

**STUDI IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
HARGA DIRI PADA MAHASISWA PENGGUNA INSTAGRAM DI
FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian
Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Psikologi
Universitas Medan Area

Oleh :

RIZKI FISDAYANI

17.860.0045



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 27/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)27/6/22

**STUDI IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
HARGA DIRI PADA MAHASISWA PENGGUNA INSTAGRAM DI
FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian
Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Psikologi
Universitas Medan Area

Oleh :

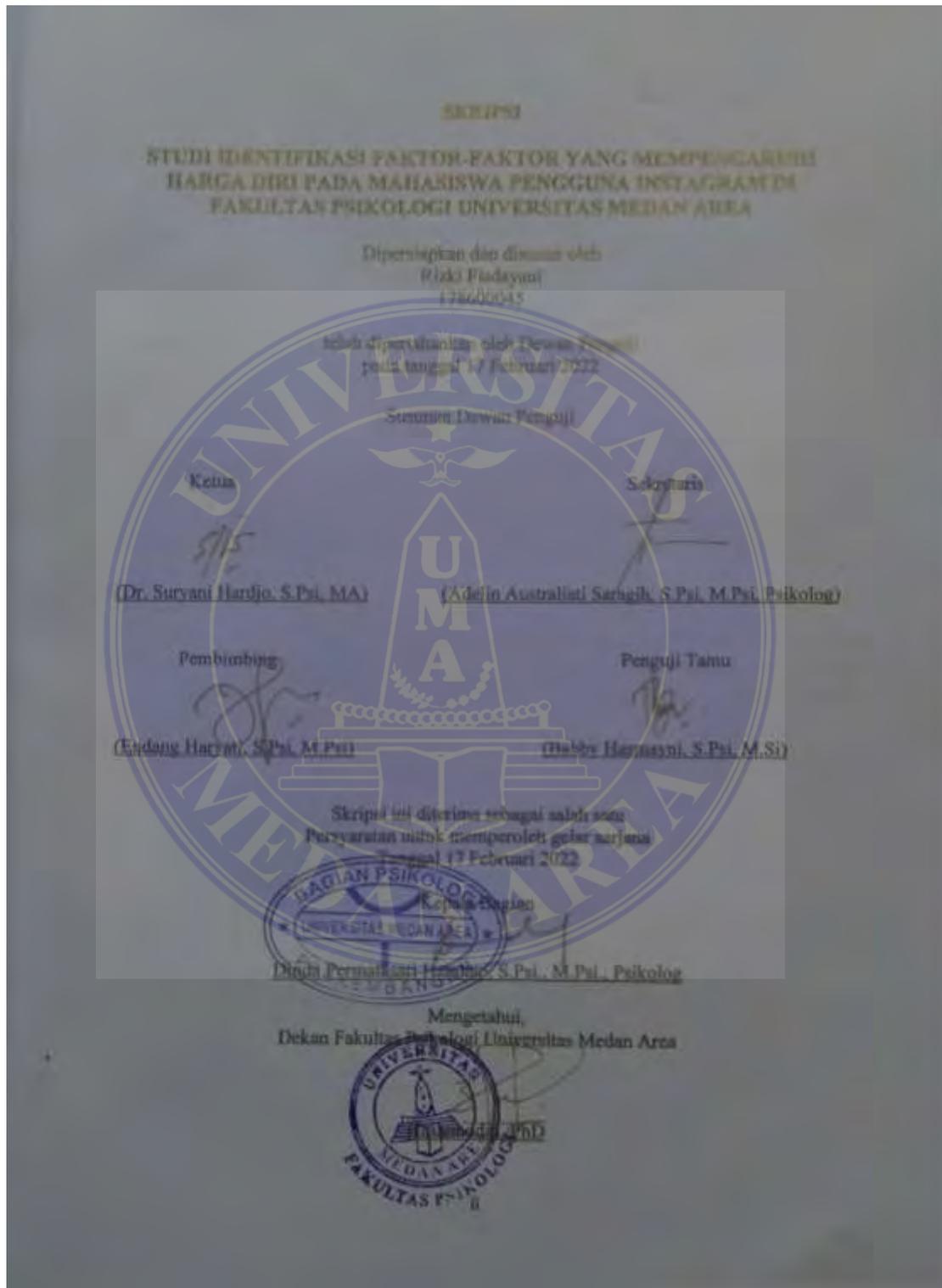
RIZKI FISDAYANI

17.860.0045

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang



PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : RIZKI FISDAYANI

NPM : 17.860.0045

Tahun Terdaftar : 2022

Program Studi : Psikologi Perkembangan

Fakultas : Psikologi

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dengan demikian saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur- unsur plagiasi dan apabila dokumen ilmiah Skripsi ini di kemudian hari terbukti merupakan plagiasi dari hasil karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Medan, 17 Februari



Rizki Fisdayani
17.860.0045

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Rizki Fidayani
NPM	: 17.860.0045
Program Studi	: Psikologi Perkembangan
Fakultas	: Psikologi
Jenis Karya	: Tugas Akhir / Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Studi Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Diri Pada Mahasiswa Pengguna Instagram Di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 17 Februari 2022

Yang Menyatakan

(Rizki Fidayani)

iv

ABSTRAK

STUDI IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI HARGA DIRI PADA MAHASISWA PENGGUNA INSTAGRAM DI FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA

Oleh :

RIZKI FISDAYANI

17.860.0045

Media sosial instagram membuat remaja merasa menemukan dan mendapatkan suatu media yang dapat memenuhi kebutuhannya. Mulai dari kebutuhan untuk pertemanan, mengakses berbagai informasi, pemenuhan kebutuhan hiburan dan sebagainya. Penggunaan instagram dapat mendukung terbentuknya identitas diri remaja. Penggunaan instagram yang intens dapat berpengaruh kepada harga diri remaja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi faktor-faktor yang mempengaruhi harga diri terhadap penggunaan instagram pada mahasiswa di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga diri yaitu faktor penghargaan dan penerimaan diri dari orang-orang yang signifikan, kelas sosial dan kesuksesan, nilai dan inspirasi individu dalam menginterpretasi pengalaman dan kesuksesan, dan cara individu dalam menghadapi devaluasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tipe penelitian survei. Populasi berjumlah 354 orang yang merupakan mahasiswa stambuk 2017, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *Incidental (accidental opportunistic sampling)* didapatkan jumlah sampel sebanyak 104 orang. Alat ukur yang digunakan adalah skala penelitian harga diri yang terdiri dari 22 aitem ($\alpha = 0,863$). Dari analisis faktor didapatkan kontribusi faktor penghargaan dan penerimaan diri dari orang-orang yang signifikan sebesar 39,36 %, faktor kelas sosial dan kesuksesan sebesar 23,73 %, faktor nilai dan inspirasi individu dalam menginterpretasi pengalaman dan kesuksesan sebesar 21,26 %, dan faktor cara individu dalam menghadapi devaluasi sebesar 15,56 %. Berdasarkan analisis faktor menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan adalah faktor penghargaan dan penerimaan diri dari orang-orang yang signifikan.

Kata Kunci : Harga Diri, Instagram.

ABSTRACT

***STUDY IDENTIFICATION OF FACTORS THAT INFLUENCE SELF-ESTEEM
AGAINST INSTAGRAM USE IN STUDENTS AT THE FACULTY OF
PSYCHOLOGY UNIVERSITAS MEDAN AREA***

By :

RIZKI FISDAYANI

17.860.0045

Instagram social media makes teenagers feel they are finding and getting a medium that can meet their needs. Begin from the need for friendship, accessing various information, meeting entertainment needs and so on. The use of Instagram can support the formation of adolescent self-identity. Intense use of Instagram can influence of adolescent self-esteem. This study aims to find out how much the contribution of factors that influence self-esteem to the use of Instagram in students at the Faculty of Psychology, Universitas Medan Area. Factors that influence self-esteem is the factor appreciation and self-acceptance of significant people, social class and success, individual value and inspiration of individual in interpreting experience and success, and the method individuals deal with devaluation. This research uses quantitative method with survey research type. The population of 354 people who are students in 2017, using incidental sampling techniques (accidental opportunistic sampling) obtained the number of samples as many as 104 people. The measuring instrument used is a self-esteem research scale consisting of 22 aitems ($\alpha = 0.863$). From the analysis of factors obtained the contribution of the factor appreciation and self-acceptance from people who are significant by 39,36 %, the factor social class and success by 23,73%, the factor value and inspiration of individual in interpreting experience and success by 21,26 %, and factor of the method individuals deal with devaluation by 15,65%. Based on the analysis of factors showed that the most dominant factor were the factor of appreciation and self-acceptance of significant people.

Keywords : Self Esteem, Instagram.

KATA PENGANTAR

Asalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bismillahirrahmanirrahim, segala puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT atas Rahmat dan Karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Studi Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Diri Pada Mahasiswa Pengguna Instagram Di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area”. Shalawat dan salam semoga terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman kebahagiaan dunia dan akhirat.

Saya selaku peneliti sangat menyadari bahwa masih sangat banyak kelemahan pada skripsi ini baik tata tulis maupun isi yang ada. Maka dari itu saya selaku peneliti mengharapkan saran dan kritik untuk membantu saya menyempurnakan skripsi ini. Semoga kebaikan yang kalian berikan kepada saya selaku peneliti akan mendapatkan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT Aamiin. Demikian sebagai penutup saya selaku peneliti berharap semoga skripsi ini dapat berguna untuk perkembangan ilmu psikologi.

Medan, 17 Februari 2022

Rizki Fisdayan

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiasi	iii
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Ucapan Terima Kasih.....	viii
Daftar Riwayat Hidup	xii
Daftar Isi.....	xiii
Daftar Tabel	xvii
Daftar Gambar.....	xviii
Daftar Lampiran	xix
Abstrak	xx
<i>Abstract</i>	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	10

E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Mahasiswa	13
1. Pengertian Mahasiswa	13
B. Harga Diri	14
1. Pengertian Harga Diri	14
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Diri.....	15
3. Aspek-Aspek dalam Harga Diri.....	19
4. Indikator Harga Diri.....	21
5. Karakteristik Harga Diri.....	24
C. Penggunaan Instagram.....	31
1. Media Sosial Instagram.....	31
2. Kegiatan-Kegiatan yang dapat dilakukan di Aplikasi Instagram	32
3. Dampak- Dampak Penggunaan Media Sosial	33
D. Kerangka Konseptual	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
A. Tipe Penelitian	37
B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	37
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	37
D. Subjek Penelitian.....	38
1. Populasi	38

2. Sampel	39
3. Teknik Pengambilan Sampel	39
E. Metode Pengumpulan Data	39
F. Validitas & Reliabilitas	41
1. Validitas	41
2. Reliabilitas	41
G. Analisis Data	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A. Orientasi Kanchah Penelitian	43
B. Persiapan Penelitian	44
1. Persiapan Administrasi	44
2. Persiapan Alat Ukur Penelitian	44
C. Pelaksanaan Penelitian	46
D. Analisis Data dan Hasil Penelitian	49
1. Uji Asumsi	50
2. Klasifikasi Faktor-Faktor Harga Diri	52
3. Hasil Analisis Data Faktor-Faktor Harga diri	54
E. Pembahasan	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	72
A. Simpulan	72
B. Saran	74

DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	81



DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Distribusi Butir Skala Sebelum Uji Coba	46
Tabel 2 : Distribusi Butir Skala Setelah Uji Coba	48
Tabel 3 : Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4 : Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran	50
Tabel 5 : Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Homogenitas	51
Tabel 6 : Rangkuman Hasil Analisis Faktor	52
Tabel 7 : Hasil Analisis Faktor Penghargaan dan Penerimaan dari Orang-Orang yang signifikan	54
Tabel 8 : Hasil Analisis Faktor Kelas Sosial dan Kesuksesan.....	55
Tabel 9 : Hasil Analisis Faktor Nilai dan Inspirasi Individu dalam Menginterpretasi Pengalaman dan Kesuksesan	57
Tabel 10 : Hasil Analisis Faktor Cara Individu dalam Menghadapi Devaluasi.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Diagram Statistik Diagram Statistik klasifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi harga diri	53
Gambar 2 : Diagram hasil uji statistik faktor penghargaan dan penerimaan dari orang-orang yang signifikan	54
Gambar 3 : Diagram hasil uji faktor kelas sosial dan kesuksesan	56
Gambar 4 : Diagram hasil uji statistik faktor nilai dan inspirasi individu dalam menginterpretasi pengalaman dan kesuksesan	57
Gambar 5 : Diagram hasil uji statistik faktor cara individu dalam menghadapi devaluasi	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Sebaran Data Penelitian.....	81
Lampiran B Uji Validitas dan Reliabilitas.....	87
Lampiran C Uji Normalitas Variabel Penelitian.....	91
Lampiran D Data Penelitian Perfaktor.....	93
Lampiran E Uji Homogenitas dan Analisis Faktor.....	107
Lampiran F Uji Deskriptif.....	111
Lampiran G Alat Ukur Penelitian.....	118
Lampiran H Surat Keterangan Bukti Penelitian.....	125

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini banyak menuntut usia remaja untuk mengenal berbagai hal baru. Di periode usia remaja, perilaku yang umumnya muncul yaitu pengembangan jati diri, eksplorasi identitas, keinginan untuk menonjol serta eksis di masyarakat. Remaja atau disebut juga sebagai masa *adolescence* banyak mencakup arti yang luas, dalam hal ini yang mempengaruhi perkembangan mereka yaitu kematangan mental, emosional, dan fisik (Durant, 2015). Di masa remaja terjadi proses peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa yang mengalami perkembangan aspek atau fungsi untuk masuk ke masa dewasa. Sehingga untuk perkembangan selanjutnya akan mengalami berbagai perubahan biologis, psikologis, dan perubahan sosial (Notoatmodjo, 2007).

