikut:

a. Ramah

وَعَنْ أَسْمَاءَ بِنْتِ يَزِيدٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ: أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ -صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- مَرَّ فِي الْمَسْجِدِ يَوْمًا وَعُسْبَةٌ مِنَ النِّسَاءِ قُفُودٌ فَأَلْوَىٰ بِيَدِهِ بِالنَّسْلِمِ (رَوَاهُ التِّرْمِذِيُّ)

“Asma’ binti Jazid r.a berkata: Rasulullah s.a.w berjalan di masjid, mendadak melihat rombongan wanita duduk, maka beliau melambaikan tangan dengan salam (Attirmidzy)

b. Senantiasa membantu dan mendoakan orang lain

وَعَنْهُ قَالَتْ: كَانَ رَسُولُ اللَّهِ -صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- يَتَخَلَّفُ فِي الْمَسِيرِ، فَيُرْجَى الضَّعِيفُ وَيُرْدَفُ وَيُدْعَوُ لَهُ (رَوَاهُ أَبُو دَاوُدَ بِإِسْنَادٍ حَسَنٍ)

“Djabir r.a berkata: Adanya Rasulullah s.a.w di dalam berpergian biasa di belakang, maka mendorong kepada orang-orang yang lemah dan menggoncengnya serta mendoakannya.

c. Senantiasa menjaga kebersihan dan kesehatan mulut

وَعَنْ حُذَيْفَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: كَانَ النَّبِيُّ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - إِذَا قَامَ مِنَ النَّوْمِ يَشُصُّ فَاةً بِالسَّيِّوَالِ (مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ). (السَّيِّوَالُ) أَلَدُّ الْدَلَكِ

“Hudzaifah r.a berkata: Adanya Rasulullah s.a.w jika bangun tidur menggosok giginya dengan siwak (sikat gigi).

d. Senantiasa mengingat Allah SWT

وَعَنْهُ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ -صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- لَأَنْ أَقُولَ سُبْحَانَ اللَّهِ، وَالْحَمْدُ لِلَّهِ، وَلَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ، وَاللَّهُ أَكْبَرُ أَحَبُّ إِلَيَّ مِمَّا طَلَعَتْ عَلَيْهِ الشَّمْسُ. (رَوَاهُ مُسْلِمٌ)

“Abu Hurairah r.a berkata: Rasulullah s.a.w bersabda: Kalau aku membaca: Subhanallah Walhamdu lillahi wa la ilaha illallah wallahu akbar;, maka bacaan itu lebih aku gemari dari pada mendapatkan kekayaan sebanyak apa di bawah sinar matahari.

e. Menjauhi dan melarang ghibah

وَعَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ: قُلْتُ لِنَبِيِّ -صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- حَسْبُكَ مِنْ صَفِيَّةَ كَذَا وَكَذَا، قَالَ بَعْدَ الزَّوَاةِ: تَعْنِي قَصِيرَةً، فَقَالَ: لَقَدْ قُلْتَ كَلِمَةً لَوْ مُجِرَتْ بِمَاءِ الْبَحْرِ لَمَزَجَتْهُ، قَالَتْ: وَحَكَيْتُ لَهُ إِنْسَانًا، فَقَالَ مَا أَجِبُ أَيُّ حَكَيْتُ إِنْسَانًا وَ إِنِّي لِي كَذَا وَ كَذَا. (رَوَاهُ أَبُو دَاوُدَ وَ التِّرْمِذِيُّ)

“Aisyah r.a berkata: kepada Nabi s.a.w: cukuplah bagimu Sofiyah (cukup cela bagimu Sofiyah, ia pandak). Maka bersabda Nabi s.a.w: Engkau telah mengeluarkan satu kalimat yang sangat keji, andaikan dicampur dengan air laut niscaya dapat merusaknya (merubahnya). Dan pada suatu hari Aisyah r.a berkata: Saya menyontohkan kejelekan orang kepada nabi s.a.w, maka Nabi s.a.w bersabda: Saya tidak suka

menyontohkan orang meskipun saya akan mendapat upah sekian, sekian banyaknya.

f. Rasulullah memperhatikan penampilan

وَعَنْ مُعَاذِ بْنِ أَنَسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ: عَدَانُ رَسُولُ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - قَالَ: مَنْ تَرَكَ اللَّبَاسَ تَوَضُّعًا لِلَّهِ، وَهُوَ يَقْدِرُ عَلَيْهِ، دَعَاهُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ عَلَى رُؤُسِ الْخَلْقِ حَتَّى يُخَيَّرَهُ مِنْ أَيِّ خُلَلِ الْإِيمَانِ يَشَاءُ يَلْبَسُهَا. (رواه الترمذی)

“Mu’adz bin Anas r.a berkata: Rasulullah s.a.w bersabda: Siapa yang menanggalkan Pakaian yang mewah-mewah karena tawadlu’ kepada Allah, padahal ia dapat membelinya, Allah akan memanggilnya di hari kiamat di muka sekalian manusia untuk disuruh memilih sendiri pakaian iman yang mana yang ia kehendaki untuk diapkainya. (Attirmidzy)

Dalam kitab tafsir juz Tabarak Khuluqun ‘Azhim karya M. Yunan Yusuf juga dipaparkan hadis mengenai Rasulullah s.a.w yang senantiasa menjaga penampilannya, sebagai berikut:

عَنْ جَابِرِ عَبْدِ اللَّهِ قَالَ: أَتَى بِأَبَى قُحَافَةَ يَوْمَ فَتَحَ مَكَّةَ وَرَأْسُهُ وَلِحْيَتُهُ كَالثَّغَامَةِ بَيَاضًا فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - غَيِّرُوا هَذَا بِشَيْءٍ وَاجْتَنِبُوا السَّوَادَ. (رَوَاهُ الْمُسْلِمُ)

“Dari Jabir ra, ia telah berkata: Pada hari terjadinya Fathu Makkah, Abū Quhafah, ayahanda Abū Bakar as-siddīq, didatangkan dihadapan Rasulullah saw, sementara rambut kepala dan jenggotnya sudah memutih seputih Thagāmah (tanaman yang berdaun dan berbunga putih), Rasulullah saw lalu bersabda: „Semirlah ini (rambut dan jenggot) dengan suatu warna, dan jauhilah warna hitam.” (HR. Muslim)

Demikianlah beberapa akhlak dan perilaku Rasulullah saw yang dapat menjadi gambaran mengenai citra diri beliau sebagai *uswatun hasanah* bagi para umatnya. Banyak diantara gambaran perilaku Rasulullah saw melebihi pemaparan diatas. Dari hal tersebut dapat diberikan gambaran betapa citra diri seseorang begitu diperlukan untuk memberikan sebuah gambaran mengenai dirinya dalam sebuah lingkup masyarakat dan juga dapat menjadi salah satu hal yang menjadi gambaran kepribadian sebuah agama melalui citra diri yang ditampilkan.

C. Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Citra diri

Penelitian ini tentunya juga merujuk pada penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian-penelitian sebelumnya merupakan media yang digunakan sebagai referensi, rujukan, informasi, pembuka wawasan, serta gambaran mengenai topik penelitian yang akan dilakukan.

Berdasarkan beberapa sumber penelitian sebelumnya terdapat beberapa jurnal yang memiliki tema sejalan dengan penelitian ini. Dari beberapa jurnal tersebut didapatkan beberapa hasil yang mengindikasikan adanya pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap citra diri individu.

Jurnal pertama merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sri Rejeki, Euis Komalawati, dan Poppy Indriyanti (2020) yang berjudul "*Pengaruh Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa*". Dimana hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara penggunaan instagram terhadap citra diri mahasiswa. Hal tersebut ditandai dengan adanya nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,5$ dengan nilai korelasional 0,799 yang mana hasil tersebut dapat termasuk dalam hubungan atau adanya pengaruh yang kuat.

Penelitian selanjutnya dilakukan Innes Irene Rarasingtyas dan Yoseph Hendrik Maturbongs (2019) yang berjudul "*Pengaruh Motif Penggunaan Media Instagram Terhadap Citra Diri Di Pt XYZ*". Berdasarkan hasil penelitian tersebut hasil korelasinya menunjukkan adanya nilai koefisien yang positif pada variabel yang ada. Sehingga dalam hal tersebut dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara motif penggunaan instagram dengan tingkat citra diri penggunaannya. Semakin tinggi intensitas penggunaan instagram sebanding dengan meningkatnya citra diri penggunaannya.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Clarissa Maureen¹ dan Yolanda Stellarosa (2021) yang berjudul "Instagram sebagai Pembentuk Citra Diri Generasi Milenial Jakarta". Disebutkan bahwa para milenials dalam membentuk citra diri melalui media sosial perlu dilakukannya interaksi dengan diri sendiri terlebih dahulu. Para generasi milenial yang menggunakan instagram akan mempertimbangkan bagaimana dirinya akan dinilai oleh masyarakat dan tanggapan yang akan muncul. Dari pertimbangan yang dilakukan tersebut, para penggunaannya akan menciptakan sebuah ciri khas dirinya dalam media sosial. Ciri khas tersebut dapat berupa bahasa yang digunakan, warna *tone* foto yang ditampilkan dan simbol-simbol lain yang dapat memberikan nilai khas oleh penggunaannya.

D. Hipotesis

Berdasarkan kajian teori dan kerangka berpikir di atas dapat dibuat sebuah hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Tidak adanya pengaruh positif dan spesifik antara penggunaan instangram terhadap citra diri.

H_a : Adanya pengaruh positif dan spesifik antara penggunaan instagram dengan citra diri.

E. Kerangka Berfikir

**Penggunaan Media Sosial
Instagram**

Self Image



Gambar 1. Kerangka berfikir Pengaruh penggunaan instagram terhadap *self image* siswa kelas XI SMKN Kota Batu

Kerangka berikir merupakan sebuah penjelasan teoritis mengenai variabel dalam penelitian. Secara teoritis dalam penelitian ini, terdapat variabel dependen atau variabel bebas (X) yaitu penggunaan media social instagram dan variabel independen atau variabel terikat (Y) dalam hal ini yaitu *self image*

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. I Made Laut Mertha Jaya (2020) dalam bukunya yang berjudul “Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif” menjelaskan penelitian kuantitatif merupakan sebuah metode dimana data temuan dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau secara kuantifikasi (pengukuran). Penelitian ini termasuk dalam penelitian non eksperimen dengan metode pengumpulan data berupa survei dalam bentuk angket atau kuesioner.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif, variabel penelitian dapat dibedakan menjadi dua, yaitu variabel bebas (*independent variabel*) dan variabel terikat (*dependent variabel*). Variabel bebas atau variabel independen sering disebut sebagai stimulus, prediktor, antecedent. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab sebuah perubahan dalam sebuah penelitian atau munculnya variabel dependen (terikat). Variabel terikat atau variabel dependen biasanya disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat ini, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari variabel bebas (Sugiyono, 2013).

Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu; penggunaan media sosial instagram sebagai variabel bebas (independen) dan *self image* sebagai variabel terikat (dependen).

C. Definisi Operasional

Dikutip dari Ismail Nurdin dan Sri Hartanti (2019:122) definisi operasional adalah mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati yang memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau peristiwa. Mendefinisikan variabel secara operasional adalah menggambarkan atau mendeskripsikan variabel penelitian sedemikian rupa, sehingga variabel tersebut bersifat spesifik (tidak berinterpretasi ganda) dan terukur.

1. Media Sosial Instagram

Dalam Sri Rejeki,dkk (2020) dijelaskan bahwa, media sosial instagram merupakan sebuah *platform* yang berfokus pada pemberian fasilitas para penggunanya untuk melakukan sebuah kolaborasi atau beraktivitas untuk berbagi informasi kepada sesama penggunanya dalam bentuk foto maupun video. Dalam hal ini terdapat dimensi penggunaan instagram, diantaranya: frekuensi, dimensi, fitur.

2. *Self Image* atau citra diri

Khun mendefinisikan *self image* sebagai sebuah kondisi yang dimiliki oleh individu atau dapat dimaknai sebagai sebuah gambaran terhadap individu mengenai dirinya. Kondisi tersebut dapat berpengaruh terhadap proses penyesuaian diri dengan penyesuaian sosial dalam memberikan sebuah penilaian mengenai individu tersebut. *Self image* juga dapat dimaknai sebagai bentuk kesadaran individu dalam melihat dirinya serta penilaian atau pendapat tentang dirinya. *Self image* seseorang tidak dapat mencerminkan realitas objektif dari individu tersebut. Adapun aspek-aspek *self image* menurut Khun yaitu sebagai berikut: deskripsi fisik, deskripsi sosial, deskripsi sifat pribadi, deskripsi eksistensial (Subhan, 2019; Desi, 2021)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Sugiono didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek dimana didalamnya memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan atau menjadi ketetapan syarat yang diperlukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono:2007, dalam Ismail Nurdin dan Sri Hartanti, 2019). Dalam sebuah populasi, harus terdapat sifat-sifat dan karakteristik khusus yang menjadi kebutuhan dalam sebuah penelitian.

Populasi dalam penelitian ini yaitu siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu yang berjumlah 123 siswa. Adapun karakteristik dari subjek, yakni:

- a. Pengguna media sosial Instagram
- b. Merupakan siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu.

2. Sampel

Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu yang berjumlah kurang lebih 123 siswa. Teknik dalam pemilihan subjek menggunakan non probability sampling. Menurut Sugiyono (Imron, 2019) non probability sampling merupakan sebuah teknik dalam pengambilan sampel penelitian, dimana dalam prosesnya tidak memberikan kesempatan atau peluang sama terhadap anggota populasi untuk dijadikan sampel dalam penelitian. Adapun kriteria sampel penelitian yang diharapkan yaitu; siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu dan menggunakan media sosial Instagram. Dalam menentukan ukuran sampel peneliti menggunakan tabel Krejcie dan Morgan. Sugiono mencantumkan cara sederhana dalam menentukan sampel, yakni hanya dengan menc

antumkan jumlah kemungkinan populasi (N) dan sampel (n) yang menjadi pasangannya. Krejcie dalam melakukan perhitungan sampel berdasarkan atas kesalahan 5%. Dikarenakan demikian, maka nilai kepercayaan sampel yang yang diperoleh dari populasi yakni sebesar 95%. Berikut rumus perhitungan sampel miliki Krojcie dan Morgan:

$$n = \frac{(\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q)}{(d^2 \cdot (N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q)}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

λ^2 = faktor pengali dengan dk =1, taraf kesalahan bisa 1%, 5%, 10%

N= Jumlah populasi

P (populasi menyebar normal) = Q = 0,5

d = 0,05

Apabila jumlah populasi siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu sebesar 123 siswa, jika dilihat dari tabel Krejcie dan Morgan, jumlah sampel yang harus diperoleh dalam penelitian yaitu sebesar 94 siswa.

E. Metode Pengumpulan Data

Dalam prosesnya, metode atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan 3 (tiga) cara, yaitu: interview (wawancara), kusioner (angket), dan observasi (Sugiyono, 2013).

Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam proses pengumpulan data adalah kuisisioner

1. Kuisisioner

Kuesioner sendiri berasal dari bahasa latin yaitu *Questionnaire*, yang memiliki arti sebagai suatu rangkaian pertanyaan yang memiliki hubungan terhadap suatu topik tertentu. Kemudian dari sekumpulan pertanyaan tersebut diberikan kepada sekelompok individu dengan tujuan untuk memperoleh data (Muri Yusuf, 2014). Kuesioner atau penelitian survei merupakan salah satu pendekatan dalam penelitian deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai karakteristik, pendapat, sikap, maupun pengalaman dari satu atau lebih kelompok orang dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada mereka dan menabulasikan jawaban tersebut (Supratiknya, 2015).

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat ukur yang digunakan dalam proses pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian akan berkenaan dengan tingkat validitas dan reliabilitas. Dan kualitas pengumpulan data berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan dalam pengumpulan data (Sugiyono, 2013).

