

**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM DENGAN *SELF ACCEPTANCE* PADA
MAHASISWA FAKULTAS PSIKOLOGI ANGKATAN 2017**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Membuat:

Skripsi Program Sarjana S-1 pada Prodi Psikologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Oleh :

Maya Sistania Pratiwi

17410083

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2022/2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DENGAN *SELF ACCEPTANCE* PADA MAHASISWA FAKULTAS
PSIKOLOGI ANGKATAN 2017**

SKRIPSI

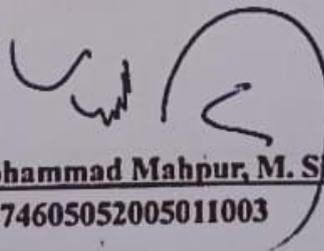
Oleh :

Maya Sistania Pratiwi

NIM. 17410083

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



Dr. Mohammad Mahpur, M. S
NIP. 1974605052005011003

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang**



HALAMAN PENGESAHAN

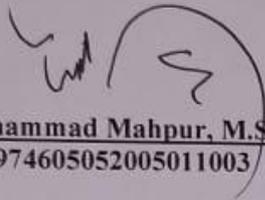
HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN *SELF ACCEPTANCE* PADA MAHASISWA FAKULTAS PSIKOLOGI ANGKATAN 2017

SKRIPSI

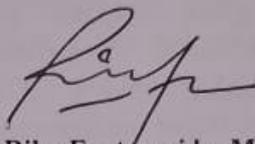
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji

Sekretaris Penguji

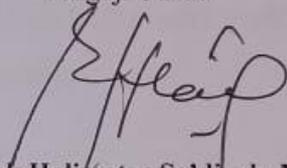


Dr. Mochammad Mahpur, M.Si
NIP. 1974605052005011003



Rika Fuatrosida, MA
NIP. 19830429201608122038

Penguji Utama



Dr. Elok Halimatus Sa'diyah, M.Si
NIP. 197405182005012002

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi pada tanggal 07 Juli 2023

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang




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

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maya Sistania Pratiwi

NIM : 17410083

Fakultas : Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul ***“HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN SELF ACCEPTANCE PADA MAHASISWA FAKULTAS PSIKOLOGI ANGKATAN 2017”*** merupakan benar-benar hasil sendiri dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini penulis melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Malang, 07 Juni 2023

Yang Menyatakan,



Maya Sistania Pratiwi

17410083

HALAMAN MOTTO

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ

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

(Q.S. At-Tin: 4)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang atas segala nikmat dan karunia-Nya yang tak terhingga selama ini sehingga hamba dapat menyelesaikan tugas akhir untuk mendapatkan gelar sarjana ini.

Karya tugas akhir ini saya persembahkan kepada seluruh keluarga dan seluruh teman-teman yang selalu memberikan support, nasihat, kasih sayang dan doa kepada saya.

Untuk suamiku kangmas Hamid dan sang buah hati mas Adzil

Teruntuk pula bapak dan ibu yang saya sayangi. Terima kasih banyak atas segala doa yang tiada henti dedikasih, pengorbanan, perjuangan, semangat, dukungan moral, kasih sayang, nasihat serta segala yang diberikan kepada saya agar saya bisa mendapat gelar sarjana dan bisa mewujudkan cita-cita saya yang selama ini dikejar.

Semoga pengorbanan dan perjuangan bapak dan ibu selama ini mendapat balasan dari Allah SWT berupa rezeki yang barakah dan untuk tabungan bapak dan ibu di akhirat kelak.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT pencipta langit dan bumi, yang memberikan ridho dan hidayah-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan *Self Acceptance* pada mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2017”. Sholawat beserta salam dihaturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari zaman kegelapan hingga zaman yang terang benderang ini, karena dengan syafa’atnya lah yang dapat mengantarkan kita menuju surga-Nya.

Peneliti menyadari tugas akhir ini tentu masih jauh dari kata sempurna, namun penyusunan tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dengan adanya bimbingan dan bantuan dari pihak-pihak yang terkait. Pada kesempatan ini, dengan segala ketulusan hati dan rasa hormat, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Rifa Hidayah, M. Si, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Endah Kurniawati Purwaningtyas M, Psi Psikolog selaku dosen kepenasehatan
4. Dr. Mohammad Mahpur, M.Si dan Rika Fuaturrosida, MA selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan dan menuntun saya dengan sepenuh hati sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Terima kasih kepada seluruh penguji yang berkenan memberikan

masukan-masukan untuk membantu menyempurnakan skripsi ini.

6. Keluargaku yang selalu mendukung dan mendoakan sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kepada seluruh teman-teman lainnya yang ikut berantisipasi untuk membantu saya dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan limpahan kasih sayang, rahmat, karunia dan balasan yang berlipat atas kebaikan seluruh pihak yang telah membantu terwujudnya skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Aamiinn Ya Robbal Alamin.

Malang, 31 Januari 2023

Maya Sistania Pratiwi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	II
HALAMAN PERSETUJUAN	III
HALAMAN MOTTO	IV
HALAMAN PERSEMBAHAN	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR LAMPIRAN	XII
ABSTRAK	XIII
ABSTRACT	XIV
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II	10
KAJIAN TEORI	10
A. <i>Self Acceptance</i>	10
1. Pengertian <i>Self Acceptance</i>	10
2. Aspek <i>Self Acceptance</i>	11
3. Ciri – Ciri <i>Self Acceptance</i>	12
4. Faktor pembentuk <i>Self Acceptance</i>	12
5. Dampak <i>Self Acceptance</i>	15
6. <i>Self Acceptance</i> dalam kajian islam	15
B. Intensitas Penggunaan Media Sosial	17
1. Definisi Intensitas Penggunaan	17
2. Media Sosial Instagram	18
3. Intensitas Penggunaan Media Sosial instagram.....	19
4. Dampak Media Sosial	20
5. Intensitas Penggunaan Media Sosial instagram dalam kajian islam	23
C. Kerangka Berpikir	24
D. Hipotesis	25
BAB III	26

METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian	26
B. Identifikasi Variabel	26
C. Definisi Oprasional	27
D. Populasi dan Sampel	28
E. Teknik Pengumpulan Data	29
1. Instrumen Pengumpulan Data.....	29
2. Alat Ukur Penelitian	30
a. Sksla Intensitas Penggunaan Media Sosial instagram.....	30
b. Skala <i>Self Acceptance</i>	31
F. Validitas dan Reliabilotas	34
1. Validitas	34
a. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	34
b. Skala <i>Self Acceptance</i>	35
2. Reliabilitas	38
a. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	39
b. Skala <i>Self Acceptance</i>	40
G. Teknik Analisis Data	41
1. Uji normalitas	41
2. Uji linieritas	41
3. Analisis deskriptif	42
4. Uji hipotesis	42
BAB IV	44
HASIL PENELITIAN	44
A. Uji Normalitas	44
B. Uji Linieritas	45
C. Analisis Deskriptif	45
1. Deskripsi tingkat Intensitas penggunaan media sosial instagram.....	45
2. Deskripsi tingkat <i>Self Acceptance</i>	47
D. Uji Hipotesis	48
E. Pembahasan	49
1. Tingkat Intensitas penggunaan media sosial instagram.....	49
2. Tingkat <i>Self Acceptance</i>	50
3. Hubungan Antara Intensitas penggunaan media sosial instagram dengan <i>Self Acceptance</i>	50
BAB V	53
PENUTUP	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran	54

DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Blue print Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram.....	31
Tabel 3.2 Blue print <i>Self Acceptance</i> sebelum di uji coba	32
Tabel 3.3 Blue print <i>Self Acceptance</i> setelah di uji coba	33
Tabel 3.4 Hasil uji coba Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram.....	35
Tabel 3.5 Hasil uji coba <i>Self Acceptance</i>	36
Tabel 3.6 Hasil Reliabilitas Intensitas penggunaan media sosial instagram	39
Tabel 3.7 Hasil Reliabilitas <i>Self Acceptance</i>	40
Tabel 4.1 Uji normalitas	44
Tabel 4.2 Uji linieritas	45
Tabel 4.3 Uji Deskriptif	46
Tabel 4.4 Mean dan SD Intensitas penggunaan media sosial instagram.....	46
Tabel 4.5 Tingkat Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram.....	47
Tabel 4.6 Mean dan Standar Deviasi <i>Self Acceptance</i>	47
Tabel 4.7 Tingkat <i>Self Acceptance</i>	48
Tabel 4.8 Korelasi antara Intensitas penggunaan media sosial instagram dengan <i>Self Acceptance</i>	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dg *Self Acceptance* 24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Surat rekomendasi expert judgement	59
Lampiran 1.2 Expert judgement.....	60
Lampiran 1.3 Lembar penilaian untuk skala penelitian	61
Lampiran 1.4 Skala intensitas penggunaan media sosial instagram.....	83
Lampiran 1.5 Skala <i>Self Acceptance</i>	75
Lampiran 1.6 Validitas <i>Self Acceptance</i>	78
Lampiran 1.7 Validitas intensitas penggunaan media sosial instagram.....	80
Lampiran 1.8 Reliabilitas <i>Self Acceptance</i>	81
Lampiran 1.9 Reliabilitas Intensitas Penggunaan Media sosial Instagram.....	81

ABSTRAK

Pratiwi, Maya Sistania. 2023. Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan *Self Acceptance* Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2017.

Pembimbing: Dr. Mohammad Mahpur, M.Si

Kata Kunci : Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram, *Self Acceptance*

Banyaknya komentar negatif yang sering muncul di Instagram dapat memicu timbulnya seseorang melakukan hal-hal yang tidak diinginkan salah satunya penerimaan diri / *Self Acceptance* yang rendah. Penerimaan diri / *Self Acceptance* yang rendah ditandai dengan seseorang yang merasa tidak berharga, depresi, sulit beradaptasi dengan lingkungannya, kurangnya motivasi karena sering menyalahkan dan membenci diri sendiri. Beberapa orang memiliki tujuan utama dalam bermedia sosial yakni untuk mendapatkan kepuasan saat kebutuhan psikologisnya terpenuhi, dengan begitu seseorang akan termotivasi untuk terus bermedia social sehingga saat ia mendapatkan kepuasan melalui banyaknya komentar positif serta disukai banyak orang maka hal tersebut mendorong seseorang untuk terus membagikan foto ataupun video kegiatannya melalui Instagram. Tetapi apabila ia kurang puas dengan apa yang telah ia unggah di Instagram sehingga merasa dirinya terabaikan dan tidak dihargai maka akan menyebabkan seseorang enggan untuk mengunggah fotonya lagi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan *Self Acceptance* pada mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2017. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Subjek dalam penelitian ini sebanyak 48 mahasiswa. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis dekriptif dan analisis product moment. Analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan hasil penelitian. Sedangkan analisis product moment bertujuan untuk menguji ada tidaknya hubungan (korelasi) antar variabel. Pengumpulan data menggunakan metode penyebaran kuesioner skala.

Hasil penelitian ini menggunakan uji product moment yang menunjukkan hasil analisis data **correlations nilai sig (2-tailed) = 0,000** < **0,05** maka H_0 ditolak, artinya H_a diterima sehingga diperoleh kesimpulan Terdapat hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan *Self Acceptance*. Sementara nilai **pearson correlation** didapat sebesar **0,622** artinya Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram memberikan sumbangan sebesar 62,2% terhadap *Self Acceptance*, sisanya 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

ABSTRACT

Pratiwi, Maya Sistania. 2023. The Relationship Between The Intensity Of Use Of Instagram Social Media And Self-Acceptance In Students Of The Faculty Of Psychology Class Of 2017.

Advisor : Dr. Mohammad Mahpur, M.Si

Keywords : Instagram Social Media Usage Intensity, *Self Acceptance*

The many negative comments that often appear on Instagram can trigger someone to do unwanted things, one of which is low self-acceptance. Low self-acceptance is characterized by someone who feels worthless, depressed, has difficulty adapting to their environment, and lacks motivation because they often blame and hate themselves. Some people have the main goal in using social media, namely to get satisfaction when their psychological needs are met, that way someone will be motivated to continue using social media so that when they get satisfaction through lots of positive comments and are liked by many people, this encourages someone to continue sharing photos or videos. activities via Instagram. But if he is dissatisfied with what he has uploaded on Instagram so that he feels neglected and unappreciated, it will cause someone to be reluctant to upload his photos again.

This study aims to determine the relationship between the intensity of Instagram social media use and self-acceptance in psychology faculty students class of 2017. This research uses a quantitative research method. The subjects in this study were 48 students. Data analysis in this study used descriptive analysis and product moment analysis. Descriptive analysis aims to describe the research results. While product moment analysis aims to test whether there is a relationship (correlation) between variables. Collecting data using the method of distributing scale questionnaires.

The results of this study used the product moment test which showed that the results of the data correlations analysis had a sig value (2-tailed = 0.000) <0.05, then H_0 was rejected, meaning that H_a was accepted so that it was concluded that there is a relationship between the Intensity of Use of Instagram Social Media and *Self Acceptance*. Meanwhile, the Pearson correlation value was 0.622, which means that the Intensity Use of Instagram Social Media contributes 62.2% to *Self Acceptance*, the remaining 37.8% is influenced by other factors.