Pada masa remaja, individu mulai mencari identitas diri sehingga sangat mudah dipengaruhi berbagai hal di sekelilingnya, baik secara positif maupun negatif. Eksplorasi identitas pada remaja semakin tinggi di fase remaja akhir (Santrock, 2007). Pembentukan identitas di fase remaja dapat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor ekstrapersonal seperti perubahan lingkungan dan pengalaman hidup, serta faktor intrapersonal yakni eksplorasi, komitmen, dan penilaian individu mengenai dirinya (Tsang, Hui & Law, 2012). Berbagai aktivitas yang dilakukan di fase remaja

mendukung terbentuknya identitas diri pada remaja. Salah satu aktivitas yang saat ini menjadi populer di kalangan remaja adalah penggunaan media sosial. Berdasarkan dari fakta dan data yang ada, bahwa media sosial yang sangat populer di kalangan remaja adalah instagram. Hal ini didukung dari hasil survei yang dilakukan oleh Piper Jaffray pada tahun 2015, diketahui sebanyak 33% responden remaja Amerika Serikat yang berusia antara 13 hingga 19 tahun mengaku lebih menyukai Instagram dibandingkan media sosial yang lain (Kompas, 2015).

Keberadaan media sosial membuat remaja merasa menemukan dan mendapatkan suatu media yang dapat memenuhi kebutuhannya. Mulai dari kebutuhan untuk pertemanan, mengakses berbagai informasi, pemenuhan kebutuhan hiburan, sampai kepada munculnya berbagai aktivitas yang dapat menghasilkan uang bagi remaja (Oktaviani, 2019). Media sosial tentu sangat menguntungkan manusia sehingga sudah menjadi salah satu bentuk kebutuhan tersendiri bagi manusia untuk mencapai tujuan tertentu khususnya bagi para remaja. Berdasarkan hasil riset *We are social Hootsuite* yang dirilis Januari 2019 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi. Jumlah tersebut naik 20% dari survei sebelumnya. Sementara pengguna media sosial *mobile (gadget)* mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari populasi.

Riset situs *HootSuite* dan agensi *marketing, We Are Social* yang bertajuk "*Digital 2021: Global Overview Reports*" menyatakan jumlah pengguna media sosial

telah meningkat lebih dari 13% dalam satu tahun terakhir. Pada tahun 2020 lalu, rata-rata lebih dari 1,3 juta pengguna baru bergabung dengan berbagai *platform* media sosial setiap harinya. Ini setara dengan sekitar 155.000 pengguna baru per detik. Berdasarkan laporan per negara, Indonesia masuk dalam 10 besar negara dengan pemakaian media sosial tertinggi. Posisi Indonesia sendiri berada di peringkat 9 dari 47 negara yang dianalisis. Pengguna media sosial di Indonesia mencapai sekitar 170 juta jiwa. Usia remaja akhir berada dalam peringkat kedua penggunaan media sosial terbesar setelah usia dewasa. Yakni 14,8% pada perempuan dan 15,9% pada laki-laki dalam rentang usia 18-24 tahun (Hootsuite, 2021).

Seperti yang diketahui, media sosial yang sekarang banyak diminati oleh remaja adalah Instagram (Rizki, 2017). Instagram diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Dalam situs resminya, Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto serta video gratis bagi pengguna telepon seluler pintar. Pengguna Instagram dapat membagikan foto maupun video yang mereka unggah kepada teman serta pengikut mereka. Selain itu, pengguna juga dapat saling berinteraksi dengan melihat, menyukai, dan mengomentari postingan yang telah dibagikan. Instagram sebagai sebuah media sosial dibangun berdasarkan teknologi Web 2.0 yang membuat penggunanya dapat menyediakan dan berbagi konten (Abdul Talib & Mat Saat, 2017).

Terlepas dari popularitas Instagram dan perannya dalam mendukung terbentuknya identitas diri remaja, terdapat penelitian yang membuktikan bahwa penggunaan media sosial pada remaja berhubungan dengan gejala depresi, kecemasan,

kecenderungan mengalami tekanan psikologis, serta ide bunuh diri (Sampasa-Kanyiga & Lewis, 2015; Woods & Scott, 2016). Menurut Woods dan Scott (2016), remaja yang banyak menggunakan media sosial cenderung memiliki harga diri yang lebih rendah. Maka penggunaan Instagram juga mungkin berdampak buruk terhadap harga diri remaja. Harga diri adalah evaluasi global mengenai diri, yang disebut juga dengan martabat-diri (*self-worth*) atau citra-diri (*self-image*) (Santrock, 2012).

Harga diri merupakan hasil penilaian individu terhadap dirinya sendiri (Coopersmith, 1967). Remaja yang sedang dalam masa pertumbuhan dan perkembangan sangat membutuhkan harga diri, karena harga diri mencapai puncaknya pada masa remaja (Widodo, 2013). Harga diri remaja berkembang serta terbentuk melalui interaksi dengan individu lain, melalui penghargaan, penerimaan dan respon sikap yang baik dari orang lain secara terus menerus (Harkina, Putri, & Dalila, 2021). Ciri khas yang menonjol pada remaja adalah terkait dengan penilaian terhadap dirinya sendiri sehingga mereka sangat terikat dengan adanya penerimaan di lingkungan mereka serta juga penilaian individu lain terhadap segala atribut yang melekat pada diri mereka (Widodo, 2013). Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi harga diri yakni penghargaan dan penerimaan dari orang-orang yang signifikan, kelas sosial dan kesuksesan, nilai dan inspirasi individu dalam menginterpretasi pengalaman dan kesuksesan, serta cara individu dalam menghadapi devaluasi (Coopersmith, 1967).

Instagram sendiri memiliki konten yang tidak terbatas. Hampir semuanya ada di dalam media sosial tersebut dan memiliki dampak kepada penggunanya terutama

remaja. Berdasarkan hasil survei *We are social* dan *Hootsuite*, pengguna Instagram pada remaja perempuan usia 13-17 tahun mencapai 3,6% dan pada usia 18-25 tahun mencapai 13,9% di tahun 2020. Menurut hasil survei *We are social* dan *Hootsuite*, Instagram merupakan *social network platform* dengan jumlah terbanyak keempat setelah Youtube, Whatsapp dan Facebook pada tahun 2020. Kemudian pada laporan di tahun 2021, media sosial instagram naik menjadi peringkat ketiga setelah WhatsApp dan YouTube. Instagram termasuk media sosial yang sangat unggul dengan pengguna yang mencapai 85 juta di Indonesia. Pengguna perempuan mencapai 52,4% dan laki-laki mencapai 47,6%.

Instagram digunakan untuk mengunggah foto, video, atau kegiatan yang sedang dilakukan, mengunggah foto dan video di instagram sudah menjadi kewajiban penggunanya. Suhartanti (dalam Nur, Taufik & Firman, 2018) menyatakan bahwa untuk menumbuhkan eksistensi di media sosial Instagram, remaja mengunggah foto diri (*selfie*) atau video yang menarik tentang dirinya di media sosial instagram disertai dengan *caption* atau judul yang memperkuat karakteristik foto yang diunggah. Media sosial dengan berbagai kegiatan di dunia maya menunjukkan gambaran seseorang yang akurat mengenai dirinya sendiri. Remaja merupakan sosok yang sering terlibat di instagram. Berdasarkan hasil observasi, fenomena yang sering terjadi di media sosial instagram adalah adanya rasa rendah diri serta percaya diri pada penggunanya. Rasa rendah diri dan percaya diri tersebut tentunya merupakan bagian dari harga diri. Hal

ini menjadi sesuai dengan penuturan Coopersmith (dalam Koesdyantho, 2009), bahwa lingkungan sosial dapat berpengaruh terhadap harga diri.

Harga diri merupakan evaluasi yang dibuat oleh individu dan kebiasaan memandang dirinya, terutama sikap menerima, menolak, dan indikasi besarnya kepercayaan individu terhadap kemampuan, keberartian, kesuksesan, keberhargaan. Secara singkat, harga diri menurut Coopersmith adalah “*Personal judgement*” mengenai perasaan berharga atau berarti yang diekspresikan dalam sikap-sikap individu terhadap dirinya (Oktaviani, 2019). Fazriyati (2013) menyatakan, bahwa individu yang rendah diri cenderung mengkhawatirkan apa yang individu lain *posting* tentang mereka di jejaring sosial. Sedangkan individu yang memiliki harga diri lebih tinggi cenderung menghabiskan waktu untuk membangun citra personal di media sosial. Penghargaan diri yang tinggi dapat mengacu pada persepsi yang akurat mengenai nilai individu sebagai manusia serta keberhasilan dan pencapaian individu, namun juga dapat mengindikasikan kesombongan, berlebihan, dan merasa superior dari yang lain. Sementara itu penghargaan diri yang rendah mengindikasikan persepsi mengenai kekurangan atau penyimpangan individu, atau bahkan rasa inferior dan ketidakamanan patologis (Santrock, 2012).

Berikut ini kutipan wawancara peneliti pada dua mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang merupakan pengguna instagram :

“Saya sangat aktif menggunakan instagram dalam keseharian saya. Saya merasa instagram itu sebagai bentuk kepuasan diri saya (sarana hiburan). Saya sering memposting aktivitas saya terkait kegiatan sehari-hari dan organisasi saya dan itu membuat saya merasa jadi lebih percaya diri apalagi ada feedback baik dari orang-orang di instagram. Tapi kadang saya juga merasa rendah diri (insecure) kalau saya melihat konten-konten tertentu seperti kecantikan karena mungkin saya mencoba membanding-bandingkan diri saya dengan mereka.” (Wawancara interpersonal, 6 Januari 2021 pukul 14.00 WIB).

“Saya cukup sering menggunakan aplikasi instagram. Menurut saya instagram bisa sebagai sarana hiburan ketika penat dan bosan beraktivitas dan bisa juga sebagai tempat untuk memperoleh banyak informasi. Misalnya melihat konten-konten yang saya suka seperti memasak serta buku-buku rekomended. Saya merasa akan lebih percaya diri ketika memposting sesuatu yang bermanfaat di instagram dan saya pernah mengalami perasaan rendah diri ketika mendapatkan feedback yang tidak baik seperti komentar negatif dari orang lain terkait yang saya posting.” (Wawancara interpersonal, 6 Januari 2021 pukul 15.00 WIB).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada 6 Januari 2021 pukul 14.00 dan 15.00 WIB terhadap dua subjek yang merupakan mahasiswa berusia 19 dan 21 tahun di Fakultas Psikologi UMA, diketahui bahwa mahasiswa tersebut merupakan pengguna aktif Instagram yang menjadikan instagram adalah media sosial di keseharian mereka. Berbagai aktivitas yang ada di instagram seperti memberi dan menerima *like, comment*, membagikan serta menonton *story* pengguna instagram yang lain, melakukan pencarian dengan melihat konten-konten tertentu berdampak kepada harga diri mereka. Mereka bisa merasa percaya diri karena teredukasi dari aktivitas tertentu di instagram, menampilkan eksistensi sebagai individu yang memiliki kelebihan, dan di lain hal mereka juga akan mengalami rendah diri karena melihat sisi kelebihan yang dimiliki

oleh pengguna instagram lain yang tidak mereka miliki, dan umumnya berhubungan dengan popularitas, prestasi, kecantikan, serta materialisme pengguna instagram yang lain.

Observasi juga dilakukan oleh peneliti di Fakultas Psikologi UMA kepada mahasiswa yang menggunakan instagram. Dalam keseharian, mereka sangat terlibat aktif di media sosial tersebut. mengunggah *story*, memposting foto, *like* dan *comment*, berbagi informasi (konten tertentu), menggunakan fitur filter foto yang ada di instagram, dan lain-lain. Banyak mahasiswa yang memposting kegiatan tertentu seperti organisasi, kegiatan akademis (seminar, pelatihan, dan kuliah) serta kegiatan yang ditujukan untuk hiburan semata seperti *live video*, menggunakan fitur filter untuk foto ataupun video, serta berkirim pesan maupun melihat konten-konten tertentu. Diketahui banyak mahasiswa yang aktif menonjolkan dirinya di media sosial seperti instagram. Ketika mereka mendapat *feedback* yang positif dari apa yang mereka unggah, jumlah *followers* yang meningkat dan banyak, postingan-postingan mereka yang bagus, membuat mereka menjadi terlihat merasa keren, percaya diri, dan eksis. Diketahui juga bahwa *feedback* negatif, jumlah *followers* yang menurun ataupun tidak banyak, serta perbandingan sosial yang terus menerus dilakukan dalam penggunaan instagram mereka terkadang menimbulkan rasa rendah diri. Namun juga ada yang merasa biasa saja. (Observasi, 6 Januari 2021 pukul 09.30 WIB).

Bentuk sikap percaya diri maupun rendah diri didasarkan dari hasil evaluasi menyeluruh terhadap diri ketika mendapatkan pengaruh dari faktor eksternal maupun internal yang diterima oleh individu. Hal tersebut berlandaskan dari pernyataan (Santrock, 2008) yakni harga diri merupakan evaluasi individu tentang dirinya sendiri secara positif atau negatif. Evaluasi ini memperlihatkan bagaimana individu menilai dirinya sendiri serta diakui atau tidaknya kemampuan dan keberhasilan yang diperolehnya. Sehingga dalam penelitian ini berfokus pada konteks penggunaan instagram oleh mahasiswa yang dikhususkan pada mereka yang memasuki fase remaja akhir dalam periode perkembangannya.

Berdasarkan rangkaian permasalahan yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Studi Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Diri pada Mahasiswa Pengguna Instagram di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area”.

B. Identifikasi Masalah

Dalam keseharian, remaja merupakan sosok yang sangat dekat dengan media sosial. Berdasarkan data serta fakta yang ada, media sosial yang banyak digunakan oleh remaja adalah instagram. Berbagai fitur yang ada di media sosial instagram menjadikan remaja terlibat aktif untuk memanfaatkannya. Dari berbagai aktivitas yang remaja lakukan di instagram dapat mengarah kepada harga diri. Mereka akan mengevaluasi diri mereka berdasarkan *feedback* yang mereka terima serta perbandingan sosial yang

mereka lakukan di media sosial instagram. Fokus subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang tentunya sedang memasuki fase remaja akhir dikarenakan adanya fenomena terkait perbandingan sosial dan penerimaan *feedback* yang bisa mengarah kepada harga diri yang meningkat dan harga diri yang menurun. Harga diri yang menurun sebagai dampak dari penggunaan instagram yang terus menerus dilakukan oleh mahasiswa akan berpengaruh negatif bagi diri mereka. Seperti perasaan rendah diri, pesimis, negativitas, dan bahkan sulit untuk menampilkan kreativitas serta potensi yang mereka miliki.

C. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah penelitian ini membatasi tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Diri pada Mahasiswa Stambuk 2017 Pengguna Instagram di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

D. Rumusan Masalah

Untuk memudahkan penelitian, maka perlu dirumuskan masalah apa yang menjadi fokus penelitian. Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi harga diri pada mahasiswa pengguna instagram di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi harga diri pada mahasiswa pengguna instagram di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu menambah dan memperluas wawasan dalam pengembangan teori khususnya bidang psikologi, terutama yang berkaitan dengan psikologi perkembangan. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat dalam memperkaya bahan kepustakaan serta dapat dijadikan sumber maupun referensi mengenai harga diri pada mahasiswa pengguna instagram di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

2. Manfaat Praktis

Hasil dalam penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi serta masukan bagi mahasiswa yang pada umumnya berada di fase remaja akhir dalam periode perkembangan. Sehingga dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan, pengetahuan, serta informasi kepada remaja terkait faktor-faktor yang mempengaruhi harga diri pada mahasiswa pengguna Instagram. Agar remaja lebih bijak dalam menggunakan waktu secara efektif dalam penggunaan instagram. Karena penggunaan instagram yang secara terus menerus dapat berdampak pada harga diri

remaja. Penelitian ini juga diharapkan menjadi masukan untuk peneliti terkait studi identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi harga diri.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Mahasiswa

1. Pengertian Mahasiswa

Secara umum, mahasiswa merupakan individu yang belajar di perguruan tinggi baik di universitas, institut, serta akademi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), definisi mahasiswa merupakan individu yang belajar di perguruan tinggi. Takwin (2008) berpendapat, mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi dapat disebut sebagai mahasiswa. Salim dan Salim (2002) mengatakan bahwa mahasiswa adalah individu yang terdaftar dan menjalani pendidikan dalam perguruan tinggi.

Mahasiswa juga didefinisikan sebagai siswa di perguruan tinggi (Badudu & Zain, 2001). Mahasiswa juga dipandang oleh masyarakat sebagai individu yang mampu menyelesaikan masalah dengan tepat, cepat, serta lebih terarah. Sudut pandang ini didasarkan dari universitas sebagai tempat mahasiswa menuntut yang melahirkan individu-individu intelektual dan dapat menyajikan berbagai fasilitas untuk mengembangkan keilmuan, membentuk kepribadian sosial, keterampilan, serta karakter.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa adalah individu yang belajar di perguruan tinggi yang memiliki potensi dalam mengembangkan keilmuan, keterampilan, serta merupakan agen perubahan dalam masyarakat.

B. Harga Diri

1. Pengertian Harga Diri

Menurut Coopersmith (1967), harga diri merupakan evaluasi yang dibuat individu dan kebiasaan memandang dirinya, terutama sikap menerima, menolak, dan indikasi besarnya kepercayaan individu terhadap kemampuan, keberartian, kesuksesan, keberhargaan. Menurut Santrock (2012), harga diri adalah evaluasi global mengenai diri, yang disebut juga dengan martabat-diri (*self-worth*) atau citra-diri (*self-image*). Harga diri merujuk sebagai penghormatan atau penghargaan seseorang yang dimiliki untuk diri sendiri. Seseorang dengan perasaan positif mengenai diri dapat dikatakan memiliki harga diri yang tinggi. Namun, harga diri juga dapat merujuk kepada area yang sangat spesifik serta perasaan umum tentang diri. Misalnya, seseorang mungkin memiliki harga diri yang rendah berkaitan dengan daya tarik fisik dan harga diri yang tinggi berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan pekerjaan dengan baik (Frank, 2011).

Baumaster (dalam Heatherton and Wyland, 2013) menjelaskan bahwa harga diri merupakan aspek evaluatif yang sesuai dengan pandangan keseluruhan diri sebagai

layak ataupun tidak layak. Demo (dalam Guindon, 2010) juga menjelaskan bahwa harga diri dipengaruhi oleh perubahan peran, harapan, penampilan, respon dari orang lain, serta karakter situasional lainnya. Respon dari orang lain yang dimaksud adalah reaksi dari orang-orang di sekitar individu atas dirinya, baik apa yang telah dilakukan maupun apa yang dimiliki. Respon tersebut terlihat ketika telah terjadi hubungan antara kedua belah pihak. Menurut James (dalam Baron & Byrne, 2004), Harga diri merujuk pada sikap seseorang terhadap dirinya sendiri dalam rentang positif sampai negatif.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa harga diri adalah penilaian menyeluruh yang didasarkan dari individu itu sendiri terhadap dirinya yang mengarah kepada kemampuan, keberartian, kesuksesan serta keberhargaan.

2. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Harga Diri

Menurut Coopersmith (1967) ada beberapa faktor yang mempengaruhi harga diri, yaitu

1. Penghargaan dan Penerimaan dari Orang-Orang yang Signifikan

Harga diri pada individu dipengaruhi oleh orang yang dianggap penting dalam kehidupan individu yang bersangkutan. Orangtua dan keluarga adalah contoh dari orang-orang yang signifikan. Keluarga adalah lingkungan tempat interaksi yang pertama kali terjadi dalam kehidupan individu.

2. Kelas Sosial dan Kesuksesan

Menurut Coopersmith, kedudukan kelas sosial dapat ditinjau dari pekerjaan, pendapatan, serta tempat tinggal. Individu yang memiliki pekerjaan yang lebih bergengsi, pendapatan yang lebih tinggi, serta tinggal dalam lokasi rumah yang lebih besar dan mewah akan dipandang lebih sukses di mata masyarakat sehingga menerima keuntungan material dan budaya. Tentunya hal ini akan menyebabkan individu dengan kelas sosial yang tinggi meyakini bahwa diri mereka lebih berharga daripada individu yang lain.

3. Nilai dan Inspirasi Individu dalam Menginterpretasi Pengalaman Kesuksesan

Nilai dan inspirasi individu dalam menginterpretasi pengalaman Kesuksesan yang diterima oleh individu tidak mempengaruhi harga diri secara langsung melainkan akan disaring terlebih dahulu melalui tujuan serta nilai yang dianut oleh individu.

4. Cara Individu dalam Menghadapi Devaluasi

Individu dapat meminimalisasi ancaman berupa evaluasi negatif yang datang dari luar dirinya. Mereka akan dapat menolak hak dari orang lain yang memberikan penilaian negatif terhadap diri mereka.

Sementara itu menurut Ghufron dan Risnawita (2018), ada beberapa faktor-faktor yang memengaruhi harga diri yaitu :

1. Faktor jenis kelamin

Wanita selalu merasa harga dirinya lebih rendah daripada pria seperti perasaan kurang mampu, kepercayaan diri yang kurang mampu, atau merasa harus dilindungi. Hal ini mungkin terjadi karena peran orangtua dan harapan-harapan masyarakat yang berbeda-beda baik pada pria dan wanita.

2. Inteligensi

Inteligensi adalah gambaran kompleks kapasitas fungsional individu yang sangat erat berkaitan dengan prestasi karena pengukuran inteligensi selalu berdasarkan kemampuan akademis. Individu yang memiliki harga diri yang tinggi akan mencapai prestasi akademik yang tinggi daripada individu dengan harga diri yang rendah. Selanjutnya, dikatakan individu dengan harga diri yang tinggi memiliki skor inteligensi yang lebih baik, taraf aspirasi yang lebih baik, dan selalu berusaha keras.

3. Kondisi fisik

Ada hubungan yang konsisten antara daya tarik fisik dan tinggi badan dengan harga diri. Individu dengan kondisi fisik yang menarik cenderung memiliki harga diri yang lebih baik dibandingkan dengan kondisi fisik yang kurang menarik.

4. Lingkungan keluarga

Peran keluarga sangat menentukan bagi perkembangan harga diri anak. Dalam keluarga, seorang anak untuk pertama kali mengenal orangtua yang mendidik dan membesarkan serta sebagai dasar untuk bersosialisasi dalam lingkungan yang lebih besar. Keluarga harus menemukan suatu kondisi dasar untuk mencapai perkembangan harga diri anak yang baik.

5. Lingkungan sosial

Pembentukan harga diri dimulai dari individu yang menyadari dirinya berharga atau tidak. Hal ini merupakan hasil dari proses lingkungan, penghargaan, penerimaan, dan perlakuan orang lain kepadanya. Menurut Coopersmith (dalam Ghufroon dan Risnawita, 2018), ada beberapa perubahan harga diri yang dapat dijelaskan melalui konsep-konsep kesuksesan, nilai, aspirasi, dan mekanisme pertahanan diri. Kesuksesan tersebut dapat muncul melalui pengalaman dalam lingkungan, kesuksesan dalam bidang tertentu, kompetisi, dan nilai kebaikan. Selanjutnya, Menurut Branden (dalam Ghufroon dan Risnawita, 2018), menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi harga diri dalam lingkungan pekerjaan adalah sejumlah dimensi pekerjaan seperti kepuasan kerja, penghasilan, penghargaan orang lain, dan kenaikan jabatan atau pangkat.

Berdasarkan pendapat dari dua ahli di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi harga diri merupakan suatu keadaan yang dapat mempengaruhi harga diri individu baik dari dalam diri (internal) dan dari luar diri (eksternal).

3. Aspek-Aspek dalam Harga Diri

Menurut Coopersmith (1967) mengemukakan empat aspek dalam harga diri, yaitu

A. *Power* (Kekuasaan)

Kekuasaan adalah kemampuan untuk bisa mengatur serta mengontrol tingkah laku diri sendiri maupun individu lain.

B. *Significance* (Keberartian)

Keberartian berhubungan dengan sikap kepedulian, perhatian, dan afeksi yang diterima individu dari individu yang lain, hal tersebut merupakan penghargaan serta minat dari individu lain serta pertanda penerimaan dan popularitasnya.

C. *Virtue* (Kebajikan)

Kebajikan meliputi ketaatan untuk mengikuti kode moral, etika, dan prinsip-prinsip keagamaan yang ditandai oleh ketaatan untuk menjauhi tingkah laku yang dilarang serta melakukan tingkah laku yang dibolehkan oleh moral, etika, maupun agama.

D. *Competence* (Kemampuan)

Kemampuan yaitu berkaitan dengan kesuksesan memenuhi tuntutan prestasi yang ditandai oleh keberhasilan individu dalam mengerjakan berbagai tugas atau pekerjaan dengan baik dari level yang tinggi dan dengan usia yang berbeda.

Sementara itu menurut Mahli dan Reasoner (dalam Hartanto, dkk, 2005) berpendapat bahwa harga diri individu secara umum meliputi tiga aspek yaitu

- A. Harga diri fisik (*physically self esteem*) adalah sikap individu untuk dapat menghargai diri sendiri berdasarkan penilaian terhadap karakteristik fisik.
- B. Harga diri prestasi kerja (*performance self esteem*) adalah sikap penghargaan terhadap pengalaman prestasi kerja di masa individu yang bersangkutan.
- C. Harga diri sosial (*social self esteem*) adalah sikap penghargaan terhadap penilaian individu lain terhadap dirinya.

Berdasarkan pendapat dari dua ahli di atas dapat disimpulkan bahwa aspek dalam harga diri merupakan sudut pandang yang luas terhadap konsep harga diri individu baik secara fisik dan psikologis yang terkait dengan perilaku yang dapat diobservasi dan menjadi satu kesatuan utuh serta menunjukkan nilai individu bersangkutan.

4. Indikator-Indikator Harga Diri

Menurut (Santrock, 2007) menjelaskan ada beberapa indikator positif harga diri pada diri individu sebagai berikut

1. Memberikan pengarahan atau perintah kepada orang lain.
2. Menggunakan kualitas suara yang sesuai dengan situasinya.
3. Mengekspresikan pendapat.
4. Duduk bersama dengan orang lain selama melakukan aktivitas sosial.
5. Bekerja secara kooperatif dalam sebuah kelompok.
6. Menatap orang lain ketika sedang berbicara atau diajak berbicara.
7. Mempertahankan kontak mata selama melakukan percakapan.
8. Memulai percakapan yang ramah dengan orang lain.
9. Menjaga jarak yang nyaman antara dirinya dan orang lain.
10. Lancar dan tidak ragu-ragu dalam berbicara.

Sedangkan indikator negatif harga diri adalah sebagai berikut

1. Merendahkan orang lain dengan cara mengejek, memanggil nama secara langsung atau bergosip.
2. Menggunakan bahasa tubuh secara berlebihan atau di luar konteks.

3. Melakukan sentuhan yang tidak pada tempatnya atau menghindari kontak fisik.
4. Membiarkan kesalahan terjadi.
5. Menyombongkan prestasi, keterampilan, dan penampilan.
6. Secara verbal merendahkan dirinya sendiri atau menjatuhkan harga dirinya sendiri.
7. Berbicara dengan nada yang keras, kasar atau dogmatik.

Sementara itu menurut Reasoner (2010) terdapat lima indikator untuk mengukur harga diri yaitu

1. Perasaan aman (*Felling of Security*)

Perasaan aman bagi individu yang berhubungan dengan rasa kepercayaan dalam lingkungan mereka. Bagi individu yang memiliki rasa aman akan merasa bahwa lingkungan mereka aman untuk mereka, dapat diandalkan, dan terpercaya.

2. Perasaan menghormati diri (*Feeling of identity*)

Perasaan identitas melibatkan kesadaran diri menjadi seorang individu yang memisahkan diri orang lain dan memiliki karakteristik yang unik. Ini juga melibatkan penerimaan diri yang memiliki potensi, kepentingan, kekuatan dan kelemahan dari orang lain. Untuk mengetahui jati diri mereka sendiri, individu

harus disediakan kesempatan untuk mengeksplorasi diri serta lingkungan mereka.

3. Perasaan diterima (*Feeling of Belonging*)

Perasaan individu bahwa ini dapat berupa keluarga, kelompok rekan kerja, atau kelompok apapun. Individu akan memiliki penilaian yang positif tentang dirinya apabila individu merupakan bagian dari suatu kelompok dan dirinya diterima seperti dihargai oleh kelompoknya. Individu tersebut merasa diterima dan menjadi bagian dalam kelompoknya namun individu akan memiliki penilaian negatif tentang dirinya bila mengalami perasaan tidak diterima.

