



**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
PEMBENTUKAN CITRA DIRI DIGITAL
(Survey Pada Mahasiswa Public Relations FIKOM UMB)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi

VIVI HELMAWATI
44219010103
**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vivi Helmawati
NIM : 44219010103
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap
Pembentukan Citra Diri Digital
(Survey Pada Mahasiswa Public Relations
FIKOM UMB)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 3 Januari 2024

UNIVERSIT
MERCU BUANA



Vivi Helmawati

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Vivi Helmawati
NIM : 44219010103
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap
Pembentukan Citra Diri Digital
(Survey Pada Mahasiswa Public Relations
FIKOM UMB)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH, M.Si
NIDN : 0330077301
Ketua Penguji : Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si
NIDN : 0316026801
Penguji Ahli : Finy F. Basarah, M.Si
NIDN : 0319027704


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 3 Januari 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

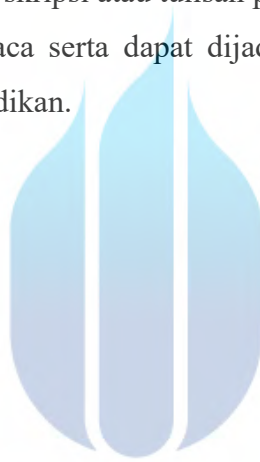
Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat serta pertolongan-Nya sehingga peneliti dapat menyusun skripsi.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta, yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pembentukan Citra Diri Digital (Survey Pada Mahasiswa Public Relations FIKOM UMB)”** dengan baik. Peneliti menyadari penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo S.H, M.Si selaku Dosen Pembimbing Peneliti yang telah meluangkan waktu, dengan sangat sabar membimbing dan mengingatkan serta mendorong peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Dosen di Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan berlangsung sehingga membantu Peneliti menyelesaikan skripsi sesuai pengetahuan yang dimiliki.
6. Kedua orang tua, papa Sugianto, mama Yuyun dan saudara-saudara kandung yang telah memberikan segala doa dan dukungannya kepada Peneliti.

7. Kepada sahabat-sahabatku tercinta yaitu Azlya, Depa, Mita dan Dhea yang telah memberikan dukungan, menemani, dan membantu Peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Seluruh pihak lainnya termasuk responden penelitian yang telah membantu Peneliti dalam menyelesaikan skripsi.

Semoga arahan, motivasi, dan bantuan yang telah diberikan menjadi amal ibadah bagi keluarga, bapak-ibu, dan rekan-rekan, sehingga memperoleh balasan yang lebih baik dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun kesempurnaan skripsi atau tulisan penulis berikutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca serta dapat dijadikan sebagai sumbangan pikiran untuk perkembangan pendidikan.



Jakarta, 3 Januari 2024

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Vivi Helmawati
44219010103

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vivi Helmawati
NIM : 44219010103
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pembentukan Citra Diri Digital (Survey Pada Mahasiswa Public Relations FIKOM UMB)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 3 Januari 204
Yang menyatakan,



(Vivi Helmawati)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Vivi Helmawati
44219010103
Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH, M.Si

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pembentukan Citra Diri Digital
(Survey Pada Mahasiswa Public Relations FIKOM UMB)

ABSTRAK

Kehadiran media sosial seiring perkembangan teknologi yang pesat saat ini sudah banyak digunakan dengan beragam penggunaan media sosial untuk menjalankan aktivitas sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan para penggunanya. Penggunaan media sosial yang semakin intens seiring waktu dapat mengubah pola kehidupan pengguna. Tidak sedikit para pengguna media sosial yang menjadikan media sosial sebagai sarana untuk eksistensi diri guna untuk menunjukkan identitas diri dan mendapat penilaian dari orang lain. Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap pembentukan citra diri digital Mahasiswa Public Relations FIKOM UMB.

Teori yang digunakan adalah teori *uses and gratifications*. Variabel X penggunaan media sosial menggunakan 4 dimensi menurut McQuail yaitu motif informasi, identitas pribadi, integrasi & interaksi sosial dan hiburan. Sedangkan Variabel Y Citra Diri Digital menggunakan 4 dimensi menurut Grad yaitu kesadaran, tindakan, penerimaan dan sikap.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengambilan sampel menggunakan *proportionate stratified random sampling* dengan responden Mahasiswa Public Relations Universitas Mercu Buana yaitu Angkatan 2019, 2020 dan 2021 dengan total 88 responden. Teknik analisis data yang digunakan uji regresi linear sederhana, uji korelasi, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji T)

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial terhadap pembentukan citra diri digital dengan besar pengaruhnya sebesar 63,2% dan sisanya 36,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Dalam uji hipotesis diperoleh hasil nilai uji T sebesar 12,163 dengan nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,001. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh motif penggunaan media sosial terhadap pembentukan citra.