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Seiring berjalannya waktu dan berkembangnya zaman, teknologi juga semakin berkembang. Begitu pula dengan media sosial. Dahulu sulit rasanya untuk berkabar apabila berada di tempat yang berjauhan. Kemudian ditemukannya telepon yang dapat menghubungkan manusia yang berada di tempat yang berjauhan melalui suara. Hingga ditemukannya teknologi yang memungkinkan kita berbagi gambar terkini meski dari jarak yang berjauhan. Begitu pula dengan instagram, media sosial yang dalam pengaplikasiannya memungkinkan setiap orang dapat membagikan ceritanya melalui gambar terkini.

Beberapa orang memiliki tujuan utama dalam bermedia sosial yakni untuk mendapatkan kepuasan saat kebutuhan psikologisnya terpenuhi, dengan begitu seseorang akan termotivasi untuk terus bermedia sosial (Nazeer, 2017). Sehingga saat ia mendapatkan kepuasan melalui banyaknya komentar positif serta disukai banyak orang maka hal tersebut mendorong seseorang untuk terus membagikan foto ataupun video kegiatannya melalui Instagram. Tetapi apabila ia kurang puas dengan apa yang telah ia unggah di Instagram sehingga merasa dirinya terabaikan dan tidak dihargai maka akan menyebabkan seseorang enggan untuk mengunggah fotonya lagi. Disisi lain tidak sedikit orang yang terus berusaha menampilkan sosok dirinya yang sempurna tanpa celah agar mendapatkan pujian dan disukai banyak orang. Ia juga akan melakukan berbagai cara agar mendapatkan apa yang

diinginkan Setiap orang di instagram berhak untuk mengunggah gambar apapun yang mereka sukai mulai gambar pemandangan maupun pribadi.

Banyaknya komentar negatif yang sering muncul di Instagram dapat memicu timbulnya seseorang melakukan hal-hal yang tidak diinginkan. Seperti kasus yang terjadi pada tahun 2019 dimana seorang mantan personel grup idol bernama Suli ditemukan meninggal bunuh diri, diduga ia mengalami depresi akibat sering mendapat komentar negatif dari para penggemar (Kompas.com, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Fahrudin (2012) menyebutkan salah satu pemicu orang merasa tidak berharga di mata orang lain yaitu saat rendahnya penghargaan pada individu, sehingga memicu tindakan bunuh diri untuk alternatif menyelesaikan masalah. Seperti yang dikatakan Al Aziz (2020) bahwa depresi merupakan efek yang muncul dari penggunaan media sosial, adanya depresi muncul karena terdapat permasalahan hubungan sosial yang terjadi di media sosial dan membandingkan diri sendiri dengan orang lain di media sosial sehingga menyebabkan pandangan negatif terhadap diri sendiri.

Suli yang lahir pada tahun 1994 meninggal saat berusia 25 tahun sehingga ia masuk pada masa perkembangan dewasa awal. Seseorang berusaha untuk beradaptasi di masa dewasa awal ini, agar masyarakat menerima dirinya. Oleh karena itu ia mulai mengikuti keinginan dan pendapat orang lain yang sedang *booming* saat itu (Sastawardani, 2012). Santrock (2012) menyebutkan adanya kejadian bunuh diri tersebut dapat muncul dari pengaruh pemikiran dewasa awal dimana ia menyadari adanya pendapat dan sudut pandang orang lain. Apa yang

terjadi pada Suli pada saat itu adalah suatu bentuk dari seseorang yang cenderung kurang memiliki penerimaan diri.

Penerimaan diri sendiri atau juga bisa disebut *Self Acceptance* menurut Berger yang telah dimodifikasi dari Sheerer yaitu pertama nilai-nilai dan standar diri tidak dipengaruhi lingkungan luar, keyakinan dalam menjalani hidup, dapat bertanggungjawab atas apa yang dilakukan, mampu menerima kritik dan saran seobjektif mungkin, tidak menyalahkan diri atas apa yang dirasakannya terhadap orang lain, menganggap dirinya sama dengan orang lain, tidak ingin orang lain menolaknya dalam kondisi apapun, tidak menganggap orang lain berbeda dengan dirinya, juga tidak merasa rendah diri (Denmark, 1973)

Hurlock (1974) menyebutkan ada dua dampak dari penerimaan diri / *Self Acceptance*, yang pertama yaitu pada penyesuaian diri dimana seseorang dengan penerimaan diri / *Self Acceptance* positif maka ia mampu mengenali kelebihan dan kekurangannya, memiliki kepercayaan diri (*self confidence*), dan harga diri (*self esteem*), lebih bisa menerima kritik, penerimaan diri / *Self Acceptance* yang disertai dengan rasa aman akan membuat seseorang menilai dirinya secara lebih realistis sehingga dapat menggunakan potensi yang dimilikinya secara efektif. Dampak penerimaan diri / *Self Acceptance* yang kedua yaitu pada penyesuaian sosial dimana individu yang memiliki penerimaan diri / *Self Acceptance* maka mereka akan merasa aman untuk menerima orang lain, memberikan perhatiannya pada orang lain seperti menunjukkan rasa empati maupun simpatinya.

Sementara seseorang dikatakan penerimaan diri / *Self Acceptance* nya rendah ketika mereka merasa tidak berharga, depresi, sulit beradaptasi dengan

lingkungannya, kurangnya motivasi karena sering menyalahkan dan membenci diri sendiri (Morgado, Campana, & Travares, 2014). Seperti yang dikatakan Al Aziz (2020) bahwa depresi merupakan efek yang muncul dari penggunaan media sosial, adanya depresi muncul karena terdapat permasalahan hubungan sosial yang terjadi di media sosial dan membandingkan diri sendiri dengan orang lain di media sosial sehingga menyebabkan pandangan negatif terhadap diri sendiri.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penerimaan diri / *Self Acceptance* seseorang yaitu dukungan sosial, konsep diri, dan citra tubuh (*body image*). Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Nugraha dan Agus (2020) ditemukan hubungan positif yang kuat antara dukungan sosial dengan penerimaan diri sebesar 0.659. Dampak positif yang diperoleh ketika seseorang mendapatkan dukungan sosial yaitu ia merasa lebih mampu untuk beradaptasi di lingkungannya serta memiliki penerimaan diri dalam situasi yang dihadapi (Amylia & Surjaningrum). Begitu pula pada konsep diri, dari penelitian yang dilakukan oleh Tunnisa (2019) ditemukan hasil sebesar 0.896 yang berarti terdapat hubungan antara konsep diri dan penerimaan diri. Ia juga menyebutkan bahwa penerimaan diri sangat bergantung pada bagaimana seseorang mengembangkan konsep dirinya. Pada *body image*, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Setyaningsih (2013) *body image* memiliki hubungan signifikan dengan penerimaan diri yaitu sebesar 0,471. sehingga penilaian seseorang terhadap penampilannya dapat mempengaruhi kemampuannya untuk menerima diri. Saat individu tidak memiliki kepuasan atas penampilannya, maka hal tersebut bisa berakibat pada kesulitan dalam penerimaan diri dan akan menimbulkan konflik dan masalah serta ketidakbahagiaan pada diri seseorang.

Dalam penggunaannya, intensitas bermain media sosial Instagram juga memiliki pengaruh terhadap beberapa hal seperti perilaku konsumtif. Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Khrishananto & Ardiansyah (2021) menunjukkan hasil bahwa ada pengaruh intensitas penggunaan Instagram terhadap perilaku konsumtif. Sehingga intensitas penggunaan media sosial instagram yang tinggi dapat membuat remaja terpapar berbagai macam informasi yang bisa mengubah perilaku remaja tersebut terhadap daya tarik dalam pembelian suatu produk (Ho, Shin, & Lwin, 2017). Selain pada perilaku konsumtif, intensitas penggunaan media sosial Instagram juga berdampak pada *self-esteem* seseorang. Evelin & Adishesa (2020) melakukan penelitian yang hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan Instagram terbukti berkorelasi negatif secara signifikan dengan *self-esteem* sebesar -0,141 sehingga dapat diindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram maka akan semakin rendah *self-esteem* yang dimiliki seseorang. Sama halnya dengan motivasi berprestasi. Ternyata intensitas penggunaan media sosial Instagram juga berpengaruh terhadap tinggi rendahnya motivasi berprestasi seseorang. Pada penelitian yang dilakukan oleh () ditemukan hasil bahwa terdapat hubungan searah sebesar 0,292 antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan motivasi belajar yang artinya semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial instagram maka motivasi belajarnya pun juga akan semakin tinggi pula.

Selain itu, adanya media sosial juga bisa berdampak pada penerimaan diri / *Self Acceptance* seseorang. Penelitian terdahulu yang meneliti tentang Intensitas Penggunaan media sosial Instagram dan Penerimaan Diri dilakukan oleh Kamuli (2018). Penelitian tersebut dilakukan pada remaja siswa SMA/SMK di Jawa Timur.

Hasil dari penelitian tersebut pada uji linearitas memiliki hubungan yang linear F sebesar 1,655 dengan signifikansi 0,075. Kemudian dari uji korelasi ditemukan $r = 0,042$ dengan nilai signifikan 0,085 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Tetapi, pada penelitian ini memiliki beberapa kekurangan atau keterbatasan yang yang disebutkan, beberapa diantaranya yaitu saat pengisian kuesioner subjek dalam kondisi yang lelah karena selesai mengerjakan tes SBMPTN, lalu jumlah butir aitem yang terbilang banyak yaitu sebanyak 254 butir dan kalimat yang digunakan pada skala penerimaan diri dirasa cukup sulit dikerjakan oleh responden. Selain itu, subjek dari penelitian ini adalah anak usia remaja yaitu siswa-siswi SMA SMK sedangkan subjek yang diambil peneliti adalah dewasa awal yaitu mahasiswa.

Reber & Reber (dalam Kamus Psikologi, 2010) menyebutkan *intensity* (intensitas) merupakan besarnya kekuatan dari suatu perilaku yang ditunjukkan. Oberst, Wegmann, Stodt, Brand, & Chamaro (2017) menyebutkan bahwa media sosial diartikan sebagai komunitas virtual yang berbasis *website* yang memungkinkan untuk membangun profil individu dan masyarakat, dimana tujuannya untuk membangun komunikasi dalam kehidupan masyarakat sehari-hari dan sangat populer di kalangan remaja dan dewasa muda meskipun dalam penggunaannya media sosial terus berkembang. Sehingga Intensitas penggunaan media sosial instagram merupakan waktu dan tenaga yang dihabiskan oleh seseorang untuk mengoperasikan atau menggunakan sebuah aplikasi berbasis internet yaitu instagram, aspek yang terkandung didalamnya yaitu durasi dan frekuensi.

Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dipilih sebagai variabel bebas dikarenakan perkembangan pengguna media sosial khususnya Instagram di Indonesia semakin tahunnya semakin meningkat, Terlebih lagi di masa pandemi seperti ini. Seperti yang terlansir di NapoleonCat yang merupakan perusahaan analisis media sosial Marketing yang berbasis di Warsawa, Polandia terdapat peningkatan sebesar 1.760.000 pengguna pada bulan Maret ke April. Berbeda dengan peningkatan pengguna Instagram sebelum pandemi seperti pada bulan Desember 2019 hingga Januari 2020 sebesar 200.000 pengguna. Hingga kini tercatat pada bulan Januari 2021 terdapat 82.320.00 pengguna yang didominasi oleh orang-orang dalam usia produktif yakni 18-34 tahun. Sehingga dari data tersebut dapat kita ketahui bahwa usia 18-34 tahun menempati posisi tertinggi pengguna Instagram di Indonesia, dimana usia tersebut tergolong dalam masa dewasa awal. (Hurlock, 1996) menerangkan bahwa orang dewasa merupakan individu yang telah selesai dengan proses pertumbuhannya dan telah siap untuk menerima dirinya menjadi orang dewasa yang hidup bersama dengan orang dewasa lainnya di masyarakat. Kemudian ia juga menjelaskan masa dewasa awal yang dimulai dari umur 18 tahun hingga sekitar 40 tahun dimana perubahan fisik dan psikologis disertai dengan berkurangnya kemampuan reproduktif.

Penelitian tentang hubungan intensitas penggunaan media sosial instagram dengan self accpetance masih sedikit ditemui sehingga berdasarkan paparan tersebut, maka peneliti ingin mengetahui adakah hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan / *Self Acceptance* pada mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2017.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah tingkat intensitas penggunaan media sosial Instagram pada mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2017 ?
2. Bagaimanakah tingkat *Self Acceptance* pada masa mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2017 ?
3. Bagaimanakah hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan *Self Acceptance* pada mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2017 ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tuuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat intensitas penggunaan media sosial instagram pada mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2017.
2. Untuk mengetahui tingkat *Self Acceptance* pada mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2017.
3. Untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan *Self Acceptance* pada mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2017.

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Pengembangan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu psikologi, khususnya psikologi sosial dan kepribadian dalam mengkaji *Self Acceptance* pada diri individu dimana *Self Acceptance* berarti individu mengetahui kelebihan serta kekurangan yang ada pada dirinya sehingga ia lebih mengetahui karakteristik dalam hidupnya yang membentuk integritas pada diri individu tersebut.