4. Perasaan mampu (*Feeling Of Competence*)

Perasaan dan keyakinan individu terhadap kemampuan yang ada pada dirinya sendiri dalam mencapai suatu hasil yang diharapkan, misalnya perasaan seseorang dalam mengalami keberhasilan atau saat mengalami kegagalan. Pengertian ini berkaitan dengan kebanggaan satu perasaan adalah kompetensi pada diri sendiri dan perasaan yang kompeten dalam menghadapi tantangan hidup. Hal ini membantu individu untuk menjadi percaya diri dalam menghadapi kehidupan mereka nanti. Individu yang tidak memiliki rasa kompetensi pribadi akan merasa tidak berdaya.

5. Perasaan Berharga (*Feeling of Worth*)

Perasaan dimana individu merasa dirinya berharga atau tidak, perasaan ini dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu. Perasaan yang dimiliki individu sering kali ditampilkan dan berasal dari pernyataan yang sifatnya pribadi seperti pintar, sopan, baik dan lain sebagainya.

Berdasarkan pendapat dari dua ahli di atas dapat disimpulkan bahwa indikator harga diri merupakan tolak ukur perilaku yang dapat diobservasi secara langsung dan berasal dari proses mental seperti pola pikir serta perasaan yang ada pada individu dan berujung kepada penilaian positif serta negatif dari lingkungannya.

5. Karakteristik Harga Diri

Frank (2011) menjelaskan ada beberapa karakteristik harga diri yang tinggi pada diri individu sebagai berikut

1. Tanggung Jawab

Individu yang memiliki harga diri yang tinggi dapat menerima diri sepenuhnya dan mereka mampu mengambil tanggung jawab untuk diri mereka sendiri dan konsekuensi dari tindakan mereka tanpa kritik berlebihan terhadap diri sendiri. Maka dari itu, mereka sudah mampu untuk mengakui kesalahan serta menerima keterbatasan diri.

2. *Goal Commitment*

Individu yang memiliki harga diri yang tinggi cenderung memiliki rasa yang kuat terhadap tujuan serta berkomitmen untuk tujuan dalam hidup. Selain itu, mereka cenderung persisten untuk mencapai tujuan ini karena komitmen mereka tidak berubah karena keberhasilan atau kegagalan. Sebagai peserta aktif dalam kehidupan, mereka akan berjuang untuk keunggulan bukan untuk kesempurnaan.

3. *Genuineness*

Individu yang memiliki harga diri yang tinggi dapat jujur dengan diri sendiri serta individu lain baik secara emosional maupun intelektual. Karena mereka tidak takut individu lain akan benar-benar mengetahui mereka, mereka cenderung tulus dalam berinteraksi dengan individu lain.

4. Pemaaf

Harga diri yang tinggi dapat cenderung sesuai dengan toleransi dan penerimaan keterbatasan terhadap suatu hal. Sehingga individu yang memiliki harga diri yang tinggi mudah memaafkan diri sendiri dan individu lain.

5. Nilai-nilai Internal

Individu yang memiliki harga diri yang tinggi cenderung memiliki nilai berbasis internal daripada nilai-nilai berbasis eksternal. Dengan kata lain,

mereka memiliki identitas yang kuat berdasarkan nilai-nilai yang mereka pilih daripada nilai-nilai yang mereka percaya karena tuntutan atau harapan dari individu lain. Jenis identitas biasanya dianggap sebagai "identitas yang dicapai" di mana individu telah dianalisis keyakinan dan nilai-nilai mereka untuk menentukan seperangkat prinsip internal maupun nilai-nilai yang mereka akan patuhi.

6. *Positivity*

Individu yang memiliki harga diri yang tinggi adalah positif dengan sikap menghargai dan selalu berterima kasih terhadap kehidupan. Mereka bisa dengan bebas memuji diri sendiri serta individu lain dan cenderung untuk mencari aspek-aspek positif dari kehidupan serta tidak memikirkan hal negatif.

7. Perbaikan Diri

Secara umum, terdapat kecenderungan kuat untuk berusaha menuju perbaikan diri di antara mereka dengan harga diri yang tinggi. Karena mereka tidak melihat kebutuhan untuk perbaikan diri sebagai kualitas negatif dan mereka mampu memeriksa diri tanpa unsur kritik. Selain itu, mereka dapat meminta bantuan yang dibutuhkan karena mereka tidak dapat melihat kebutuhan akan bantuan sebagai hal memalukan atau negatif.

Sedangkan karakteristik harga diri yang rendah adalah sebagai berikut

1. Perasaan Tidak Bahagia

Individu dengan harga diri yang rendah biasanya tidak bahagia. Rasa kepuasan individu dan kepuasan dengan kehidupan biasanya berasal dari bagaimana individu merasa tentang diri individu itu sendiri. Bagi sebagian individu, harga diri yang rendah dapat menimbulkan depresi sehingga berdampak kepada ketidakmampuan untuk berfungsi dalam kehidupan. Namun, beberapa individu yang kebahagiaan mereka berasal dari beberapa sumber lain contohnya keyakinan spiritual, mungkin tidak menemukan tingkat kebahagiaan mereka terpengaruh oleh harga diri yang rendah.

2. Perasaan Cemas

Individu yang memiliki harga diri rendah akan mengalami kecemasan, terutama kecemasan sosial. Hal ini sering terjadi karena ini merupakan konsekuensi dari aspek sosial evaluatif harga diri. Dengan kata lain, individu cenderung untuk mengevaluasi diri berdasarkan perbandingan dengan individu lain. Selain itu, banyak yang khawatir tentang individu lain mengevaluasi mereka dan menganggap bahwa individu lain akan melihat kelemahan yang sama dan ketidakmampuan yang mereka lihat dalam diri mereka sendiri. Kekhawatiran seperti itu mengarah pada perasaan cemas pada diri individu.

3. Perasaan Rendah Diri atau Inferioritas

Kebanyakan individu yang memiliki harga diri rendah akan merasa rendah diri kepada individu lain. Mereka percaya bahwa mereka tidak mengukur beberapa standar yang masyarakat miliki. Sering mereka merasa bahwa beberapa kekurangan dalam diri mereka menunjukkan bahwa mereka tidak berharga atau tidak layak. Kekurangan ini bukan sesuatu yang terlihat oleh individu lain tetapi sesuatu yang diperbesar oleh individu dengan harga diri yang rendah karena pengalaman masa lalu. Beberapa individu yang memiliki harga diri rendah dapat hadir dengan perasaan superioritas. Namun, ini mungkin menjadi cara untuk menutupi tentang diri mereka sendiri. Atau, individu yang memiliki harga diri yang rendah tapi memiliki sifat yang perfeksionis karena kekhawatiran mereka tentang apa yang individu lain mungkin pikirkan tentang mereka.

4. Ketidaksabaran atau Gangguan Dengan Diri atau Orang Lain

Karakteristik lain dari rendah diri adalah kecenderungan untuk menjadi tidak sabar atau sangat mudah terganggu oleh kesalahan tertentu, seperti kekurangan atau ketidakcakapan. Hal ini yang sangat sering diarahkan pada diri tetapi juga dapat diarahkan pada orang lain.

5. Tujuan Berorientasi Eksternal

Individu dengan harga diri yang rendah sering menentukan tujuan dan arah dalam hidup berdasarkan apa yang individu lain ingin atau perlukan. Mereka sering merasa bahwa kebutuhan atau keinginan mereka itu tidak penting. Sikap seperti itu dapat menimbulkan kebencian karena selalu memperhatikan individu lain sementara kebutuhan mereka tidak diperhatikan.

6. Negativitas

Rendah diri cenderung mengarah kepada negativitas. Negativitas ini tidak selalu secara eksternal diamati, namun juga dapat diamati secara internal. Manifestasi eksternal seperti mengkritik diri sendiri kepada individu lain atau berlebihan meminta maaf serta komentar tentang pengamatan negatif yang dapat diperhatikan oleh individu lain. Sayangnya, individu cenderung menghindari dari individu dengan negativitas berlebihan yang dapat memperkuat harga diri yang rendah.

Sementara itu menurut Clemes dan Bean (2001) juga menyatakan bahwa karakteristik harga diri yang tinggi yaitu

1. Bangga dengan hasil kerjanya
2. Bertindak mandiri
3. Mudah menerima tanggung jawab

4. Mengatasi prestasi dengan baik
5. Menanggapi tantangan baru dengan antusiasme
6. Merasa sanggup mempengaruhi orang lain
7. Menunjukkan jangkauan perasaan dan emosi yang luas

Sedangkan karakteristik harga diri yang rendah yaitu

1. Menghindari situasi yang dapat mencetuskan kecemasan
2. Merendahkan bakat dirinya
3. Merasa tidak ada seorangpun yang menghargainya
4. Menyalahkan orang lain atas kelemahannya sendiri
5. Mudah dipengaruhi oleh orang lain
6. Bersikap defensif dan mudah frustrasi
7. Merasa tidak berdaya
8. Menunjukkan jangkauan perasaan dan emosi yang sempit.

Berdasarkan pendapat dari dua ahli di atas dapat disimpulkan bahwa karakteristik harga diri yang tinggi merupakan bagian-bagian positif dalam diri individu baik dari segi pemikiran dan perilaku yang mendukung pengembangan dan

proyeksi potensi diri individu. Sementara itu karakteristik harga diri yang rendah merupakan bagian-bagian negatif dalam diri individu baik dari segi pemikiran dan perilaku yang berdampak kepada kemunduran untuk mengembangkan dan memproyeksikan potensi diri individu.

C. Penggunaan Instagram

1. Media Sosial Instagram

Media sosial Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto atau video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, yakni termasuk milik instagram sendiri (Oktaviani, 2019). Menurut Utari (2017), nama Instagram berasal dari definisi secara keseluruhan pada aplikasi tersebut. Kata “insta” berasal dari kata “instan” yang dihubungkan dengan kamera polaroid pada zaman itu dan dikenal sebagai “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan seperti polaroid di dalam tampilannya. Lalu, kata “gram” berasal dari kata “telegram”, di mana cara kerja Instagram sama seperti telegram yaitu untuk mengirimkan informasi secara cepat kepada orang lain yang terlibat. Instagram dapat memungkinkan penggunanya mengunggah foto melalui perantara jaringan internet, sehingga dipandang mampu untuk menyampaikan informasi secara cepat kepada orang lain.

Berdasarkan pendapat dari dua ahli di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial instagram merupakan aplikasi canggih yang dapat digunakan untuk berbagi foto dan video kepada masyarakat luas secara digital.

2. Kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan di Aplikasi Instagram

Menurut Kevin Systrom dan Mike Krieger (2018) ada beberapa kegiatan yang dapat dilakukan oleh penggunanya yaitu

a. Mengunggah foto dan video

Mengunggah foto dan video akan tersimpan di dalam akun instagram. Pengguna juga dapat melakukan *editing* dengan efek serta alat kreatif yang tersedia di dalam aplikasi tersebut.

b. Pencarian foto atau video

Yaitu mencari foto atau video dari pengguna lain yang pengguna ikuti. Pengguna dapat berinteraksi melalui postingan foto maupun video yang telah diunggah dengan menggunakan fitur *like* and *coment* yang telah tersedia di aplikasi tersebut.

c. Membagikan foto atau video dalam *Instastory*

Pengguna bisa membagikan momen keseharian mereka dalam bentuk foto atau video melalui fitur *story* yang tersedia di instagram. Pengguna juga dapat menambahkan efek-efek tertentu, tulisan, dan stiker untuk menambah kesan kreatif di dalam *story* yang diunggah.

d. Melakukan *live video*

Pengguna instagram juga bisa melakukan video langsung untuk berinteraksi dengan pengguna lainnya. Pengguna juga bisa melakukan *live video* bersama dengan pengguna lain serta memberikan komentar pada saat *live video* berlangsung.

e. Mengirim pesan (*direct message*)

Pengguna bisa mengirim pesan melalui fitur *direct message* secara pribadi kepada pengguna instagram yang lain. Pengguna juga bisa mengirimkan konten berupa gambar maupun video yang dilihat dalam instagram kepada pengguna lain melalui *direct message*.

f. Menonton *story* atau *live video*

Pengguna instagram juga bisa melihat *story* dan *live video* yang diunggah oleh pengguna instagram lain melalui panel yang disediakan oleh pihak instagram.

g. Mencari informasi

Pengguna instagram bisa mencari foto, video, maupun *story* yang diunggah oleh pengguna instagram yang lain. Selain itu, juga bisa mencari serta mengikuti pengguna instagram yang lain melalui fitur *explore*.

3. Dampak-Dampak Penggunaan Media Sosial

Menurut Amedie (2015) terdapat dampak positif dan negatif penggunaan media sosial sebagai berikut :

a. Dampak positif

1. Memudahkan individu untuk membentuk kelompok yang beraliran sama, sehingga mereka dapat tergabung dalam suatu komunitas yang bisa bekerja bersama maupun mampu mengekspresikan diri melalui postingan yang diunggah setiap hari.
2. Banyak perusahaan menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran dalam bentuk periklanan. Mereka mempromosikan produk, membahas produk mereka, dan membentuk kesadaran konsumennya.
3. Media sosial dapat menyebarkan berbagai informasi secara lebih cepat daripada media yang bersifat tradisional.
4. Dapat membantu pengguna untuk membagikan konten mereka sendiri dengan aplikasi atau layanan yang sudah tersedia.
5. Dapat membantu pengguna untuk berinteraksi dengan teman serta keluarga untuk melihat apa yang terjadi.
6. Dapat membantu pengguna untuk mencari informasi yang disukai melalui konten-konten yang dimiliki oleh pengguna lain di dunia.

b. Dampak negatif

1. Kecemasan

Kecemasan berawal dari stres yang merupakan hasil keinginan individu agar terus membentuk gambaran diri yang tidak realistis serta membentuk persepsi kesempurnaan yang tidak mampu diraih oleh individu dalam sosial medianya. Stres yang didasarkan oleh kecemasan sosial

dihubungkan dengan individu yang selalu mencoba memproyeksikan dirinya secara sempurna dan konstan dari waktu ke waktu.

2. Aktivitas Kriminal

Individu yang tidak bertanggung jawab akan menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menyembunyikan identitas diri mereka yang sesungguhnya. Berbagai aksi yang dapat dilakukan seperti *cyber bullying*, perdagangan manusia, serta perdagangan obat-obatan terlarang.

3. Depresi

Depresi dalam penggunaan media sosial salah satunya disebabkan karena mengalami kegagalan dalam membangun keintiman. Individu akan cenderung lebih sering mengalami sisi kesuksesan serta kebahagiaan hidup dalam media sosial milik mereka dibandingkan harus jujur menjadi siapa diri mereka sebenarnya.

