

**ANALISIS KORELASI PENGGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP
SELF-PRESENTATION MAHASISWA REGULER ILMU KOMUNIKASI
SEMESTER 2 UNISKA MAB BANJARMASIN**

Rizka Ananda¹, Sanusi², Dewi Merdayanti³

¹Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 18.11.0170

²Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 0019056202

³Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 1104017302

Email: Rizka.ananda4414@gmail.com

ABSTRAK

Seseorang dengan masalah kepercayaan diri yang rendah cenderung merasa asing di tengah masyarakat. Salah satu permasalahan yang akan terjadi adalah individu memiliki *self-presentation* yang rendah. Umumnya individu dengan *self-presentation* yang rendah tidak mampu mengekspresikan diri sehingga sulit baginya untuk membangun persepsi orang lain terhadap dirinya sebab terkendala dalam berkomunikasi. Kehadiran *Instagram* menjadi media interaksi yang awalnya terbatas pada interaksi *face to face* namun sekarang dapat dilakukan secara *online* dengan dimediasi oleh teknologi komputer dan internet, fenomena ini meyakinkan kita bahwa media sosial seakan memberikan tempat bagi individu untuk mempresentasikan diri.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui korelasi penggunaan *Instagram* terhadap *self-presentation* mahasiswa reguler ilmu komunikasi semester 2 UNISKA MAB Banjarmasin dengan menggunakan teknik *impression management*.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif dengan metode survei menggunakan kuesioner *checklist* dalam skala *likert*, teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Simple Random Sampling*.

Dari analisis korelasi antara variabel penggunaan *Instagram* dan variabel *Self-presentation* mahasiswa memiliki hubungan yang kuat dan bersifat positif dengan kata lain semakin tinggi penggunaan *Instagram* maka semakin tinggi pula *self-presentation* pada mahasiswa, kemudian setelah dilakukan uji regresi linear sederhana maka didapati hasil koefisien determinasi sebesar 36,3%.

Maka dengan kata lain *self-presentation* mahasiswa reguler ilmu komunikasi semester 2 UNISKA MAB Banjarmasin dapat dipengaruhi dengan aktivitas penggunaan media *Instagram*.

Kata Kunci : *Self presentation; Instagram; Strategi Impression Management; Mahasiswa Ilmu Komunikasi.*

ABSTRACT

A person with low self-confidence problems tends to feel unfamiliar in society. One of the problems that will occur is that individuals have low self-presentation. Generally, individuals with low self-presentation are unable to express themselves so it is difficult for them to build other perceptions of themselves because they're constrained in communicating. The presence of Instagram became a medium of interaction that was originally limited face to face interaction but can now be done online by mediating by computer technology and the internet, this phenomenon makes us realize that social media seems to provide a place for individuals to present themselves.

The purpose of this study is to determine the correlation of using Instagram to the self-presentation of regular students of communication science in the 2nd semester of UNISKA MAB Banjarmasin by using impression management techniques.

This type of research is quantitative associative with a survey method using a checklist questionnaire on a likert scale, the sampling technique used in this study is Simple Random Sampling.

From the correlation analysis between the variables using Instagram and the student's self-presentation variable, there is a strong and positive relationship in other words, the higher of the using Instagram, the higher the student's self-presentation. Then after a simple linear regression test, it was found that the coefficient of determination was 36.3%.

Then in other words that Instagram use has a strong correlation with the self-presentation of regular students of communication science in the 2nd semester of UNISKA MAB Banjarmasin.

Keywords: *Self-presentation; Instagram; Impression Management Strateg; Communication science student*

DAFTAR PUSTAKA

- Arnus, S. H. 2015. *Computer Mediated Communication (CMC)*, Pola Baru Berkomunikasi. Al-Munzir (Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Komunikasi Dan Bimbingan Islam), 8(2), 275–289. <https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/al-munzir/article/view/744/680>
- Eriyanto. 2021. *Analisis Jaringan Media Sosial: Dasar-dasar dan Aplikasi Metode Jaringan Sosial Untuk Membedah Percakapan Media Sosial* (1st ed.). Kencana.
- Haryanto, A. T. 2021. *Pengguna Internet Indonesia Tembus 202,6 Juta*. Inet.Detik.Com.<https://inet.detik.com/cyberlife/d5407210/penggunainternet-indonesia-tembus-2026-juta>
- Jalaluddin Rakhmat. 2011. *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Junaedi, F. 2019. *Etika Komunikasi di Era Siber: Teori dan Praktek*. Rajawali Pers.
- Langerya, T. S. N. dan G. 2020. *Hubungan self-esteem dengan self- presentation pada remaja pengguna instagram*. Jurnal Psikologi, 15(2), 172–181. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/proyeksi/article/view/11000>
- Permata, E. H. 2017. *Instagram dan Presentasi Diri (Analisis Kuantitatif Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Presentasi Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNTIRTA Angkatan 2013-2015)*.

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
Banten.

Prihatiningsih, W. 2017. *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. Communication*, 8(1), 51. <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>

Rina Marlina Fitriana, U. Y. 2021. *Hubungan Motif Penggunaan Instagram Sebagai Media Pembentukan Citra dengan Presentasi Diri. Jurnal Sosiohumaniora Kodepena*, 2, 1–141. <http://jsk.kodepena.org/index.php/jsk/article/view/83>

Sugiyono. 2018. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.