



**PENGARUH *SELF IMAGE* DAN *FEAR OF MISSING OUT* TERHADAP PENGGUNAAN INSTAGRAM
DALAM MAHASISWA PUBLIC RELATIONS
ANGKATAN 2021 UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**TUGAS AKHIR
(SKRIPSI)**

HARRY SHABAN

44221010024

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2025**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Harry Sha'ban
NIM : 44221010024
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh *Self Image* dan Fear of missing out terhadap penggunaan instagram dalam mahasiswa public relations angkatan 2021 Universitas Mercu Buana

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 28 Mei 2025



Harry Sha'ban

HALAMAN PENGESAHAN

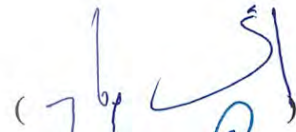
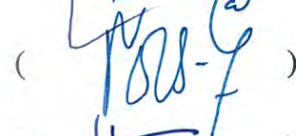
Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama	: Harry Sha'ban
NIM	: 44221010024
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Pengaruh <i>Self Image</i> dan Fear of missing out terhadap penggunaan instagram dalam mahasi public relations angkatan 2021 Universitas M Buana

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	: Muthia Rahayu, S.Ikom M.Ikom
NIDN	: 0322029302
Ketua Penguji	: Novi Erlita, S.Sos, M.A
NIDN	: 0309118502
Penguji Ahli	: Engga Probi Endri S.Ikom, M.A
NIDN	: 0317089402

()
()
()

Jakarta, 28 May 2025
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama	: Harry Sha'ban
NIM	: 44221010024
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Pengaruh <i>Self Image</i> dan Fear of missing out terhadap penggunaan instagram dalam mahasiswa public relations angkatan 2021 Universitas Mercu Buana

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.

Jakarta, 28 Mei 2025

Yang menyatakan,



(Harry Shaban)

ABSTRAK

Nama : Harry Sha'ban
NIM : 44221010024
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh *Self Image* dan *Fear of Missing Out* Terhadap Pemakaian Instagram Dalam Mahasiswa Public relations angkatan 2021 Universitas Mercu Buana Jakarta
Pembimbing : Muthia Rahayu, S.Ikom, M.Ikom

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *self-image* dan *fear of missing out* (FoMO) terhadap pemakaian Instagram pada mahasiswa *Public Relations* 2021 Universitas Mercu Buana Jakarta. *Self-image* adalah citra diri berdasarkan pengalaman pribadi dan reaksis sosial, sedangkan FoMO merupakan kecemasan akan tertinggal dari momen penting di media sosial.

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dengan total sampling sebanyak 136 reaksiden. Data dianalisis dengan regresi linear berganda memakai SPSS versi 26, melalui uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, serta uji F dan uji T.

Hasil menunjukkan bahwa *self-image* ($\beta = 0.208$, $p = 0.008$) dan FoMO ($\beta = 0.487$, $p = 0.000$) berpengaruh signifikan terhadap pemakaian Instagram. Nilai R^2 sebesar 37,3% menunjukkan kontribusi kedua variabel terhadap intensitas pemakaian. Reaksiden memakai Instagram untuk membagikan pengalaman pribadi (mean = 4.19) dan mengikuti tren sosial (mean = 4.26).

Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa *self-image* dan FoMO merupakan faktor penting dalam pemakaian Instagram, terutama untuk ekspresi diri dan interaksi sosial. Mahasiswa disarankan lebih bijak dalam memakai media sosial guna meminimalisasi dampak negatif FoMO.

Kata Kunci: *Self-image*, *Fear of Missing Out* (FoMO), Instagram, Media sosial, Mahasiswa Public Relations

ABSTRAK

Name : Harry Sha'ban
NIM : 44221010024
Study Program : Ilmu Komunikasi
Thesis title : Pengaruh *Self Image* dan *Fear of Missing Out* Terhadap Pemakaian Instagram Dalam Mahasiswa Public relations angkatan 2021 Universitas Mercu Buana Jakarta
Advisor : Muthia Rahayu, S.Ikom, M.Ikom

This study aims to analyze the influence of self-image and fear of missing out (FoMO) on Instagram usage among Public Relations students of the 2021 cohort at Universitas Mercu Buana Jakarta. Self-image refers to one's self-perception shaped by personal experiences and social reaksises, while FoMO is defined as the anxiety of missing out on important moments shared on social media.