Sementara itu menurut Zukria (dalam Kairuni, N. 2016). Dampak positif media sosial yaitu

1. Mempermudah kegiatan belajar. karena dapat digunakan sebagai sarana diskusi dengan teman dan mencari informasi.
2. Mencari dan menambah teman atau bertemu kembali dengan teman lama.
3. Menghilangkan kepenatan.

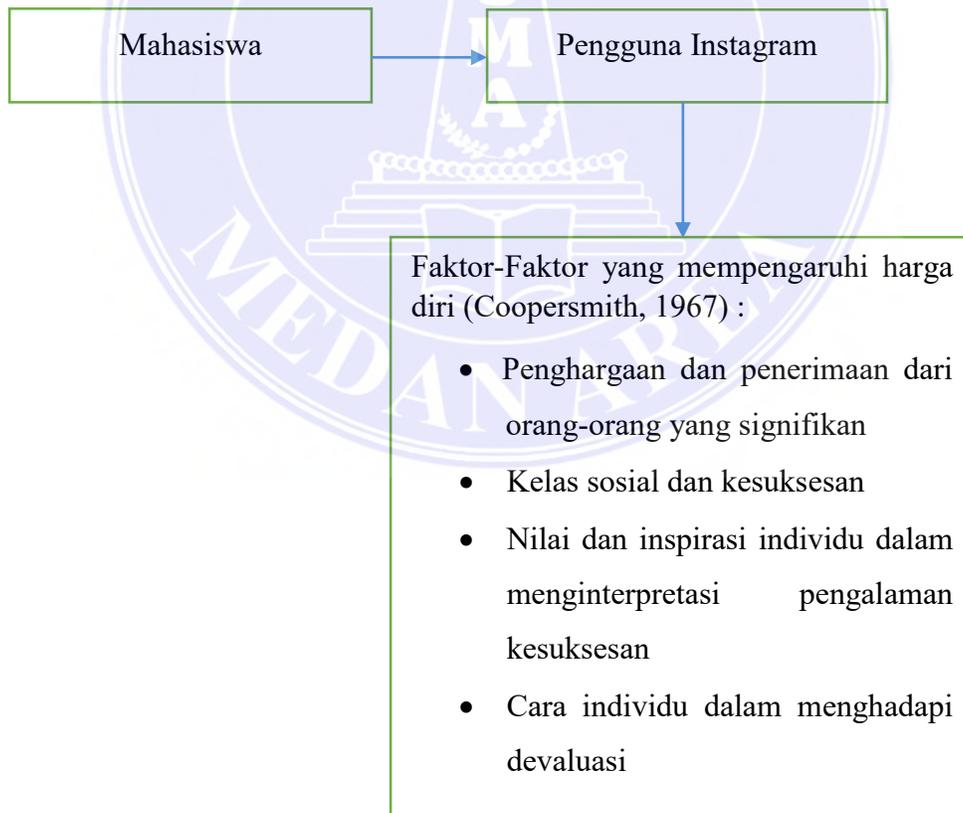
Sedangkan dampak negatif dari media sosial yaitu

1. Berkurangnya waktu belajar, karena terlalu sering menggunakan media sosial.

2. Mengganggu konsentrasi belajar.
3. Dapat merusak moral.
4. Mengganggu kesehatan karena terlalu banyak menatap layar digital.

Berdasarkan pendapat dari dua ahli di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki konsekuensi positif dan negatif yang berdampak kepada kondisi fisik dan psikologis individu.

D. Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif berfungsi untuk meneliti suatu sampel atau populasi melalui penggunaan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data, serta metode statistik dalam menganalisis data dengan tujuan untuk menguji sebuah hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014). Prosedur yang biasa digunakan dalam penelitian kuantitatif ada tiga : eksperimen, survei, dan *content analysis* (Neuman, 2003). Berdasarkan klasifikasi tersebut, maka tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian survei karena yang ingin dilakukan yaitu melakukan studi identifikasi terhadap suatu masalah.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel yang menjadi pokok bahasan dalam penelitian ini adalah harga diri pada mahasiswa pengguna instagram.

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional ini ditujukan agar pengukuran variabel-variabel penelitian dapat terarah sesuai dengan metode pengukuran yang telah dipersiapkan. Adapun definisi operasional harga diri adalah suatu evaluasi baik secara positif ataupun

negatif pada diri individu yang sifatnya menyeluruh (tidak spesifik). Harga diri dapat dipengaruhi oleh faktor intrinsik maupun ekstrinsik dalam kehidupan individu. Hingga dapat berdampak kepada tingginya harga diri ataupun rendahnya harga diri yang dimiliki oleh individu secara spesifik. Harga diri tersebut diukur berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi harga diri menurut Coopersmith (1967). Terdiri dari : faktor penghargaan dan penerimaan dari orang-orang yang signifikan, faktor kelas sosial dan kesuksesan, faktor nilai dan inspirasi individu dalam menginterpretasi pengalaman kesuksesan, serta faktor cara individu dalam menghadapi devaluasi.

D. Subjek Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2003) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa stambuk 2017 di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang berjumlah 354 orang. Berdasarkan *screening* pengguna instagram yang dilakukan oleh peneliti, mahasiswa stambuk 2017 pengguna instagram di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area berjumlah 258 orang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2003) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Maka dari itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 2003). Adapun sampel yang diperoleh dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi pengguna media sosial instagram yang berjumlah 104 orang.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Soewadji (2012) *sampling* atau teknik *sampling* adalah cara atau teknik terkait bagaimana menarik sampel dari populasi. Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah *Incidental (accidental opportunistic sampling)*. Sampel yang diambil secara sembarang (kapanpun dan dimanapun ditemukan sesuai dengan lokasi penelitian) asal memenuhi syarat sebagai sampel dan populasi tertentu.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui penyebaran skala. Penyebaran skala merupakan metode yang berbentuk laporan diri sendiri yang di dalamnya berisi sekumpulan pernyataan yang harus dijawab oleh individu sebagai subjek penelitian (Azwar, 2009). Metode skala digunakan karena data yang ingin diukur berupa konstruk atau konsep psikologis yang dapat diungkap secara

tidak langsung melalui indikator-indikator perilaku yang kemudian diterjemahkan dalam bentuk aitem-aitem pernyataan (Azwar, 2001).

Menurut Azwar (2003), skala merupakan hasil yang diperoleh berdasarkan pada laporan mengenai diri sendiri (*self report*) atau setidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi tentang diri sendiri. Dasar digunakannya skala ini sebagaimana dikemukakan oleh Hadi (2000), sebagai berikut :

- a. Subjek merupakan orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri.
- b. Hal-hal yang telah dinyatakan oleh subjek kepada peneliti adalah benar dan bisa dipercaya.
- c. Interpretasi subjek mengenai pernyataan-pernyataan yang diajukan kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksud oleh peneliti.

Adapun data yang diberikan dalam penelitian ini adalah skala harga diri terhadap penggunaan instagram pada mahasiswa yang akan diberikan secara tidak langsung. Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Skala Guttman. Skala Guttman disusun dengan dua pilihan jawaban, yaitu “Ya” dan “Tidak”. Untuk jawaban “Ya” akan mendapatkan nilai “1” dan untuk jawaban “Tidak” akan mendapatkan nilai “0”. Menurut (Sugiyono, 2014), skala Guttman merupakan skala yang digunakan untuk mendapatkan jawaban tegas dari responden, yakni hanya terdapat dua interval seperti “setuju-tidak setuju”; “ya-tidak”; “benar-salah”; “positif-negatif”; dan lain-lain.

Skala pengukuran ini dapat menghasilkan pertanyaan dalam bentuk pilihan ganda maupun *check list*, dengan jawaban yang dibuat skor tertinggi (setuju) satu dan terendah (tidak setuju) nol.

F. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Menurut (Azwar, 2012), Makin tinggi validitas suatu instrumen, maka akan semakin baik instrumen itu untuk digunakan (Yusuf, 2014). Dalam penelitian ini untuk mengetahui validitas instrumen, maka digunakan korelasi antara skor setiap aitem dengan skor total keseluruhan aitem yang perhitungannya menggunakan *SPSS Viewer 20.0*.

2. Reliabilitas

Menurut (Yusuf, 2014), Reliabilitas merupakan konsistensi atau kestabilan skor suatu instrumen penelitian individu yang sama, dan diberikan dalam waktu yang berbeda. Gronlund juga menyatakan bahwa reliabilitas mengacu pada konsistensi hasil pengukuran dari satu pengukuran ke pengukuran lainnya.

Reliabilitas merupakan tingkat kepercayaan hasil pengeluaran yang dilakukan untuk mengetahui derajat kepandaian ketelitian atas keakuratan yang ditunjukkan pada instrumen pengukuran. Maka reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur tersebut dapat dipercaya ataupun diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan dua kali untuk konsistensi.

G. Analisis Data

Dalam tipe penelitian kuantitatif, analisis data adalah data dari seluruh responden atau sumber dari data lain terkumpul. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah F persen. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa penelitian ini tidak untuk membuktikan hipotesis, melainkan hanya memberikan gambaran mengenai suatu kondisi, yakni faktor-faktor yang mempengaruhi harga diri pada mahasiswa pengguna instagram di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area .

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil-hasil yang telah diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Dari keempat faktor yang mempengaruhi harga diri terhadap penggunaan instagram yang diteliti, faktor yang memiliki kontribusi yang besar adalah faktor penghargaan dan penerimaan dari orang-orang yang signifikan. Dengan persentase sebesar 39,36 %. Selanjutnya adalah faktor kelas sosial dan kesuksesan dengan persentase sebesar 23,73 %. Kemudian yang ketiga adalah faktor nilai dan inspirasi individu dalam menginterpretasi pengalaman dan kesuksesan dengan persentase sebesar 21,26 %. Dan yang terendah yaitu faktor cara individu dalam menghadapi devaluasi dengan persentase sebesar 15,65 %.

2. Dari 104 mahasiswa dan mahasiswi yang diteliti, diketahui sebanyak 19 orang atau 18,3 % menyatakan bahwa faktor penghargaan dan penerimaan dari orang-orang yang signifikan mempengaruhi harga diri terhadap penggunaan instagram. Sementara 10 orang atau 9,6 % menyatakan bahwa faktor penghargaan dan penerimaan diri dari orang-orang yang signifikan tidak mempengaruhi harga diri terhadap penggunaan instagram. Dan selebihnya sebanyak 75 orang atau 72,1 % memilih sedang.

3. Dari 104 mahasiswa dan mahasiswi yang diteliti, diketahui sebanyak 8 orang atau 7,7 % menyatakan bahwa faktor kelas sosial dan kesuksesan mempengaruhi harga diri terhadap penggunaan instagram. Sementara 30 orang atau 28,8 % menyatakan bahwa faktor kelas sosial dan kesuksesan tidak mempengaruhi harga diri terhadap penggunaan instagram. Dan selebihnya sebanyak 66 orang atau 63,5 % memilih sedang.

4. Dari 104 mahasiswa dan mahasiswi yang diteliti, diketahui sebanyak 24 orang atau 23,1 % menyatakan bahwa faktor nilai dan inspirasi individu dalam menginterpretasi pengalaman dan kesuksesan mempengaruhi harga diri terhadap penggunaan instagram. Sementara 34 orang atau 32,7 % menyatakan bahwa faktor nilai dan inspirasi individu dalam menginterpretasi pengalaman dan kesuksesan tidak mempengaruhi harga diri terhadap penggunaan instagram. Dan selebihnya sebanyak 46 orang atau 44,2 % memilih sedang.

5. Dari 104 mahasiswa dan mahasiswi yang diteliti, diketahui sebanyak 15 orang atau 14,4 % menyatakan bahwa faktor cara individu dalam menghadapi devaluasi mempengaruhi harga diri terhadap penggunaan instagram. Sementara 45 orang atau 43,3 % menyatakan bahwa faktor cara individu dalam menghadapi devaluasi tidak mempengaruhi harga diri terhadap penggunaan instagram. Dan selebihnya sebanyak 44 orang atau 42,3 % memilih sedang.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Untuk Mahasiswa

Peneliti menyarankan kepada mahasiswa untuk manajemen dengan baik aktivitas mereka dalam menggunakan instagram. Baik dari segi intensitas penggunaan serta durasi waktu. Berusaha memberikan manfaat positif melalui instagram seperti berbagi ilmu pengetahuan, informasi, serta dengan percaya diri mengembangkan kreativitas melalui media sosial instagram sehingga dapat memberikan pengaruh yang positif bagi pengguna instagram yang lain. Kemudian pentingnya mahasiswa untuk mengikuti norma-norma sosial yang berlaku dalam konteks penggunaan instagram seperti beretika baik dalam berkomentar, tidak mengusik pengguna instagram yang lain, tidak menyebarkan informasi yang tidak valid, dan bersikap terbuka dalam menerima kritik dari orang lain.

2. Untuk Fakultas

Saran untuk fakultas diharapkan mampu meningkatkan perannya sebagai edukator terhadap permasalahan remaja dalam konteks penggunaan instagram seperti memberikan edukasi dan informasi mengenai *self development* dan *self improvement* melalui diskusi atau melalui sosial media.

3. Untuk Peneliti Selanjutnya

Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas ruang lingkup penelitian dan mengkaitkannya dengan variabel lain seperti penerimaan diri, konsep diri, perbandingan sosial, dan lain-lain sesuai dengan konteks penggunaan instagram untuk mendapatkan data yang lebih spesifik.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Talib., Yurita Yakimin dan Rafeah Mat Saat., 2017, *Social Proof in Social Media Shopping: An Experimental Design Research*, SHS Web of Conferences.
- Adishesa, M. S., 2020, "Instagram Use and Self-Esteem among Adolescents", Jurnal Ilmiah Psikologi MIND SET, Vol. 11, No. 01, hal. 26-36.
- Ali, M., dan Asrori, M., 2011, Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik, Jakarta : Bumi Aksara.
- Amedie, J., 2015, "The impact of social media on society. Advanced Writing: Pop Culture Intersections", Vol. 2.
- Azwar, S., 2001, Metode Penelitian, Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- _____, 2003, Manajemen Penelitian Statistik, Jakarta: Erlangga.
- _____, 2009, Metode Penelitian, Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- _____, 2012, Metode Penelitian, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badudu, J. S. dan Zain, Sutan Mohammad., 2001, Kamus Umum Bahasa Indonesia, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Baron, R. A., dan Byrne, D., 2004, *Social psychology*, Jakarta: Erlangga.
- Clemes, Harris dan Reynold, Bean., 2001, *How to Raise Children's Self Esteem*, (Terjemahan: Tjandra), Jakarta: Binarupa Aksara.
- Coopersmith, S., 1967, *The Antecedent of Self Esteem*, San Fransisco: W.H Freeman and Company.
- Creswell, W. J., 2013, Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Curtis, A. C., 2015, "Defining adolescence, *Journal of Adolescent and Family Health*", Vol. 7, No 2.
- Departemen Pendidikan Nasional., 2011, Kamus besar bahasa Indonesia, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Durant, J. M., 2015, Hubungan Antara Pola Asuh Orangtua dengan Kebiasaan Merokok Anak Usia Remaja 12-17 Tahun di Desa.

