



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