Kata Kunci: Penggunaan, Media Sosial, Citra Diri, Digital, Mahasiswa



Mercu Buana University
Faculty of Communication Science
Studies of Public Relations
Vivi Helmawati
44219010103
Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH, M.Si

The Influence of Motives for Using Social Media on Image Formation

ABSTRACT

The presence of social media, along with the rapid development of technology, is now widely used with various uses of social media to carry out activities according to the needs and interests of its users. The increasingly intense use of social media over time can change users' life patterns. Not a few social media users use social media as a means of self-existence in order to show their identity and receive judgment from other people. The aim of this research aims to determine the influence of the use of social media on the formation of digital self-image of Public Relations Students at FIKOM UMB.

The theory used is the theory of uses and satisfaction. Variable X Meanwhile, Variable Y Digital Self Image uses 4 dimensions according to Grad, namely awareness, action, acceptance and attitude.

This type of research is quantitative research with a survey method. The sampling technique used Proportionate Stratified Random Sampling with Mercu Buana University Public Relations Students, namely the Class of 2019, 2020 and 2021 with a total of 88 respondents. The data analysis technique used is simple linear regression test, correlation test, coefficient of determination test and hypothesis test (T test).

The research results show that there is a positive and significant influence of the use of social media on the formation of digital self-image with a large influence of 63.2% and the remaining 36.8% influenced by other factors. In hypothesis testing, the T test result obtained was 12.163 with the significance value obtained being 0.001. So it can be concluded that there is an influence of motives for using social media on image formation.

Keywords: Use, Social Media, Self Image, Digital, Students

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teoritis.....	16
2.2.1 Komunikasi Bermedia.....	16
2.2.2 Teori <i>Uses and Gratifications</i>	19
2.2.3 Media Sosial.....	22
2.2.4 Fungsi Media Sosial	24
2.2.5 Jenis-Jenis Media Sosial.....	25
2.2.6 Citra Diri Digital	26
2.2.7 Aspek- Aspek Citra Diri Digital.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran	29
2.4 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Paradigma Penelitian.....	31
3.2 Metode Penelitian.....	31

3.3	Populasi dan Sampel	32
3.3.1	Populasi.....	32
3.3.2	Sampel.....	32
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel.....	34
3.3.4	Alokasi Sampel.....	34
3.4	Definisi dan Operasionalisasi Konsep.....	35
3.4.1	Definisi Konsep.....	35
3.4.2	Operasionalisasi Konsep	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data	40
3.5.1	Data Primer.....	40
3.5.2	Data Sekunder	41
3.6	Teknik Analisis Data	41
3.6.1	Uji Regresi Linear Sederhana.....	42
3.6.2	Uji Korelasi	42
3.6.3	Koefisien Determinasi.....	43
3.6.4	Uji T (Parsial).....	44
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1	Profil Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana	45
4.1.2	Visi Misi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.....	46
4.1.3	Struktur Organisasi Fakultas Ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana.....	47
4.2	Hasil Penelitian.....	48
4.2.1	Karakteristik Responden	48
4.2.2	Analisis Variabel X Motif Penggunaan Media Sosial.....	51
4.2.3	Akumulasi Skor Nilai Variabel X Motif Penggunaan Media Sosial..	60
4.2.4	Analisis Variabel Y Pembentukan Citra	62
4.2.5	Akumulasi Skor Nilai Variabel Y Pembentukan Citra Diri.....	71
4.2.6	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	74
4.2.7	Hasil Uji Korelasi	75
4.2.8	Hasil Uji Koefisien Determinasi	76
4.2.9	Hasil Uji Hipotesis (Uji T)	77
4.3	Pembahasan	78

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
5.2.1 Saran Akademis.....	88
5.2.2 Saran Praktis.....	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	93