- Fazriyati, W., 2013, Perilaku di Facebook Cermin Masalah Penerimaan Diri, Diakses dari <http://health.kompas.com>.
- Feist dan J. Feist., 2012, Teori kepribadian, Jakarta: Salemba Humanika.
- Frank, M.A., 2011, *The Pillars of the Self-Concept: Self-Esteem and Self-Efficacy*.
- Gufron, M. Nur., dan Risnawita, Rini., 2018, Teori-Teori Psikologi, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Guindon, M.H., 2010, *Self-esteem across the lifespan*, New York: Taylor and Francis Group, LCC.
- Hadi, Sutrisno., 2000, Metodologi Penelitian, Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Handayani, Wahyu., 2017, “Pengaruh Penerapan Billing System terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Moderasi Pemahaman Perpajakan”, Surabaya: Jurnal Ekonomi Akuntansi, Vol. 3, Issue 4.
- Harkina, Putri dan Dalila., 2021, “Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan harga diri”, Jurnal Psikologi Malahayati, Vol. 3, No. 1.
- Hartanto., 2005, .Psikologi Ekonomi dan Konsumen, Depok: Psikologi Industri dan Organisasi Fakultas Psikologi, Universitas Indonesia.
- Heatheron, T.F., dan Wyland C.F., 2013, *Assessing Self-Esteem*.
- Instagram, Inc., 2018, Layanan instagram, Diakses dari <https://helps.instagram.com/581066165581870>.
- Jin Yea Jang, dkk., 2015, *Generation like : Comparative characteristics in instagram*, Conference on Human Factors in Computing Systems-Proceedings. Association For Computing Machinery.
- Kairuni, Nisa., 2016, “Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Terhadap Pendidikan Akhlak Anak”, Jurnal Edukasi, Vol. 2. No. 1.
- kbbi.kemdikbud.go.id
- Kompas., 2015, Remaja pilih mana, Facebook atau Instagram, Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2015/10/21/15440037/Remaja.Pilih.Mana.Facebook.atau.Instagram>.

- Neuman, W. L., 2003, *Social Research Method: Qualitative and Quantitative Approach*.
- Notoatmodjo., 2007, Ilmu Kesehatan Masyarakat, Jakarta: Rineka Cipta.
- Nur, A., Taufik, Taufik., dan Firman, Firman., 2018, “Hubungan *Self-Control* dengan Kecendrungan Narsistik Siswa Pengguna Jejaring Sosial *Instagram* di SMP Negeri 2 Padang”, *Jurnal Neo Konseling*.
- Nurjan, S., Tjahjono, H.K., dan Yamin, M. N., 2016, “*Trends in the adolescent delinquency behavior at the Institute of Islamic Education Ponorogo District*”, *Journal of Government and Politics*.
- Oktaviani, M., 2019, “Hubungan Penerimaan Diri Dengan Harga Diri Pada Remaja Pengguna *Instagram* Di Kota Samarinda”, *Psikoborneo*, Vol. 7, No. 4.
- Putri, R. A., Erlyani, Neka., dan Mayangsari, Marina Dwi., 2016, “Hubungan antara aktualisasi diri dengan intensitas penggunaan media sosial path pada remaja di SMA Negeri 2 Banjarbaru”, *Jurnal Ecopsy: Jurnal Ilmu Psikologi*, Vol. 3, No. 1.
- Reasoner, Robert., 2010, *The True Meaning of Self-Esteem*, from <http://www.self-esteem-nase.org/what.php>.
- Reber, Arthur S., dan Reber, Emily S., 2010, Kamus psikologi (3rd ed.), Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Rizki, A., 2017, Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* Dengan Harga Diri, Skripsi: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Robbins, P. Stephen dan Coutler, Mary., 2010, Manajemen, Edisi kesepuluh, jilid 2, Jakarta: Erlangga.
- Sampasa, Kanyiga, H., and Lewis, R. F., 2015, “*Frequent Use of Social Networking Sites Is Associated with Poor Psychological Functioning among Children and Adolescents. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*”, Vol. 18, No. 7, hal 380-385.
- Santoso, A., 2010, Statistik Untuk psikologi dari blog menjadi buku, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Santrock. J. W., 2003, *Adolescence* (perkembangan remaja), Jakarta: Erlangga.

- _____., 2007, Remaja, Jakarta: Erlangga.
- _____., 2008, *Life Span Development*, Boston: McGraw Hill Companies.
- _____., 2009, *Life Span Development*, Boston: McGraw-Hill.
- _____., 2012, *Life Span Development*, Boston: McGraw-Hill.
- Siregar, S., 2014, *Statistika deskriptif untuk penelitian: Dilengkapi perhitungan manual dan aplikasi spss versi 17*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Soewadji, Jusuf., 2012, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono., 2003, *Metode Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- _____., 2012, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- _____., 2014, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (mixed methods)*, Bandung: Alfabeta.
- Salim, Peter., dan Salim, Yenny., 2002, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, Jakarta: Modern English Press.
- Sukmaraga, I., 2018, *Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Materialisme Pada Remaja*, Skripsi: Universitas Sanata Dharma.
- Sukmasari, R. N., 2013, Tak Hanya Facebook, Instagram Juga Bisa Pengaruhi Psikis Seseorang, *Detik Health*. Diakses dari <http://health.detik.com/read/2013/07/25/163936/2314558/763/tak-hanya-facebook-instagram-juga-bisa-pengaruh-psikis-seseorang>.
- Supratiknya, A., 2014, *Pengukuran psikologis*, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Takwin, Bagus., 2008, *Akadosmos*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Tsang, S. K. M., Hui. Eadaoin. K. P., and Law, Bella. C. M., 2012, “*Positive Identity as a Positive Youth Development Construct: A Conceptual Review*”, *The Scientific World Journal*, hal 1-8.
- Utari, M., 2017, “*Pengaruh media sosial instagram akun @Princessyahrini terhadap gaya hidup hedonis para followersnya*”, *Jom FISIP*, Vol. 4 No. 2.
- We Are Social.*, 2020, *Indonesian Digital Report 2020*.

_____, 2021, *Indonesian Digital Report 2021*.

Widodo, A. S., 2013, “Harga diri dan interaksi sosial ditinjau dari status sosial ekonomi orangtua”, *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, Vol, 2, No. 2.

Woods, H. C., and Scott, H., 2016, “#Sleepyteens: Social Media Use in Adolescence Is Associated with Poor Sleep Quality, Anxiety, Depression and Low Selfesteem”, *Journal of Adolescence*, Vol. 51, hal. 41-49.

Yusuf, Muri., 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, Jakarta: Prenadamedia.





LAMPIRAN - A
SEBARAN DATA PENELITIAN

Skala Harga Diri Coopersmith

No	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18	A19	A20	A21	A22	Total
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	3
2	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	6
3	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	9
4	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
5	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	4
6	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	6
7	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	6
8	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	7
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
10	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	7
11	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	8
12	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	10
13	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	6
14	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	9
16	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	15
17	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2
18	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
19	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	9
20	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	4
21	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	4
22	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4

23	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	6
24	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3
25	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2
26	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	6
27	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
28	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	12
29	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	3
30	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	8
31	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	6
32	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	10
33	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	4
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
35	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
36	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	3
37	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	5
38	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	7
39	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	2
40	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	7
41	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	11
42	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
43	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1	13
44	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	5
45	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	10
46	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	7

47	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	6
48	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	4
49	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
50	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	6
51	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	9
52	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	8
53	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	7
54	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	7
55	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
56	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
57	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
58	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	10
59	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
60	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	8	
61	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
62	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
63	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	6
64	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	5
65	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	6
66	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	8
67	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
68	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	8
69	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
70	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2

71	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	10
72	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
73	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	4
74	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	9
75	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
76	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	9
77	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	8
78	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
79	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	11
80	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
81	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	6
82	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
83	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	14
84	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	15
85	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	17
86	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	12
87	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	13
88	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	10
89	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	14
90	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	18
91	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	14
92	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	13
93	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	14
94	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	12

95	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	11
96	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	13
97	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	11
98	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	14
99	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	13
100	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	14
101	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	13
102	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	14
103	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	15
104	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	12



Scale: SKALA HARGA DIRI

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	22

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
H1	.77	.423	104
H2	.47	.502	104
H3	.27	.446	104
H4	.51	.502	104
H5	.35	.478	104
H6	.39	.491	104
H7	.31	.464	104
H8	.36	.481	104
H9	.39	.491	104
H10	.57	.498	104
H11	.26	.441	104
H12	.35	.478	104
H13	.29	.455	104
H14	.27	.446	104
H15	.41	.495	104

H16	.22	.417	104
H17	.30	.460	104
H18	.34	.475	104
H19	.36	.481	104
H20	.26	.441	104
H21	.21	.410	104
H22	.29	.455	104

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
H1	7.16	25.264	.383	.859
H2	7.46	24.872	.390	.859
H3	7.66	24.614	.511	.855
H4	7.42	25.217	.318	.862
H5	7.59	24.012	.605	.851
H6	7.54	24.698	.437	.857
H7	7.63	24.567	.498	.855
H8	7.58	25.081	.365	.860
H9	7.54	24.795	.417	.858
H10	7.37	25.477	.268	.864
H11	7.67	24.688	.500	.855
H12	7.59	24.672	.457	.857

H13	7.64	24.814	.452	.857
H14	7.66	25.099	.398	.859
H15	7.52	24.640	.445	.857
H16	7.71	24.363	.616	.852
H17	7.63	24.933	.420	.858
H18	7.60	25.369	.309	.862
H19	7.58	25.431	.291	.863
H20	7.67	24.358	.580	.853
H21	7.72	24.572	.573	.853
H22	7.64	24.697	.479	.856



NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Harga diri
N		104
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	7.01
	Std. Deviation	4.882
	Absolute	.121
Most Extreme Differences	Positive	.121
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		1.236
Asymp. Sig. (2-tailed)		.094

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Faktor Penghargaan dan Penerimaan dari Orang-Orang yang Signifikan

No.	A1	A2	A3	A4	A5	A6	Total
1	0	0	0	0	0	0	0
2	1	0	0	1	0	0	2
3	1	1	0	0	0	1	3
4	1	1	1	1	0	1	5
5	1	0	0	1	0	0	2
6	0	1	0	0	0	0	1
7	1	1	0	0	0	0	2
8	1	0	0	1	1	1	4
9	1	1	1	1	1	1	6
10	1	0	0	1	0	0	2
11	1	0	1	1	0	0	3
12	1	0	1	0	1	0	3
13	1	0	0	1	0	0	2
14	0	0	0	0	0	0	0
15	1	0	0	1	0	0	2
16	1	1	1	1	1	1	6
17	1	0	0	0	0	0	1
18	1	0	0	0	0	0	1
19	1	1	1	1	0	1	5
20	0	1	0	0	0	0	1
21	1	1	0	1	0	0	3
22	1	1	0	1	0	0	3
23	1	1	0	0	0	1	3
24	1	0	0	1	0	0	2
25	0	1	0	0	0	0	1
26	0	0	0	1	0	0	1
27	0	0	0	0	0	0	0
28	1	1	1	1	1	1	6
29	1	0	0	0	0	0	1
30	1	1	0	0	0	1	3
31	0	0	0	1	0	0	1
32	1	1	1	1	1	1	6
33	1	0	0	0	0	1	2
34	1	1	1	1	1	1	6
35	0	0	0	0	0	0	0
36	1	0	0	1	0	0	2

37	0	0	0	0	0	1	1
38	0	0	1	1	1	0	3
39	0	0	0	0	0	0	0
40	0	0	0	1	0	0	1
41	1	0	0	0	1	0	2
42	0	0	0	0	0	0	0
43	1	1	0	0	1	1	4
44	0	0	0	0	0	1	1
45	1	0	1	1	1	0	4
46	1	1	0	0	0	1	3
47	1	1	0	1	0	1	4
48	1	0	0	0	1	0	2
49	0	0	0	0	0	0	0
50	1	0	0	1	0	0	2
51	1	1	0	1	0	1	4
52	1	1	1	1	1	1	6
53	1	0	0	1	0	0	2
54	0	0	0	1	1	0	2
55	0	0	0	0	0	0	0
56	1	0	0	0	0	0	1
57	1	1	0	0	0	0	2
58	1	0	0	1	1	0	3
59	0	0	0	0	0	0	0
60	1	1	1	0	1	0	4
61	1	1	1	1	1	1	6
62	0	0	0	0	0	0	0
63	0	0	0	1	0	0	1
64	1	1	0	0	0	1	3
65	0	0	0	1	0	0	1
66	0	0	0	1	0	0	1
67	1	0	0	0	0	0	1
68	1	0	0	0	1	1	3
69	1	1	1	1	1	1	6
70	0	1	0	0	0	0	1
71	1	0	1	1	1	1	5
72	1	0	0	0	0	0	1
73	1	0	0	1	0	0	2
74	1	1	0	1	1	1	5
75	1	0	0	0	0	0	1

