

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat perbandingan derajat self-esteem pada mahasiswa dengan intensitas penggunaan Instagram yang ringan, sedang, dan berat di Bandung. Teori mengenai self-esteem merujuk pada teori Coopersmith (1967). Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang memiliki akun Instagram.

Subjek penelitian berjumlah 535 mahasiswa, terdiri dari 358 mahasiswa (66.9%) pada kategori intensitas penggunaan Instagram berat, diikuti dengan 141 mahasiswa (26.4%) pada kategori sedang, dan 36 mahasiswa pada kategori ringan (6.7%). Penelitian ini menggunakan metode komparatif dengan teknik pengambilan data berupa kuisioner yang terdiri dari 45 item dengan skor validitas yang berkisar dari 0.302 – 0.702 dan skor reliabilitas sebesar 0.917.

Berdasarkan pengolahan data secara statistik, didapatkan hasil bahwa tidak terdapat perbedaan self-esteem yang signifikan antara mahasiswa dengan intensitas penggunaan Instagram yang ringan, sedang, dan berat di Bandung ($p = 0.207$, $p > 0.05$).

Kesimpulan yang diperoleh adalah tidak terdapat perbedaan self-esteem yang signifikan antara mahasiswa dengan intensitas penggunaan Instagram yang ringan, sedang, dan berat di Bandung. Saran yang diberikan peneliti adalah apabila dilakukan penelitian yang serupa, sebaiknya berfokus kepada mahasiswa yang aktif memposting foto atau video mengenai dirinya.

Kata Kunci: *Self-Esteem, Instagram, Mahasiswa*

Abstract

This research aims to see the comparison of the degree of self-esteem in students with the intensity of Instagram use that is light, moderate, and heavy in Bandung. The subjects in this research are students who have an Instagram account. The subjects in this research are students who have an Instagram account. The theory of self-esteem used in this study refers to the theory of Coopersmith (1967).

The research subjects were 535 students, consisting of 358 students (66.9%) in the intensity category of heavy Instagram usage, followed by 141 students (26.4%) in the moderate category, and 36 students in the mild category (6.7%). This research uses a comparative method with data collection techniques in the form of questionnaires consisting of 45 items with validity scores ranging from 0.302 – 0.702 and reliability scores of 0.917.

Based on statistical data processing, it was found that there was no significant difference in self-esteem between students with the intensity of Instagram use that was light, moderate, and heavy in Bandung ($p = 0.207$, $p > 0.05$).

The conclusion obtained is that there is no significant difference in self-esteem between students with the intensity of Instagram use that is light, moderate, and heavy in Bandung. Suggestion given by researchers are that if similar research is conducted, it should focus on students who actively post photos or videos about themselves.

Key Word: *Self-Esteem, Instagram, Students*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Maksud Penelitian	9
1.3.2 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoretis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
1.5 Kerangka Pemikiran	10

1.6	Asumsi Penelitian.....	15
1.7	Hipotesis Penelitian.....	15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	<i>Self-Esteem</i>	16
2.1.1	Definisi <i>Self-Esteem</i>	16
2.1.2	Aspek <i>Self-Esteem</i>	17
2.1.3	Area dalam <i>Self-Esteem</i>	19
2.1.4	Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan <i>Self-Esteem</i>	20
2.1.5	Derajat <i>Self-Esteem</i>	21
2.2	Remaja.....	22
2.3	Dampak Penggunaan Media Sosial.....	23
2.4	Intensitas.....	24
2.4.1	Pengertian Intensitas.....	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Rancangan dan Prosedur Penelitian.....	26
3.2	Bagan Prosedur Penelitian.....	26
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	27
3.3.1	Variabel Penelitian.....	27
3.3.2	Definisi Konseptual.....	27
3.3.3	Definisi Operasional.....	27
3.4	Alat Ukur.....	28
3.4.1	Alat Ukur <i>Self-Esteem</i>	28
3.4.1.1	Gambaran Alat Ukur.....	28

3.4.1.2	Prosedur Pengisian Alat Ukur	29
3.4.1.3	Teknik Skoring	29
3.4.2	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	29
3.4.2.1	Validitas Alat Ukur <i>Self-Esteem</i>	30
3.4.2.2	Reliabilitas Alat Ukur <i>Self-Esteem</i>	30
3.5	Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	31
3.5.1	Populasi Sasaran.....	31
3.5.2	Karakteristik Sampel	31
3.5.3	Teknik Penarikan Sampel.....	31
3.5.4	Data Pribadi dan Data Penunjang.....	31
3.6	Teknik Analisis Data	32
3.7	Hipotesis Statistik.....	33
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Responden.....	34
4.1.1	Gambaran Responden Berdasarkan Daerah Asal.....	34
4.1.2	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
4.1.3	Gambaran Responden Berdasarkan Usia	36
4.2	Hasil Penelitian.....	37
4.2.1	Uji Hipotesis Penelitian	37
4.3	Pembahasan	37
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan.....	40
5.2	Saran.....	40

5.2.1 Saran Teoretis	40
5.2.2 Saran Praktis	40
DAFTAR PUSTAKA	42
DAFTAR RUJUKAN	43



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-kisi Alat Ukur <i>Self-Esteem</i>	28
Tabel 3.2 Bobot Kuisisioner <i>Self-Esteem</i>	29
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Daerah Asal	34
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.4 ..Hasil Uji ANOVA pada <i>Self-Esteem</i>	37



DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran.....	14
Bagan 3.1 Prosedur Penelitian	26



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kisi-Kisi Alat Ukur <i>Self-Esteem</i>	L-1
Lampiran 2 : Kata Pengantar Kuisisioner	L-6
Lampiran 3 : Pernyataan Kesiediaan	L-7
Lampiran 4 : Identitas Pribadi Responden dan Kuisisioner <i>Self-Esteem</i>	L-8
Lampiran 5 : Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur <i>Self-Esteem</i>	L-13
Lampiran 6 : Hasil Tabulasi Silang Intensitas Penggunaan <i>Instagram</i> dengan Usia dan Jenis Kelamin	L-14
Lampiran 7 : <i>Mean</i> pada Pengguna <i>Instagram</i> Ringan, Sedang, dan Berat.....	L-16
Lampiran 8 : Hasil Uji Homogenitas, Uji ANOVA, dan Uji <i>Post Hoc</i>	L-17
Lampiran 9 : Hasil Uji Beda Antar Aspek <i>Self-Esteem</i>	L-18
Lampiran 10: Teori <i>Instagram</i>	L-22
Lampiran 11: Biodata Peneliti	L-25
Lampiran 12: Data Mentah Alat Ukur <i>Self-Esteem</i>	L-26