2. Pengembangan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan pemahaman, sebagai kendali, koreksi, dan refleksi dalam penggunaan media sosial instagram yang lebih sehat sehingga apabila pengukuran intensitas penggunaan media sosial instagram semakin diketahui maka bisa menghasilkan *Self Acceptance* yang baik. Selain itu, apabila didapati hasil korelasi yang besar maka dapat menjadi rekomendasi penyelesaian masalah yang berasal dari sudut pandang *Self Acceptance* juga bagaimana cara mengelola penggunaan media sosial instagram.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Self Acceptence

1. Pengertian *Self Acceptance*

Menurut Hurlock (1974) *Self Acceptance* merupakan derajat dimana seseorang telah mempertimbangkan karakteristik dirinya, mampu dan hidup dengan karakteristik yang dimilikinya tersebut. Sedangkan Aderson (dalam Sugiarti, 2008) menyebutkan bahwa penerimaan diri / *Self Acceptance* yaitu kita berhasil menerima kekurangan dan kelebihan pada diri kita apa adanya. Menerima diri berarti telah menemukan karakter diri dan dasar yang membentuk kerendahan hati dan integritas.

Definisi penerimaan diri / *Self Acceptance* menurut Berger yang dimodifikasi dari Sheerer (Berger, 1952) yaitu seseorang yang yakin akan kemampuannya dan memiliki standar pribadi dalam berperilaku sehingga ia bisa bertanggungjawab dan konsekuen atas segalanya.

Ceyhan & Ceyhan (dalam Ardila & Ike, 2013) menyebutkan individu yang dapat menerima keadaan dirinya bisa menghormati diri mereka sendiri, menyadari sisi negatif yang ada pada dirinya, serta mengetahui bagaimana untuk hidup bahagia dengan sisi negatif yang ia miliki. Selain itu, individu yang dapat menerima dirinya juga memiliki kepribadian yang sehat, dan kuat. Sebaliknya, jika orang yang kesulitan dalam menerima dirinya tidak menyukai karakteristik diri mereka sendiri, merasa dirinya tidak berguna, dan tidak memiliki rasa percaya diri.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *self acceptance* merupakan bagaimana individu dapat menerima karakteristik yang ada pada dirinya, mampu dapat mengetahui dan menerima kekurangan dan kelebihan yang ada pada dirinya dan tidak merasa rendah atas dirinya sendiri.

2. Aspek *Self Acceptance*

Adapun aspek penerimaan diri / *Self Acceptance* menurut Berger (1952) yaitu:

1. Yakin akan kemampuannya dalam menghadapi kehidupan.
2. Memandang dirinya berharga dan memiliki derajat yang sama dengan individu lainnya.
3. Tidak memandang dirinya aneh dan tidak berharap untuk ditolak orang lain.
4. Memiliki orientasi diri keluar dan tidak malu (*self conscious*).
5. Bertanggungjawab atas apa yang dilakukan.
6. Lebih senang mengikuti standar pribadi sesuai dengan keadaan dirinya daripada berkonform terhadap tekanan sosial.
7. Objektif dalam menerima pujian atau celaan
8. Menerima kelebihan dan keterbatasan yang dimiliki dan berfikir realistis akan hal tersebut.

9. Menerima sifat kemanusiaan sehingga menerima impuls dan emosinya dan tidak merasa bersalah akan hal tersebut.

3. Ciri-ciri *Self Acceptance*

Self Acceptance memiliki beberapa ciri-ciri yang disebutkan oleh Jersild (dalam Hurlock, 1974) yaitu yang pertama adalah orang yang menerima dirinya ia memiliki harapan yang realistis terhadap keadaannya dan menghargai dirinya sendiri atau bisa dibilang ia memiliki harapan yang sesuai dengan kemampuannya. Kemudian yang kedua yaitu yakin akan standar-standar dan pengetahuan terhadap dirinya tanpa terpaku pada pendapat orang lain.

Lalu yang ketiga yaitu mengerti keterbatasan yang ada pada dirinya sehingga ia bisa memahami keterbatasannya dan tidak menganggap bahwa dirinya tidak berguna. Kemudian keempat, mampu menyadari potensi yang dimiliki serta merasa bebas untuk melakukan keinginannya ataupun tidak, dan yang terakhir yaitu menyadari atas kekurangan yang ada pada dirinya tanpa menyalahkan dirinya sendiri atas kekurangannya tersebut. Sehingga ia mengetahui apa saja kekurangan yang dimiliki.

4. Faktor-faktor Pembentuk *Self Acceptance*

Menurut Hurlock (2008) terdapat beberapa faktor yang membentuk penerimaan diri / *Self Acceptance* seseorang yaitu;

1. *Pemahaman diri (self understanding)* yaitu persepsi diri yang ditandai oleh *genuiness*, realita, dan kejujuran. Semakin

seseorang memahami dirinya, semakin baik penerimaan diri/ *Self Acceptance* nya.

2. *Harapan yang realistis*, sehingga ketika seseorang memiliki harapan yang realistis dalam keinginannya untuk mencapai sesuatu, hal tersebut akan mempengaruhi kepuasan diri yang merupakan esensi dari penerimaan diri/ *Self Acceptance*. Harapan itu sendiri akan menjadi realistis apabila yang membuat harapan tersebut adalah diri sendiri, karena kita yang mengetahui kemampuan akan diri kita sendiri.
3. *Tidak adanya hambatan dari lingkungan (absence of environment obstacles)*. hambatan dari lingkungan yang tidak bisa dikontrol dapat menyebabkan ketidakmampuan dalam mencapai tujuan yang realistis. Hambatan tersebut dapat berupa diskriminasi ras, jenis kelamin, atau agama. Seseorang mampu memperoleh kepuasan atas pencapaiannya apabila hambatan-hambatan tersebut dapat dihilangkan dan keluarga, teman sebaya atau orang-orang sekeliling memberikan motivasi dalam mencapai tujuannya.
4. *Sikap sosial yang positif*, seseorang akan lebih mampu menerima dirinya apabila ia memiliki sikap sosial yang positif. Terdapat tiga kondisi utama yang menghasilkan evaluasi positif yaitu tidak adanya prasangka terhadap seseorang, adanya penghargaan terhadap kemampuan-kemampuan sosial dan kesediaan individu mengikuti tradisi suatu kelompok sosial.

5. *Tidak ada stress yang berat*, seseorang yang tidak memiliki stress atau tekanan emosional yang berat membuat ia bisa bekerja dengan optimal dan lebih berorientasi pada lingkungan daripada berorientasi pada diri dan bisa lebih tenang dan lebih bahagia.
6. *Pengaruh keberhasilan*. Memiliki pengalaman gagal bisa menyebabkan penolakan pada diri, begitu pula sebaliknya mendapatkan kesuksesan dapat menghasilkan penerimaan diri/*Self Acceptance*.
7. *Identifikasi dengan orang yang memiliki penyesuaian diri yang baik*. Sikap ini bisa menghasilkan penilaian diri yang positif dan mendatangkan penerimaan diri/*Self Acceptance*. Proses identifikasi yang paling kuat terjadi pada masa kanak-kanak.
8. *Perspektif diri yang luas*. Seseorang yang memiliki persepektif yang luas seperti ia memandang dirinya layaknya orang lain memandangnya akan mampu mengembangkan pemahaman diri daripada seseorang yang perspektifi dirinya sempit.
9. *Pola asuh yang baik pada masa anak-anak*. Pendidikan yang diberikan pada anak saat di rumah dan sekolah amatlah penting, penyesuaian terhadap hidup terbentuk pada masa kanak-kanan sehingga pelatihan yang baik di rumah maupun sekolah pada masa anak-anak sangatlah penting.
10. *Konsep diri yang stabil*. Hanya konsep diri yang positiflah yang mampu mengarahkan seseorang untuk melihat dirinya secara tidak konsisten.

5. Dampak *Self Acceptance*

Hurlock (1974) membagi dampak penerimaan diri/ *Self Acceptance* menjadi dua kategori:

- a. Pada penyesuaian diri. Mampu mengenali kelebihan dan kekurangannya, memiliki kepercayaan diri (*self confidence*), dan harga diri (*self esteem*), lebih bisa menerima kritik, penerimaan diri/ *Self Acceptance* yang disertai dengan rasa aman akan membuat seseorang menilai dirinya secara lebih realistis sehingga dapat menggunakan potensi yang dimilikinya secara efektif.
- b. Dalam penyesuaian sosial. Individu yang memiliki penerimaan diri/ *Self Acceptance* maka mereka akan merasa aman untuk menerima orang lain, memberikan perhatiannya pada orang lain seperti menunjukkan rasa empati maupun simpatinya.

6. *Self Acceptance* dalam kajian islam

Self Acceptance juga dijelaskan dalam islam sebagai perilaku menerima segala keadaan yang diberikan allah kepadanya, hal ini juga dijelaskan dalam hadis riwayat bukhori-muslim

لَيْسَ الْغِنَى عَنْ كَثْرَةِ الْعَرَضِ وَلَكِنَّ الْغِنَى عَنِ النَّفْسِ

“Bukanlah kekayaan itu lantaran banyak harta, akan tetapi kekayaan itu adalah kekayaan jiwa.” (HR. Bukhari-Muslim)

Hadist diatas menjelaskan bahwa sejatinya kekayaan itu bukanlah harta saja melainkan kebesaran jiwa dimana seseorang yang memiliki kondisi jiwa yang mampu mensyukuri segala pemberian dari Allah menjadikan orang tersebut dapat menerima segala kelebihan dan kekurangan pada dirinya, sehingga orang tersebut akan berfokus pada peningkatan potensi positif yang dimilikinya dari pada hanya berlarut pada kekurangan yang dimilikinya.

Dan hadist riwayat tirmidzi

قَدْ أَفْلَحَ “: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ
وَقَنَّعَهُ اللَّهُ بِمَا آتَاهُ, وَرُزِقَ كِفَافًا, مَنْ أَسْلَمَ

Dari Abdullah bin ‘Amr radhiyallahu ‘anhuma, ia berkata, “Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Sungguh beruntung orang yang masuk Islam, diberi rezeki yang cukup, dan diberikan oleh Allah sikap qana’ah (rasa cukup) terhadap pemberian-Nya” (HR. Tirmidzi, dan dihasankan oleh Syaikh Al Albani)

Hadist diatas menjelaskan bahwa ketika kita sudah memiliki sifat qonaah / menerima segala pemberian Allah maka kita termasuk dalam kategori orang yang beruntung.

B. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

1. Definisi Intensitas Penggunaan

Reber & Reber (dalam Kamus Psikologi, 2010) menyebutkan *intensity* (intensitas) merupakan besarnya kekuatan dari suatu perilaku yang ditunjukkan. Kartono dan Gulo (2000) menyebutkan bahwa intensitas mengarah pada kekuatan dari suatu perilaku atau besarnya jumlah energi fisik yang dibutuhkan untuk merangsang sebuah indera. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) intensitas adalah keadaan tingkatan atau ukuran intensinya. Sedangkan kata penggunaan menurut KBBI berasal dari kata ‘guna’ yang berarti proses, cara, perbuatan menggunakan sesuatu; pemakaian. Maka dari itu, dapat diketahui bahwa intensitas penggunaan adalah tingkatan seberapa intensnya dalam menggunakan sesuatu.

Intensitas dipengaruhi oleh banyaknya waktu yang dihabiskan untuk melakukan sesuatu tersebut (Tubbs dan Moss, 1983). Jumlah waktu yang dimaksudkan dapat dilihat berdasarkan durasi atau berapa lama seseorang melakukan aktivitas tersebut (Tubb & Moss dalam Nurjan, Tjahjono, & Yamin, 2016). Andarwati dan Sankarto (2005) juga mengatakan bahwa intensitas dilihat melalui lamanya waktu yang dibutuhkan dan frekuensi dari pengulangan aktivitas tersebut. Selain itu, Putri, Erlyani, dan Mayangsari (2016) berpendapat bahwa intensitas dinilai dari frekuensi dan durasi.

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan adalah tingkatan seberapa besarnya perilaku dan banyaknya waktu yang dihabiskan dalam menggunakan sesuatu.

2. Media Sosial Instagram

Oberst, Wegmann, Stodt, Brand, & Chamaro (2017) menyebutkan bahwa media sosial diartikan sebagai komunitas virtual yang berbasis *website* yang memungkinkan untuk membangun profil individu dan masyarakat, dimana tujuannya untuk membangun komunikasi dalam kehidupan masyarakat sehari-hari dan sangat populer di kalangan remaja dan dewasa muda meskipun dalam penggunaannya media sosial terus berkembang. Baruah (2012) juga mengatakan bahwa istilah media sosial merujuk pada penggunaan media yang berbasis jejaring dan teknologi *mobile* yang fungsinya untuk mengubah komunikasi ke arah dialog yang bersifat interaktif.

Menurut Osterrieder (2013) sendiri prinsip inti dari media sosial terdapat dalam kemampuannya membagikan konten kepada orang lain. Osterrieder juga menyebutkan beberapa jenis konten diantaranya berupa pembaruan status singkat ataupun panjang, gambar, juga dokumen audio atau video.

Sedangkan nama Instagram sendiri berasal dari kata “insta” yang berasal dari kata “instan” yang dimana dihubungkan dengan kamera polaroid pada zaman itu yang kita kenal sebagai “foto instan”. Instagram juga bisa menampilkan foto-foto secara instan seperti polaroid pada tampilannya. Selengkapnya “gram” berasal dari “telegram” dimana cara kerjanya sama seperti instagram. Instagram juga memungkinkan pengguna atau pemilik akun mengunggah fotonya melalui jaringan internet dan juga mampu untuk menyampaikan informasi secara tepat kepada orang lain (Utari, 2017).