76	1	1	0	0	0	1	3
77	1	1	0	0	0	0	2
78	1	0	0	0	0	0	1
79	1	0	1	0	1	0	3
80	1	1	0	0	0	1	3
81	1	0	0	1	0	0	2
82	1	1	0	1	0	1	4
83	1	1	1	1	0	0	4
84	1	1	1	1	1	1	6
85	1	1	1	1	1	1	6
86	1	1	1	0	0	0	3
87	1	0	0	1	1	1	4
88	1	1	0	0	0	0	2
89	1	1	0	0	1	1	4
90	1	1	0	1	1	1	5
91	1	0	0	1	1	1	4
92	1	1	0	1	1	1	5
93	1	0	1	1	1	1	5
94	1	1	1	0	0	0	3
95	1	0	1	0	1	1	4
96	1	1	1	0	1	0	4
97	1	0	1	0	0	0	2
98	1	1	0	1	1	1	5
99	1	1	0	1	0	0	3
100	1	1	0	0	1	1	4
101	1	1	0	0	0	1	3
102	1	1	1	1	0	0	4
103	1	1	1	1	1	1	6
104	1	1	0	1	1	0	4

Faktor Kelas Sosial dan Kesuksesan

No.	A7	A8	A9	A10	A11	A12	Total
1	0	0	0	0	0	0	0
2	0	1	0	1	0	0	2
3	0	1	1	1	0	0	3
4	0	0	0	0	0	0	0
5	0	0	1	0	0	0	1
6	0	0	1	0	0	1	2
7	0	1	1	1	0	0	3
8	0	0	0	1	0	0	1
9	1	1	1	1	1	1	6
10	1	1	0	1	0	1	4
11	0	0	1	0	0	1	2
12	1	0	0	1	0	0	2
13	0	0	1	1	0	0	2
14	0	0	0	0	0	0	0
15	0	1	0	1	0	1	3
16	1	1	0	1	1	1	5
17	0	0	0	0	0	0	0
18	0	0	0	0	0	0	0
19	0	0	0	0	0	0	0
20	0	0	1	1	0	0	2
21	0	0	0	0	0	0	0
22	0	0	0	1	0	0	1
23	0	0	0	1	0	0	1
24	0	0	0	0	0	0	0
25	0	0	0	0	0	0	0
26	1	1	0	1	0	1	4
27	0	0	0	0	0	0	0
28	0	0	0	0	1	0	1
29	0	0	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0	1	1
31	0	1	0	1	0	0	2
32	0	0	1	0	0	0	1
33	0	0	0	0	0	0	0

34	1	1	1	1	1	1	6
35	0	0	0	0	0	0	0
36	0	0	0	0	0	0	0
37	1	0	0	1	0	0	2
38	0	0	0	1	0	1	2
39	0	0	0	0	0	0	0
40	1	1	1	1	0	0	4
41	0	0	1	1	0	1	3
42	0	1	0	1	0	1	3
43	0	1	1	1	0	0	3
44	0	0	0	0	0	0	0
45	0	0	1	1	1	1	4
46	0	0	1	1	0	0	2
47	0	0	0	0	0	0	0
48	0	0	0	1	0	0	1
49	0	0	0	0	0	0	0
50	1	1	0	1	0	0	3
51	0	0	1	1	0	1	3
52	1	0	0	0	0	0	1
53	0	0	0	1	1	0	2
54	1	1	0	1	0	1	4
55	0	0	0	0	0	0	0
56	0	0	0	0	0	0	0
57	0	0	0	0	0	0	0
58	1	1	1	1	0	0	4
59	0	0	0	1	0	0	1
60	0	1	1	0	0	0	2
61	1	1	1	1	1	1	6
62	0	0	0	0	1	0	1
63	0	1	0	1	1	0	3
64	0	0	1	0	0	0	1
65	1	0	0	1	1	1	4
66	0	0	1	1	0	0	2
67	0	0	0	0	0	0	0
68	0	0	1	1	0	0	2
69	1	1	1	1	1	1	6

70	0	0	0	0	0	0	0
71	0	0	0	1	1	1	3
72	0	0	0	1	1	0	2
73	0	0	0	0	0	1	1
74	0	1	1	0	0	1	3
75	0	1	1	1	0	0	3
76	1	0	1	1	0	0	3
77	0	0	1	1	1	1	4
78	0	1	0	1	0	0	2
79	1	1	1	1	0	0	4
80	0	0	0	0	0	0	0
81	0	1	0	1	0	0	2
82	0	0	0	1	0	0	1
83	1	0	1	1	0	1	4
84	0	1	1	0	0	1	3
85	1	1	0	1	1	0	4
86	1	1	0	0	0	0	2
87	1	0	0	1	1	1	4
88	1	1	1	0	0	0	3
89	1	1	1	1	1	1	6
90	1	1	1	0	1	1	5
91	1	0	0	1	1	1	4
92	0	0	0	1	1	1	3
93	0	0	1	1	1	1	4
94	1	1	0	0	1	0	3
95	1	0	1	0	0	1	3
96	0	0	1	1	1	1	4
97	1	1	0	0	1	1	4
98	1	1	0	1	0	0	3
99	0	1	1	1	0	1	4
100	0	0	1	1	1	0	3
101	1	1	0	1	1	0	4
102	1	1	1	1	0	0	4
103	0	0	1	0	1	1	3
104	1	0	1	0	0	1	3

Faktor Nilai dan Inspirasi Individu dalam
Menginterpretasi Pengalaman dan Kesuksesan

No	A13	A14	A15	A16	A17	Total
1	0	0	0	0	1	1
2	0	0	0	0	0	0
3	1	1	1	0	0	3
4	0	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0	0
6	0	0	0	0	0	0
7	0	0	0	0	0	0
8	0	0	0	0	0	0
9	1	1	1	1	1	5
10	0	0	1	0	0	1
11	1	0	1	0	0	2
12	1	0	1	1	1	4
13	1	1	0	0	0	2
14	0	0	0	0	0	0
15	0	0	1	0	0	1
16	1	0	0	0	0	1
17	0	0	0	0	0	0
18	0	0	0	0	0	0
19	0	0	0	0	0	0
20	0	0	0	0	0	0
21	0	0	0	0	0	0
22	0	0	0	0	0	0
23	0	1	1	0	0	2
24	0	0	1	0	0	1
25	0	1	0	0	0	1
26	0	0	1	0	0	1
27	0	0	0	0	0	0
28	0	0	1	1	0	2
29	0	0	0	0	1	1
30	0	0	1	0	0	1
31	0	1	1	0	0	2
32	0	0	0	0	1	1
33	1	0	0	0	0	1
34	1	1	1	1	1	5

35	0	0	0	0	0	0
36	0	0	0	0	0	0
37	0	0	1	0	0	1
38	1	0	0	0	1	2
39	0	0	1	0	0	1
40	0	1	0	0	1	2
41	1	1	1	1	0	4
42	0	0	0	0	0	0
43	1	0	0	1	1	3
44	0	0	0	0	0	0
45	0	0	1	0	1	2
46	1	1	0	0	0	2
47	1	0	1	0	0	2
48	0	0	0	0	0	0
49	0	0	0	0	0	0
50	0	0	1	0	0	1
51	0	0	1	0	0	1
52	0	0	0	0	1	1
53	1	1	0	0	0	2
54	0	0	0	0	1	1
55	0	0	0	0	0	0
56	0	0	0	0	0	0
57	0	0	0	0	0	0
58	0	0	1	0	0	1
59	0	0	0	0	0	0
60	0	0	0	0	0	0
61	1	1	1	1	1	5
62	0	0	0	0	0	0
63	0	0	1	0	0	1
64	0	0	0	0	1	1
65	0	0	0	0	0	0
66	1	1	0	0	1	3
67	0	0	0	0	0	0
68	1	1	0	0	0	2
69	1	1	1	1	1	5
70	0	0	0	0	0	0

71	0	0	1	0	0	1
72	0	0	0	0	0	0
73	0	0	1	0	0	1
74	0	1	0	0	0	1
75	0	0	0	0	0	0
76	0	0	1	1	0	2
77	0	1	0	0	0	1
78	0	0	0	0	0	0
79	0	1	0	0	1	2
80	0	0	0	0	0	0
81	1	0	0	0	1	2
82	0	0	0	0	0	0
83	0	0	1	1	1	3
84	0	0	1	1	0	2
85	1	1	1	1	0	4
86	1	1	1	1	0	4
87	0	0	0	1	1	2
88	0	0	1	1	1	3
89	0	0	1	1	0	2
90	0	1	1	1	1	4
91	1	1	1	0	0	3
92	1	0	0	0	1	2
93	1	1	0	0	1	3
94	1	0	1	0	1	3
95	0	0	0	1	1	2
96	0	0	0	1	1	2
97	0	0	1	1	1	3
98	1	0	1	0	1	3
99	0	1	1	1	1	4
100	1	1	1	1	0	4
101	1	1	0	1	0	3
102	1	1	1	0	0	3
103	1	0	1	0	1	3
104	0	1	1	0	0	2

Faktor Cara Individu dalam Menghadapi Devaluasi

No.	A18	A19	A20	A21	A22	Total
1	0	1	1	0	0	2
2	1	0	0	0	0	1
3	0	0	0	0	0	0
4	0	0	0	0	0	0
5	1	0	0	0	0	1
6	1	0	0	0	1	2
7	0	1	0	0	0	1
8	1	1	0	0	0	2
9	1	1	1	1	1	5
10	0	0	0	0	0	0
11	0	1	0	0	0	1
12	1	0	0	0	0	1
13	0	0	0	0	0	0
14	0	0	0	0	0	0
15	1	1	0	0	1	3
16	1	0	0	0	1	2
17	0	1	0	0	0	1
18	0	0	0	0	0	0
19	0	1	1	1	1	4
20	0	1	0	0	0	1
21	0	1	0	0	0	1
22	0	0	0	0	0	0
23	0	0	0	0	0	0
24	0	0	0	0	0	0
25	0	0	0	0	0	0
26	0	0	0	0	0	0
27	0	0	0	0	0	0

28	0	1	0	1	1	3
29	0	1	0	0	0	1
30	0	0	1	1	0	2
31	1	0	0	0	0	1
32	1	0	0	0	1	2
33	0	0	1	0	0	1
34	1	1	1	1	1	5
35	0	0	0	0	0	0
36	0	1	0	0	0	1
37	1	0	0	0	0	1
38	0	0	0	0	0	0
39	1	0	0	0	0	1
40	0	0	0	0	0	0
41	1	0	0	0	1	2
42	0	0	0	0	0	0
43	0	1	0	1	1	3
44	1	0	1	0	1	3
45	0	0	0	0	0	0
46	0	0	0	0	0	0
47	0	0	0	0	0	0
48	0	1	0	0	0	1
49	0	0	0	0	0	0
50	0	0	0	0	0	0
51	0	0	0	1	0	1
52	0	0	0	0	0	0
53	1	0	0	0	0	1
54	0	0	0	0	0	0
55	0	0	0	0	1	1
56	0	0	0	0	0	0
57	0	0	0	0	0	0
58	1	0	0	0	1	2
59	0	0	0	0	0	0
60	0	1	0	0	1	2
61	1	1	1	1	1	5
62	0	0	0	0	0	0
63	1	0	0	0	0	1

64	0	0	0	0	0	0
65	1	0	0	0	0	1
66	1	0	0	1	0	2
67	0	0	0	0	1	1
68	1	0	0	0	0	1
69	1	1	1	1	1	5
70	0	1	0	0	0	1
71	1	0	0	0	0	1
72	0	0	0	0	0	0
73	0	0	0	0	0	0
74	0	0	0	0	0	0
75	0	0	0	0	0	0
76	1	0	0	0	0	1
77	1	0	0	0	0	1
78	0	0	0	0	0	0
79	0	1	0	0	1	2
80	0	0	0	0	0	0
81	0	0	0	0	0	0
82	0	0	0	0	0	0
83	0	0	1	1	1	3
84	0	1	1	1	1	4
85	1	1	1	0	0	3
86	0	0	1	1	1	3
87	1	1	0	0	1	3
88	1	0	0	0	1	2
89	0	1	1	0	0	2
90	1	0	1	1	1	4
91	0	0	1	1	1	3
92	0	1	1	0	1	3
93	0	1	1	0	0	2
94	0	1	1	1	0	3
95	1	0	1	0	0	2
96	1	0	0	1	1	3
97	0	0	1	1	0	2
98	0	1	1	1	0	3
99	0	1	0	1	0	2

100	0	1	1	1	0	3
101	1	0	1	0	1	3
102	1	0	1	0	1	3
103	0	1	1	1	0	3
104	1	0	1	0	1	3

LAMPIRAN - E

UJI HOMOGENITAS DAN ANALISIS FAKTOR

Correlation Matrix^a

	Penghargaan dan penerimaan dari orang-orang yang signifikan	Kelas sosial dan kesuksesan	Nilai dan inspirasi individu dalam menginterpretasi pengalaman dan kesuksesan	Cara individu dalam menghadapi devaluasi
Correlation Penghargaan dan penerimaan dari orang-orang yang signifikan	1.000	.521	.547	.547
Kelas sosial dan kesuksesan	.521	1.000	.670	.613
Nilai dan inspirasi individu dalam menginterpretasi pengalaman dan kesuksesan	.547	.670	1.000	.651
Cara individu dalam menghadapi devaluasi	.547	.613	.651	1.000

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.818
Approx. Chi-Square		174.475
Bartlett's Test of Sphericity	df	6
	Sig.	.000