Dalam penyusunan instrumen ini, peneliti mengikuti langkah-langkah yaitu menjabarkan variabel kedalam aspek, menjabarkan aspek kedalam indikator dan menjabarkan indikator kedalam pernyataan-pernyataan. Dalam prosesnya, instrumen ini dibuat menggunakan *skala likert*. Dalam skala likert ini, terdapat beberapa pernyataan yang sistematis untuk menunjukkan sikap seorang responden terhadap pernyataan itu.

Adapun responden di minta memberikan respon jawaban yang dianggap sesuai dengan keadaan dirinya dengan memilih salah satu diantara 4

(empat) pilihan jawaban diantaranya; SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju).

Adapun skor dari setiap jawaban yakni sebagai berikut:

Tabel 1. Skor pilihan jawaban

Jawaban	Skor Item	Skor Item
	Favorable	Un-favorable
SS (Sangat Setuju)	4	1
S (Setuju)	3	2
TS (Tidak Setuju)	2	3
STS (Sangat Tidak Setuju)	1	4

1. Skala penggunaan media sosial instagram

Dalam proses penyusunan pernyataan-pernyataan mengenai penggunaan media sosial instagram dibuat berdasarkan dari dimensi yang dikemukakan oleh Sri Rejeki, yang telah tercantum dalam tabel *blue print* sebagai berikut:

Tabel 2. Blue Print Media Sosial Instagram

No.	Aspek	Indikator	Jenis Dan Jumlah Item		Total Butir
			<i>Favoureble</i>	<i>Unfavoreble</i>	
1	Frekuensi	Seberapa sering menggunakan Instagram dalam 1 hari	1	2	2

		Waktu saat menggunakan Instagram	3,4	5	3
2	Dimensi	Lama durasi saat menggunakan Instagram dalam 1 hari	6	7	2
		Lama durasi saat memposting video/ foto	8,9	10	3
3	Fitur	Fitur yang sering digunakan di Instagram	11,12,13,14, 15,16,17	18,19	9
Jumlah					19

2. Skala Self Image

Skala *self image* yang digunakan merupakan modifikasi dari penelitian Desi Ramadhani (2020). Dimana konsep yang digunakan berdasarkan teori Khun yang aspek-aspeknya terdiri dari; deskripsi fisik, deskripsi sosial, deskripsi sifat pribadi, deskripsi eksistensial

Tabel 3. Blue Print Self Image

Aspek	Indikator	Jenis Dan Jumlah Item		Total Butir
		<i>Favoureble</i>	<i>Unfavoreble</i>	
Deskripsi Fisik	Individu mampu mengetahui karakteristik fisik atau tubuh yang memiliki kesamaan dengan	12,3,4,5,6	7,8,9,10	10

individu lain				
Deskripsi Sosial	Kemampuan individu terhadap peran didunia social	11,12,13,14,15	16,17,18,19,20	10
Deskripsi Sifat Pribadi	Individu mampu mengetahui karakter sifat pribadi	21,22,23,24,26	25,27,28	9
Deskripsi Eksistensial	Kesadaran individu berada di alam semesta	29,30,31	32	4
Jumlah				32

G. Validitas dan reliabilitas

1. Validitas

Validitas merupakan sebuah kata yang berasal dari kata *validity* yang dapat dimaknai sebagai sejauh mana tingkat ketepatan atau akurasi sebuah alat ukur saat melakukan fungsi pengukurannya (Wahyu,2020; Ovan & Andika; 2020). Validitas sebuah instrumen dapat dilihat dari seberapa jauh instrumen tersebut dapat mengukur objek yang hendak diukur. Menurut Sugiyono (2013) apabila sebuah instrumen dikatakan valid, maka alat ukur yang digunakan dalam mendapatkan data tersebut valid. Untuk menguji instrumen digunakan rumus korelasi Product Moment sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien antara variabel X dan Y

N = Jumlah Sampel yang diteliti

x = Skor total x

y = Skor total y

Langkah selanjutnya yaitu menentukan nilai t -hitung menggunakan rumus:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r \sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Kriteria keputusan sebuah pernyataan atau pertanyaan dikatakan valid apabila nilai $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ pada $\alpha = 5\%$ (0,05). Begitupun sebaliknya, apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka butir pernyataan atau pertanyaan dapat dikatakan tidak valid.

2. Reliabilitas

Pengukuran dengan reliabilitas tinggi disebut pengukuran yang reliabel. Reliabilitas merupakan sebuah sebutan yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran memiliki hasil yang relatif konsisten meskipun dilakukan pengukuran pengulangan dua kali atau lebih. Wright stone menyebutkan bahwa reliabilitas merupakan suatu perkiraan tingkatan (*degree*) konsistensi atau kestabilan antara pengukuran yang pertama maupun pengukuran ulangan atau yang kedua dengan menggunakan instrumen yang sama. Azwar (dalam sugiyono., 2013) menyebutkan bahwa reliabilitas berhubungan dengan tingkat akurasi instrumen dalam mengukur apa yang diukur, kecermatan hasil ukur dan seberapa akurat seandainya dilakukan pengukuran ulang. Dalam hal ini, Azwar juga memberikan pernyataan bahwa reliabilitas merupakan sebuah konsistensi dalam

pengamatan yang diperoleh dari pencatatan berulang baik pada satu subjek maupun sejumlah subjek.

Uji reliabilitas menunjukkan kemampuan instrumen dalam mengungkap data yang dapat dipercaya. Dalam pengujian ini akan digunakan analisis reliabilitas internal dengan menggunakan pendekatan Alpha Chronbach (Arikunto, 1998) sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{\sum \sigma_b^2}{\sum t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Nilai reliabilitas instrumen

k = Jumlah butir pertanyaan atau pernyataan

Y = Skor total pernyataan atau pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

$\sum t^2$ = Varians total

Dalam hal ini, kriteria keputusan sebuah pernyataan atau pertanyaan dikatakan reliabel apabila $r_{11} > \text{Cut off}$ sebesar 5% (0,05). Dalam proses perhitungan validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini tentunya menggunakan bantuan dari program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

H. Analisis Data

Dalam sebuah penelitian, data yang telah didapatkan tidak bisa begitu saja diambil kesimpulannya. Agar data yang didapatkan dapat dibaca atau

ditafsirkan, maka diperlukan teknis analisis data atau dapat disebut pengolahan data. Untuk melakukan analisis data, akan dilakukan beberapa uji dari data yang telah didapatkan, diantaranya:

1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan sebuah prosedur dalam penelitian yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah sebuah data berasal dari populasi yang terdistribusi normal atau berada dalam sebaran normal.

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dapat terdistribusi secara normal atau tidak normal. Dasar pengambilan keputusan adalah apabila nilai $L_{hitung} > L_{tabel}$ maka H_0 ditolak, dan apabila nilai $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka H_0 diterima (Nuryadi,dkk, 2017)

b. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan dengan tujuan untuk menemukan persamaan garis lurus atau regresi antara variabel bebas (*independent variabel*) yaitu penggunaan media sosial instagram dan variabel terikat (*dependent variabel*) yaitu *self image* (Muhammad Ali, 2015)

Dalam praktiknya uji linieritas dapat menggunakan persamaan garis regresi atau regresi ganda. Apabila nilai F yang dapat atau yang sedang diamati lebih besar dari nilai F tabel pada taraf signifikan (α) = 0,05 maka dapat dikatakan linier (Muri Yusuf, 2017).

2. Analisis Deskriptif

Adapun dalam analisis deskriptif ini terdapat beberapa bagian sebagai berikut; a. Nilai mean, b. Standar deviasi,

a. Rumus Mean Hipotetik

Mean adalah rata-rata dari data yang diperoleh dengan menjumlahkan seluruh angka kemudian membaginya sesuai jumlah banyaknya data yang dijumlahkan. Rumus dari mencari mean hipotetik adalah sebagai berikut :

$$M = \frac{1}{2} (X_{\max} + X_{\min}) \times \Sigma n$$

Keterangan :

M = Mean Hipotetik

X_{max} = Skor tertinggi item

X_{min} = Skor terendah item

Σn = Jumlah item dalam skala

b. Rumus Standar Deviasi

$$SD = \frac{1}{6} (X_{\max} - X_{\min})$$

Keterangan :

SD = Standar Deviasi

X_{max} = Skor tertinggi Item

X_{min} = Skor terendah item

c. Menentukan kategorisasi

Menentukan kategorisasi digunakan untuk menggolongkan individu kedalam 3 (tiga) kategori diagnosis. Kategori ini dimulai dari kategori tinggi, sedang, dan rendah (Azwar, 2017). Adapun tabel kategorisasi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. Kategorisasi

Kategorisasi	Rentang Nilai
Rendah	$X < (M - 1,0 \text{ SD})$
Sedang	$(M - 1,0 \text{ SD}) \leq X < (M + 1,0 \text{ SD})$
Tinggi	$X > (M + 1,0 \text{ SD})$

3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi merupakan metode yang digunakan untuk mengungkap ada atau tidaknya hubungan secara fungsional antara satu atau lebih variabel respon atau variabel terikat atau regresan yang biasanya dinotasikan dengan huruf y dan variabel prediktor atau variabel bebas atau regresor (Muhammad Ali., 2015). Uji regresi merupakan salah satu metode analisis dalam statistika yang dipergunakan untuk mendapatkan gambaran mengenai hubungan keterkaitan di antara variabel dependen atau terikat (Y) dan variabel independen atau variabel bebas (X), dimana dalam hubungan keterkaitan antara keduanya dapat dinyatakan “linear”.

Persamaan regresi sederhana:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = responden variabel terikat yang diprediksi

a = konstanta regresi

bX = responden pada variabel bebas yang memiliki nilai tertentu

4. Uji korelasi

Dalam hal ini, uji korelasi yang digunakan merupakan uji korelasi pearson atau bisa disebut juga sebagai korelasi produk momen. Uji tersebut digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel. Terdapat tiga (3) asumsi dasar dalam uji korelasi pearson ini, antara lain:

- Distribusi nilai variabel berdistribusi normal atau mendekati normal.
- Dua variabel yang akan di cari korelasinya adalah variabel yang kontinyu bersifat rasional atau minimal bersifat interval
- Hubungan kedua variabel yang akan dikorelasikan bersifat linier.

Dalam proses perhitungan uji korelasi pearson atau produk momen ini, peneliti di bantu oleh aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Penelitian

1. Profil Tempat Penelitian

- a. Nama Sekolah : SMK Negeri 2 Batu
- b. Status : Negeri
- c. NPSN : 20536826
- d. Alamat : Jl. Raya Pandanrejo No.39A, Pandanrejo, Kec. Bumiaji, Kota Batu, Jawa Timur, 65332
- e. Bidang, Program dan Kompetensi Keahlian
 - 1) Bidang keahlian: Agribisnis dan Agroteknologi
 Program keahlian: Agribisnis Tanaman
 Kompetensi keahlian: Agribisnis Tanaman Pangan & Hortikultura
 - 2) Bidang keahlian: Agribisnis dan Agroteknologi
 Program Keahlian: Agribisnis Tanaman
 Kompetensi keahlian: Agribisnis Pengolahan Hasil Pertanian
 - 3) Bidang keahlian: Teknologi dan Rekayasa
 Program Keahlian: Teknik Kimia
 Kompetensi keahlian: Kimia Analisis 4 tahun
 - 4) Bidang keahlian: Teknologi dan Rekayasa
 Program Keahlian: Teknik Kimia
 Kompetensi keahlian: Analisis Pengujian Laboratorium
- f. Akreditasi sekolah: A

g. Jumlah Peserta Didik : 513 peserta didik
Jumlah guru : 58

h. Fasilitas:

- 1) Ruang kelas
- 2) Ruang Praktikum
- 3) Laboratorium Komputer
- 4) Lahan Praktik
- 5) Perpustakaan
- 6) Kantin sekolah
- 7) Akses internet (WLAN)
- 8) Green house

i. Visi, Misi dan Tujuan SMKN 2 Batu

1) Visi

Menjadi SMK Negeri 2 Batu unggul dalam Pendidikan guna Menghasilkan Lulusan yang Berakhlak Mulia, Kompeten dan Mampu Bersaing di Era Global.

2) Misi

a) Menciptakan lingkungan belajar berlandaskan pendidikan akhlak mulia

b) Menyelenggarakan pembelajaran yang professional dengan mengembangkan kurikulum mengacu pada DU/DI berskala nasional

c) Menyediakan sumber daya pembelajaran berbasis teknologi informasi

3) Tujuan

a) Menghasilkan lulusan yang berakhlak mulia

b) Menghasilkan lulusan yang kompeten

c) Menghasilkan lulusan yang bersertifikat kompetensi

d) Menghasilkan lulusan yang menguasai teknologi informasi dan peralatan produksiberbasis teknologi

2. Susunan Manajemen SMKN 2 Batu

a. Kepala Sekolah: Suprijana, S.Pd

b. Ketua Komite Sekolah: Warnan Tarmidi

c. Ketua Tim Pengembang: Khoiruddin, S.Ag, S.Pd., MM

d. Kepala Tenaga Administrasi Sekolah: Elly Susanti, S.Pd

- e. Bendahara Sekolah:
 - 1) Diah Herawati Palupi, SP
 - 2) Sri Subekti, S.TP, M.Pd
 - 3) Maria Rahayu, SP, M.Pd
- f. Wakil Kepala :
 - 1) Bagian Kesiswaan: Visi Triastutik, S.Pd
 - 2) Bagian Kurikulum: Neny Rukmiati, SP, M.Agr
 - 3) Bagian Hubungan Industri dan Masyarakat: Tito Wahyu Anggoro, S.Si, M.Pd
 - 4) Bagian Sarana dan Prasarana: Joko Susanto, SP
- g. Ketua Program Keahlian
 - 1) Agribisnis Tanaman: Prayogo Richi NM, SP, M.Pd
 - 2) Agribisnis Pengolahan Hasil Pertanian: Dhany Sevitarsari, SP, M.Agr
 - 3) Teknik Kimia: Ika Zulaicha IPP, S.Si
- h. Kepala Perpustakaan: Erlis Kurniawati, S.Pd.
- i. Koordinator BP/BK: Raden Bagus Hayu Adhi, S.Pd
- j. Kabeng/Kalab:
 - 1) AT: Makinun Amin, S.Si, M.Pd
 - 2) ATPH: Siti Sulichah, S.Pd. M.Pd.
 - 3) KA: Dra. Khurotul Isroini, M.Pd
 - 4) APL: Dina Luthfiana, S.Si
 - 5) Ketua BKK: Syamsul Huda, SP

3. Ekstrakurikuler Berbasis Kewirausahaan

Ekstrakurikuler Kewirausahaan ini merupakan wadah yang diberikan oleh sekolah untuk memfasilitasi peserta didik dalam mengembangkan bisnis wirausaha terkait dengan kompetensi keahlian yang ada di sekolah. Adapun ekstrakurikuler kewirausahaan ini dibagi menjadi 3 klaster, yaitu:

a. Klaster hidroponik

Klaster hidroponik memberikan kesempatan kepada para peserta didik untuk mengembangkan kompetensi dalam menanam sayur dengan menggunakan sistem hidroponik. Selain belajar tentang penanaman hidroponik pada kegiatan kewirausahaan, peserta didik juga diajari untuk perlakuan pasca panen yaitu mengemas dan menjual hasil panen serta mengelola penghasilan yang diperoleh dari penjualan tanaman sayurnya untuk budidaya sayur hidroponik secara berkelanjutan.

b. Klaster minuman sari buah

Minuman sari buah yang dikembangkan adalah sari apel proses produksi dengan memanfaatkan teknologi mesin dalam pengelolaannya

c. Klaster handsanitizer

Klaster handsanitizer memberikan kesempatan kepada para peserta didik untuk mengembangkan ketrampilan dalam membuat handsanitizer secara aman untuk memenuhi kebutuhan di sekolah sebagai pendukung protokol Kesehatan dalam masa pandemic COVID-19. Selain itu, diproduksi juga untuk memenuhi permintaan masyarakat.

d. Ekstrakurikuler Herbarium

Ekstrakurikuler ini diadakan untuk memfasilitasi anak-anak yang memiliki jiwa di bidang art/seni. Herbarium merupakan kegiatan mulai dengan mengumpulkan bahan (bunga/daun yang telah gugur), mengeringkan bahan melalui Teknik pressing, sampai dengan merangkai

bunga kering untuk menjadi sebuah karya yang bisa diperjual belikan.