Instagram sendiri adalah sebuah aplikasi yang berbasis internet dan *mobile* yang memungkinkan pengguna atau pemilik akun untuk mengambil gambar maupun video secara instan juga dapat membagikannya pada orang lain (Aditya, 2015).

3. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Intensitas penggunaan media sosial instagram merupakan waktu dan tenaga yang dihabiskan oleh seseorang untuk mengoperasikan atau menggunakan sebuah aplikasi berbasis internet yaitu instagram, aspek yang terkandung didalamnya yaitu durasi dan frekuensi.

Intensitas menurut Del Bario dalam Yanica (2014) terdiri dari empat aspek yaitu perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi. Dalam intensitas penggunaan media sosial, aspek tersebut disusun kembali menjadi dua yaitu aspek kualitas dan kuantitas. Aspek kualitas meliputi perhatian dan penghayatan, sedangkan aspek kuantitas meliputi durasi dan frekuensi. Namun, dikarenakan yang dimaksud intensitas adalah besar kecilnya suatu tingkah laku maka aspek frekuensi dan durasi yang dipakai untuk mengukur intensitas.

a. Frekuensi

Merupakan banyaknya perilaku yang dilakukan secara berulang-ulang baik disengaja maupun tidak. Frekuensi penggunaan media sosial berarti seberapa sering pengguna mengakses media sosial dalam waktu tertentu. Mengadopsi kategorisasi pengukuran frekuensi oleh Juditha (dalam Hidayatun, 2015) adalah :

1. Tinggi: ≥ 4 kali/hari
2. Rendah : $\leq 1 - 4$ kali/hari

b. Durasi

Merupakan seberapa lama seseorang menjalankan perilakunya. Dalam bermedia sosial seringkali seseorang tidak sadar waktu dikarenakan terlalu menikmati. Juditha (dalam Hidayatun, 2015) mengategorikan kriteria pengukuran durasi menjadi :

1. Tinggi: ≥ 3 jam/hari
2. Rendah : 1-3 jam/hari

Intensitas penggunaan media sosial Instagram sendiri merupakan tingkatan seberapa besarnya perilaku dan banyaknya waktu yang dihabiskan individu dalam menggunakan sebuah aplikasi yang berbasis *website* sehingga membuat individu tersebut mampu melakukan aktivitas yang mengarah pada diaalog interaktif dari pengambilan foto atau video dengan instan dan dapat membagikannya dengan pemilik akun lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial instagram adalah besarnya perilaku serta banyaknya waktu yang dihabiskan individu saat menggunakan media sosial Instagram.

4. Dampak Media Sosial

Dalam penggunaannya, media sosial memberikan berbagai dampak bagi penggunanya entah itu positif maupun negatif. Berikut merupakan dampak

penggunaan media sosial secara umum maupun khusus dalam aplikasi Instagram (Amedie, 2015; Instagram, 2018)

a. Dampak positif

- 1) Memudahkan individu yang beraliran sama untuk berkelompok, sehingga mereka bisa memnetuk komunitas yang dapat bekerja sama dan mengekspresikan diri melalui postingan yang diunggah setiap harinya.
- 2) Banyak perusahaan menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran dalam bentuk pengiklanan produk. Melalui iklan tersebut mereka dapat mempromosikan produk, membahas produk dan membentuk kesadaran konsumennya.
- 3) media sosial dapat menyebabkan berbagai macam informasi yang lebih cepat daripada media tradisional lainnya.
- 4) Membantu penggunanya untuk bisa berinteraksi dengan teman dan keluarga dalam melihat apa yang sedang terjadi.
- 5) Membantu pengguna membagikan konten mereka sendiri dengan aplikasi atau layanan yang tersedia.
- 6) Membantu pengguna untuk mencari informasi yang disukai melalui konten-konten yang dibuat oleh pengguna lainnya.

b. Dampak negatif

1) Kecemasan

Kecemasan berawal dari stres yang dihasilkan oleh keinginan individu dalam membentuk gambaran diri yang tidak realistis dan membentuk persepsi kesempurnaan yang tidak mampu diraih oleh individu dalam media sosialnya. Stres yang disebabkan oleh kecemasan sosial biasanya digambarkan dengan individu yang selalu mencoba memproyeksikan dirinya secara sempurna dan konsisten dari waktu ke waktu.

2) Depresi

Dalam penggunaan media sosial dapat menyebabkan munculnya depresi, salah satunya dipicu oleh pengalaman kegagalan dalam membangun keintiman. Dalam media sosialnya, seseorang cenderung lebih sering menampilkan sisi positif dalam hidup mereka dibandingkan jujur menjadi diri mereka sesungguhnya.

3) Aktivitas Kriminal

Terdapat beberapa pengguna tidak bertanggungjawab yang bersembunyi dibalik akun mereka dengan menggunakan identitas palsu. Dengan begitu mereka dapat melakukan berbagai aksi seperti *cyber bullying*, perdagangan manusia, serta perdagangan obat terlarang.

5. Intensitas penggunaan instagram dalam kajian islam

Intensitas penggunaan instagram juga dijelaskan dalam islam, dimana hukum menggunakan instagram/media sosial itu ditentukan dari niatnya. Sebab media sosial/instagram merupakan suatu alat yang digunakan oleh manusia dalam mengaktualisasikan dirinya. Dalam qoidah fiqh bab pertama disebutkan tentang niat yaitu “Segala sesuatu tergantung pada niat atau tujuannya (الامور بمقاصدها)”. Kaidah Fiqih tentang Niat ini didasarkan hadits riwayat bukhori

(انما الاعمال بالنيات وانما لكل امرئ ما نوى رواه البخارى).

“Segala sesuatu tergantung pada niatnya, dan apa yang diperoleh tergantung dari apa yang telah diniatkan’. (HR Bukhori)

sehingga jika instagram digunakan dengan niat pamer dan berlebihan maka tidak diperkenankan. Al-quran juga menjelaskan tentang perilaku berlebihan yang tidak diperkenankan seperti dalam surat al-a’raf ayat 31

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ وَاٰزِيۡتَكَ مِمَّا لَدُوۡنِۤ اِهۡلٰمِۙ وَكُلُوۡا وَشَرِبُوۡا وَاَلَّا تُسْرِفُوۡۤا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيۡنَ

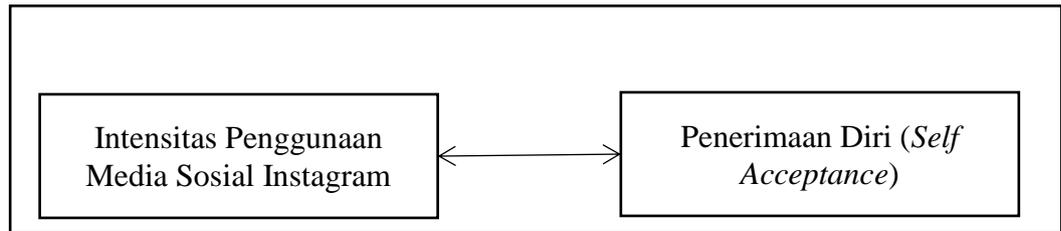
‘Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.’

Sehingga penggunaan instagram yang sewajarnya masih diperbolehkan asalkan tidak berlebihan

C. Kerangka Berpikir

Tabel 2.1

Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan
Penerimaan Diri (*Self Acceptance*)



Berdasarkan gambaran diatas dapat diketahui bahwa antara variabel (x) dan variabel (y) memiliki hubungan yang sejajar. Mariyam (2019) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa adiksi media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan diri / *Self Acceptance* mahasiswa dimana semakin tinggi tingkat adiksi seseorang bermedia sosial maka akan semakin rendah penerimaan diri pada seseorang. Begitu pula dalam penelitian yang dilakukan oleh Misrawati (2018) terdapat korelasi negatif antara adiksi sosial media dengan penerimaan diri. Hurlock (1974) menjelaskan bahwa setiap remaja yang melakukan postingan di *instagram* merupakan perbaikan atas kekurangan yang ada pada dirinya. Feist & Feist (2010) juga menjelaskan bahwa remaja dapat membangun kemampuan identitas serta pengenalan diri yang baik apabila ia telah memiliki penerimaan diri yang baik, begitu pula dengan kemampuan penerimaan dirinya atas kelebihan maupun kekurangan pada dirinya.

D. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₀ : Tidak terdapat hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan *Self Acceptance*.

H_a : Terdapat hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan *Self Acceptance*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan, maka penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan suatu metode untuk menguji suatu teori-teori tertentu dengan meneliti hubungan antar variabel. Creswell (2012) mengatakan bahwa variabel-variabel tersebut diukur sehingga data-data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis menggunakan prosedur statistic. Azwar (2016) juga mengatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang lebih menekankan penggunaannya pada angka-angka atau numerik pada proses analisisnya yang kemudian diolah menggunakan prosedur statistik. Dengan begitu, hal ini sesuai dengan tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan *Self Acceptance* pada mahasiswa.

B. Identifikasi Variabel

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 2 variabel yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y)

1. Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi penyebab, memengaruhi, atau memberi efek pada hasil (Creswell, 2013). Variabel bebas pada penelitian ini adalah intensitas penggunaan media sosial instagram.

2. Variabel terikat adalah hasil dari pengaruh variabel bebas dan bergantung pada variabel bebas (Creswell, 2013). variabel terikat dalam penelitian ini adalah *Self Acceptance*

C. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah sebuah definisi pada variabel penelitian yang diberikan dengan berbagai cara, layaknya memberi arti, menspesifikkan sebuah aktivitas, atau mengoperasionalkan yang dibutuhkan untuk mengukur variabel (Nazir, 2005).

Adapun definisi operasional dari variabel-variabel yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Intensitas penggunaan media sosial instagram

Intensitas penggunaan media sosial instagram merupakan waktu dan tenaga yang dihabiskan oleh seseorang untuk mengoperasikan atau menggunakan sebuah aplikasi berbasis internet yaitu instagram, aspek yang terkandung didalamnya yaitu durasi dan frekuensi.

2. *Self Acceptance*

Self Acceptance merupakan individu yang dapat menerima karakteristik serta kelebihan dan kekurangan yang ada pada dirinya tanpa merasa rendah diri dibandingkan orang lain, aspek yang terkandung didalamnya yaitu:

1. Yakin akan kemampuannya dalam menghadapi kehidupan.

2. Memandang dirinya berharga dan memiliki derajat yang sama dengan individu lainnya.
3. Tidak memandang dirinya aneh dan tidak berharap untuk ditolak orang lain.
4. Memiliki orientasi diri keluar dan tidak malu (*self conscious*).
5. Bertanggungjawab atas apa yang dilakukan.
6. Lebih senang mengikuti standar pribadi sesuai dengan keadaan dirinya daripada berkonform terhadap tekanan sosial.
7. Objektif dalam menerima pujian atau celaan
8. Menerima kelebihan dan keterbatasan yang dimiliki dan berfikir realistis akan hal tersebut.
9. Menerima sifat kemanusiaan sehingga menerima impuls dan emosinya dan tidak merasa bersalah akan hal tersebut.

D. Populasi dan Sampel

Nawawi (dalam Subana 2000) menyebutkan populasi adalah objek keseluruhan dari sebuah penelitian sebagai sumber data yang mewakili karakteristik tertentu pada suatu penelitian. Begitu pula menurut Azwar populasi merupakan kelompok subjek yang akan digeneralisasi oleh hasil penelitian diman kelompok ini harus memiliki ciri-ciri yang sama yang membedakannya dengan kelompok subjek yang lainnya (Azwar, 2011). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa (aktif) Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2017 sebanyak 239 mahasiswa (BAK Psikologi 2021)

Sedangkan sampel adalah beberapa dari populasi yang akan diteliti (Arikunto, 2006). sehingga menurut Arikunto (2006: 134) apabila subyek penelitian kurang dari 100 lebih baik jika diambil semuanya dan sedangkan subyek yang lebih dari 100 dapat diambil antara 10-15% atau 20-25%.

Dalam penelitian ini populasinya adalah 239 mahasiswa. Berdasarkan metode yang dikemukakan oleh arikunto maka peneliti mengambil sampel 20% dari populasi yaitu 48 orang mahasiswa.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan *insidental sampling*. Sehingga terdapat beberapa karakteristik yang sudah ditentukan untuk subyek yaitu: mahasiswa psikologi (aktif) angkatan 2017 yang aktif dalam penggunaan media sosial instagram.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Instrumen Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala sebagai instrumen untuk pengumpulan data. Menurut Azwar (2010) skala merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dimana didalamnya berisi beberapa pertanyaan yang disusun untuk mengungkapkan suatu hal tertentu dengan respon yang diberikan pada pertanyaan tersebut. Pada penelitian ini skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert adalah teknik pengambilan data yang menggunakan beberapa pertanyaan yang diberikan kepada subjek penelitian dan harus dijawab oleh subjek penelitian tersebut

(Hadi, 2000). Pada skala likert alternatif jawaban yang digunakan ada 5 yaitu:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

R : Ragu-ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

2. Alat Ukur Penelitian

a. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala yang disusun oleh peneliti berdasarkan aspek intensitas dari Putri, Erlyani, dan Mayangsari (2016) bahwa intensitas dinilai dari frekuensi dan durasi.