Communalities

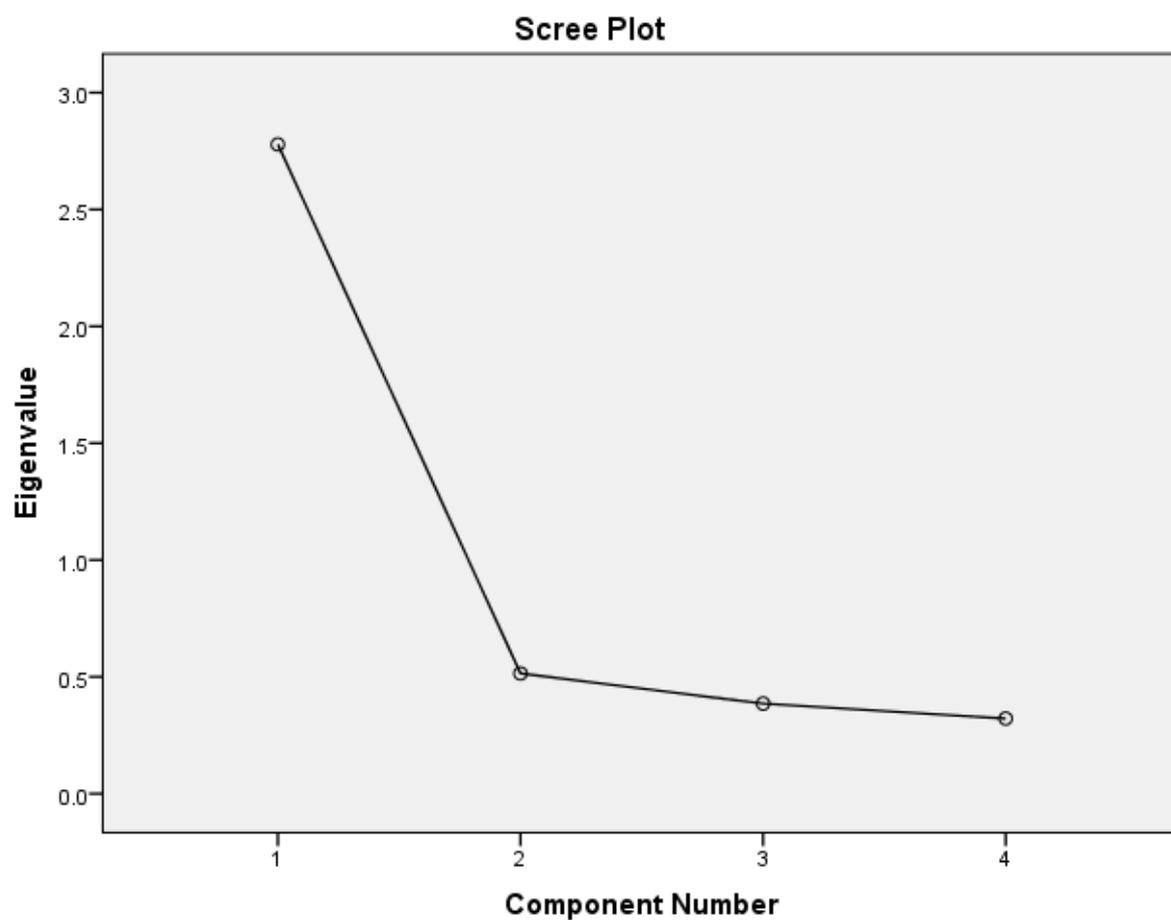
	Initial	Extraction
Penghargaan dan penerimaan dari orang-orang yang signifikan	1.000	.599
Kelas sosial dan kesuksesan	1.000	.714
Nilai dan inspirasi individu dalam menginterpretasi pengalaman dan kesuksesan	1.000	.750
Cara individu dalam menghadapi devaluasi	1.000	.716

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.778	69.459	69.459	2.778	69.459	69.459
2	.515	12.865	82.324			
3	.385	9.637	91.961			
4	.322	8.039	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.



LAMPIRAN - F

UJI DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Penghargaan dan penerimaan dari orang-orang yang signifikan	104	2.76	1.793
Kelas sosial dan kesuksesan	104	1.66	1.452
Nilai dan Inspirasi individu dalam menginterpretasi pengalaman dan kesuksesan	104	1.49	1.428
Cara individu dalam menghadapi devaluasi	104	1.10	1.203
Valid N (listwise)	104		

Frequencies

Statistics

		Penghargaan dan penerimaan dari orang-orang yang signifikan	Kelas sosial dan kesuksesan	Nilai dan Inspirasi individu dalam menginterpretasi pengalaman dan kesuksesan	Cara individu dalam menghadapi devaluasi
N	Valid	104	104	104	104
	Missing	0	0	0	0
Mean		2.76	1.66	1.49	1.10
Std. Error of Mean		.176	.142	.140	.118
Median		3.00	1.50	1.00	1.00

Mode	1 ^a	0	0	0
Std. Deviation	1.793	1.452	1.428	1.203
Variance	3.213	2.109	2.039	1.447
Range	6	5	5	4
Minimum	0	0	0	0
Maximum	6	5	5	4
Sum	287	173	155	114

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Frequency Table

Penghargaan dan penerimaan dari orang-orang yang signifikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	10	9.6	9.6	9.6
1	20	19.2	19.2	28.8
2	20	19.2	19.2	48.1
3	19	18.3	18.3	66.3
4	16	15.4	15.4	81.7
5	8	7.7	7.7	89.4
6	11	10.6	10.6	100.0
Total	104	100.0	100.0	

Penghargaan dan penerimaan dari orang-orang yang signifikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rendah	10	9.6	9.6	9.6
Sedang	75	72.1	72.1	81.7
Tinggi	19	18.3	18.3	100.0
Total	104	100.0	100.0	

Kelas sosial dan kesuksesan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	30	28.8	28.8	28.8
1	22	21.2	21.2	50.0
2	19	18.3	18.3	68.3
3	25	24.0	24.0	92.3
4	2	1.9	1.9	94.2
5	6	5.8	5.8	100.0
Total	104	100.0	100.0	

Kelas sosial dan kesuksesan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rendah	30	28.8	28.8	28.8
Sedang	66	63.5	63.5	92.3
Tinggi	8	7.7	7.7	100.0
Total	104	100.0	100.0	

Nilai dan Inspirasi individu dalam menginterpretasi pengalaman dan kesuksesan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	34	32.7	32.7	32.7
1	24	23.1	23.1	55.8
2	22	21.2	21.2	76.9
3	13	12.5	12.5	89.4
4	7	6.7	6.7	96.2
5	4	3.8	3.8	100.0
Total	104	100.0	100.0	

Nilai dan Inspirasi Individu dalam Menginterpretasi Pengalaman dan Kesuksesan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rendah	34	32.7	32.7	32.7
Sedang	46	44.2	44.2	76.9
Tinggi	24	23.1	23.1	100.0
Total	104	100.0	100.0	

Cara individu dalam menghadapi devaluasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	45	43.3	43.3	43.3
1	24	23.1	23.1	66.3
2	20	19.2	19.2	85.6
3	10	9.6	9.6	95.2
4	5	4.8	4.8	100.0
Total	104	100.0	100.0	

Cara Individu dalam Menghadapi Devaluasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rendah	45	43.3	43.3	43.3
Sedang	44	42.3	42.3	85.6
Tinggi	15	14.4	14.4	100.0
Total	104	100.0	100.0	

LAMPIRAN - G

ALAT UKUR PENELITIAN

Screening Jumlah Pengguna Instagram

A. PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

a. Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya sesuai dengan diri anda yang sebenar-benarnya.

b. Jawablah secara runtut, singkat dan jelas

d. Hasil survei ini tidak dipublikasikan, hanya digunakan untuk kepentingan penelitian

e. Identitas maupun jawaban yang anda pilih, kami jamin kerahasiannya

B. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama (Boleh Inisial) :

2. Jenis Kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

3. Usia :

4. Stambuk :

C. PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

Anda hanya boleh memilih salah satu dari alternatif pilihan jawaban yang diberikan pada setiap pernyataan, dengan memberikan tanda *checklis* pada tempat yang tersedia sesuai dengan pilihan anda masing-masing.

B. Survei Jumlah Pengguna Instagram

1. Apakah anda memiliki akun instagram ?

- Ya
- Tidak

2. Apakah anda pengguna aktif instagram ?

- Ya
- Tidak

KUISIONER

**STUDI IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
HARGA DIRI PADA MAHASISWA PENGGUNA INSTAGRAM DI
FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA**

A. PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

- a. Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya sesuai dengan diri anda yang sebenar-benarnya.
- b. Jawablah secara runtut, singkat dan jelas
- d. Hasil survei ini tidak dipublikasikan, hanya digunakan untuk kepentingan penelitian
- e. Identitas maupun jawaban yang anda pilih, kami jamin kerahasiannya

B. IDENTITAS RESPONDEN

- a. Nama (Inisial) :
- b. Jenis Kelamin :
- c. Usia :
- d. Semester :

C. PETUNJUK PENGISIAN SKALA

Berikut ini saya melampirkan beberapa pernyataan. Anda diminta untuk memberikan jawaban dari pernyataan-pernyataan berikut. Anda hanya boleh memilih salah satu dari alternatif pilihan jawaban yang diberikan pada setiap pernyataan, dengan memberikan tanda *checklis* pada tempat yang tersedia sesuai dengan pilihan anda masing-masing.

No	PERNYATAAN	YA	TIDAK
1	Merasa sedih jika orang terdekat memberikan komentar negatif pada postingan saya di instagram.		
2	Ketika orang yang berarti dalam hidup saya tidak mau mempublikasi diri saya di instagram, saya merasa tidak dianggap.		
3	Jumlah <i>like</i> yang sedikit pada postingan yang saya unggah membuat saya enggan untuk memposting unggahan dikemudian hari.		
4	Sebelum memposting foto, saya akan merasa khawatir jika memperoleh penilaian dari orang lain.		
5	Saya merasa kurang puas ketika mendapatkan jumlah <i>like</i> yang sedikit dari postingan yang saya unggah.		
6	Saya merasa tidak senang ketika orang yang saya sayangi tidak memberikan <i>like</i> pada postingan yang baru saya unggah.		
7	Memantau gaya hidup mewah orang lain di instagram membuat saya merasa rendah diri.		
8	Saya membandingkan diri saya dengan kesuksesan orang lain di instagram.		

9	Melihat konten gaya hidup selebgram di instagram membuat saya sangat ingin menjadi seperti dia.		
10	Saya merasa rendah diri ketika sering melihat postingan mengenai prestasi orang lain di instagram.		
11	Jumlah <i>followers</i> yang sedikit membuat saya merasa tidak populer.		
12	Saya malu memposting foto pribadi karena merasa kurang menarik.		
13	Saya terinspirasi ketika melihat konten tentang infotaimen artis yang viral.		
14	Melihat postingan pamer orang lain membuat saya termotivasi untuk seperti dia.		
15	Ketika saya mendapatkan pencapaian dalam suatu bidang, saya malu mempostingnya di instagram.		
16	Saya enggan mengikuti akun yang berkaitan dengan pengembangan diri (<i>Self Development</i>) karena merasa sia-sia untuk saya ikuti.		

17	Ketika melihat postingan infotaimen artis yang viral, saya menganggap itu mengedukasi.		
18	Saya menjadi rendah diri ketika orang lain mengomentari foto pribadi yang saya unggah.		
19	Saya berani menyinggung orang tertentu melalui <i>instastory</i> yang saya buat.		
20	Saya berani mengeluh di akun instagram untuk mendapat simpati dari orang lain.		
21	Saya tidak senang kepada orang yang memberikan <i>feedback</i> di kolom komentar pada postingan saya.		
22	Saya jarang mengikuti konten yang berkaitan dengan motivasi diri.		

LAMPIRAN - H

SURAT KETERANGAN BUKTI

PENELITIAN



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 730198, 730878, 7364345 ☎ (061) 7388012 Medan 20220
 Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 76 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 ☎ (061) 8226331 Medan 20172
 Website: www.uma.ac.id E-Mail: umc_mediana@uma.ac.id

Nomor : 965/FPSI/01.IX/2021 21 September 2021
 Lampiran : -
 Hal : Riset dan Pengambilan Data

Yth. Bapak/Ibu Dekan
Fakultas Psikologi Universitas Medan Area
 di
 Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

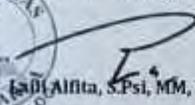
Nama : **Rizki Fidayani**
 NPM : **178600045**
 Program Studi : Ilmu Psikologi
 Fakultas : Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di **Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, Jl. Kolam No. 1 Medan Estate** guna penyusunan skripsi yang berjudul **"Studi Identifikasi Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Harga Diri Pada Mahasiswa Pengguna Instagram di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area"**.

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, dan apabila telah selesai melakukan penelitian maka kami harapkan Bapak/Ibu dapat mengeluarkan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Universitas yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
 Wakil Dekan Bidang Akademik,

Alfita, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog







Tembusan
 - Mahasiswa Yhs
 - Arsip

Scanned by TapScanner



UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360198, 7366679, 7364348. 📠 (061) 7360102 Medan 20223
 Kampus II : Jalan Gattabodi Nomor 79 / Jalan Sei Benyu Nomor 70 A ☎ (061) 8226602. 📠 (061) 8226331 Medan 20122
 Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 4089/UMA/B/01.7/IX/2021 28 September 2021
 Lamp : 1 (satu) Berkas
 Hal : Izin Penelitian Dan Pengambilan Data

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Psikologi
 Universitas Medan Area
 di - M e d a n

Dengan hormat,
 Sesuai dengan surat Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Psikologi Universitas Medan Area nomor 965/FPSI/01.10/IX/2021 tertanggal 21 September 2021 perihal Permohonan Izin Penelitian dan Pengambilan Data Tugas Akhir di Universitas Medan Area oleh mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Rizki Fidayani
No. Pokok Mahasiswa : 178600045
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi

Pada prinsipnya disetujui yang bersangkutan melaksanakan pengambilan data di Lingkungan Universitas Medan Area, untuk pemungjang tugas akhir dengan judul Skripsi "Studi Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Diri Pada Mahasiswa Pengguna Instagram di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area." Dengan tetap mengikuti protokol Covid-19.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wakil Rektor Bidang Administrasi



M. Nur Mahardani Harus, SH, M.Hum

Tembusan :

1. Mahasiswa Ybs
2. File



Scanned by TapScanner



UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kampus I : Jalan Acheh Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360166, 7366678, 7364348 ☎ (061) 7368312 Medan 20221
Kampus II : Jalan Seiabadi Nomor 79 / Jalan Sei Bereny Nomor 70 A ☎ (061) 8229502 ☎ (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: umy_medanuma@uma.ac.id

SURAT KETERANGAN
Nomor : 4319/UMA/B/01.7/X/2021

Rektor Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa

Nama : Rizki Fidayani
No. Pokok Mahasiswa : 178600045
Fakultas : Psikologi
Program Studi : Psikologi

Benar telah selesai Pengambilan Data di Universitas Medan Area pada tanggal 28 sd 30 September 2021 dengan Judul skripsi "Studi Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Diri Pada Mahasiswa Pengguna Instagram di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area".

Dan kami harapkan Data tersebut kiranya dapat membantu yang bersangkutan dalam penyusunan skripsi dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa khususnya Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dapat digunakan seperlunya.

Medan, 11 Oktober 2021
An Rektor
Wakil Rektor Bidang Administrasi



Dr. Setyawan Mahardani, SH, M.Hum

Tembusan

1. Fakultas Psikologi
2. Arsip





Scanned by TapScanner