4. Ekstrakurikuler Pengembangan Bakat dan Minat

a. Seni

Bagi peserta didik yang memiliki bakat dan minat terhadap bidang seni tari, di SMKN 2 Batu juga dikembangkan ekstrakurikuler seni tari, baik tari tradisional maupun modern kontemporer. Kegiatan ini selain untuk mengembangkan bakat dan minat juga disiapkan untuk mengisi even atau mengikuti perlombaan di berbagai kompetensi

b. Olah raga

Ekstrakurikuler pengembangan bakat dan minat di bidang olah raga mewadahi minat peserta didik melalui pembinaan olah raga tertentu serta pembentukan karakter mandiri, Tangguh, sportif dan bertanggung jawab. Dilaksanakan dengan jenis olah raga sebagai berikut:

- 1) Pencak Silat
- 2) Futsal
- 3) Bola Volly

c. PMR

Unit Kesehatan Sekolah (UKS) merupakan salah satu sarana yang wajib ada di sebuah sekolah sebagai rujukan awal ketika ada peserta didik mengalami gangguan kesehatan. Ekstrakurikuler PMR diberikan untuk bisa membantu mengelola UKS. Peserta didik yang terlibat di kegiatan PMR akan mendapatkan pengetahuan dan ketrampilan yang terkait dengan pemberian bantuan kesehatan dan P3K yang bersifat segera.

d. Pramuka

Ekstrakurikuler pramuka adalah ekstrakurikuler yang wajib diikuti oleh peserta didik. Dilaksanakan rutin seminggu sekali di kelas X, dan model blok di kelas

X dan XI

5. Kerjasama sekolah dengan mitra IDUKA

SMKN 2 batu telah menjalin hubungan dengan banyak IDUKA dalam berbagai agenda kegiatan antara lain guru tamu dalam tema tertentu (terkait dengan topik kurikulum); kunjungan ke mitra IDUKA untuk menghubungkan 'teori' dengan implementasi praktiknya di industri dan bila memungkinkan dilakukan pelatihan/penugasan praktis di industri (dengan menggunakan fasilitas/peralatan dari pihak IDUKA); magang bagi peserta didik, memungkinkan peserta didik untuk mendapatkan pengalaman kerja yang berharga terutama melatih budaya kerja diantaranya sikap disiplin, komunikasi, interaksi sosial, dan tanggungjawab.

Mekanisme pada Program Budaya Kerja, IDUKA menawarkan tugas/proyek/atau masalah ringan berdasarkan kemampuan peserta didik dan harus bisa diselesaikan dengan baik, selain itu mereka juga dapat belajar tentang sikap dan hubungan sosial dengan pihak IDUKA sesuai budaya kerja di IDUKA tersebut. Serta terlibat dalam magang Guru – mitra IDUKA memperbarui kemampuan dan pengetahuan guru dengan perkembangan terbaru. Kerjasama lainnya adalah bursa kerja yang diadakan setahun sekali di mana perusahaan menampilkan profilnya dan menginformasikan kepada peserta didik dan alumni tentang potensi pekerjaan di IDUKA.

Sekali atau dua kali dalam setahun SMKN 2 Batu mengadakan seminar/talk show dengan beberapa pembicara di sekitar topik yang populer di mana peserta didik dan perusahaan terkait yang diundang.

Selain itu SMKN 2 Batu juga mengundang pengusaha muda yang sukses untuk memberikan motivasi kepada para peserta didik kami mengenai kesempatan yang besar pada bidang yang ditekuni. Bentuk penguatan budaya kerja lainnya adalah adanya *Teaching Factory* yang mewujudkan produk dalam sistem pembelajaran, memberikan keterampilan yang dibutuhkan di

sektor industri, membantu peserta didik mempersiapkan diri untuk menjadi tenaga kerja yang handal, dan membantu menjalin kerjasama dengan sektor industri.

6. Program Belajar Budaya Kerja

a. Kelas X program Keahlian Agribisnis Tanaman

- 1) Nama Program : Pra PKL
- 2) Waktu pelaksanaan : Semester genap
- 3) Metode : IN-ON (40% di industri per minggu)
- 4) Pelaksana : siswa kelas X
- 5) Hasil dan rekomendasi : - Siswa semakin disiplin dan terampil
- Kegiatan perlu dilanjutkan
- 6) Industri yang terlibat :

Tabel 5. Kerjasama industri

NAMA IDUKA (UKM)	ALAMAT	KARAKTERISTIK	JOBDISK SISWA
Furushato	Bumiaji Batu	Organic Farming	Perawatan tanaman
Oak Tree Glamping Resort	Sisir, Batu	Landscaping	Perawatan tanaman
Lettuce Agroresto	Bumiaji, Batu	Agroresto & coffee	Perawatan tanaman
Bumiaji sejahtera	Bumiaji, Batu	Organic farming	Perawatan tanaman
Koperasi Apel	Tulungrejo, Batu	Pertanian apel	Pengolahan lahan

Soerdjanto Orchids	Batu, Batu	Petani Anggrek	Perawatan tanaman
Mashudi farming	Sumber brantas, Batu	Petani sayuran	Perawatan tanaman
Bagas Farm	Tawangargo, Karangploso	Petani jeruk	Perawatan tanaman
Lancar hidroponik	Temas, Batu	Hidroponik	Perawatan tanaman
CV Among tani Sejahtera	Sumber brantas, batu	Petani kentang	Perawatan tanaman
Bambang Farm	Pandanrejo, Batu	Petani sayur	Perawatan tanaman
UD Artha	Tawangargo, Batu	Landscaping	Perawatan tanaman

b. Kelas X program Keahlian Agribisnis Pengolahan Hasil Pertanian

- 1) Nama Program : Belajar Budaya Kerja
- 2) Waktu pelaksanaan : Semester genap
- 3) Metode : IN-ON (40% di industri per minggu)
- 4) Pelaksana : siswa kelas X
- 5) Hasil dan rekomendasi : - Siswa semakin disiplin dan terampil
- Kegiatan perlu dilanjutkan
- 6) Industri yang terlibat :

Tabel 6. Kerjasama industri

NAMA IDUKA (UKM)	ALAMAT	KARAKTERISTIK	JOBDISK SISWA
Hilda bakery	Oro-oroombo Batu	Pengolahan roti	Produksi roti
RR Milk	Oro-oroombo Batu	Pengolahan susu	Produksi olahan
Agro Cipta Abadi	Gundu, Batu	Kripik & dodol buah	Produksi olahan
Fauzi	Tulungrejo, Batu	Kripik tempe	Produksi olahan
UD Harum Manis	Beji, Batu	Oleh-oleh khas Batu	Marketing
Dhilanmesindo	Tullungrejo, Batu	Olahan buah apel	Produksi + marketing
Wukir Sari	Bumiaji	Olahan nabati	Produksi olahan
Madu Kota Batu	Mojorejo, Batu	Produk lebah	Marketing
Khita Rakha Batu	Temas, Batu	Pengolahan roti	Marketing
Rose Jaya	Temas, Batu	Olahan nabati	Produksi olahan
Bu Roes	Pendem, Batu	Minuman tradisonal	Marketing
Bumbu Masak Hidayah	Junrejo, Batu	Industri bumbu masak	Produksi bumbu

c. Kelas XI program Keahlian Teknik Kimia

- 1) Nama Program : Magang Kerja
- 2) Waktu pelaksanaan : semester genap

- 3) Metode : 100% di IDUKA selama 1 bulan (bergelombang)
- 4) Pelaksana : siswa kelas XI
- 5) Hasil dan rekomendasi : - Siswa semakin disiplin dan terampil
- Kegiatan perlu dilanjutkan
- 6) Industri yang terlibat : Lab Kesehatan Lingkungan Dinas Kesehatan Mojokerto

7. Program Praktik Kerja Lapangan

a. Tujuan Umum PKL

- 1) Penguatan pendidikan karakter siswa dan meningkatkan kompetensi, kecerdasan, keterampilan sesuai dengan visi dan misi SMK NEGERI 2 BATU.
- 2) Membangun kerja sama antara SMK NEGERI 2 BATU dan DU/DI

b. Tujuan Khusus

- 1) Meningkatkan kemandirian peserta didik dalam menyelesaikan pendidikan pada jenjang SMK.
- 2) Memberikan pengalaman praktik kerja kepada peserta didik, melalui keterlibatan langsung pada DU/DI baik pemerintah maupun swasta yang terkait dengan keilmuan masing-masing program keahlian.
- 3) Memberikan kesempatan belajar kepada peserta didik dalam memecahkan masalah yang sedang mereka hadapi dengan dasar teori-teori yang mereka dapatkan dalam pembelajaran.

- 4) Membentuk pola pikir bagi peserta didik sehingga mampu menggabungkan antara aspek teori dan praktik
- 5) Meningkatkan kemampuan peserta didik dalam mengidentifikasi segala permasalahan kerja yang dihadapi oleh dunia kerja dan dapat membantu memberikan alternatif pemecahannya secara nyata

8. Model, Lama Dan Waktu PKL

a. Model PKL

Dalam pelaksanaannya, SMK Negeri 2 Batu menerapkan model PKL *Block Release*, yaitu bentuk kegiatan PKL dimana siswa melaksanakan praktik kerja secara penuh di industri sesuai waktu yang disepakati bersama.

b. Lama PKL

Sesuai dengan Struktur Kurikulum Pendidikan Menengah Kejuruan, pelaksanaan PKL dilaksanakan 6 (enam) bulan sampai satu tahun di satu DU/DI pasangan yang telah bekerja sama dengan sekolah untuk tempat pelaksanaan PKL. Selama 6 (enam) bulan, siswa dapat melakukan praktik penuh di 1 (satu) perusahaan atau kombinasi di 2 (dua) perusahaan untuk mencapai 6 (enam) bulan sampai satu tahun.

c. Waktu dan Pelaksanaan PKL

Dalam Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP) SMK Negeri 2 Batu Tahun Pelajaran yang ditetapkan pelaksanaannya bagi siswa.

B. Validitas dan Reliabilitas

1. Hasil uji validitas

a. Skala Penggunaan Media Sosial Instagram

Dalam proses pembuatan kuesioner penggunaan media sosial instagram, peneliti menggunakan skala modifikasi yang berasal dari penelitian terdahulu. Dalam hal ini peneliti melakukan modifikasi dari kuesioner milik Sri Rejeki (2020). Dalam prosesnya, kuesioner penggunaan media sosial instagram sebelumnya telah dilakukan uji coba dengan responden sebanyak 21 orang. Penyebaran angket kusioner dialukan dengan bantuan media *google form*. Dalam uji coba tersebut menunjukkan hasil semua item dinyatakan valid. Berikut merupakan hasil uji validitas skala penggunaan media sosial instagram:

Tabel 7. Validitas Instrumen Penelitian Penggunaan Media Sosial Instagram

No.	Aspek	Indikator	Item		Total Butir
			Item Valid	Item Gugur	
1	Frekuensi	Seberapa sering menggunakan Instagram dalam 1 hari	1,2	-	2
		Waktu saat menggunakan Instagram	3,4,5	-	3
2	Dimensi	Lama durasi saat menggunakan Instagram dalam 1 hari	6,7	-	2

		Lama durasi saat memposting video/ foto	8,9,10	-	3
3	Fitur	Fitur yang sering digunakan di Instagram	11,12, 13, 14,15, 16,17, 18,19	-	9
Jumlah					19

Dari proses pengumpulan data yang telah disebarakan melalui bantuan media *google form*, didapatkan hasil bahwa 19 pernyataan dalam questioner tersebut, dinyatakan valid dengan rentang nilai t_{hitung} terendah yakni $0,175 > 0,05$ pada pernyataan dalam kuesioner nomor 18 dan nilai t_{hitung} tertinggi yakni $0,724 > 0,05$ pada pernyataan dalam kuesioner nomor 3.

b. Skala Self Image

Sebelum melakukan penelitian di lapangan, peneliti terlebih dahulu melakukan uji coba alat ukur kepada responden yang sebanding dengan responden asli yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam uji coba tersebut, terbagi dalam dua tahap. Pada tahap pertama terdapat 25 responden yang mengisi kuesioner melalui *google form*. Pada tahap pertama ini, uji coba skala penggunaan media sosial *instagram* menggunakan skala yang di buat sendiri oleh peneliti. Hasil yang didapatkan dalam uji coba pertama ini, sebanyak 16 item dinyatakan valid dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai terendah $0,320 > 0,05$ dan nilai tertinggi $0,829 > 0,05$. Dalam uji coba skala *self image* yang digunakan oleh peneliti merupakan skala yang diciptakan sendiri. Hasil yang didapatkan dari uji coba pertama ini, sebagian

besar item dinyatakan gugur atau tidak valid. Oleh karena itu, peneliti melakukan pengkajian ulang terhadap alat ukur yang digunakan. Setelah dilakukan pengkajian terhadap alat ukur yang digunakan, peneliti memutuskan untuk mengganti skala penelitian yang di buat sendiri dengan skala modifikasi dari penelitian terdahulu.

Dalam uji coba kedua skala *self image* menggunakan skala modifikasi dari penelitian terdahulu. Dalam uji coba ini, terdapat 21 responden yang mengisi kuesioner melalui google form. Berdasarkan hasil uji coba ini, dari 34 item, didapati 7 item kuesioner yang dinyatakan tidak valid yaitu pada item nomor 2,3,25,27,28,29,dan 31. Oleh karena itu, terdapat sebanyak 23 item dinyatakan valid dengan jumlah $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai terendah pada $0,175 > 0,05$ dan nilai tertinggi pada $0,727 > 0,05$. Dalam hal ini kemudian peneliti merubah item yang tidak valid dan kemudian dilanjutkan dengan penelitian di lingkungan pendidikan SMKN 2 Kota Batu.

Adapun dalam proses perhitungan guna mengetahui validitas angket kuesioner menggunakan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Product And Service Solution*) versi 23 for Windows. Sebagaimana tercantum sebagai berikut:

Tabel 8. Validitas Instrumen Penelitian *Self Image*

Aspek	Indikator	Item		Total Butir
		Item Valid	Item Gugur	
Deskripsi Fisik	Individu mampu mengetahui karakteristik fisik atau tubuh yang memiliki kesamaan dengan	1,2,3,4,5, 6,7,8,9, 10	-	10

individu lain

Deskripsi Sosial	Kemampuan individu terhadap peran didunia sosial	11,12,13, 14,15,16, 17,18,19, 20	-	10
Deskripsi Sifat Pribadi	Individu mampu mengetahui karakter sifat pribadi	21,22,23, 24,26,25, 27,28	-	8
Deskripsi Eksistensial	Kesadaran individu berada di alam semesta	29,30,31, 32	-	4
Jumlah				32

Dari proses pengumpulan data yang telah disebarkan melalui bantuan media *google form*, didapatkan hasil bahwa 32 pernyataan dalam questioner tersebut, dinyatakan valid dengan rentang nilai t_{hitung} terendah yakni $0,192 > 0,05$ pada pernyataan dalam kuesioner nomor 13 dan nilai t_{hitung} tertinggi yakni $0,702 > 0,05$ pada pernyataan dalam kuesioner nomor 14.