Skala Intensitas penggunaan media sosial instagram ini terdiri dari 16 aitem. Masing-masing aitem mempunyai rentang skala likert antara 1 hingga 5. Aitem-aitem pada skala ini merepresentasikan keadaan yang sedang dialami oleh seseorang dari indikator-indikator mengenai Intensitas penggunaan media sosial instagram yaitu: frekuensi dan durasi.

Tabel 3.1

Blueprint Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Aspek	Nomor		Jumlah
	Fav	Unfav	
<i>Duration (Durasi)</i>	12, 10, 3	7, 2, 16	6
<i>Frequency (Frekuensi)</i>	1, 13, 4, 11, 9	6, 8, 14, 15, 5	10
<i>Jumlah aitem</i>			16

Keterangan. Fav = Favorabel, Unfav = Unfavorabel.

b. Skala *Self Acceptance*

Skala *Self Acceptance* yang digunakan adalah skala yang disusun peneliti berdasarkan aspek *Self Acceptance* oleh Berger (1952) yaitu:

1. Yakin akan kemampuannya dalam menghadapi kehidupan.
2. Memandang dirinya berharga dan memiliki derajat yang sama dengan individu lainnya.
3. Tidak memandang dirinya aneh dan tidak berharap untuk ditolak orang lain.
4. Memiliki orientasi diri keluar dan tidak malu (*self conscious*).
5. Bertanggungjawab atas apa yang dilakukan.
6. Lebih senang mengikuti standar pribadi sesuai dengan keadaan dirinya daripada berkonform terhadap tekanan sosial.
7. Objektif dalam menerima pujian atau celaan
8. Menerima kelebihan dan keterbatasan yang dimiliki dan berfikir realistis akan hal tersebut.

9. Menerima sifat kemanusiaan sehingga menerima impuls dan emosinya dan tidak merasa bersalah akan hal tersebut.

Skala *Self Acceptance* ini terdiri dari 36 aitem. Masing-masing aitem mempunyai rentang skala likert antara 1 hingga 5. Aitem-aitem pada skala ini merepresentasikan keadaan yang sedang dialami oleh seseorang dari indikator-indikator mengenai *Self Acceptance* diatas.

Tabel 3.2
Blueprint Self Acceptance Sebelum di Uji Coba

Aspek	Nomor		Jumlah
	Fav	Unfav	
Yakin akan kemampuannya dalam menghadapi kehidupan	18, 5	13, 20	4
Memandang dirinya berharga dan memiliki derajat yang sama dengan individu lainnya.	32,14	9, 1	4
Tidak memandang dirinya aneh dan tidak berharap untuk ditolak orang lain.	36, 29	34, 23	4
Memiliki orientasi diri keluar dan tidak malu (<i>self conscious</i>).	4, 8	35, 28	4
Bertanggungjawab atas apa yang dilakukan.	10, 2	31, 6	4
Lebih senang mengikuti standar pribadi sesuai dengan keadaan dirinya daripada berkonform terhadap tekanan sosial.	33, 15	22, 11	4

Objektif dalam menerima pujian atau celaan	30, 21	16, 27	4
Menerima kelebihan dan keterbatasan yang dimiliki dan berfikir realistis akan hal tersebut.	12, 3	26, 24	4
Menerima sifat kemanusiaan sehingga menerima impuls dan emosinya dan tidak merasa bersalah akan hal tersebut.	25, 7	17, 19	4
Jumlah aitem			36

Keterangan. Fav = Favorabel, Ufav = Unfavorabel.

Tabel 3.3

Blueprint Self Acceptance Setelah Uji Coba

Aspek	Nomor		Jumlah
	Fav	Ufav	
Yakin akan kemampuannya dalam menghadapi kehidupan	17, 5	13, 19	4
Memandang dirinya berharga dan memiliki derajat yang sama dengan individu lainnya.	28	9, 1	3
Tidak memandang dirinya aneh dan tidak berharap untuk ditolak orang lain.	31, 26	22	3
Memiliki orientasi diri keluar dan tidak malu (<i>self conscious</i>).	4, 8	320, 25	4
Bertanggungjawab atas apa yang dilakukan.	10, 2	27, 6	4

Lebih senang mengikuti standar pribadi sesuai dengan keadaan dirinya daripada berkonform terhadap tekanan sosial.	29, 14	21, 11	4
Objektif dalam menerima pujian atau celaan	20	15	2
Menerima kelebihan dan keterbatasan yang dimiliki dan berfikir realistis akan hal tersebut.	12, 3	24	3
Menerima sifat kemanusiaan sehingga menerima impuls dan emosinya dan tidak merasa bersalah akan hal tersebut.	23, 7	16, 18	4
Jumlah aitem			31

Keterangan. Fav = Favorabel, Ufav = Unfavorabel.

F. Validitas Reliabilitas

1. Validitas

a. Skala intensitas penggunaan media sosial instagram

Dalam membuat skala intensitas penggunaan media sosial instagram ini, peneliti menggunakan validitas isi dengan cara menggunakan kisi-kisi instrumen atau *blueprint* skala. Dalam penyusunan instrumen ditentukan indikator-indikator sebagai tolok ukur dan nomor butir (aitem) pernyataan. Dengan jelasnya indikator ini, maka akan jelas kawasan ukur dari konstruk yang ingin diukur. Terhadap *blueprint* dan aitem skala intensitas penggunaan media sosial instagram dilakukan analisa rasional yang

melibatkan pihak yang mumpuni dalam bidang ini CVR (Content Validity Ratio).

Skala ini sudah di uji coba pada tahun 2022 dengan kriteria subjek yang hampir sama yaitu mahasiswa angkatan 2017 dan hasil uji coba tersebut yaitu dari 16 aitem yang dibuat dihasilkan 0 aitem gugur sehingga aitem yang tersisa sebanyak 16 aitem.

Aitem dinyatakan valid apabila koefisien korelaisnya diatas 0,30 (Azwar, 2010). Setelah mengetahui jumlah dan sebaran item yang shahih, peneliti menilai bahwa skala intensitas penggunaan media sosial instagram layak untuk digunakan dalam penelitian. Skala intensitas penggunaan media sosial instagram yang telah diseleksi selanjutnya dapat digunakan sebagai alat ukur yang valid dan reliabel.

Tabel 3.4

Hasil Uji Coba Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Aspek	Nomor aitem		Jumlah		Jumlah
	Fav	Unfav	Valid	Gugur	
Duration (Durasi)	12, 10, 3	7, 2, 16	6	0	6
Frequency (Frekuensi)	1, 13, 4, 11, 9	6, 8, 14, 15, 5	10	0	10
Jumlah aitem			16	0	16

Keterangan. Fav = Favorabel, Ufav = Unfavorabel.

b. Skala *Self Acceptance*

Dalam membuat skala *Self Acceptance* ini, peneliti menggunakan validitas isi dengan cara menggunakan kisi-kisi instrumen atau *blueprint*

skala. Dalam penyusunan instrumen ditentukan indikator-indikator sebagai tolok ukur dan nomor butir (aitem) pernyataan. Dengan jelasnya indikator ini, maka akan jelas kawasan ukur dari konstruk yang ingin diukur. Terhadap blueprint dan aitem skala *Self Acceptance* dilakukan analisa rasional yang melibatkan pihak yang mumpuni dalam bidang ini CVR (Content Validity Ratio).

Skala ini sudah di uji coba pada tahun 2022 dengan kriteria subjek yang hampir sama yaitu mahasiswa angkatan 2017 dan hasil uji coba tersebut yaitu dari 36 aitem yang dibuat dihasilkan 5 aitem gugur sehingga aitem yang tersisa sebanyak 31 aitem.

Aitem dinyatakan valid apabila koefisien korelaisnya diatas 0,30 (Azwar, 2010). Setelah mengetahui jumlah dan sebaran item yang shahih, peneliti menilai bahwa skala *Self Acceptance* layak untuk digunakan dalam penelitian. Skala *Self Acceptance* yang telah diseleksi selanjutnya dapat digunakan sebagai alat ukur yang valid dan reliabel.

Tabel 3.5

Hasil Uji Coba Skala Self Acceptance

Aspek	Nomor aitem		Jumlah		Jumlah
	Fav	Unfav	Valid	Gugur	
Yakin akan kemampuannya dalam menghadapi kehidupan	18, 5	13, 20	4	0	4
Memandang dirinya berharga dan memiliki	32, 14	9, 1	3	1	4

derajat yang sama dengan individu lainnya.					
Tidak memandang dirinya aneh dan tidak berharap untuk ditolak orang lain.	36, 29	34, 23	3	1	4
Memiliki orientasi diri keluar dan tidak malu (<i>self conscious</i>).	4, 8	35, 28	4	0	4
Bertanggungjawab atas apa yang dilakukan.	10, 2	31, 6	4	0	4
Lebih senang mengikuti standar pribadi sesuai dengan keadaan dirinya daripada berkonform terhadap tekanan sosial.	33, 15	22, 11	4	0	4
Objektif dalam menerima pujian atau celaan	30, 21	16, 27	2	2	4
Menerima kelebihan dan	12, 3	26, 24	3	1	4

keterbatasan yang dimiliki dan berfikir realistis akan hal tersebut.

Menerima sifat kemanusiaan sehingga menerima impuls dan emosinya dan tidak merasa bersalah akan hal tersebut.	25, 7	17, 19	4	0	4
Jumlah aitem			31	5	36

Keterangan. Fav = Favorabel, Ufav = Unfavorabel.

2. Reliabilitas

Dalam menghitung reliabilitas menggunakan *Internal Consistency* dengan rumus *Alpha Cronbach* yaitu:

$$\alpha = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \alpha^2}{\alpha^2} \right)$$

Keterangan:

α : Realibilitas

n : Banyaknya aitem

$\sum \alpha_b^2$: Varians skor tiap-tiap aitem

α_t^2 : Varians skor total

Penghitungan reliabilitas dengan rumus di atas dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS (*statistical product and service solution*) 16 *for windows*.

Hasil uji coba perlu dilakukan analisis untuk mengetahui validitas dan reliabilitas. Uji reliabilitas alat ukur dilakukan dengan bantuan program SPSS 16. Setelah aitem-aitem yang gugur dihilangkan maka hasil perhitungan reliabilitas skala penelitian dengan nilai koefisien reliabilitas sebagai berikut:

a. Skala intensitas penggunaan media sosial instagram

Berdasarkan hasil uji coba yang dilakukan peneliti didapatkan hasil bahwa nilai *Alpha Cronbach* dari skala intensitas penggunaan media sosial instagram ini berjumlah 0,760

Tabel 3.6

<i>Reliability intensitas penggunaan media sosial instagram</i>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.760	17

Hasil dari perhitungan terhadap reliabilitas skala intensitas penggunaan media sosial instagram menunjukkan koefisien reliabilitas sebesar 0,760 sehingga skala sebagai alat ukur dapat dikategorikan handal. Azwar (2010) menyatakan bahwa suatu alat ukur akan memiliki koefisien reliabilitas yang tinggi jika semakin mendekati angka 1,00. Koefisien reliabilitas (α) 0,760 menunjukkan bahwa skala intensitas

penggunaan media sosial instagram mampu mencerminkan 76 % dari variasi murni kelompok subjek, sedangkan 24 % perbedaan yang tampak disebabkan karena kesalahan dalam pengukuran.

b. Skala *Self Acceptance*

Berdasarkan hasil uji coba yang dilakukan peneliti didapatkan hasil bahwa nilai *Alpha Cronbach* dari skala intensitas penggunaan media sosial instagram ini berjumlah 0,747

Tabel 3.7

Reliability Self Acceptance	
Cronbach's Alpha	N of Items
.747	32

Hasil dari perhitungan terhadap reliabilitas skala *Self Acceptance* menunjukkan koefisien reliabilitas sebesar 0,747 sehingga skala sebagai alat ukur dapat dikategorikan handal. Azwar (2010) menyatakan bahwa suatu alat ukur akan memiliki koefisien reliabilitas yang tinggi jika semakin mendekati angka 1,00. Koefisien reliabilitas (α) 0,747 menunjukkan bahwa skala *Self Acceptance* mampu mencerminkan 74,7 % dari variasi murni kelompok subjek, sedangkan 25,3 % perbedaan yang tampak disebabkan karena kesalahan dalam pengukuran.

G. Teknik Analisis Data

Metode analisis data dilakukan untuk mendapat kesimpulan dari hasil penelitian dengan mengolah, menganalisa data serta menguji kebenarannya (Hadi, 2004). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

teknik analisis *product moment*. Digunakannya analisis tersebut dikarenakan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antar dua variabel. Adapun uji asumsi yang dipakai yaitu:

1. Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah data yang kita gunakan terdistribusi secara normal atau tidak maka perlu dilakukannya uji normalitas. Dikarenakan apabila data yang terdistribusi tidak normal maka akan menjadi data yang diragukan dalam perhitungannya. Untuk mengetahui data yang dibuat adalah normal apabila menunjukkan taraf signifikansi $> 0,05$, sedangkan data yang tidak normal apabila taraf signifikansinya $< 0,05$.