The research employed a quantitative approach with a total sampling method involving 136 reaksidents. Data were analyzed using multiple linear regression through SPSS version 26, with tests including validity, reliability, normality, multicollinearity, heteroscedasticity, as well as F-test and T-test.

The results showed that self-image ($\beta = 0.208$, $p = 0.008$) and FoMO ($\beta = 0.487$, $p = 0.000$) have a significant influence on Instagram usage. The R^2 value of 37,3% indicates the contribution of both variables to usage intensity. Most reaksidents use Instagram to share personal experiences (mean = 4.19) and follow social trends (mean = 4.26).

The study concludes that self-image and FoMO are key factors influencing Instagram usage, especially in terms of self-expression and social interaction. Students are encouraged to use social media more wisely to minimize the negative impact of FoMO.

Keywords: *Self-image, Fear of Missing Out (FoMO), Instagram, Social media, Public Relations Students*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa telah menganugerahkan rahmat, dan hidayah-Nya kepada Peneliti dalam rangka menyelesaikan karya Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh Self image Dengan *Fear of missing out* (Fomo) Terhadap Mahasiswa Public Relations Universitas Mercu buana Jakarta Dalam Pemakaian Media Sosial Instagram”. Karya Tugas Akhir ini dibuat bertujuan untuk memenuhi Sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu komunikasi (S.IKom) pada program studi *Public Relations* di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis merasa sangat bersyukur atas segala bantuan, dorongan, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak yang dengan tulus bersedia membantu sampai akhir. Dengan demikian, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Muthia Rahayu, S.Ikom, M.Ikom selaku dosen pembimbing saya yang membantu saya melengkapi serta membimbing saya dalam mengerjakan proposal penelitian ini.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Kepala Program Studi sekaligus dosen pengampu mata kuliah Riset Komunikasi yang sudah memberikan bantuan serta arahan dalam mengerjakan tugas akhir ini.
4. Terima kasih kepada orang tua saya yang selalu memberikan doa dan dukungan nya tanpa henti kepada saya, serta selalu mempercayai diri saya untuk bisa menyelesaikan setiap apa yang saya mulai.
5. Terima kasih kepada kaka-kaka saya yang memberikan saya ilmu dalam mengerjakan tugas Akhir di sengat waktu sibuknya.
6. Terima kasih kepada Rekan saya “ Wedha Cipta Manggala” yang

bersedia membantu saya serta sharing guna menyelesaikan apa yang sudah saya mulai.

7. Terima kasih kepada keluarga besar saya yang memicu saya untuk bisa menyelesaikan apa yang sudah saya mulai untuk mencapai kesuksesan.
8. Terima kasih kepada wanita yang tidak bisa saya sebutkan namanya, namun sangat besar sosoknya untuk membuat saya dari awal tetap maju sampai berada dititik sekarang ini dan membuat saya menemukan jati diri dan sudut pandang terhadap bagaimana cara dunia bekerja.

Jakarta, 17 Mei 2024

Penulis,

Harry Sha'ban



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12

2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kajian Teoritis.....	18
2.2.1 Komunikasi	18
2.2.1.1 Jenis-jenis Komunikasi	19
2.2.2 Self Image.....	20
2.2.2.1 Aspek- Aspek Self Image	21
2.2.2.2 Faktor yang mempengaruhi Self Image	21
2.2.3 Fear of missing out	22
2.2.3.1 Dimensi Fear of missing out.....	22
2.2.3.2 Faktor yang mempengaruhi Fear of missing out.....	23
2.2.3.3 New media.....	25
2.2.3.4 Media sosial	26
2.2.3.4.1 Karakteristik Media Sosial.....	26
2.2.3.4.2 Jenis jenis Media Sosial.....	28
2.2.4 Pemakaian Instagram	28
2.2.4.1 Dimensi Pemakaian instagram.....	29
2.2.4.2 Fitur-fitur instagram	30
2.2.5 Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1 Paradigma Penelitian	32
3.2 Metode Peneltian.....	32

3.3 Populasi dan sampel.....	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel.....	34
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	34
3.4 Definisi dan Operasional Konsep.....	35
3.4.1 Definisi Konsep.....	35
3.4.2 Operasional Konsep	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5.1 Data Primer	37
3.5.2 Data Sekunder	38
3.6 Uji Validitas Reliabilitas instrumen penelitian.....	39
3.6.1 Uji Validitas	39
3.6.2 Uji Reliabilitas	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	42
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.7.1.1 Uji Normalitas.....	43
3.7.1.2 Uji Multikolinearitas.....	43
3.7.1.3 Uji Heteroskedastisitas	43
3.7.2 Analisis Korelasi.....	44
3.7.3 Regresi Linear Berganda.....	45
3.7.4 Koefisien determinan	45