2. Hasil uji reliabilitas

a. Uji reliabilitas penggunaan media sosial instagram

Sebelum dilakukannya proses penelitian dilapangan, dilakukan terlebih dahulu uji coba skala penggunaan media sosial instagram. Hasil yang didapatkan dalam uji coba pertama ini, sebanyak 21 responden sebanding telah mengisi kusioner yang mana hasil dari uji coba tersebut dapat dikatakan bahwa skala tersebut reliabel dengan nilai $r_{11} > 0,05$ yakni sebesar 0,850. Setelah dilakukannya uji coba, kuesioner kemudian dibagikan

kepada siswa siswi SMKN 2 Batu dengan hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil uji reliabilitas penggunaan media sosial instagram

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.809	19

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, dapat dilihat bahwa besar nilai Cronbach's Alpha atau r_{11} sebesar $0,809 > 0,05$ yang mana dalam hal ini dapat dikatakan bahwa angket atau kuesioner dinyatakan reliabel.

b. Uji reliabilitas self image

Sebelum dilaksanakannya penelitian di lapangan, kuesioner telah di uji coba kepada responden sebanding. Dalam hasil uji coba tersebut, angket dinyatakan reliabel dengan nilai $r_{11} > 0,05$ yaitu sebesar $0,714$. Dalam uji coba ini, terdapat 21 responden yang mengisi kuesioner melalui *google form*. Setelah dilakukannya uji coba, terdapat beberapa perubahan dalam angket tersebut. Kemudian angket atau kuesioner diberikan kepada responden dan mendapatkan hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil uji reliabilitas self image

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.835	32

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, dapat dilihat bahwa besar nilai Cronbach's Alpha atau r_{11} sebesar $0,835 > 0,05$ yang mana dalam hal ini dapat dikatakan bahwa angket atau kuesioner dinyatakan reliabel.

C. Hasil penelitian

1. Analisis Deskriptif

a. Penggunaan media sosial instagram

Pengukuran penggunaan media sosial instagram siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu, menggunakan skala modifikasi yang berjumlah 19 item dengan masing-masing menggunakan rentang skor 1-4. Skor skala penggunaan media sosial instagram tertinggi (X_{max}) adalah 76 dan skor skala penggunaan media sosial instagram terendah (X_{min}) adalah 19. Adapun besar nilai range adalah sebesar 57 dan nilai rata-rata (mean) adalah 47,5. Sehingga didapatkan nilai standar deviasi (SD) sebesar 9,5.

Variabel	Tabel 11. Mean dan standar deviasi			
	X_{max}	X_{min}	Mean	Standar Deviasi
Penggunaan media sosial instagram	76	19	47,5	9,5

Berdasarkan pemaparan tersebut, didapatkan tabel rentang nilai kategorisasi yang tercantum sebagai berikut:

Tabel 12. Rentang kategorisasi penggunaan media sosial instagram

Kategorisasi	Rentang Nilai	
Rendah	$X < (M - 1,0 \text{ SD})$	$X < 38$
Sedang	$(M - 1,0 \text{ SD}) \leq X < (M + 1,0 \text{ SD})$	$38 \leq X < 57$
Tinggi	$X > (M + 1,0 \text{ SD})$	$X > 57$

Keterangan:

M = Mean

SD = Standar deviasi

Setelah menentukan rentang nilai, dengan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) dilakukan proses menentukan kategorisasi. Adapun kategorisasi tingkat penggunaan media sosial instagram siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu tercantum sebagai berikut:

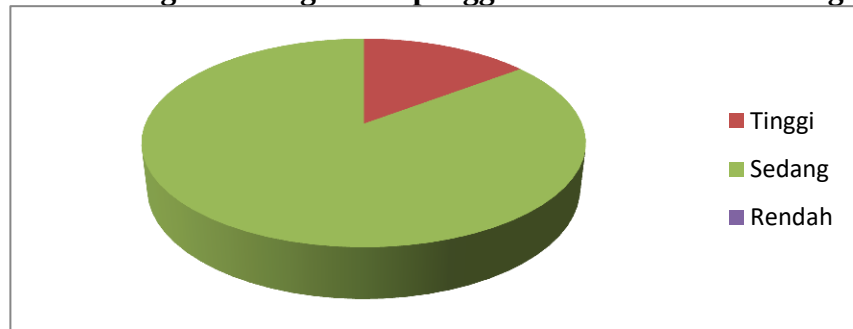
Tabel 13. kategorisasi penggunaan media sosial instagram

Kategori	Rentang nilai	Jumlah responden	Presentase
Tinggi	58-76	15	14,7%
Sedang	38-56	87	85,3%
Rendah	19-37	0	0%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa persentase siswa pengguna media sosial instagram yang masuk dalam kategori

rendah sebanyak 0 siswa, sedangkan yang termasuk dalam kategori sedang sebanyak 87 siswa dengan persentase 85,3% dan sebagai jumlah terbanyak dalam penggunaan media sosial instagram. Adapun dalam kategori tinggi, terdapat 15 siswa dengan persentase 14,7%.

Gambar 2. diagram kategorisasi penggunaan media sosial instagram



b. Kategorisasi tingkat Self Image

Pengukuran *self image* siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu, menggunakan skala modifikasi yang berjumlah 32 item dengan masing-masing menggunakan rentang skor 1-4. Skor skala *self image* tertinggi (X_{max}) adalah 128 dan skor skala *self image* terendah (X_{min}) adalah 32. Adapun besar nilai range adalah sebesar 96 dan nilai rata-rata (mean) adalah 80. Sehingga didapatkan nilai standar deviasi (SD) sebesar 16.

Tabel 14. Mean dan standar deviasi

Variabel	Xmax	Xmin	Mean	Standar Deviasi
<i>Self image</i>	128	32	80	16

Berdasarkan pemaparan tersebut, didapatkan tabel rentang nilai kategorisasi yang tercantum sebagai berikut:

Tabel 15. Rentang kategorisasi *self image*

Kategorisasi	Rentang Nilai	
Rendah	$X < (M - 1,0 \text{ SD})$	$X < 64$
Sedang	$(M - 1,0 \text{ SD}) \leq X < (M + 1,0 \text{ SD})$	$64 \leq X < 96$
Tinggi	$X > (M + 1,0 \text{ SD})$	$X > 96$

Keterangan:

M = Mean

SD = Standar deviasi

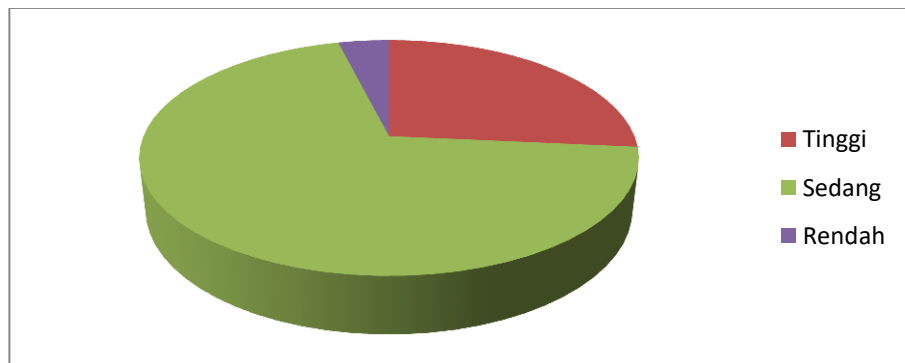
Setelah menentukan rentang nilai, dengan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) dilakukan proses menentukan kategorisasi. Adapun kategorisasi tingkat *self image* siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu tercantum sebagai berikut:

Tabel 16. kategorisasi *self image*

Kategori	Rentang nilai	Jumlah responden	Presentase
Tinggi	97-128	27	26,5%
Sedang	64-95	71	69,6%
Rendah	32-63	4	3,9%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa persentase siswa dengan tingkatt kategori rendah sebanyak 4 siswa dengan persentase 3,9%. Adapun, yang termasuk dalam kategori sedang sebanyak 71 siswa dengan persentase 69,6% dan sebagai jumlah tertinggi dalam tingkan *self image* siswa SMKN 2 Kota Batu. Adapun dalam kategori tinggi, terdapat 27 siswa dengan persentase 26,5%.

Gambar 3. Diagram kategorisasi *self image*



2. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau variabel residual mengikuti distribusi normal dalam suatu mode regresi. Dalam uji normalitas ini, peneliti menggunakan dasar uji normalitas Kolmogorov Smirnov. Uji Kolmogorov Smirnov berfungsi untuk membandingkan distribusi data dengan distribusi normal baku (data dalam bentuk *Z-score* dan diasumsikan normal). Adapun kriteria dalam pengujian uji normalitas Kolmogorof Smirnov yakni:

- Apabila nilai signifikansi (Sig) > 0,05 maka data berdistribusi normal
- Apabila nilai signifikansi (Sig) < 0,05 maka data

berdistribusi tidak normal.

Tabel 17. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandard ized Residual
N		102
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	13.1680288 2
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.050
	Negative	-.038
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

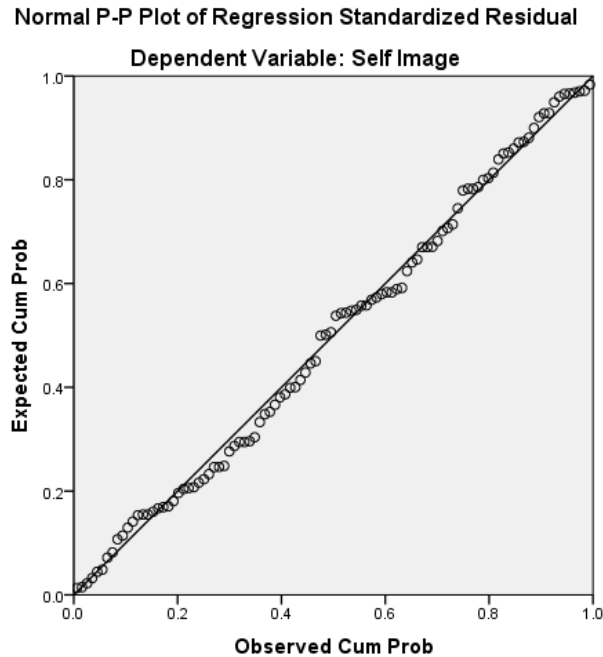
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Dalam tabel hasil uji normalitas Kolmogorov Smirnov di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikan sebesar $0,200 > 0,05$ yang mana hasil uji tersebut dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

Hasil tersebut juga didukung dengan analisis grafik yang menggunakan uji normalitas residural dimana dengan melihat sebaran data pada sumber diagonal grafik dibawah ini:

Gambar 4. Hasil uji analisis grafik uji normalitas



Adapun dasar dalam pengambilan keputusan dalam analisis grafik ini yaitu:

- Suatu model memenuhi asumsi normalitas jika data terdistribusi disekitar dan mengikuti arah diagonal.
- Jika suatu data menyebar secara diagonal dan atau tidak mengikuti arah diagonal, model tidak memenuhi asumsi normalitas.

Dalam grafik tersebut, dapat diperhatikan bahwa data terdistribusi di sekitar garis diagonal atau histogram, dapat dimaknai bahwa data menunjukkan pola distribusi normal, sehingga model regresi dapat dikatakan memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Linieritas

Secara umum uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan linier yang signifikan. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji linieritas yaitu:

- Apabila nilai deviation form linierity Sig > 0,05. Dapat dimaknai dengan adanya hubungan yag linier yang signifikan antar dua variabel.
- Apabila nilai deviation form linierity Sig < 0,05. Dapat dimaknai dengan adanya hubungan yag linier yang signifikan antar dua variabel.

Tabel 18. Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
self image * penggunaan media sosial instagram	Between Groups	(Combined)	7155.234	36	198.756	1.202	.255
		Linearity	385.777	1	385.777	2.334	.131
		Deviation from Linearity	6769.456	35	193.413	1.170	.287
	Within Groups		10743.639	65	165.287		
	Total		17898.873	101			

Dalam tabel di atas, dapat dilihat bahwa besar nilai *deviation form linearity* yakni sebesar 0,287. Dalam hal ini besar nilai 0,287 > 0,05. Dan dapat dimaknai bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel penggunaan media sosial instagram dengan variabel *self image*.

3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana atau dalam bahasa Inggris biasa disebut dengan Simple Linier Regression (SLR) merupakan salah satu bagian dari metode statistik dimana memiliki fungsi sebagai salah satu uji untuk mengetahui adanya sebab akibat antar variabel. Regresi ini merupakan salah satu uji yang dapat digunakan untuk memperkirakan tentang karakteristik, kualitas, maupun kuantitas dalam sebuah penelitian. Dalam melakukan proses uji regresi linier sederhana ini, peneliti dibantu oleh aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Dalam uji regresi linier sederhana, yakni:

- Jika nilai signifikansi lebih besar dari nilai probabilitas 0,05 (sig. > 0,05) maka dapat dimaknai bahwa variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y
- Jika nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 (sig. < 0,05) maka dapat dimaknai bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y

Tabel 19. Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	63.659	10.933		5.822	.000
	Penggunaan Media Sosial Instagram	.476	.218	.214	2.189	.031

a. Dependent Variable: Self Image

Berdasarkan tabel coefficients di atas dapat diketahui bahwa:

❖ Nilai konstanta (a) = 63.659

❖ Nilai (b) = 0,476

Dalam hal ini, maka persamaan regresi yang didapatkan yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 63.659 + 0,476 X$$

Adapun pengambilan keputusan dalam dalam analisis regresi linier sederhana ini, dapat dilihat bahwa pada tabel diatas nilai signifikansi yang disingkat (Sig.) yakni sebesar 0,031 yang mana hasil tersebut < nilai probabilitas 0,05. Oleh karena itu dapat diartikan bahwa variabel X (penggunaan media sosial instagram) berpengaruh terhadap variabel Y (*self image*). Atau dapat dimaknai bahwa variabel Y berhubungan sebab akibat oleh variabel X.

4. Uji korelasi

Uji korelasi merupakan sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antar variabel. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji korelasi yaitu sebagai berikut:

- a. Apabila nilai signifikansi < 0,05 dapat diberikan kesimpulan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antar variabel
- b. Apabila nilai signifikansi > 0,05 dapat dapat diberikan kesimpulan bahwa tidak terdapat korelasi yang signifikan antar variabel.

Terdapat kriteria hubungan atau (koefisien korelasi) antar variabel yang memiliki nilai pada kisaran $\pm 0,00$ hingga 1,00. Adapun kriteria penafsirannya yakni sebagai berikut:

- a. 0,00 s/d 0,20 = hampir tidak ada korelasi

- b. 0,21 s/d 0,40 = korelasi rendah
- c. 0,41 s/d 0,60 = korelasi sedang
- d. 0,61 s/d 0,80 = korelasi tinggi
- e. 0,81 s/d 1,00 = korelasi sempurna

Adapun hasil uji korelasi penggunaan media sosial instagram terhadap self image siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu dapat dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 20. Hasil uji korelasi

Correlations		penggunaan media sosial instagram	self image
penggunaan media sosial instagram	Pearson Correlation	1	.214 [*]
	Sig. (2-tailed)		.031
	N	102	102
self image	Pearson Correlation	.214 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	.031	
	N	102	102

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji korelasi di atas, dapat di lihat pada tabel nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,031. Yang dapat dimaknai bahwa terdapat korelasi yang positif dan signifikan antar variabel penggunaan media sosial instagram dengan self image siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu. Adapun kriteria hubungan korelasi atau koefisien korelasi antar variabel yang dapat dilihat pada tabel, dengan nilai *pearson correlation* sebesar 0,214. Dalam hal ini dapat dimaknai bahwa korelasi yang dimiliki dalam hubungan yang rendah atau lemah.

D. Pembahasan

1. Penggunaan media sosial instagram

Hasil penelitian menunjukkan, terdapat dua kategori dalam tingkat penggunaan media sosial instagram. Kategori yang pertama dengan jumlah siswa sebanyak 15 siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu dan jika di persentasikan sebesar 14,7% termasuk dalam kategori tinggi. Dan kategori selanjutnya dengan jumlah 87 siswa menduduki kategori sedang, dengan persentase 85,3%.

Adapun dalam hal ini, dapat dimaknai bahwa penggunaan media sosial instagram siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu sebagian besar menduduki posisi sedang. menurut teori, instagram merupakan salah satu media sosial yang sedang *hits* atau digemari oleh kalangan remaja. Dalam penggunaannya, media sosial instagram ini berfungsi untuk saling bertukar informasi melalui foto atau video secara cepat dan instan.

Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian terdahulu milik Sri Rejeki (2020). Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa penggunaan media sosial instagram berdasarkan pada hasil rekapitulasi perhitungan data kuesioner memiliki total angka penafsiran sebesar 3,86. Yang mana, angka tersebut menunjukkan dan dimaknai sebagai kriteria penilaian dalam kategori baik.

Dalam penelitian lain, tepatnya penelitian oleh Zaim Qashmal & Dadi Ahmadi (2015) penggunaan media sosial didasari pada beberapa aspek. Seperti aspek kognitif, integratif personal, integratif sosial, dan pelepasan ketegangan. Dalam aspek kognitif, penggunaan media sosial dianggap digunakan sebagai sarana untuk mengetahui informasi terkini, mengetahui *trend* saat ini, maupun untuk mengetahui bagaimana cara penggunaan media sosial

instagram. Berdasarkan dalam sisi aspek integrasi sosial, seseorang untuk menjalin sebuah hubungan yang baik, komunikasi antar sesama, pertukaran informasi dan sebagai sarana untuk memahami situasi sekitar.

Penelitian serupa milik Muhammad Rizal Ardiansyah Putra (2019) juga menjelaskan tingkat penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja wanita di lingkungan Makassar. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa media sosial instagram digunakan oleh banyak kalangan remaja wanita. Adanya instagram menjadikan sebagian besar remaja wanita menggunakan media sosial tersebut dalam kesehariannya. Remaja wanita di lingkungan Makassar tersebut, dianggap sangat bergantung dalam penggunaan media sosial instagram. setiap hari, menit, dan detik mereka sulit lepas dari penggunaan media sosial instagram.

Dalam pandangan islam, telah dijelaskan akan pentingnya menjaga etika dalam melakukan segala sesuatu, termasuk dalam menggunakan media sosial instagram. Etika dasar yang perlu untuk diperhatikan dalam penggunaan media sosial instagram, seperti: menggunakan media sosial instagram untuk menebarkan sebuah nilai-nilai kebaikan atau biasa disebut sebagai *amar makruf*, serta menggunakan instagram sebagai ladang dalam mencegah seseorang dalam berbuat sebuah keburukan atau nahi mungkar. Etika lain yang perlu dindahkan juga yaitu menjaga atau memberikan sebuah batasan dalam berkomunikasi antar sesama lawan jenis yang bukan mahrom, agar terhindar dari hal-hal yang membawa kepada kemudharatan atau kerugian. Hal ini tentunya seperti yang telah tercantum dalam Q.S Qaaf ayat 18 yang berbunyi:

مَا يَلْفُظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ ﴿١٨﴾

“Tidak ada suatu perkataan yang dilafadzhkannya (atau suatu perbuatan yang dilakukan) melainkan disisinya ada malaikat pengawas yang senantiasa sedia (menerima dan menulis perbuatannya)” (Qaaf, 50:18).

Selain dari pada itu, etika mendasar yang juga penting untuk dilaksanakan yakni menutupi aib orang lain dan aib sendiri dalam penggunaan media sosial instagram merupakan hal yang penting dan diutamakan.

2. Self image siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu

Hasil penelitian menunjukkan, pengukuran tingkat *self image* siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu terbagi menjadi tiga kategori. Kategori yang pertama yakni kategori rendah dengan jumlah sebanyak 4 siswa dengan persentase sebesar 3,4%. Dalam kategori sedang sebanyak 71 siswa dengan persentase sebesar 69,6%. Dan kategori ketiga yakni kategori tinggi dengan jumlah siswa 27 siswa dengan persentase 26,5%.

Hasil uji data tersebut dapat dimaknai bahwa sebagian besar siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu memiliki tingkat *self image* di kategori sedang. *Self image* sendiri dalam teori dijelaskan sebagai sebuah gambaran atau pandangan mengenai realitas diri sendiri yang muncul karena adanya penilaian dari diri sendiri atau dari penilaian orang lain. Dalam hal ini, terdapat beberapa aspek yang dapat menjadi dasar penilaian atau timbulnya *self image* ada, diantara seperti: pandangan mengenai fisik secara objektif, perilaku sosial, sifat individu, dan eksistensi.

Hasil uji data tersebut sejalan dengan hasil dari penelitian terdahulu milik Sri Rejeki (2020). Dalam penelitiannya disebutkan bahwa tingkat *self image* berdasarkan angka penafsiran hasil dari

perhitungan skala interval kuesioner *skala self image* sebesar 4,20. Yang mana, angka tersebut dapat dikategorikan ada dalam kategori yang baik.

Penelitian lain yang sejalan yakni penelitian milik Zaim Qashmal & Dadi Ahmadi (2015). Dalam penelitian ini, terbentuknya *self image* didasarkan pada beberapa aspek seperti: a. aspek integratif personel, dimana dalam hal ini seseorang memiliki kebutuhan dalam meningkatkan atau menciptakan sebuah nilai kepercayaan diri dan pengaktualisasian diri; b. Pelepasan ketegangan. Dalam hal ini, seseorang dapat mencurahkan tekanan dalam pikiran, keluh kesah, dan sebagai sebuah sarana hiburan. seperti teori segitiga hierarki milik Abraham Maslow dimana dalam proses pelepasan ketegangan seseorang timbul diakibatkan adanya keinginan untuk merasa aman (*safety*) sehingga rasa aman tersebut akan membawa seseorang menuju tingkat pengaktualisasian diri yang mana didalamnya meliputi pembentukan *self image* seseorang.

Penelitian serupa milik Muhammad Rizal Ardiansyah Putra (2019) juga menjelaskan mengenai tingkat *self image* yang dimiliki oleh remaja wanita di daerah Makassar tepatnya dalam komunitas Kholaqoh Khumaira. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa terbentuknya *self image* didasari atas pandangan serta perasaan yang baik atas tubuhnya, pandangan dari orang lain terhadap dirinya, harapan orang lain atas dirinya (berdasarkan teori dalam buku jefkins 2003). Hal tersebut didukung oleh hasil data yang diperoleh oleh penelitiannya, dimana citra diri atau *self image* yang dibentuk oleh ketiga informannya memiliki penilaian tersendiri oleh anggota lain di komunitas mereka. Seperti contohnya penilaian terhadap informan A yang dinilai oleh kedua

teman dalam komunitasnya memiliki citra diri yang lebih banyak mengarah ke arah yang negatif. Yang mana dilihat berdasarkan cara ia mengunggah foto, sering berbagi konten *live* bersama laki-laki sampai dengan penggunaan fitur-fitur yang ada di instagram. berbeda dengan persepsi dua anggota lain terhadap informan B yang mana memiliki atau menciptakan citra diri yang positif yang mana dapat dilihat dari cara mengunggah foto , seperti foto bersama teman-teman, kutipan dakwah, dan *caption* yang memotivasi.

Dalam pandangan islam telah dijelaskan, tepatnya dalam qur'an surat at-tin ayat 4 yang berbunyi sebagai berikut:

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَن تَقْوِيمٍ

Artinya: (4) *sungguh, kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya.*

Ayat tersebut telah menunjukkan bahwa Allah SWT telah menciptakan manusia dengan bentuk yang paling baik dan sempurna. Oleh karena itu, sejatinya manusia telah dibekali dengan sebuah citra sebagai makhluk yang paling indah dan sempurna. Alangkah hal ini dapat didukung dengan adanya perilaku atau akhlak yang baik pula seperti; ramah, senantiasa berbuat baik dan mendoakan orang lain, menjaga kebersihan dan kesehatan, senantiasa mengingat Allah SWT dan menjauhi larangannya.

3. Pengaruh penggunaan media sosial terhadap *self image*

Hasil yang di dapat menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara penggunaan media sosial instagram dengan *self image* siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu.

Berdasarkan analisis regresi sederhana yang telah dilakukan, ditemukan hasil nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,031 dimana nilai ini menjadi tanda bahwa penggunaan media sosial instagram memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *self image* siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu.

Hasil tersebut dapat diperkuat oleh hasil uji korelasi dengan nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0,031 < 0,05$ yang mana dapat diartikan bahwa adanya hubungan pengaruh yang signifikan dan positif antara penggunaan media sosial instagram terhadap *self image* siswa SMKN 2 Kota Batu. Walaupun jika diinterpretasikan berdasarkan nilai koefisien korelasi, hasil tersebut dalam kategori korelasi lemah.

Jika dilihat berdasarkan data yang ada, hal tersebut sejalan dengan konsep penggunaan media sosial instagram, yang mana memang saat ini digemari di kalangan remaja. Selain dapat digunakan untuk saling bertukar informasi, instagram juga dapat digunakan untuk menciptakan sebuah *self image* dengan menunjukkan eksistensi diri seseorang melalui konten foto atau video yang dibuat. Fitur-fitur yang diberikan oleh media sosial instagram, memberikan kemudahan bagi kalangan remaja untuk membuat sebuah *self image* yang ditampilkan melalui foto dan video.

Adanya pengaruh penggunaan instagram terhadap *self image* seseorang, mengakibatkan seseorang berusaha untuk melakukan sebuah perubahan dalam diri atau menciptakan sebuah citra yang menjadi nilai khas atau identik yang melekat dalam diri penggunaannya melalui media sosial instagram. Perubahan diri atau citra tersebut, pada akhirnya akan menimbulkan sebuah pandangan atau persepsi orang lain terhadap individu penggunaannya.

Self image yang terbentuk, nantinya dapat menjadi jalan atau modal individu dalam menjalin hubungan sosial dengan individu

yang lainnya. Dalam hal ini, *self image* akan menentukan seseorang dalam berinteraksi dan beradaptasi dengan lingkungan sosialnya.

Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian milik Sri Rejeki (2020) yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh hubungan yang cukup signifikan antara penggunaan media sosial instagram terhadap citra diri dengan besar persentase 63,8%. Hasil tersebut juga didukung dengan hasil uji korelasi antara variabel Penggunaan instagram dan citra diri dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut dapat dimaknai bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel X (penggunaan media sosial instagram) dan variabel Y (citra diri).

Dalam penelitian tersebut juga dijelaskan, bahwa adanya rasa kepuasan dalam diri dan senang ketika individu pengguna media sosial instagram mengunggah konten foto atau video yang menggambarkan dirinya. Fitur yang dimiliki oleh instagram, dimana setiap penggunaannya dapat mengikuti pengguna yang lain, memberikan rasa antusias untuk mendapatkan penilaian atau pandangan orang lain mengenai dirinya. Walaupun kadang kala, citra diri yang ditampilkan berbeda antara dunia maya (sosial media) dengan dirinya di dunia nyata.

Penelitian lain yang sejalan dan membahas mengenai adanya hubungan yang positif antara penggunaan media sosial instagram dengan pembentukan *self image* seseorang yakni penelitian milik Zaim Qashmal dan Dadi Ahmadi (2015). Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa, terdapat hubungan yang positif antara penggunaan media sosial instagram dengan pembentukan citra diri (*self image*). Berdasarkan aspek kognitif, hubungan penggunaan media sosial instagram dengan pembentukan citra diri (*self image*) terjadi dikarenakan adanya keinginan untuk mengetahui informasi terkini,

mendapatkan wawasan baru, maupun untuk mengetahui *trend* yang sedang berkembang. Dalam ini juga dijelaskan berdasarkan sudut pandang integratif personal (pengaruh kredibilitas) hubungan penggunaan media sosial instagram dengan pembentukan *self image* seseorang terjadi dikarenakan adanya faktor kredibilitas, tingkat stabilitas kepercayaan diri, dan sebagai sarana untuk aktualisasi diri. Dalam penelitian ini juga memaparkan hubungan penggunaan media sosial instagram berdasarkan sudut pandang integratif sosial seperti untuk saling bertukar informasi, interaksi, dan sarana komunikasi. Yang terakhir dijelaskan dalam penelitian ini, mengenai hubungan penggunaan media sosial instagram dengan pembentuk *self image* yakni sebagai sarana pelepasan ketegangan dalam proses pembentukan citra diri. Seperti sebagai sarana untuk menghindarkan diri dari tekanan pikiran, sarana hiburan, dan sarana untuk mencurahkan ide kreatifitas.

Penelitian serupa milik Muhammad Rizal Ardiansyah Putra (2019) juga menjelaskan akan adanya pengaruh yang tinggi antara penggunaan media sosial instagram dengan terbentuknya *self image* seseorang. Dalam penelitian tersebut dijelaskan, bahwa para remaja wanita khususnya anggota Kholaqoh Khumaira menggunakan instagram sebagai salah satu media yang digunakan untuk menciptakan sebuah *self image*. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya remaja wanita yang gemar memperlihatkan kepada para pengikut mereka (*followers*) mengenai kehidupan yang dilakukan sehari-hari dengan mengunggah tempat-tempat yang sering didatangi atau yang tempat kekinian, serta dapat menciptakan sebuah *self image* yang mana dulunya dianggap memiliki citra yang buruk, kemudian merubah dan menciptakan *self image* menuju arah yang lebih positif. Fitur-fitur instagram juga menjadi salah satu pendorong

penggunanya untuk lebih sering mengunggah konten foto atau video yang memiliki tujuan untuk menciptakan sebuah *self image* di mata para pengikutnya (*followers*).

Dalam pandangan islam, apabila penggunaan media sosial instagram didasari oleh etika-etika islam seperti menggunakan media sosial dengan menjunjung nilai amar makruf nahi mungkar, memberikan batasan dalam berhubungan lawan jenis yang bukan mahrom, menjaga dan menutupi aib sendiri maupun aib orang lain, serta diimbangi dengan perilaku dan akhlak yang baik seperti ramah, menjaga kebersihan, menjaga penampilan, menjauhi larangan Allah dan melaksanakan perintah-Nya atau dalam artian menciptakan *self image* yang positif yang bercermin pada akhlak Nabi SAW . Maka, seseorang dapat mencapai pada sebuah gambaran *self image* yang bernafaskan islam, juga menjadi sebuah bentuk dalam memanfaatkan dan mengimani pemberian Allah SWT sebagai makhluk yang diciptakan dengan penciptaan yang paling baik. Seperti yang telah tercantum dalam Q.S Al-Ghafir ayat 64, yang berbunyi:

اللَّهُ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ قَرَارًا وَالسَّمَاءَ بِنَاءً وَصَوَّرَكُمْ فَأَحْسَنَ صُورَكُمْ وَرَزَقَكُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ ذَٰلِكُمْ اللَّهُ رَبُّكُمُ ۖ فَتَبَرَّكَ اللَّهُ رَبُّ الْعَالَمِينَ

64. Allah lah yang menjadikan bumi untukmu sebagai tempat menetap dan langit sebagai atap dan membentukmu lalu memperindah rupamu serta memberimu rezeki dari yang baik-baik. Demikianlah Allah, Tuhanmu, Maha suci Allah, Tuhan seluruh alam. (Q.S Al-Ghafir: 64)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data penelitian, mengenai Pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap self image siswa SMKN 2 Kota Batu , maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat penggunaan media sosial instagram siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu di dominasi oleh kategori sedang dengan jumlah siswa sebanyak 87 siswa dengan persentase 85,3%. Dapat dimaknai bahwa siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu memiliki tingkat kecenderungan yang cukup tinggi dalam penggunaan media sosial instagram.
2. Tingkat self image instagram siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu di dominasi oleh kategori sedang dengan jumlah siswa sebanyak 71 siswa dengan persentase 69,6%. Dapat dimaknai bahwa siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu memiliki tingkat *self image* yang cukup baik dalam penggunaan media sosial instagram.
3. Adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan media sosial instagram dengan *self image* siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu yang ditandai dengan nilai signifikansi sebesar $0,031 < 0,05$ yang dapat dimaknai bahwa penggunaan media sosial instagram dapat memberikan pengaruh terhadap *self image* siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, terdapat beberapa hal yang dapat direkomendasikan kepada beberapa pihak:

1. Bagi siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu

- a. Peneliti menyarankan agar siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu yang sudah memiliki tingkat *self image* di kategori tinggi, untuk senantiasa mempertahankan tingkat *self image* tersebut.
 - b. Siswa SMKN 2 Kota Batu yang masih memiliki *self image* dalam kategori rendah, diharapkan mampu meningkatkan secara perlahan dan bertahap tingkat *self image* yang dimiliki dengan cara-cara yang positif dan tentunya tidak hanya melalui aplikasi instagram.
 - c. Siswa SMKN 2 Kota Batu diharapkan dapat menggunakan media sosial instagram dan media sosial lain dengan baik dan bijaksana.
 - d. Siswa SMKN 2 Kota Batu juga harus tetap mengatur waktu sewajarnya dalam penggunaan media sosial terkhusus dalam penggunaan media sosial instagram dan tetap memprioritaskan kewajiban sehari-hari terumata sebagai seorang pelajar.
 - e. Peneliti juga menyarankan kepada siswa SMKN 2 Kota Batu untuk dapat menggunakan media sosial instagram dengan lebih bermanfaat seperti digunakan untuk mencari informasi yang dapat meningkatkan *soft skill* maupun *hard skill*, seperti berbisnis, volunteer, magang, dst. Instagram bisa digunakan tidak hanya sebagai alat untuk eksistensi diri, akan tetapi juga meng-*upgrade* diri.
2. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti sebab-sebab lain yang dapat menjadi pengaruh penggunaan media sosial instagram dengan *self image* individu. Dengan menggunakan metode-metode lain yang dapat menunjang penelitian terdahulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Adita, D., & Mika, D. (2019). *Monograf: Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pada Pemerintah Kota Tanjung Balai Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderating*. Kabupaten Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Bahreisj, H., S. (1987). *Tarjamah Riyadus Sholihin*. Bandung: PT Alma'arif
- Bikriyah, N. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Peserta Didik di SMPN 166 Jakarta. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). Diakses dari
- Carsel, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan dan Pendidikan*. Yogyakarta: Penebar Media Pustaka.
- Departemen Agama RI. (2009). *Al-Qur'an dan Tafsirnya, Jilid 10, Juz 28-30*. Jakarta: Lembaga Percetakan Al-Qur'an Departemen Agama RI
- Dewi, L. F., Nur'aini, S., & Kusumaningtyas, N. (2021). Citra Diri Terhadap Kecenderungan Hedonistic Lifestyle Pada Mahasiswa. *Psycho Idea*, 19(1), 25-34.
- Febry, T., dkk. (2020). *SPSS : Aplikasi Pada Penelitian Manajemen Bisnis*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Ferlitasari, R. (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja. 61.
- Gunawan, M., I. (2015). *Statistik Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi dan Sosial*. Yogyakarta: Prama Publishing.
- Kanusta, N. (2021). *Gerakan Literasi dan Minat Baca*. Malang: CV. Azka Pustaka

- Komariyah, F. N. (2012). *Hubungan Antara Persepsi Gaya Hidup Fashion dengan Citra Diri Pada Komunitas Hijabers di Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Marhamah, Q., & Okatiranti, O. (2014). Gambaran Citra Diri Siswa–Siswi Di SMPN 3 Soreang Pada Masa Pubertas. *Jurnal Keperawatan Bsi*, 2(2).
- Muri, Y. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: K E N C A N A
- Nabihati, K. H. (2021). *Akhlak Rasulullah dalam Kitab Tafsir Juz Tabarak Khuluqun'Azhim karya M. Yunan Yusuf* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Najmudin, & Syihabudin. (2021). *Pendayagunaan Zakat Produktif Terhadap Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMK)*. Media Sains Indonesia: Bandung.
- Nasiha, N. F. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Tubuh Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Iain Ponorogo Tahun 2016. *Dialogia: Jurnal Studi Islam dan Sosial*, 15(2), 333-351.
- Nordin, N. H., Mohammad, N. S., & Mohammad, A.M. (2019). Media Sosial Instagram Menurut Islam. *Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan*, 13, 1.
- Nuryadi,dkk. (2017). *Dasar-dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Gramasurya
- Ovan & Andika,S.(2020). CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Peneltian Berbasis Web.Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia

- Pasaribu, E. Z, dkk. (2020). *Belajar Statistika: Siapa taku dengan SPSS*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Purnamasari, A., & Agustin, V. (2019). Hubungan Citra Diri Dengan Perilaku Narsisisme Pada Remaja Putri Pengguna Instagram Di Kota Prabumulih. *Psibernetika*, 11(2).
- Putra, M. R. A. (2019). Kemanfaatan Instagram dalam Pembentukan Citra Diri Remaja Wanita di Makassar. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 1-10.
- Ramadhani, D. (2020). *Hubungan Self Image Dengan Komunikasi Interpersonal Pada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh*. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh).
- Rarasingtyas, I. I., & Maturbongs, Y. H. (2020). Pengaruh Motif Penggunaan Media Instagram Terhadap Citra Diri Pada Direktorat Human Capital Management Pt Xyz Lokasi Kerja Kantor Pusat. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 5(1), 123-149.
- Rarasingtyas, I. (2017). Pengaruh Motif Penggunaan Media Instagram Terhadap Citra Diri Pada Direktorat Human Capital Management Pt Telkomsel Lokasi Kerja Kantor Pusat. (Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi dan Sekretari Tarakanita Jakarta).
- Rejeki, S., Komalawati, E., & Indriyanti, P. (2020). Penggunaan Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(2), 105-116.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.

- Rohman, J., & Baidun, A. (2019). Pengaruh Citra Diri (Self Image) dan Konformitas Terhadap Perilaku Compulsive Buying pada Remaja. *TAZKIYA: Journal of Psychology*, 1(2).
- Sahab, A. (2019). *Buku Ajar Analisis Kuantitatif Ilmu Politik dengan SPSS*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Sari, M., & Asmendri, A. (2020). Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA. *Natural Science: Jurnal Penelitian Bidang IPA Dan Pendidikan IPA*, 6(1), 41-53.
- Soraya, A.(2019). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa*. (Skripsi, Universitas Sumatra Utara Medan).
- Susanti,D.,dkk. (2019). *Analisis Regresi dan Korelasi*.Malang: CV.IRDH
- Syaikh,I.,A. (2010). *Meneladani Akhlak Nabi*. Jakarta: Qisthi Press
- Tumanggor, A., M. (2020). *Hubungan Pemberdayaan Psikologis Dengan Organizational CitizenshipBehavior (OCB) Pada Guru*. (Skripsi, Universitas Sumatra Utara).
- Wahyudi, S., T. (2017). *Stastitika Ekonomi: Konsep, Teori, dan Penerapan*. Malang: UB Press

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Rohila Chindy Maghvirani
2. NIM : 18410088
3. Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap *Self Image* di Lingkungan Pendidikan SMKN 2 Kota Batu.
4. Alamat : Jl. Semeru, no. 26 A RT/06, RW/10, Kelurahan Sisir, Kota Batu
5. No. Telepon Mahasiswa : 085851919237
6. Pembimbing : Prof. Dr. H. Mulyadi, M.Pd,I

No.	Hari/tanggal	Pokok Bahasan	Ttd Dosen Pembimbing	Ttd Mahasiswa
-----	--------------	---------------	----------------------	---------------

1.	29 November 2021	Bimbingan BAB I, BAB II, BAB III		
----	------------------	----------------------------------	--	--

2.	21 Februari 2022	REVISI BAB I, BAB II, BAB III		
----	------------------	-------------------------------	--	--

3.	22 Maret 2022	ACC BAB I, BAB II, BAB III		
----	---------------	----------------------------	--	--

4.	13 April 2022	Seminar Proposal		
----	---------------	------------------	--	--

5.	25 April 2022	Revisi Seminar Proposal		
----	---------------	-------------------------	--	--

6.	27 Juni 2022	Bimbingan BAB IV DAN BAB V		
----	--------------	----------------------------	--	--

7. 28 Juni 2022 Revisi BAB IV DAN
BAB V
8. 29 Juni 2022 Revisi BAB IV DAN
BAB V
9. 30 Juni 2022 Revisi BAB IV DAN
BAB V

**Telah Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing**

Pror. Dr. H. Mulyadi, M.Pd,I
NIP. 19550717 198203 1 005

SKALA PENELITIAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

IDENTITAS DIRI

Nama Lengkap (Inisial) :

Jenis Kelamin :

Usia :

Angkatan :

PETUNJUK PENGISIAN

Di bawah ini terdapat beberapa pernyataan-pernyataan mengenai diri anda, bacalah dengan cermat dan teliti, kemudian beri tanda ceklis (√) pada salah satu kolom SS, S, TS, STS yang sesuai dengan diri Anda yang sebenarnya dan yang sedang anda rasakan. Jawablah dengan jujur pernyataan-pernyataan dan pastikan seluruh jawaban terisi. Jawaban tidak ada yang salah, semua jawaban benar, dan setiap jawaban akan terjaga kerahasiaannya.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju.

S : Setuju.

TS : Tidak Setuju.

STS : Sangat Tidak Setuju.

SKALA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

PERTANYAAN/PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1. Saya mengakses instagram lebih lebih dari 3 kali dalam sehari				
2.Saya tidak memiliki banyak waktu untuk mengakses instagram				
3. Setiap hari, saya pasti mengakses dan bermain instagram				
5. Saya hanya bermain instagram di waktu-waktu tertu seperti di akhir pekan saja.				
6. Saya menghabiskan waktu untuk mengakses dan bermain instagram dengan rata-rata waktu lebih dari 30				

menit				
7. Saya merasa bosan apabila terlalu lama mengakses dan bermain instagram.				
8. Saya mengunggah konten berupa video di instagram dengan minimal durasi 15 detik				
9. Jika di total dalam seminggu, saya mengunggah konten foto atau video lebih dari 5 kali				
10. Saya jarang mengunggah konten foto atau video di instagram				
11. Saya sering menggunakan fitur instastory untuk mengunggah video atau foto				
12. Saya lebih sering menggunakan fitur kamera instagram dalam membuat foto atau video dan langsung mengunggahnya ke akun instagram saya.				
13. saya sering menggunakan fitur filter instagram untuk memperindah hasil foto atau video yang akan saya unggah				
14. Saya sering menggunakan fitur tag di instagram untuk memberitahukan foto atau video kepada orang yang bersangkutan				
15. Penggunaan hastag di instagram dapat memudahkan saya menemukan hal-hal yang sedang ingin saya ketahui atau populer				
16. Saya cukup sering menggunakan fitur explore instagram untuk mencari informasi atau konten foto dan video yang saya gemari dan saya butuhkan				
17. Saya sering menuliskan caption dalam konten foto atau video yang saya unggah.				
4. Apabila ditotal, dalam satu minggu lebih dari 40 kali saya mengakses dan bermain instagram				
18. Menurut saya, fitur instagram terlalu membingungkan untuk digunakan				
19. Saya tidak terlalu peduli dengan fitur-fitur diinstagram				

Lampiran 2

SKALA PENELITIAN *SELF IMAGE*

IDENTITAS DIRI

Nama Lengkap (Inisial) :

Jenis Kelamin :

Usia :

Angkatan :

PETUNJUK PENGISIAN

Di bawah ini terdapat beberapa pernyataan-pernyataan mengenai diri anda, bacalah dengan cermat dan teliti, kemudian beri tanda ceklis (√) pada salah satu kolom SS, S, TS, STS yang sesuai dengan diri Anda yang sebenarnya dan yang sedang anda rasakan. Jawablah dengan jujur pernyataan-pernyataan dan pastikan seluruh jawaban terisi. Jawaban tidak ada yang salah, semua jawaban benar, dan setiap jawaban akan terjaga kerahasiaannya.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju.

S : Setuju.

TS : Tidak Setuju.

STS : Sangat Tidak Setuju.

SKALA *SELF IMAGE*

PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1. Saya merasa puas dengan diri saya yang sekarang				
2. Saya memiliki wajah yang cantik/ganteng				
3. Saya memiliki badan yang tinggi				
4. Saya akan melakukan apapun agar agar terlihat menarik				
5. Tubuh saya ideal				

6. Saya percaya diri dengan warna kulit yang saya miliki				
7. Bentuk tubuh saya tidak menarik				
8. Saya memiliki banyak kekurangan dari segi apapun				
9. Berat badan membuat saya tidak percaya diri				
10. Saya menginginkan wajah seperti orang lain				
11. Saya pandai bergaul dengan orang baru				
12. Saya mudah bergaul dengan siapa saja				
13. Saya berani tampil diatas pentas				
14. Saya suka bersosial dengan orang lain				
15. Saya memiliki banyak teman				
16. Saya tidak percaya diri untuk keluar dari rumah				
17. Saya tidak menyukai keramaian				
18. Saya memiliki kelemahan dalam bersosialisasi				
19. Saya tidak memiliki banyak teman				
20. Teman-teman saya mulai menjauhi saya				
21. Saya gigih melakukan setiap pekerjaan saya				
22. Saya lebih suka kejujuran dan pemaaf				
23. Saya orang yang ramah				
24. Saya memiliki keinginan untuk merubah karakter buruk dalam diri saya				
25. Saya menerima karakter diri yang buruk maupun yang baik				
26. Saya kadang-kadang bersifat egois dengan teman-teman				
27. Saya kadang-kadang marah jika keinginan saya tidak sesuai				
28. Saya kadang-kadang berkata kasar				
29. Saya adalah makhluk sosial				
30. Saya hidup dengan cara apapun				
31. Saya merupakan bagian dari organisme (makhluk hidup)				
32. Saya adalah makhluk yang berbudi pekerti (sadar dalam bertindak)				

Lampiran surat pengajuan penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS PSIKOLOGI**

Jalan Gajayana 50 Malang, 65144, Telepon: 0341-558916, Website: fpsi.uin-malang.ac.id

No. : 661 /FPsi.1/PP.009/5/2022
Perihal : **IZIN PENELITIAN SKRIPSI**

21 Mei 2022

Kepada Yth.

**Kepala Cabang Dinas Pendidikan Wilayah Kota Malang
dan Batu Provinsi Jatim**

di

Malang

Dengan hormat,

Dalam rangka pengembangan keilmuan bagi mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, maka dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian skripsi kepada:

Nama / NIM	: ROHILA CHINDY MAGHVIRANI / 18410088
Tempat Penelitian	: SMKN 2 KOTA BATU
Judul Skripsi	: PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP SELF IMAGE DI LINGKUNGAN PENDIDIKAN SMKN 2 KOTA BATU
Dosen Pembimbing	: 1. Prof. Dr. H. Mulyadi, M.Pd.I. 2. Dr. H. Rahmat Aziz, M.Si.

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terimakasih.

a.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Tembusan:
1. Dekan;
2. Para Wakil Dekan;
3. Ketua Jurusan;
4. Arsip.