2. Uji linieritas

Tujuan dilakukannya uji linieritas adalah sebagai pembuktian bahwa variabel bebas memiliki hubungan yang linier dengan variabel terikat. Pada uji linieritas apabila nilai Sig. $< 0,05$ maka tidak ada hubungan yang linier antara kedua variabel yang diteliti dan apabila nilai Sig. $> 0,05$ maka terdapat hubungan linier antara dua variabel yang diteliti.

3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran sampel penelitian terkait dengan atribut ukur yang ada. Pada penelitian ini peneliti menggunakan analisis deskriptif statistik empirik dengan tiga

kategorisasi yaitu tinggi, sedang dan rendah dengan norma sebagai berikut:

Rendah : $\leq X < (M - 1SD)$

Sedang : $(M - 1SD) \leq X < (M + 1SD)$

Tinggi : $(M + 1SD) \leq X <$

Keterangan:

X : Skor yang diperoleh subjek pada skala

M : Mean hipotetik

SD: Standar Deviasi Empirik

4. Uji hipotesis

Untuk mengetahui korelasi antara kedua variabel yaitu variable Intensitas penggunaan media sosial instagram dengan *Self Acceptance*, maka peneliti menggunakan rumus korelasi product moment yang dibantu dengan program SPSS 16 for windows. Penggunaan rumus ini karena peneliti menggunakan dua variabel dan fungsinya untuk mencari hubungan diantara keduanya.

Rumus yang digunakan yaitu :

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

Keterangan:

R_{xy} : Korelasi product moment

N : Jumlah respon

X : Skor intensitas penggunaan media sosial instagram

Y : Skor *Self Acceptance*

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah data yang kita gunakan terdistribusi secara normal atau tidak maka perlu dilakukannya uji normalitas. Dikarenakan apabila data yang terdistribusi tidak normal maka akan menjadi data yang diragukan dalam perhitungannya. Untuk mengetahui data yang dibuat adalah normal apabila menunjukkan taraf signifikansi $> 0,05$, sedangkan data yang tidak normal apabila taraf signifikansinya $< 0,05$.

Tabel 4.1

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
IntensitasPMI	.112	48	.177	.961	48	.106
SelfAcceptance	.112	48	.170	.957	48	.080

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan hasil penghitungan rumus kolmogorov-smirnov dengan menggunakan SPSS 16 didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi kedua variabel diatas 0,05 dimana variabel intensitas penggunaan media sosial inatagram sebesar 0,177 dan variabel *Self Acceptance* sebesar 0,170. Sehingga dapat dikatakan kedua data tersebut terdistribusi normal.

B. Uji linieritas

Tujuan dilakukannya uji linieritas adalah sebagai pembuktian bahwa variabel bebas memiliki hubungan yang linier dengan variabel terikat. Pada uji linieritas apabila nilai Sig. < 0,05 maka tidak ada hubungan yang linier antara kedua variabel yang diteliti dan apabila nilai Sig. > 0,05 maka terdapat hubungan linier antara dua variabel yang diteliti.

Tabel 4.2

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
SelfAcceptance *	Between	(Combined)	9382.917	18	521.273	2.705	.008
IntensitasPMI	Groups	Linearity	5792.372	1	5792.372	30.055	.000
		Deviation fromLinearity	3590.545	17	211.209	1.096	.402
Within Groups			5589.083	29	192.727		
Total			14972.000	47			

Berdasarkan hasil uji linieritas diketahui Sig. Deviation from linearity sebesar 0,402 dimana angka ini lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan antara variabel intensitas penggunaan media sosial instagram dengan variabel *Self Acceptance* terdapat hubungan yang linier.

C. Analisis Deskriptif

Untuk mengetahui tingkat Intensitas penggunaan media sosial instagram mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, peneliti membaginya menjadi tiga kategori: tinggi, sedang,

dan rendah. Penentuan norma penilaian dapat dilakukan setelah diketahui nilai mean (M) dan nilai standar deviasi (SD).

Tabel 4.3
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IntensitasPMI	48	40	78	62.19	10.506
SelfAcceptance	48	78	150	120.50	17.848
Valid N (listwise)	48				

1. Deskripsi tingkat Intensitas penggunaan media sosial instagram

Untuk mengetahui tingkat Intensitas penggunaan media sosial instagram mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, peneliti membaginya menjadi tiga kategori: tinggi, sedang, dan rendah. Penentuan norma penilaian dapat dilakukan setelah diketahui nilai mean (M) dan nilai standar deviasi (SD). Nilai Mean dan SD dari skala Intensitas penggunaan media sosial instagram sebagai berikut:

Tabel 4.4
Mean dan standar Deviasi Intensitas penggunaan media sosial instagram

Intensitas penggunaan media sosial instagram	Mean	Standar Deviasi
	62.19	10.506

Berdasarkan norma standar pada tabel diatas, maka diketahui untuk skor masing-masing kategori sebagai berikut:

Tabel 4.5

Skor Kategori Tingkat Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Persen
Rendah	< 52	9	18,75
Sedang	52 - 73	31	64,58
Tinggi	73 <	8	16,67
Total		48	100,00

Berdasarkan norma standar diatas, maka diperoleh 8 orang (16,67 %) dengan kategori tinggi, 31 orang (64,58 %) pada kategori sedang, dan 9 orang (18,75 %) pada kategori rendah.

2. Deskripsi tingkat *Self Acceptance*

Untuk mengetahui tingkat *Self Acceptance* mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, peneliti membaginya menjadi tiga kategori: tinggi, sedang, dan rendah. Penentuan norma penilaian dapat dilakukan setelah diketahui nilai mean (M) dan nilai standar deviasi (SD). Nilai Mean dan SD dari skala Intensitas penggunaan media sosial instagram sebagai berikut:

Tabel 4.6

Mean dan Standar Devisiasi Self Acceptance

self acceptance	Mean	Standar Deviasi
	120.50	17.848

Berdasarkan norma standar pada tabel diatas, maka diketahui untuk skor masing-masing kategori sebagai berikut:

Tabel 4.7

Skor Kategori Tingkat Self Acceptance

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Persen
Rendah	< 103	7	14,58
Sedang	103 -138	34	70,83
Tinggi	138 <	7	14,58
Total		48	100,00

Berdasarkan norma standar diatas, maka diperoleh 7 orang (14,58 %) dengan kategori tinggi, 34 orang (70,83 %) pada kategori sedang, dan 7 orang (14,58 %) pada kategori rendah.

D. Uji hipotesis

Untuk mengetahui korelasi antara Intensitas penggunaan media sosial instagram dengan *Self Acceptance* pada mahasiswa Fakultas Psikologi angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, terlebih dahulu dilakukan uji hipotesis dengan metode analisis statistik product moment Karl Pearson.

Ada tidaknya hubungan (korelasi) antara Intensitas penggunaan media sosial instagram dengan *Self Acceptance* pada mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, maka dilakukan analisis korelasi product moment untuk dua variable, hal ini dilakukan untuk untuk uji hipotesis penelitian.

Tabel 4.8

Korelasi antara Intensitas penggunaan media sosial instagram dengan selfacceptance

		IntensitasPMI	SelfAccepatnce
IntensitasPMI	Pearson Correlation	1	.622**
	Sig. (2-tailed)		.000
	Sum of Squares and Cross-products	5187.312	5481.500
	Covariance	110.368	116.628
	N	48	48
SelfAccepatnce	Pearson Correlation	.622**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	Sum of Squares and Cross-products	5481.500	14972.000
	Covariance	116.628	318.553
	N	48	48

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

Berdasarkan hasil analisis data diatas **correlations nilai sig (2-tailed = 0,000) < 0,05** maka Ho ditolak, artinya Ha diterima sehingga diperoleh kesimpulan Terdapat hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan *Self Acceptance*.

Sementara nilai **pearson correlation** didapat sebesar **0,622** artinya Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram memberikan sumbangan sebesar 62,2% terhadap *Self Acceptance*, sisanya 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

E. Pembahasan

1. Tingkat Intensitas penggunaan media sosial instagram pada mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Malang

Berdasarkan analisis deskripsi tingkat Intensitas penggunaan media sosial instagram pada mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Malang diatas diperoleh hasil 8 orang (16,67 %) dengan kategori tinggi, 31 orang (64,58 %) pada kategori sedang, dan 9 orang (18,75 %) pada kategori rendah. Artinya cukup banyak mahasiswa yang menggunakan media sosial instagram sehingga hal ini akan memberikan peluang untuk membandingkan dirinya dengan orang lain terutama yang berkaitan dengan bentuk tubuh.

2. Tingkat *Self Acceptance* pada mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Malang Malang

Sedangkan analisis deskripsi untuk tingkat *Self Acceptance* pada mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Malang Malang diatas, diperoleh 7 orang (14,58 %) dengan kategori tinggi, 34 orang (70,83 %) pada kategori sedang, dan 7 orang (14,58 %) pada kategori rendah. Artinya mahasiswa cukup bisa dalam menerima keadaan atau kondisi dirinya sehingga dapat mengurangi perilaku membandingkan dirinya dengan orang lain.

3. Hubungan antara Intensitas penggunaan media sosial instagram dengan *Self Acceptance* pada mahasiswa Fakultas Psikologi angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Berdasarkan hasil analisis data diatas, secara menyeluruh diperoleh nilai **correlations nilai sig (2-tailed = 0,000) < 0,05** maka H_0 ditolak, artinya H_a diterima sehingga diperoleh kesimpulan Terdapat hubungan antara Intensitas

Penggunaan Media Sosial Instagram dengan *Self Acceptance*. Sementara nilai **pearson correlation** didapat sebesar **0,622** artinya Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram memberikan sumbangan sebesar 62,2% terhadap *Self Acceptance*, sisanya 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kamuli (2018) yang meneliti tentang Intensitas Penggunaan media sosial Instagram dan Penerimaan Diri Penelitian tersebut dilakukan pada remaja siswa SMA/SMK di Jawa Timur. Hasil dari penelitian tersebut pada uji linearitas memiliki hubungan yang linear F sebesar 1,655 dengan signifikansi 0,075. Artinya media sosial juga bisa berdampak pada penerimaan diri / *Self Acceptance* seseorang. Sejalan dengan itu penelitian yang dilakukan Al Aziz (2020) juga menyatakan bahwa depresi merupakan efek yang muncul dari penggunaan media sosial, adanya depresi muncul karena terdapat permasalahan hubungan sosial yang terjadi di media sosial dan membandingkan diri sendiri dengan orang lain di media sosial sehingga menyebabkan pandangan negatif terhadap diri sendiri.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penerimaan diri / *Self Acceptance* seseorang yaitu dukungan sosial, konsep diri, dan citra tubuh (*body image*). Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Nugraha dan Agus (2020) ditemukan hubungan positif yang kuat antara dukungan sosial dengan penerimaan diri sebesar 0.659. Dampak positif yang diperoleh ketika seseorang mendapatkan dukungan sosial yaitu ia merasa lebih mampu untuk beradaptasi di lingkungannya serta memiliki penerimaan diri dalam situasi yang dihadapi (Amylia & Surjaningrum).

Penjelasan di atas memberikan gambaran bahwa intensitas penggunaan media sosial instagram disini adalah merupakan salah satu bagian dari faktor yang mempengaruhi *Self Acceptance*, sehingga sangat erat berkaitan hubungan antar keduanya, karena secara logika jika bagian dari faktor yang mempengaruhi sesuatu itu bermasalah maka kemungkinan besar sesuatu tersebut akan bermasalah juga. Semakin intens seseorang bermain media sosial instagram maka akan semakin membuat seseorang tersebut membandingkan dirinya dengan yang lain sehingga akan memunculkan ketidakpuasan terhadap dirinya sendiri atau semakin rendah perimaan dirinya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari hasil penelitian tentang hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan *Self Acceptance* pada mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2017, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat Intensitas penggunaan media sosial instagram pada mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Malang diperoleh hasil mayoritas berada pada tingkat kategori sedang yaitu 31 orang (64,58 %). Artinya cukup banyak mahasiswa yang menggunakan media sosial instagram sehingga hal ini akan memberikan peluang untuk membandingkan dirinya dengan orang lain terutama yang berkaitan dengan bentuk tubuh.
2. Tingkat *Self Acceptance* pada mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Malang diperoleh hasil mayoritas berada pada tingkat kategori sedang yaitu 34 orang (70,83 %). Artinya mahasiswa cukup bisa dalam menerima keadaan atau kondisi dirinya sehingga dapat mengurangi perilaku membandingkan dirinya dengan orang lain.
3. Hubungan yang terdapat pada variabel penelitian ini yaitu Intensitas penggunaan media sosial instagram mempengaruhi *Self Acceptance* pada mahasiswa Fakultas Psikologi angkatan 2017 Universitas Islam

Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang dengan nilai **correlations nilai sig (2-tailed = 0,000) < 0,025**, artinya terdapat hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan *Self Acceptance*. Sementara nilai **pearson correlation** didapat sebesar **0,622** artinya Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram memberikan sumbangan sebesar 62,2% terhadap *Self Acceptance*, sisanya 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

B. Saran

Dari hasil penelitian ini terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi berbagai pihak:

1. Bagi pihak Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dalam menentukan berbagai usaha bantuan untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam *Self Acceptance* / penerimaan dirinya.
2. Bagi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dalam khazanah keilmuan psikologi terkait teori intensitas penggunaan media sosial instagram dan *Self Acceptance*.
3. Bagi mahasiswa agar kiranya dapat mengurangi penggunaan media sosial instagram. Karena berdasarkan penelitian ini, intensitas penggunaan media sosial instagram mempunyai hubungan yang cukup penting terhadap *Self Acceptance* / penerimaan diri yaitu merupakan kemampuan individu yang dapat menerima karakteristik

serta kelebihan dan kekurangan yang ada pada dirinya tanpa merasa rendah diri dibandingkan orang lain

4. Bagi penelitian selanjutnya agar lebih membatasi dalam memilih konten yang akan di teliti dikarenakan penerimaan diri memiliki artian yang sangat banyak dan luas. Dalam mengambil *subject* penelitian juga perlu diperluas lagi seperti contoh diambil beberapa *cluster* / kategori subjek dll. Kemudian, peneliti selanjutnya juga bisa meneliti variabel *Self Acceptance* dengan pengertian yang lebih luas lagi. Selain itu, peneliti selanjutnya juga bisa melakukan penelitian pada anak SMP/SMA kemudian membandingkan bagaimana hasilnya dengan rentang usia yang berbeda.
5. Bagi penelitian selanjutnya agar kiranya dapat mengembangkan teori-teori terkait intensitas penggunaan media sosial instagram dan *Self Acceptance* secara mendalam. Selain itu peneliti juga menganjurkan agar peneliti selanjutnya dapat meneliti pengaruh atau hubungan serta faktor-faktor lain yang berkontribusi pada *rSelf Acceptance* seseorang. Karena selain intensitas penggunaan media sosial instagram masih banyak faktor-faktor lainnya yang membentuk *Self Acceptance* seseorang, seperti konsep diri dan citra tubuh.
6. Bagi responden pengguna media sosial Instagram kiranya bisa menonaktifkan kolom komentarnya apabila tidak ingin postingan-postingannya mendapat komentar negatif dari orang lain. Selain itu, juga bisa lebih membatasi lagi konten-konten yang dilihat sehingga

tidak menimbulkan pikiran-pikiran membandingkan diri sendiri dengan orang lain di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Ayatullah, M.M. (2016). “Hubungan antara Kecerdasan Emosional dengan Penerimaan Diri Santri Pondok Pesantren Al-Islam Genengan Mojokerto”. Skripsi. Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Dina, Y.S. (2010). “Hubungan antara Penerimaan Diri dengan Kompetensi Interpersonal pada Remaja Panti Asuhan”. Skripsi. Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Dzulfaroh, Ahmad. 2019. “Sullii Eks f(x) Bunuh Diri, Depresi Sejak Trainee dan Hujatan Netizen”, <https://www.kompas.com/tren/read/2019/10/14/200021665/sulli-eks-fx-bunuh-diri-depresi-sejak-trainee-dan-hujatan-netizen?page=all>, diakses pada 4 Mei 2021 pukul 21.17.
- Hadi, S. (2000). *Metodologi Researh, Jilid 1-4*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Mariyam, R. R. (2019) Pengaruh adiksi media sosial terhadap penerimaan diri pada mahasiswa reguler dua universitas mercu buana. Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
- Misrawati, D., Mariyam, R. R., & Deviana, D. (2018). Dampak adiksi media sosial terhadap penerimaan diri dan kelekatan dalam relasi sosial (adult attachment). *Biopsikososial*, 2(2), 3-5.
- Nurhasyanah. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Diri pada Wanita Infertilitas. *Jurnal Penelitian Pengukuran Psikologi*. 1 (1): 143-152
- Permatasari, V. & Witrin, G. (2016). Gambaran Penerimaan Diri (Self -Acceptance) pada Orang yang Mengalami Skizofrenia. *Psymphatic, Jurnal Ilmiah Psikologi*. 3 (1): 139-152
- Putri, G.G., Putri, A.K.D. & Shubhi, N. (2013). Perbedaan Self-Acceptance (Penerimaan Diri) pada Anak Panti Asuhan Ditinjau Dari Segi Usia. *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)*. 5: 11-16
- Rahardjo, W., Nurul, Q., Inge, A., Matrisnya, H., & Firda, N.Z. (2020). Adiksi Media Sosial pada Remaja Pengguna Instagram dan Whatsapp: Memahami Peran Need Fulfillment dan Social Media Engagement. *Jurnal Psikologi Sosial*. 18 (1): 5-16

Rizky, A.I. (2017). “Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Harga Diri”. Skripsi. Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Sabekti, R. (2019). “Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial (Jejaring Sosial) dengan Kecenderungan Narsisme dan Aktualisasi Diri Remaja Akhir”. Skripsi. Fakultas Keperawatan, Universitas Airlangga. Surabaya

Sukmaraga, I.G.B.G. “Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Matrealisme pada Remaja”. Skripsi. Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.

Taqwa, M.I. (2018). “Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Stories dengan Kesehatan Mental”. Skripsi. Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang.

Tentama, F. (2014). Hubungan Positive Thinking dengan *Self Acceptance* pada Difabel (Bawaan Lahir) di SLB Negeri 3 Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Integratif*. 2 (2): 1-7

Wahyuni, S. & Ardian, A.A. (2020). Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja. *PSYCHOPOLYTAN (Jurnal Psikologi)*. 3 (2): 113-118

<https://umroh.com/blog/dalil-tentang-qonaah/> diakses pada 16-06-2021 pukul 20.23 wib

<https://muslimah.or.id/6156-keutamaan-bersikap-qanaah.html> diakses pada 16-06-2021 pukul 20.35 wib

<https://ushulfiqh.com/kaidah-fiqih-tentang-niat/> . diakses pada 16-06-2021 pukul 21.07 wib

Al-quran karim

Lampiran

SURAT REKOMENDASI EXPERT JUDGEMENT

Bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : _____

NIP : _____

Jabatan : _____

Instansi : _____

Menyatakan telah menjadi Expert Judgement atas skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan *Self Acceptance* dalam skripsi yang disusun oleh:

Nama : **Maya Sistania Pratiwi**

NIM : **17410083**

Fakultas : **Psikologi UIN Malang**

Judul : **Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan *Self Acceptance* Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2017**

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Saran/masukan:

Malang, _____ 2022

()

Expert Judgment Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan *Self Acceptance*

Kepada yang terhormat Bapak/Ibu perkenalkan saya Maya Siatania Pratiwi. Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, saat ini sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir. Saya memohon kesediaannya untuk memberikan penilaian terhadap variabel penelitian saya yang berjudul **“Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan *Self Acceptance* Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2017”**

Berikut variabel yang digunakan :

Variabel Bebas (X) : Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Variabel Terikat (Y) : *Self Acceptance*

LEMBAR PENILAIAN UNTUK SKALA PENELITIAN

Nama Validator :
Tanggal penilaian :
Nama Mahasiswa / NIM : Maya Sistania Pratiwi / 17410083
Nama Pembimbing : Dr. MOHAMMAD MAHPUR, M.Si

A. Judul Penelitian

“Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan *Self Acceptance* Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2017”

B. Definisi Operasional

1. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Intensitas penggunaan media sosial instagram merupakan waktu dan tenaga yang dihabiskan oleh seseorang untuk mengoperasikan atau menggunakan sebuah aplikasi berbasis internet yaitu Instagram. Aspek yang terkandung didalamnya yaitu durasi dan frekuensi menurut Del Bario (dalam Andarwati, 2016).

a. Durasi

Lamanya seseorang dalam mengakses jejaring sosial dapat dilihat dari waktu yang dihabiskan individu tersebut untuk setiap kali menggunakannya. Kategori kriteria pengukuran durasi dalam penelitian ini mengadopsi dari kriteria pengukuran yang digunakan oleh Juditha, Christiany (2011) dengan beberapa penyesuaian terhadap penelitian ini. Kategori kriteria pengukuran durasi dikategorikan sebagai berikut:

- a) Tinggi > 3 jam/hari
- b) Rendah < 3 jam/hari

b. Frekuensi

Merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang dilakukan baik secara sengaja maupun tidak disengaja. Dalam hal ini merujuk pada

sesuatu yang dapat diukur dengan waktu maupun hitungan. Frekuensi menggunakan jejaring sosial dapat dilihat dari seberapa seringnya individu membuka dan mengakses jejaring sosial dalam waktu tertentu. Kategori kriteria pengukuran durasi dalam penelitian ini mengadopsi dari kriteria pengukuran yang digunakan oleh Juditha, 22 Christiany (2011) dengan beberapa penyesuaian terhadap penelitian ini. Kategori kriteria pengukuran durasi dikategorikan sebagai berikut:

- a) Tinggi : ≥ 4 kali/hari
- b) Rendah : 1-4 kali/hari

C. Petunjuk Pengisian

1. Mohon Bapak/Ibu untuk membaca dengan teliti dan benar
2. Silahkan berikan tanda (X) pada kolom penelitian dengan pendapat bapak/ibu
3. Penilaian yakni :
 1. Relevan
 2. Kurang Relevan
 3. Sangat Relevan

Blueprint Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Variabel	Aspek	Nomor		Jumlah
		Fav	Unfav	
Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram	<i>Duration</i> (Durasi)	2, 4, 6	1, 3, 5	6
	<i>Frequency</i> (Frekuensi)	8, 9, 11, 13, 15	7, 10, 12, 14, 16	10
Jumlah aitem				16

Tabel Aitem Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Variabel	Aspek	No.	Pernyataan	Relevan	Kurang Relevan	Tidak Relevan	Saran
Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram	Duration (Durasi)	1.	Dalam sehari, saya menghabiskan waktu untuk mengakses instagram kurang dari 3 jam.				
		2.	Dalam sehari, saya menghabiskan waktu untuk mengakses instagram lebih dari 3 jam.				
		3.	Dalam waktu seminggu total saya bermain dan membuka instagram kurang dari 21 jam.				
		4.	Dalam waktu seminggu total saya bermain dan membuka instagram lebih dari 21 jam.				
		5.	Dalam 3 hari, saya hanya mengakses instagram tidak lebih dari 9 jam.				
		6.	Saya bisa mengakses instagram lebih dari 9 jam dalam waktu 3 hari.				
	Frequency (Frekuensi)	7.	Dalam sehari saya bisa untuk tidak mengakses instagram sama sekali				
		8.	Dalam sehari saya mengakses instagram kurang dari 4 kali				

		9.	Dalam 5 hari saya bisa mengakses instagram lebih dari 20 kali				
		10.	Saya membatasi diri dalam 5 hari tidak mengakses instagram				
		11.	Saya mengakses instagram saat setelah bangun dari tidur				
		12.	Saya tidak memiliki waktu untuk mengakses Instagram sama sekali				
		13.	Saya hanya mengakses instagram 1 kali dalam sehari				
		14.	Saya bisa tidak mengakses instagram dalam seminggu sebab bagi saya instagram itu kurang penting				
		15.	Dalam sehari saya mengakses instagram lebih dari 2 kali				
		16.	Saya bisa tidak mengakses instagram sama sekali selama 2 hari				

4. Skala *Self Acceptance*

Self Acceptance merupakan perasaan individu yang dapat menerima karakteristik serta kelebihan dan kekurangan yang ada pada dirinya tanpa merasa rendah diri dibandingkan orang lain, menurut Berger (1952) aspek yang terkandung didalam *Self Acceptance* yaitu :

1. Yakin akan kemampuannya dalam menghadapi kehidupan.
2. Memandang dirinya berharga dan memiliki derajat yang sama dengan individu lainnya.
3. Tidak memandang dirinya aneh dan tidak berharap ditolak orang lain.
4. Memiliki orientasi diri keluar dan tidak malu (*self conscious*).
5. Bertanggungjawab atas apa yang dilakukan.
6. Lebih senang mengikuti standar pribadi sesuai dengan keadaan dirinya daripada berkonform terhadap tekanan sosial.
7. Objektif dalam menerima pujian atau celaan
8. Menerima kelebihan dan keterbatasan yang dimiliki dan berfikir realistis akan hal tersebut.
9. Menerima sifat kemanusiaan sehingga menerima impuls dan emosinya dan tidak merasa bersalah akan hal tersebut.