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Data Populasi Mahasiswa Public Relations.....	32
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian.....	36
Tabel 3.3 Skala Pengukuran Likert.....	41
Tabel 3.4 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	43
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	49
Tabel 4.2 Angkatan Mahasiswa Public Relations Universitas Mercu Buana.....	49
Tabel 4.3 Aktif Sebagai Pengguna Media Sosial.....	50
Tabel 4.4 Frekuensi Mengakses Media Sosial Dalam Sehari.....	50
Tabel 4.5 Durasi Bermain Media Sosial.....	51
Tabel 4.6 “Saya menggunakan media sosial untuk mencari informasi”.....	52
Tabel 4.7 “Media sosial memberikan banyak informasi yang bermanfaat untuk kehidupan sehari-hari”.....	52
Tabel 4.8 “Media sosial dapat menjadi media pembelajaran bagi saya”.....	53
Tabel 4.9 “Saya mengetahui banyak tren yang sedang viral karena menggunakan media sosial”.....	53
Tabel 4.10 “Saya menggunakan media sosial untuk menunjukkan eksistensi diri saya”.....	54
Tabel 4.11 “Saya mengupload segala aktivitas sehari-hari kepada orang lain melalui media sosial”.....	55
Tabel 4.12 “Saya membagikan konten sesuai dengan yang saya sukai”.....	55
Tabel 4.13 “Saya menggunakan media sosial untuk mendapatkan teman baru”.....	56
Tabel 4.14 “Saya menggunakan media sosial untuk melakukan komunikasi dengan orang lain”.....	57
Tabel 4.15 “Saya melakukan interaksi di media sosial seperti memberi <i>like</i> dan komentar pada postingan orang lain”.....	57

Tabel 4.16 “Saya menggunakan media sosial sebagai sarana hiburan untuk mengisi waktu luang”	58
Tabel 4.17 “Saya merasa lega setelah mengungkapkan sesuatu yang ingin disampaikan di media sosial”	59
Tabel 4.18 “Saya menggunakan media sosial untuk melepaskan rasa lelah setelah beraktivitas seharian”	59
Tabel 4.19 “Akumulasi Skor Variabel X”	60
Tabel 4.20 “Saya dapat menarik perhatian orang lain lewat unggahan di media sosial”	62
Tabel 4.21 “Jumlah <i>followers</i> di media sosial bagi saya penting untuk menunjukkan eksistensi diri”	63
Tabel 4.22 “Saya merasa bangga jika postingan yang saya unggah di media sosial mendapatkan <i>like</i> dan komentar dengan jumlah yang banyak”	63
Tabel 4.23 “Saya mengunggah sesuatu di media sosial untuk mengungkapkan perasaan/emosi yang saya rasakan”	64
Tabel 4.24 “Saya selalu memperhatikan penggunaan bahasa dalam menyampaikan informasi di media sosial agar tidak menyinggung orang lain”	65
Tabel 4.25 “Saya memberikan editan dalam setiap foto/video dan memperhatikan pemilihan <i>angle</i> foto yang akan diunggah di media sosial”	65
Tabel 4.26 “Saya berani mengutarakan pendapat atau opini terhadap suatu hal di media sosial”	66
Tabel 4.27 “Saya membuat unggahan dengan memanfaatkan fitur yang ada, seperti menambahkan musik, GIF, hastag, caption, highlight, dll agar lebih menarik”	67
Tabel 4.28 “Saya melakukan interaksi di media sosial dengan baik (memberi <i>like</i> dan komentar) agar tetap menjaga hubungan antar pengguna”	67
Tabel 4.29 “Saya membagikan konten sesuai dengan kesukaan saya untuk menunjukkan identitas diri”	68
Tabel 4.30 “Saya dapat dengan nyaman menunjukkan citra diri saya apa adanya di media sosial”	69

Tabel 4.31 “Saya menerima keadaan diri saya sendiri tanpa merasa minder dan membanding-bandingkan status dan gaya hidup saya yang diperlihatkan orang lain di media sosial”.....	69
Tabel 4.32 “Saya selalu menghargai pendapat orang lain di media sosial mengenai diri saya”.....	70
Tabel 4.33 “Saya peduli bagaimana orang lain menilai saya di media sosial dan mengevaluasinya jika hal itu berkaitan dengan kekurangan saya”.....	71
Tabel 4.34 “Akumulasi Skor Variabel Y”.....	72
Tabel 4.35 “Hasil Uji Regresi Linear Sederhana”.....	74
Tabel 4.36 “Hasil Uji Korelasi”.....	76
Tabel 4.37 “Hasil Uji Koefisien Determinasi”.....	76
Tabel 4.38 “Hasil Uji T Parsial”.....	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4. 1 Akun Instagram Universitas Mercu Buana.....	45
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.....	47