Lampiran hasil uji validitas kuesioner penggunaan media sosial instagram

Correlations

	ite m1	ite m2	ite m3	ite m4	ite m5	ite m6	ite m7	ite m8	ite m9	ite m10	ite m11	ite m12	ite m13	ite m14	ite m15	ite m16	ite m17	ite m18	ite m19	ite m20
ite Pearson m n 1 Correlat ion Sig. (2- tailed) N	1 10 2	.28 0** 10 2	.69 8** 10 2	.17 7 10 2	.21 9* 10 2	.04 4 10 2	.19 5* 10 2	.09 7 10 2	.06 5 10 2	.27 3** 10 2	.26 3** 10 2	.38 3** 10 2	.38 7** 10 2	.31 4** 10 2	.34 9** 10 2	.19 2 10 2	.55 8** 10 2	.23 6* 10 2	.27 3** 10 2	.66 7** 10 2
ite Pearson m n 2 Correlat ion Sig. (2- tailed) N	.28 0** 10 2	1 10 2	.20 3* 10 2	.33 0** 10 2	- 05 10 2	- 04 10 2	- 03 10 2	.03 2 10 2	.00 2 10 2	.07 6 10 2	.12 3 10 2	.04 4 10 2	.11 9 10 2	- 01 10 2	.03 8 10 2	- 01 10 2	.07 1 10 2	.21 9* 10 2	.14 2 10 2	.26 6** 10 2
ite Pearson m n 3 Correlat ion Sig. (2- tailed) N	.69 8** 10 2	.20 3* 10 2	1 10 2	.13 5 10 2	.39 2** 10 2	.14 8 10 2	.20 1* 10 2	.11 8 10 2	.11 1 10 2	.41 2** 10 2	.21 6* 10 2	.40 5** 10 2	.36 9** 10 2	.36 9** 10 2	.47 3** 10 2	.27 8** 10 2	.66 5** 10 2	.07 8 10 2	.17 4 10 2	.72 4** 10 2
ite Pearson m n 4 Correlat ion Sig. (2- tailed) N	.17 7 10 2	.33 0** 10 2	.13 5 10 2	1 10 2	- 05 10 2	.15 1 10 2	- 00 10 2	- 12 10 2	.00 0 10 2	.09 7 10 2	.03 9 10 2	.09 4 10 2	.07 8 10 2	- 09 10 2	- 05 10 2	.01 1 10 2	.22 3* 10 2	.09 0 10 2	- 14 10 2	.18 9 10 2

ite Pearson m n 5 Correlat ion Sig. (2- tailed) N	.21 9*	- .05 4	.39 2**	- .05 2	1	.13 0	.30 7**	.18 8	.07 0	.36 8**	.20 0*	.16 7	.30 8**	.26 4**	.37 0**	.19 9*	.42 6**	- .03 2	.22 8*	.53 0**
	.02 7	.59 3	.00 0	.60 4		.19 4	.00 2	.05 9	.48 6	.00 0	.04 4	.09 3	.00 2	.00 7	.00 0	.04 5	.00 0	.74 6	.02 1	.00 0
	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2
ite Pearson m n 6 Correlat ion Sig. (2- tailed) N	.04 4	- .04 5	.14 8	.15 1	.13 0	1	.05 4	.00 9	.49 2**	.10 7	.13 8	.05 8	.01 5	.10 7	.07 5	.02 3	.28 2**	- .16 1	- .01 1	.31 2**
	.66 0	.65 1	.13 9	.12 9	.19 4		.58 7	.92 6	.00 0	.28 5	.16 5	.56 5	.88 3	.28 4	.45 4	.82 1	.00 4	.10 7	.91 3	.00 1
	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2
ite Pearson m n 7 Correlat ion Sig. (2- tailed) N	.19 5*	- .03 0	.20 1*	- .00 5	.30 7**	.05 4	1	.47 9**	- .06 2	.31 2**	.41 0**	.16 1	.25 6**	.19 6*	.23 1*	.29 0**	.23 0*	- .07 0	.09 2	.47 7**
	.04 9	.76 6	.04 3	.95 9	.00 2	.58 7		.00 0	.53 8	.00 1	.00 0	.10 7	.00 9	.04 8	.01 9	.00 3	.02 0	.48 7	.35 5	.00 0
	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2
ite Pearson m n 8 Correlat ion Sig. (2- tailed) N	.09 7	.03 2	.11 8	- .12 3	.18 8	.00 9	.47 9**	1	.07 7	.26 2**	.34 0**	.07 4	.14 3	.14 9	.05 4	.23 3*	.16 3	.04 1	.11 2	.38 6**
	.33 4	.75 2	.23 7	.22 0	.05 9	.92 6	.00 0		.44 1	.00 8	.00 0	.45 9	.15 3	.13 4	.59 3	.01 8	.10 2	.67 9	.26 2	.00 0
	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2
ite Pearson m n 9 Correlat ion	.06 5	.00 2	.11 1	.00 0	.07 0	.49 2**	- .06 2	.07 7	1	.12 2	.10 7	.12 3	.05 7	- .01 2	- .07 6	- .03 7	.17 3	- .16 0	.17 6	.26 9**

[illegible]

ite Pearson m n 14 Correlat ion Sig. (2- tailed) N	.31 4**	- .01 1	.36 9**	- .09 7	.26 4**	.10 7	.19 6*	.14 9	- .01 2	.30 0**	.24 8*	.19 2	.51 9**	1	.44 3**	.29 5**	.33 1**	.06 9	- .14 9	.50 4**
	.00 1	.91 5	.00 0	.33 2	.00 7	.28 4	.04 8	.13 4	.90 5	.00 2	.01 2	.05 3	.00 0		.00 0	.00 3	.00 1	.49 1	.13 6	.00 0
	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2
ite Pearson m n 15 Correlat ion Sig. (2- tailed) N	.34 9**	.03 8	.47 3**	- .05 7	.37 0**	.07 5	.23 1*	.05 4	- .07 6	.47 1**	.33 5**	.26 7**	.35 2**	.44 3**	1	.37 0**	.26 6**	.16 9	.11 3	.57 7**
	.00 0	.70 4	.00 0	.56 9	.00 0	.45 4	.01 9	.59 3	.44 8	.00 0	.00 1	.00 7	.00 0	.00 0		.00 0	.00 7	.08 9	.25 8	.00 0
	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2
ite Pearson m n 16 Correlat ion Sig. (2- tailed) N	.19 2	- .01 4	.27 8**	.01 1	.19 9*	.02 3	.29 0**	.23 3*	- .03 7	.27 5**	.43 5**	.23 5*	.34 8**	.29 5**	.37 0**	1	.29 0**	.03 1	.09 2	.50 4**
	.05 3	.89 1	.00 5	.91 5	.04 5	.82 1	.00 3	.01 8	.71 3	.00 5	.00 0	.01 8	.00 0	.00 3	.00 0		.00 3	.76 0	.35 8	.00 0
	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2
ite Pearson m n 17 Correlat ion Sig. (2- tailed) N	.55 8**	.07 1	.66 5**	.22 3*	.42 6**	.28 2**	.23 0*	.16 3	.17 3	.23 9*	.12 5	.25 5**	.26 3**	.33 1**	.26 6**	.29 0**	1	- .03 2	.09 0	.63 9**
	.00 0	.48 0	.00 0	.02 5	.00 0	.00 4	.02 0	.10 2	.08 2	.01 6	.21 1	.01 0	.00 8	.00 1	.00 7	.00 3		.74 6	.37 0	.00 0
	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2
ite Pearson m n 18 Correlat ion	.23 6*	.21 9*	.07 8	.09 0	- .03 2	- .16 1	- .07 0	.04 1	- .16 0	- .05 6	.02 0	- .09 2	.06 0	.06 9	.16 9	.03 1	- .03 2	1	.38 8**	.17 5

Sig. (2-tailed)	.017	.027	.436	.367	.746	.107	.487	.679	.109	.575	.845	.356	.549	.491	.089	.760	.746		.000	.078
N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
ite Pearson																				
m n		.27	.14	.17	-	.22	-	.09	.11	.17	.17	.04	.04	.03	-	.11	.09	.09	.38	
19 Correlat		3**	2	4	.144	.018*	.011	.022	.022	.062	.024	.088	.028	.022	.149	.033	.020	.088	1	.30
ion																				
Sig. (2-tailed)		.006	.155	.080	.149	.021	.913	.355	.262	.077	.084	.663	.629	.747	.136	.258	.358	.370	.000	.002
N		102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
ite Pearson																				
m n		.66	.26	.72	.18	.53	.31	.47	.38	.26	.64	.60	.55	.62	.50	.57	.50	.63	.17	.30
20 Correlat		7**	6**	4**	.09	.00*	.22	.07**	.06**	.09**	.09**	.09**	.03**	.09**	.04**	.07**	.04**	.09**	.055	.099
ion																				
Sig. (2-tailed)		.000	.007	.000	.057	.000	.000	.000	.000	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.078	.002
N		102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran hasil uji validitas kuesioner *self image*

Correlations

	ite m 1	ite m 2	ite m 3	ite m 4	ite m 5	ite m 6	ite m 7	ite m 8	ite m 9	ite m 10	ite m 11	ite m 12	ite m 13	ite m 14	ite m 15	ite m 16	ite m 17	ite m 18	ite m 19	ite m 20	ite m 21	ite m 22	ite m 23	ite m 24
it Pea e rson m Corr 1 elati on	.1 75 **	.4 20 **	.5 31 **	.3 22 **	.6 72 **	.4 72 **	- .04 1	.0 06	.0 75	.1 45	.4 65 **	.4 91 **	.2 31 *	.5 68 **	.5 76 **	.1 21	.1 20	.1 29	.0 78	.0 38	.4 06 **	.2 82 **	.4 54 **	.1 94
Sig. (2- taile d)		.0 00	.0 00	.0 01	.0 00	.0 00	.68 6	.9 49	.4 54	.1 46	.0 00	.0 00	.0 20	.0 00	.0 00	.2 24	.2 28	.1 97	.4 37	.7 06	.0 00	.0 04	.0 00	.0 50
N	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2
it Pea e rson m Corr 2 elati on	.4 75 **	.5 1 **	.5 50 **	.2 43 *	.4 54 **	.4 06 **	.05 0	.0 67	.1 12	.0 49	.2 73 **	.2 94 **	.0 75	.3 63 **	.3 16 **	.0 83	.0 73	.0 95	.0 37	- .1 07	.3 25 **	.1 73	.2 72 **	.2 15 *
Sig. (2- taile d)	.0 00		.0 00	.0 14	.0 00	.0 00	.61 6	.5 03	.2 62	.6 27	.0 06	.0 03	.4 52	.0 00	.0 01	.4 08	.4 68	.3 44	.7 09	.2 84	.0 01	.0 81	.0 06	.0 30
N	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2
it Pea e rson m Corr 3 elati on	.5 20 **	.5 50 **	.3 1 **	.3 40 **	.4 31 **	.3 28 **	.04 4	.0 44	.1 63	.0 18	.2 94 **	.3 30 **	.0 15	.3 57 **	.4 48 **	.1 13	.0 28	.1 65	.0 95	.0 08	.3 49 **	.2 53 *	.3 27 **	.1 54

it Pea e rson m Corr 6 elati on	.4 72 **	.4 06 **	.3 28 **	.0 91	.3 46 **	1	- .01 6	- .0 23	.2 00 *	.0 16	.1 34	.1 54	.1 05	.4 83 **	.3 74 **	.1 29	.1 19	.1 39	.1 54	.0 55	.5 21 **	.4 11 **	.3 89 **	.0 69
Sig. (2- taile d)	.0 00	.0 00	.0 01	.3 61	.0 00		.87 1	.8 19	.0 44	.8 72	.1 79	.1 22	.2 92	.0 00	.0 00	.1 97	.2 32	.1 65	.1 22	.5 84	.0 00	.0 00	.0 00	.4 93
N	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2
it Pea e rson m Corr 7 elati on	- .0 41	.0 50	.0 44	- .0 49	.1 03	- .0 16	1	.3 68 **	.3 89 **	.2 94 **	- .1 10	- .1 43	.0 42	.0 55	- .0 55	.2 98 **	.2 18 *	.2 21 *	.3 63 **	.3 48 **	.0 87	.0 45	- .0 20	- .1 26
Sig. (2- taile d)	.6 86	.6 16	.6 59	.6 21	.3 03	.8 71		.0 00	.0 00	.0 03	.2 71	.1 52	.6 75	.5 85	.5 82	.0 02	.0 28	.0 25	.0 00	.0 00	.3 87	.6 55	.8 43	.2 08
N	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2
it Pea e rson m Corr 8 elati on	.0 06	.0 67	.0 44	.0 16	.1 00	- .0 23	.36 8**	1	.3 24 **	.3 99 **	- .0 02	.0 41	.1 37	.1 35	.0 23	.2 95 **	.3 69 **	.4 38 **	.3 07 **	.2 49 *	.0 19	- .0 20	- .1 07	.0 23
Sig. (2- taile d)	.9 49	.5 03	.6 63	.8 72	.3 19	.8 19	.00 0		.0 01	.0 00	.9 80	.6 85	.1 70	.1 75	.8 16	.0 03	.0 00	.0 00	.0 02	.0 12	.8 48	.8 38	.2 86	.8 22

N	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2
it Pea e rson m Corr 9 elati on	.0 75	.1 12	.1 63	- .0 69	.1 26	.2 00 *	.38 9**	.3 24 **	.1	.3 82 **	.0 26	.0 58	.0 29	.1 11	.1 21	.1 90	.2 30 *	.1 72	.1 46	.3 16 **	.2 29 *	- .0 15	.0 65	- .1 14		
Sig. (2- taile d)	.4 54	.2 62	.1 01	.4 93	.2 08	.0 44	.00 0	.0 01		.0 00	.7 99	.5 63	.7 73	.2 67	.2 25	.0 56	.0 20	.0 84	.1 43	.0 01	.0 21	.8 84	.5 19	.2 53		
N	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	
it Pea e rson m Corr 1 elati 0 on	.1 45	.0 49	.0 18	- .0 80	.1 66	.0 16	.29 4**	.3 99 **	.3 82 **	.1 17	- .0 17	.0 50	.0 24	.0 74	.1 53	.2 93 **	.2 00 *	.2 33 *	.2 06 *	.4 57 **	.1 85	.0 56	.0 20	- .1 41		
Sig. (2- taile d)	.1 46	.6 27	.8 60	.4 23	.0 96	.8 72	.00 3	.0 00	.0 00		.8 63	.6 20	.8 09	.4 60	.1 25	.0 03	.0 44	.0 19	.0 38	.0 00	.0 63	.5 77	.8 45	.1 58		
N	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2		
it Pea e rson m Corr 1 elati 1 on	.4 65**	.2 73**	.2 94**	.3 36**	.2 48*	.1 34	- .11 0	- .0 02	.0 26	- .0 17	.7 06**	.1 27	.4 88**	.5 12**	.1 69	.0 26	.1 65	.1 07	- .0 35	.1 81	.1 33	.2 41*	.0 92			

it Pea e rson m Corr 1 elati 4 on	.5 68 **	.3 63 **	.3 57 **	.3 55 **	.3 79 **	.4 83 **	.05 5	.1 35	.1 11	.0 74	.4 88 **	.5 46 **	.1 28	1	.5 85 **	.1 11	.2 33 *	.0 62	.1 36	- 0 23	.4 03 **	.4 00 **	.4 25 **	.1 65
Sig. (2- taile d)	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.58 5	.1 75	.2 67	.4 60	.0 00	.0 00	.1 99		.0 00	.2 66	.0 18	.5 37	.1 72	.8 17	.0 00	.0 00	.0 00	.0 97
N	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2
it Pea e rson m Corr 1 elati 5 on	.5 76 **	.3 16 **	.4 48 **	.2 90 **	.3 29 **	.3 74 **	- 05 5	.0 23	.1 21	.1 53	.5 12 **	.5 50 **	.0 03	.5 85 **	1	.1 30	.1 48	.1 29	- 0 20	.0 37	.3 59 **	.3 18 **	.4 76 **	.1 38
Sig. (2- taile d)	.0 00	.0 01	.0 00	.0 03	.0 01	.0 00	.58 2	.8 16	.2 25	.1 25	.0 00	.0 00	.9 77	.0 00		.1 92	.1 37	.1 97	.8 38	.7 10	.0 00	.0 01	.0 00	.1 66
N	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2
it Pea e rson m Corr 1 elati 6 on	.1 21	.0 83	.1 13	.1 34	.1 32	.1 29	.29 8**	.2 95 **	.1 90	.2 93 **	.1 69	.2 01 *	.2 41 *	.1 11	.1 30	1	.4 32 **	.5 50 **	.6 07 **	.3 87 **	.2 18 *	- 0 86	.0 83	- 0 76
Sig. (2- taile d)	.2 24	.4 08	.2 60	.1 81	.1 86	.1 97	.00 2	.0 03	.0 56	.0 03	.0 89	.0 42	.0 15	.2 66	.1 92		.0 00	.0 00	.0 00	.0 00	.0 27	.3 92	.4 06	.0 77