D. Petunjuk Pengisian

1. Mohon Bapak/Ibu untuk membaca dengan teliti dan benar
2. Silahkan berikan tanda (X) pada kolom penelitian dengan pendapat bapak/ibu
3. Penilaian yakni :
 1. Relevan
 2. Kurang Relevan
 3. Sangat Relevan

Blueprint Self Acceptance

Variabel	Aspek	Nomor		Jumlah
		Fav	Unfav	
	Yakin akan kemampuannya dalam menghadapi kehidupan	1,2	3,4	4

<i>Self Acceptance</i>	Memandang dirinya berharga dan memiliki derajat yang sama dengan individu lainnya.	5,6	7,8	4
	Tidak memandang dirinya aneh dan tidak berharap untuk ditolak orang lain.	9,10	11,12	4
	Memiliki orientasi diri keluar dan tidak malu (<i>self conscious</i>).	13,14	15,16	4
	Bertanggungjawab atas apa yang dilakukan.	17,18	19,20	4
	Lebih senang mengikuti standar pribadi sesuai dengan keadaan dirinya daripada berkonform terhadap tekanan sosial.	21,22	23,24	4
	Objektif dalam menerima pujian atau celaan	25,26	27,28	4
	Menerima kelebihan dan keterbatasan yang dimiliki dan berfikir realistis akan hal tersebut.	29,30	31,32	4
	Menerima sifat kemanusiaan sehingga menerima impuls dan emosinya dan tidak merasa bersalah akan hal tersebut.	33,34	35,36	4
	Jumlah aitem			

Tabel Aitem Self Acceptance

Variabel	Aspek	No.	Pernyataan	Relevan	Kurang Relevan	Tidak Relevan	Saran
<i>Self Acceptance</i>	Yakin akan kemampuannya dalam menghadapi kehidupan.	1.	Saya tidak mudah tersulut emosi saat mendapat komentar negatif dalam unggahan				
		2.	Permasalahan dalam hidup tidak akan selesai hanya dengan membuat status atau unggahan di instagram				
		3.	Saya senang mengunggah masalah saya di instagram karna mengharap bantuan dari orang lain				
		4.	Saat mendapat masalah saya akan membuat status di instagram untuk mendapat perhatian dari orang lain				
	Memandang dirinya berharga dan memiliki derajat yang sama dengan individu lainnya.	5.	Saya percaya diri dalam mengunggah foto diri saya di instagram				
		6.	Saya senang saat ada orang yang mengomentari foto				

			saya bagus (cantik/tampan)				
		7.	Saya tidak mengunggah foto tentang diri saya di instagram karena saya memiliki banyak kekurangan.				
		8.	Saat ada orang yang mengomentari foto saya bagus mereka pasti hanya sekedar basa-basi atau berbohong				
	Tidak memandang dirinya aneh dan tidak berharap untuk ditolak orang lain.	9.	Saya mengunggah foto di instagram tanpa menghiraukan komentar orang lain.				
		10.	Saya senang ketika ada yang memberikan komentar positif pada foto unggahan saya.				
		11.	Saya tidak percaya diri saat mengupload gambar saya tanpa filter dari instagram karena kurang cantik.				
		12.	Ketika saya memfollow instagram teman,				

			saya tidak berharap untuk di follback				
Memiliki orientasi diri keluar dan tidak malu (<i>self conscious</i>).	13.	Saya sadar dengan apa yang saya unggah di instagram					
	14.	Saat melihat unggahan orang lain yang lebih bagus menjadikan inspirasi bagi saya untuk membuat yang lebih bagus lagi.					
	15.	Saat unggahan saya di instagram mendapatkan sedikit “suka” saya langsung menghapusnya karena malu					
	16.	Saat melihat postingan teman yang glamour saya merasa rendah diri					
Bertanggungjawab atas apa yang dilakukan.	17.	Saya menerima konsekuensi apapun dari gambar yang saya unggah di instagram					
	18.	Saya mengerti konsekuensi saat mengunggah di instagram					
	19.	Saya bersembunyi dari komentar-komentar negatif yang saya berikan					

			melalui <i>second account</i>.				
		20.	Saya akan mengaku akun dibajak saat memberikan komentar negatif.				
	Lebih senang mengikuti standar pribadi sesuai dengan keadaan dirinya daripada berkonform terhadap tekanan sosial.	21.	Saya mengunggah apapun di akun saya sesuai dengan apa yang saya sukai				
		22.	Apa yang saya unggah di instagram menggambarkan bagaimana pribadi saya di dunia nyata.				
		23.	Ketika akan mengunggah foto di instagram saya sangat memikirkan apakah orang lain akan suka atau tidak.				
		24.	Saya mengunggah sebuah foto atau video di Instagram yang sekiranya disukai orang lain				
	Objektif dalam menerima pujian atau celaan	25.	Saya menganggap wajar ketika ada orang yang tidak suka dengan hasil unggahan saya di instagram.				
		26.	Mendapatkan like dan komentar positif yang				

			banyak tidak membuat saya menganggap jelek postingan orang lain di instagram.				
		27.	Saya ingin menghapus akun instagram saya ketika mendapat komentar buruk di instagram.				
		28.	Saya membenci orang-orang yang mengkritik postingan saya di instagram				
	Menerima kelebihan dan keterbatasan yang dimiliki dan berfikir realistis akan hal tersebut.	29.	Tidak mengapa kalau foto unggahan di instagram kita tidak sebagus orang lain				
		30.	Tidak memberikan komentar negatif pada postingan orang-orang yang kurang bagus menurut saya.				
		31.	Ketika ada unggahan foto yang kurang menarik menurut saya, saya langsung memberikan komentar buruk				
		32.	Saat melihat foto orang lain di instagram yang cantik/tampan saya				

			ingin menghapus foto saya di instagram				
Menerima sifat kemanusiaan sehingga menerima impuls dan emosinya dan tidak merasa bersalah akan hal tersebut.	33.	Saat saya marah karena suatu hal, saya tidak melampiaskan amarah saya di instagram					
	34.	Saat melihat postingan yang menyedihkan wajar bagi saya ikut larut didalamnya					
	35.	Saya menganggap orang yang memposting hal-hal yang mengharukan hanya untuk mencari perhatian agar banyak yang menyukai.					
	36.	Tidak ada orang yang benar-benar peduli di instagram, mereka hanya mencari popularitas.					

SKALA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Nama :

Nim :

E. Petunjuk Pengisian

4. Mohon saudara untuk membaca dengan teliti dan benar
5. Silahkan berikan tanda (X) pada kolom sesuai dengan pendapat saudara
6. Tidak ada jawaban salah dan benar
7. Penilaian yakni :

4. **SS** = **SANGAT SETUJU**

5. **S** = **SETUJU**

6. **R** = **RAGU-RAGU**

7. **TS** = **TIDAK SETUJU**

8. **STS** = **SANGAT TIDAK SETUJU**

Tabel Aitem Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Dalam sehari saya mengakses instagram kurang dari 4 kali					
2	Dalam waktu seminggu total saya bermain dan membuka instagram kurang dari 21 jam.					
3	Saya bisa mengakses instagram lebih dari 9 jam dalam waktu 3 hari.					
4	Saya mengakses instagram saat setelah bangun dari tidur					
5	Saya bisa tidak mengakses instagram sama sekali selama 2 hari					
6	Dalam sehari saya bisa untuk tidak mengakses instagram sama sekali					
7	Dalam sehari, saya menghabiskan waktu untuk mengakses instagram kurang dari 3 jam.					
8	Saya membatasi diri dalam 5 hari tidak mengakses instagram					
9	Dalam sehari saya mengakses instagram lebih dari 2 kali					

10	Dalam waktu seminggu total saya bermain dan membuka instagram lebih dari 21 jam.					
11	Saya hanya mengakses instagram 1 kali dalam sehari					
12	Dalam sehari, saya menghabiskan waktu untuk mengakses instagram lebih dari 3 jam.					
13	Dalam 5 hari saya bisa mengakses instagram lebih dari 20 kali					
14	Saya tidak memiliki waktu untuk mengakses Instagram sama sekali					
15	Saya bisa tidak mengakses instagram dalam seminggu sebab bagi saya instagram itu kurang penting					
16	Dalam 3 hari, saya hanya mengakses instagram tidak lebih dari 9 jam.					

SKALA *SELF ACCEPTANCE*

Nama :

Nim :

F. Petunjuk Pengisian

1. Mohon saudara untuk membaca dengan teliti dan benar
2. Silahkan berikan tanda (X) pada kolom sesuai dengan pendapat saudara
3. Tidak ada jawaban salah dan benar
4. Penilaian yakni :

1. **SS** = **SANGAT SETUJU**
2. **S** = **SETUJU**
3. **R** = **RAGU-RAGU**
4. **TS** = **TIDAK SETUJU**
5. **STS** = **SANGAT TIDAK SETUJU**

Tabel Aitem Self Acceptance

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saat ada orang yang mengomentari foto saya bagus mereka pasti hanya sekedar basa-basi atau berbohong					
2	Saya mengerti konsekuensi saat mengunggah di instagram					
3	Tidak memberikan komentar negatif pada postingan orang-orang yang kurang bagus menurut saya.					
4	Saya sadar dengan apa yang saya unggah di instagram					
5	Permasalahan dalam hidup tidak akan selesai hanya dengan membuat status atau unggahan di instagram					
6	Saya akan mengaku akun dibajak saat memberikan komentar negatif.					
7	Saat melihat postingan yang menyedihkan wajar bagi saya ikut larut didalamnya					
8	Saat melihat unggahan orang lain yang lebih bagus menjadikan inspirasi bagi saya untuk membuat yang lebih bagus lagi.					
9	Saya tidak mengunggah foto tentang diri saya di instagram karena saya memiliki banyak kekurangan.					

10	Saya menerima konsekuensi apapun dari gambar yang saya unggah di instagram					
11	Saya mengunggah sebuah foto atau video di Instagram yang sekiranya disukai orang lain					
12	Tidak mengapa kalau foto unggahan di instagram kita tidak se bagus orang lain					
13	Saya senang mengunggah masalah saya di instagram karna mengharap bantuan dari orang lain					
14	Apa yang saya unggah di instagram menggambarkan bagaimana pribadi saya di dunia nyata.					
15	Saya ingin menghapus akun instagram saya ketika mendapat komentar buruk di instagram.					
16	Saya menganggap orang yang memposting hal-hal yang mengharukan hanya untuk mencari perhatian agar banyak yang menyukai.					
17	Saya tidak mudah tersulut emosi saat mendapat komentar negatif dalam unggahan					
18	Tidak ada orang yang benar-benar peduli di instagram, mereka hanya mencari popularitas.					
19	Saat mendapat masalah saya akan membuat status di instagram untuk mendapat perhatian dari orang lain					
20	Mendapatkan like dan komentar positif yang banyak tidak membuat saya menganggap jelek postingan orang lain di instagram.					
21	Ketika akan mengunggah foto di instagram saya sangat memikirkan apakah orang lain akan suka atau tidak.					
22	Ketika saya memfollow instagram teman, saya tidak berharap untuk di follback					
23	Saat saya marah karena suatu hal, saya tidak melampiaskan amarah saya di instagram					
24	Ketika ada unggahan foto yang kurang menarik menurut saya, saya langsung memberikan komentar buruk					
25	Saat melihat postingan teman yang glamour saya merasa rendah diri					
26	Saya senang ketika ada yang memberikan komentar positif pada foto unggahan saya.					

27	Saya bersembunyi dari komentar-komentar negatif yang saya berikan melalui <i>second account</i> .					
28	Saya percaya diri dalam mengunggah foto diri saya di instagram					
29	Saya mengunggah apapun di akun saya sesuai dengan apa yang saya sukai					
30	Saat unggahan saya di instagram mendapatkan sedikit “suka” saya langsung menghapusnya karena malu					
31	Saya mengunggah foto di instagram tanpa menghiraukan komentar orang lain.					

VALIDITAS *SELF ACCEPTANCE*

Aitem 1	Pearson Correlations	.468
	Sig (2-tiled)	.001
Aitem 2	Pearson Correlations	.333
	Sig (2-tiled)	.021
Aitem 3	Pearson Correlations	.537
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 4	Pearson Correlations	.333
	Sig (2-tiled)	.021
Aitem 5	Pearson Correlations	.519
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 6	Pearson Correlations	.661
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 7	Pearson Correlations	.530
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 8	Pearson Correlations	.461
	Sig (2-tiled)	.001
Aitem 9	Pearson Correlations	.522
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 10	Pearson Correlations	.519
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 11	Pearson Correlations	.562
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 12	Pearson Correlations	.644
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 13	Pearson Correlations	.799
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 14	Pearson Correlations	.864
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 15	Pearson Correlations	.663
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 16	Pearson Correlations	.714
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 17	Pearson Correlations	.537
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 18	Pearson Correlations	.519
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 19	Pearson Correlations	.661
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 20	Pearson Correlations	.864
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 21	Pearson Correlations	.530
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 22	Pearson Correlations	.799
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 23	Pearson Correlations	.571
	Sig (2-tiled)	.000

Aitem 24	Pearson Correlations	.870
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 25	Pearson Correlations	.870
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 26	Pearson Correlations	.340
	Sig (2-tiled)	.018
Aitem 27	Pearson Correlations	.537
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 28	Pearson Correlations	.870
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 29	Pearson Correlations	.562
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 30	Pearson Correlations	.562
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 31	Pearson Correlations	.468
	Sig (2-tiled)	.001

VALIDITAS INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Aitem 1	Pearson Correlations	.544
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 2	Pearson Correlations	.730
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 3	Pearson Correlations	.659
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 4	Pearson Correlations	.479
	Sig (2-tiled)	.001
Aitem 5	Pearson Correlations	.711
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 6	Pearson Correlations	.739
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 7	Pearson Correlations	.796
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 8	Pearson Correlations	.901
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 9	Pearson Correlations	.539
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 10	Pearson Correlations	.789
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 11	Pearson Correlations	.901
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 12	Pearson Correlations	.479
	Sig (2-tiled)	.001
Aitem 13	Pearson Correlations	.798
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 14	Pearson Correlations	.493
	Sig (2-tiled)	.000
Aitem 15	Pearson Correlations	.447
	Sig (2-tiled)	.001
Aitem 16	Pearson Correlations	.796
	Sig (2-tiled)	.000

Reliabilitas *Self Acceptance*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.747	32

Reliabilitas Intensitas Penggunaan Media sosial Instagram

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.760	17