3.7.5 Uji F	45
3.7.6 Uji T	45
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	46
4.1.1 Profil Program Studi Ilmu Komunikasi	46
4.1.2 Visi	47
4.1.3 Misi	48
4.1.4 Tujuan	48
4.2 Hasil Penelitian	49
4.2.1 Analisis Deskripsi	49
4.2.2 Analisis Variabel X1.....	50
4.2.2.1 Hasil Skor Penilaian Variabel X1 Self Image.....	53
4.2.3 Analisis Variabel X2.....	54
4.2.3.1 Hasil Skor Penilaian Variabel X2 Fear of Missing Out	58
4.2.4 Analisi Variabel Y1	59
4.2.4.1 Hasil Skor Penilaian Variabel Y1 Pemakaian Instagram	62
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	63
4.3.1 Uji Normalitas.....	63
4.3.2 Uji Multikolinearitas	65
4.3.3 Uji Heterokedastisitas	66
4.4 Uji Korelasi Berganda.....	67

4.5 Uji Regresi Linear Berganda.....	68
4.5.1 Koefisien Determinan (R^2).....	68
4.5.2 Uji F	68
4.5.3 Uji T	70
4.6 Pembahasan.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Keterbatasan Peneliti.....	78
5.3 Saran.....	78
5.3.1 Saran Teoritis	78
5.3.2 Saran Praktis	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	85

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pemakai platform media sosial terbanyak.....	2
Gambar 1. 2 Data Pemakai Instagram di Indonesia	3
Gambar 1. 3 Instagram Stories Mahasiswa/i Pr 21 Indikasi FoMo.....	7
Gambar 1. 4 Instagram stories Mahasiswa PR 21 membangun self image.....	8
Gambar 4. 1 Histogram Normalitas.....	64
Gambar 4. 2 P-P Plot Normalitas	64
Gambar 4. 3 Hasil <i>ScatterPlot Heterokedastisitas</i>	66



DAFTAR TABEL

Table 2. 1 Penelitian terdahulu.....	14
Table 3. 1 Operasional Konsep	36
Table 3. 2 Uji Validitas Self Image	39
Table 3. 3 Uji Validitas Fear Of Missing Out	40
Table 3. 4 Uji Validitas Pemakaian Instagram.....	40
Table 3. 5 Uji Realibitas <i>Self Image</i>	41
Table 3. 6 Uji Realibitas <i>Fear of misisng out</i>	42
Table 3. 7 Uji Realibitas Pemakaian Instagram	42
Table 4. 1 Hasil Analisis Deskripsi Gender	49
Table 4. 2 Pertanyaan 1 <i>Self Image</i>	50
Table 4. 3 Pertanyaan 2 <i>Self Image</i>	51
Table 4. 4 Pertanyaan 3 <i>Self Image</i>	52
Table 4. 5 Akumulasi Skor <i>Self Image</i>	53
Table 4. 6 Pertanyaan 1 <i>Fear Of Missing Out</i>	54
Table 4. 7 Pertanyaan 2 <i>Fear Of Missing Out</i>	55
Table 4. 8 Pertanyaan 3 <i>Fear Of Missing Out</i>	56
Table 4. 9 Pertanyaan 4 <i>Fear Of Missing Out</i>	57
Table 4. 10 Hasil Skor Akumulasi <i>Fear Of Missing Out</i>	58
Table 4. 11 Pertanyaan 1 Pemakaian Instagram.....	59
Table 4. 12 Pertanyaan 2 Pemakaian Instagram.....	60
Table 4. 13 Pertanyaan 3 Pemakaian Instagram.....	61
Table 4. 14 Hasil Akumulasi Skor Variabel Pemakaian Instagram	62
Table 4. 15 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	63
Table 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas	65
Table 4. 17 Hasil Uji Heterokedastisitas Metode Uji Park	66
Table 4. 18 Hasil Uji Korelasi Berganda	67
Table 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinan (R ²)	68
Table 4. 20 Hasil Uji f	69

Table 4. 21 Hasil Uji T	70
Table 4. 22 Uji Hipotesis Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	85
Lampiran II Tabulasi Data Reaksiden.....	89
Lampiran III Hasil Pengolahan Data SPSS 26.....	104
Lampiran IV CV Peneliti Harry Sha'ban.....	112