N	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2
it Pea e rson m Corr 1 elati 7 on	.1 20	.0 73	.0 28	- .0 44	- .0 58	.1 19	.21 8*	.3 69**	.2 30*	.2 00*	.0 26	.1 47	.2 28*	.2 33*	.1 48	.4 32**	1	.4 99**	.4 52**	.2 58**	.1 53	- .0 47	.0 31	.1 81	
Sig. (2- taile d)	.2 28	.4 68	.7 78	.6 58	.5 62	.2 32	.02 8	.0 00	.0 20	.0 44	.7 97	.1 41	.0 21	.0 18	.1 37	.0 00		.0 00	.0 00	.0 09	.1 25	.6 38	.7 58	.0 69	
N	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	
it Pea e rson m Corr 1 elati 8 on	.1 29	.0 95	.1 65	.1 02	.1 51	.1 39	.22 1*	.4 38**	.1 72	.2 33*	.1 65	.1 60	.1 75	.0 62	.1 29	.5 50**	.4 99**	1	.5 25**	.1 11	.2 02*	.0 54	.0 74	.0 24	
Sig. (2- taile d)	.1 97	.3 44	.0 97	.3 10	.1 30	.1 65	.02 5	.0 00	.0 84	.0 19	.0 98	.1 08	.0 79	.5 37	.1 97	.0 00	.0 00		.0 00	.2 66	.0 41	.5 89	.4 60	.8 12	
N	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	
it Pea e rson m Corr 1 elati 9 on	.0 78	.0 37	.0 95	- .0 22	.0 42	.1 54	.36 3**	.3 07**	.1 46	.2 06*	.1 07	.1 11	.1 17	.1 36	- .0 20	.6 07**	.4 52**	.5 25**	1	.4 91**	.1 54	.0 80	.1 40	- .1 10	

[illegible]

it Pea e rson m Corr 2 elati 2 on	.2 82 **	.1 73	.2 53 *	.0 71	.1 42	.4 11 **	.04 5	- .0 20	- .0 15	.0 56	.1 33	.1 78	- .0 78	.4 00 **	.3 18 **	- .0 86	- .0 47	.0 54	.0 80	.0 26	.4 51 **	1	.6 85 **	.0 48
Sig. (2- taile d)	.0 04	.0 81	.0 10	.4 79	.1 54	.0 00	.65 5	.8 38	.8 84	.5 77	.1 82	.0 73	.4 35	.0 00	.0 01	.3 92	.6 38	.5 89	.4 23	.7 98	.0 00		.0 00	.6 29
N	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2
it Pea e rson m Corr 2 elati 3 on	.4 54 **	.2 72 **	.3 27 **	.2 46 *	.2 41 *	.3 89 **	- .02 0	- .1 07	.0 65	.0 20	.2 41 *	.3 48 **	- .0 21	.4 25 **	.4 76 **	.0 83	.0 31	.0 74	.1 40	.1 16	.5 01 **	.6 85 **	1	.0 70
Sig. (2- taile d)	.0 00	.0 06	.0 01	.0 13	.0 15	.0 00	.84 3	.2 86	.5 19	.8 45	.0 15	.0 00	.8 33	.0 00	.0 00	.4 06	.7 58	.4 60	.1 59	.2 46	.0 00	.0 00		.4 88
N	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2
it Pea e rson m Corr 2 elati 4 on	.1 94	.2 15 *	.1 54	.2 37 *	.0 56	.0 69	- .12 6	.0 23	- .1 14	- .1 41	.0 92	.1 09	- .0 39	.1 65	.1 38	- .1 76	.1 81	.0 24	- .1 10	- .3 19 **	.0 16	.0 48	.0 70	1
Sig. (2- taile d)	.0 50	.0 30	.1 22	.0 16	.5 74	.4 93	.20 8	.8 22	.2 53	.1 58	.3 57	.2 75	.6 99	.0 97	.1 66	.0 77	.0 69	.8 12	.2 70	.0 01	.8 76	.6 29	.4 88	

N	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2
it Pea e rson m Corr 2 elati 5 on	.3 02 **	.1 72	.1 75	.0 59	.1 41	.3 43 **	- .07 6	- .0 04	.0 93	.1 00	.1 94	.3 61 **	- .0 31	.3 67 **	.3 02 **	.0 37	.0 47	.0 54	.0 61	- .0 90	.3 00 **	.3 72 **	.3 64 **	.1 91	
Sig. (2- taile d)	.0 02	.0 83	.0 78	.5 56	.1 58	.0 00	.45 0	.9 71	.3 53	.3 19	.0 50	.0 00	.7 55	.0 00	.0 02	.7 16	.6 43	.5 90	.5 46	.3 69	.0 02	.0 00	.0 00	.0 54	
N	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	
it Pea e rson m Corr 2 elati 6 on	.1 38	.1 33	.1 61	.1 10	.0 37	- .0 14	- .11 1	.2 37 *	- .0 60	.0 71	.1 80	.3 14 **	.0 22	.0 71	.1 81	- .0 03	.0 58	.1 76	.0 52	- .1 32	- .0 48	.0 45	.1 36	.2 95 **	
Sig. (2- taile d)	.1 66	.1 83	.1 05	.2 73	.7 14	.8 90	.26 7	.0 16	.5 47	.4 78	.0 70	.0 01	.8 28	.4 80	.0 68	.9 74	.5 62	.0 77	.6 02	.1 84	.6 30	.6 50	.1 74	.0 03	
N	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	
it Pea e rson m Corr 2 elati 7 on	.1 10	.0 56	.1 28	.0 86	.0 59	- .0 14	.13 7	.1 17	.2 04 *	.1 42	.0 36	.0 16	- .0 71	.0 71	.1 77	.0 23	.1 72	.1 78	- .0 06	.1 21	.0 29	- .1 18	- .0 06	.2 44 *	

it Pea e rson m Corr 3 elati 0 on	.2 85 **	.2 20 *	.1 37	.1 88	.1 43	.3 73 **	.06 0	.0 35	.1 51	.0 47	.1 18	.1 93	.0 00	.3 86 **	.3 80 **	.0 11	.0 10	.1 63	.1 12	.0 21	.3 38 **	.4 82 **	.4 60 **	- .0 19
Sig. (2- taile d)	.0 04	.0 26	.1 68	.0 59	.1 51	.0 00	.55 2	.7 26	.1 29	.6 39	.2 39	.0 53	1. 00 0	.0 00	.0 00	.9 13	.9 21	.1 03	.2 62	.8 31	.0 01	.0 00	.0 00	.8 49
N	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2
it Pea e rson m Corr 3 elati 1 on	.2 87 **	.2 35 *	.1 38	.0 55	.1 79	.4 71 **	- .08 4	- .0 23	.0 07	- .0 92	.0 09	.0 31	- .0 71	.4 05 **	.2 82 **	- .0 57	- .0 23	.0 41	.0 82	- .1 07	.3 67 **	.5 39 **	.4 11 **	.0 89
Sig. (2- taile d)	.0 03	.0 18	.1 67	.5 86	.0 71	.0 00	.39 9	.8 20	.9 47	.3 57	.9 31	.7 60	.4 76	.0 00	.0 04	.5 70	.8 22	.6 83	.4 10	.2 85	.0 00	.0 00	.0 00	.3 74
N	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2	10 2
it Pea e rson m Corr 3 elati 2 on	.4 46 **	.2 59 **	.3 12 **	.1 09	.3 10 **	.5 23 **	.08 9	.0 65	.2 18 *	.0 67	.1 17	.1 84	- .1 12	.5 75 **	.4 77 **	- .0 24	.1 46	.1 13	- .0 03	- .0 65	.4 81 **	.4 71 **	.3 70 **	.0 69
Sig. (2- taile d)	.0 00	.0 08	.0 01	.2 75	.0 02	.0 00	.37 2	.5 17	.0 28	.5 06	.2 40	.0 64	.2 63	.0 00	.0 00	.8 08	.1 42	.2 56	.9 74	.5 14	.0 00	.0 00	.0 00	.4 93

N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item1 Pearson Correlation	.676**	.513**	.540**	.312**	.446**	.287**	.285**	.299**	.098	.110	.138	.302**	.254*	.175	.161	.128	.074	.254*	.137	.138	.312**	.446**	.287**	.285**	.299**	.098
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102

Correlations

		item25	item26	item27	item28	item29	item30	item31	item32	item33
item1	Pearson Correlation	.302**	.138	.110	.098	.299**	.285**	.287**	.446**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.002	.166	.271	.328	.002	.004	.003	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item2	Pearson Correlation	.172	.133	.056	.140	.229*	.220*	.235*	.259**	.513**
	Sig. (2-tailed)	.083	.183	.578	.161	.021	.026	.018	.008	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item3	Pearson Correlation	.175	.161	.128	.074	.254*	.137	.138	.312**	.540**

	Sig. (2-tailed)	.078	.105	.200	.459	.010	.168	.167	.001	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item4	Pearson Correlation	.059	.110	.086	-.026	.109	.188	.055	.109	.335**
	Sig. (2-tailed)	.556	.273	.389	.793	.275	.059	.586	.275	.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item5	Pearson Correlation	.141	.037	.059	.020	.157	.143	.179	.310**	.486**
	Sig. (2-tailed)	.158	.714	.554	.845	.114	.151	.071	.002	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item6	Pearson Correlation	.343**	-.014	-.014	.043	.392**	.373**	.471**	.523**	.568**
	Sig. (2-tailed)	.000	.890	.889	.665	.000	.000	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item7	Pearson Correlation	-.076	-.111	.137	.025	-.033	.060	-.084	.089	.254**
	Sig. (2-tailed)	.450	.267	.169	.805	.744	.552	.399	.372	.010
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item8	Pearson Correlation	-.004	.237*	.117	.282**	-.037	.035	-.023	.065	.366**
	Sig. (2-tailed)	.971	.016	.240	.004	.715	.726	.820	.517	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item9	Pearson Correlation	.093	-.060	.204*	.032	.025	.151	.007	.218*	.361**

	Sig. (2-tailed)	.353	.547	.039	.749	.807	.129	.947	.028	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item10	Pearson Correlation	.100	.071	.142	.111	-.041	.047	-.092	.067	.337**
	Sig. (2-tailed)	.319	.478	.156	.268	.679	.639	.357	.506	.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item11	Pearson Correlation	.194	.180	.036	.040	.119	.118	.009	.117	.445**
	Sig. (2-tailed)	.050	.070	.716	.692	.235	.239	.931	.240	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item12	Pearson Correlation	.361**	.314**	.016	.078	.239*	.193	.031	.184	.542**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.871	.434	.016	.053	.760	.064	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item13	Pearson Correlation	-.031	.022	-.071	-.045	.019	.000	-.071	-.112	.192
	Sig. (2-tailed)	.755	.828	.479	.651	.849	1.000	.476	.263	.054
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item14	Pearson Correlation	.367**	.071	.071	.101	.537**	.386**	.405**	.575**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.000	.480	.479	.312	.000	.000	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item15	Pearson Correlation	.302**	.181	.177	.015	.458**	.380**	.282**	.477**	.641**

	Sig. (2-tailed)	.002	.068	.075	.884	.000	.000	.004	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item16	Pearson Correlation	.037	-.003	.023	-.177	-.109	.011	-.057	-.024	.396**
	Sig. (2-tailed)	.716	.974	.820	.075	.275	.913	.570	.808	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item17	Pearson Correlation	.047	.058	.172	.054	.004	.010	-.023	.146	.417**
	Sig. (2-tailed)	.643	.562	.084	.589	.969	.921	.822	.142	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item18	Pearson Correlation	.054	.176	.178	.114	.043	.163	.041	.113	.474**
	Sig. (2-tailed)	.590	.077	.073	.253	.665	.103	.683	.256	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item19	Pearson Correlation	.061	.052	-.006	.043	-.012	.112	.082	-.003	.411**
	Sig. (2-tailed)	.546	.602	.956	.667	.904	.262	.410	.974	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item20	Pearson Correlation	-.090	-.132	.121	-.003	-.160	.021	-.107	-.065	.219*
	Sig. (2-tailed)	.369	.184	.226	.978	.108	.831	.285	.514	.027
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item21	Pearson Correlation	.300**	-.048	.029	-.029	.385**	.338**	.367**	.481**	.577**

	Sig. (2-tailed)	.002	.630	.774	.770	.000	.001	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item22	Pearson Correlation	.372**	.045	-.118	.136	.542**	.482**	.539**	.471**	.482**
	Sig. (2-tailed)	.000	.650	.237	.174	.000	.000	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item23	Pearson Correlation	.364**	.136	-.006	.130	.464**	.460**	.411**	.370**	.575**
	Sig. (2-tailed)	.000	.174	.950	.192	.000	.000	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item24	Pearson Correlation	.191	.295**	.244*	.391**	.069	-.019	.089	.069	.229*
	Sig. (2-tailed)	.054	.003	.014	.000	.492	.849	.374	.493	.021
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item25	Pearson Correlation	1	.167	-.131	.081	.374**	.309**	.335**	.320**	.431**
	Sig. (2-tailed)		.093	.190	.417	.000	.002	.001	.001	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item26	Pearson Correlation	.167	1	.348**	.440**	.181	.049	-.001	.044	.306**
	Sig. (2-tailed)	.093		.000	.000	.069	.624	.995	.657	.002
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item27	Pearson Correlation	-.131	.348**	1	.427**	.040	.037	-.027	.031	.267**

	Sig. (2-tailed)	.190	.000		.000	.688	.716	.787	.755	.007
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item28	Pearson Correlation	.081	.440**	.427**	1	.107	.093	.081	.054	.288**
	Sig. (2-tailed)	.417	.000	.000		.287	.352	.418	.589	.003
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item29	Pearson Correlation	.374**	.181	.040	.107	1	.628**	.694**	.669**	.525**
	Sig. (2-tailed)	.000	.069	.688	.287		.000	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item30	Pearson Correlation	.309**	.049	.037	.093	.628**	1	.609**	.616**	.525**
	Sig. (2-tailed)	.002	.624	.716	.352	.000		.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item31	Pearson Correlation	.335**	-.001	-.027	.081	.694**	.609**	1	.662**	.446**
	Sig. (2-tailed)	.001	.995	.787	.418	.000	.000		.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item32	Pearson Correlation	.320**	.044	.031	.054	.669**	.616**	.662**	1	.593**
	Sig. (2-tailed)	.001	.657	.755	.589	.000	.000	.000		.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
item33	Pearson Correlation	.431**	.306**	.267**	.288**	.525**	.525**	.446**	.593**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.002	.007	.003	.000	.000	.000	.000	
N	102	102	102	102	102	102	102	102	102

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran hasil uji kategorisasi penggunaan media sosial instagram

kategori

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sedang	87	85.3	85.3	85.3
	tinggi	15	14.7	14.7	100.0
	Total	102	100.0	100.0	

Lampiran hasil uji kategorisasi *self image*

kategori					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	rendah	4	3.9	3.9	3.9
	sedang	71	69.6	69.6	73.5
	tinggi	27	26.5	26.5	100.0
	Total	102	100.0	100.0	

Lampiran tampilan kuesioner di *google form*

Formulir tanpa judul

Pertanyaan Jawaban 124 Setelan

Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum, wr. wb
Perkenalkan saya Rohila Chindy Maghvirani mahasiswi Psikologi angkatan 2018 UIN Maliki Malang yang sedang menempuh tugas akhir skripsi. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan hormat saya meminta tolong kepada rekan-rekan sekalian untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini.
Adapun kriteria untuk mengisi kuisisioner ini meliputi:
1. Siswa kelas XI SMKN 2 Kota Batu
2. Menggunakan aplikasi Instagram

Dengan ini, saya berharap rekan-rekan sekalian mengisi kuesioner ini sesuai dengan keadaan diri anda. Semua jawaban anda bersifat rahasia dan akan digunakan sebaik-baiknya untuk kepentingan penelitian. Saya berharap anda sekalian berkenan untuk membantu dalam kelancaran skripsi saya. atas perhatian dan kesediaan anda untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.
wassalamualaikum, wr. wb

Nama *

Teks jawaban singkat

Pertanyaan Tanpa Judul *

Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.