



**ANALISIS FOTO FEED DALAM MEDIA INSTAGRAM
SEBAGAI SARANA EKSISTENSI DIRI (STUDI
FENOMENOLOGI DI KALANGAN MAHASISWI FISIP
UHAMKA)**

SKRIPSI

Diajukan oleh:

Nama: Harry Dwi Yantara

NIM:1506015073

Peminatan: Penyiaran



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2020**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Harry Dwi Yantara
NIM : 1506015073
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Judul Proposal : Analisis Foto Feed Dalam media Instagram
sebagai sarana eksistensi diri (Studi Fenomenologi di
kalangan mahasiswi FISIP UHAMKA UHAMKA)

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut diatas adalah benar – benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya atau dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya dan dapat dipertanggung jawabnkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 5 Febuari 2020



Harry Dwi Yantara

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI


Judul Skripsi : Analisis Foto Feed Dalam media Instagram sebagai
Sarana eksistensi diri (Studi Fenomenologi
dikalangan Mahasiswi FISIP UHAMKA

Nama : Harry Dwi Yantara
NIM : 1506015073
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran

Telah diperiksa dan disetujui
untuk mengikuti ujian proposal skripsi oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Hendri Prasetya, M.Si.


Farida Hariyati, S.IP., M.IKom.

Tanggal: 10/3/2020

Tanggal: 10/3/2020

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Foto Feed Dalam media Instagram sebagai Sarana Eksistensi diri (Studi Fenomenologi di kalangan Mahasiswi FISIP UHAMKA)
Nama : Harry Dwi Yantara
NIM : 1506015073
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Rabu, tanggal 12 Februari 2020, dan dinyatakan LULUS


Dr. Hj. Novi Andayani Praptiningsih, M.Si 
Penguji I Penguji II

Tanggal: 20/2/2020

Tanggal: 9-03-2020


Dr. Hendri Prasetya, M.Si. 
Pembimbing I Pembimbing II

Tanggal: 20/2'20

Tanggal: 10/3/2020

Mengetahui,
Dekan




Dra. Tellys Corliana, M.Hum

ABSTRAK

Judul Skripsi : Analisis Foto Feed Dalam media Instagram sebagai Sarana eksistensi diri (Studi Fenomenologi dikalangan Mahasiswi FISIP UHAMKA)

Nama : Harry Dwi Yantara
NIM : 1506015073
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
HALAMAN : 96 + xxi Halaman + 1 Tabel + Gambar 11 + 23 Lampiran + 13 Buku + 5 Skripsi + 2 Jurnal Online + 4 Artikel Online

Berpenampilan menarik dan mengikuti mode yang sedang berkembang tentunya sudah menjadi kemajuan tersendiri, komunikasi visual dinilai lebih diminati oleh anak muda lewat media sosial khususnya Instagram. Upaya mencari jati diri melalui beragam cara dalam proses pembentukannya. Konsep diri kita tidak pernah terisolasi, melainkan bergantung pada reaksi dan respons orang lain. peneliti mengambil rumusan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu bagaimana membentuk konsep diri melalui aplikasi media Instagram di kalangan mahasiswi FISIP UHAMKA?

Teori yang digunakan adalah teori konsep diri, dan teori identitas sebagai teori pendukung penelitian. Peneliti menggunakan teori ini untuk menjelaskan bagaimana membentuk konsep diri melalui aplikasi media Instagram di kalangan mahasiswi FISIP UHAMKA

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif serta metode fenomenologi, pengumpulan data dengan wawancara mendalam dan observasi partisipan dengan model komunikasi Tubs and Moss.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kognitif (kebutuhan informasi) yang membuat pengguna membentuk citra diri. Hal-hal ini seperti kebutuhan dalam menggunakan media sosial, lalu memahami maksud dan fungsi dari penggunaan media sosial tersebut, juga kebutuhan akan informasi melalui media sosial, dan mengikuti trend yang sedang berkembang saat ini merupakan hal yang mempunyai hubungan dalam pembentukan citra diri.

Kata kunci : teori konsep diri, membentuk citra diri, media Instagram

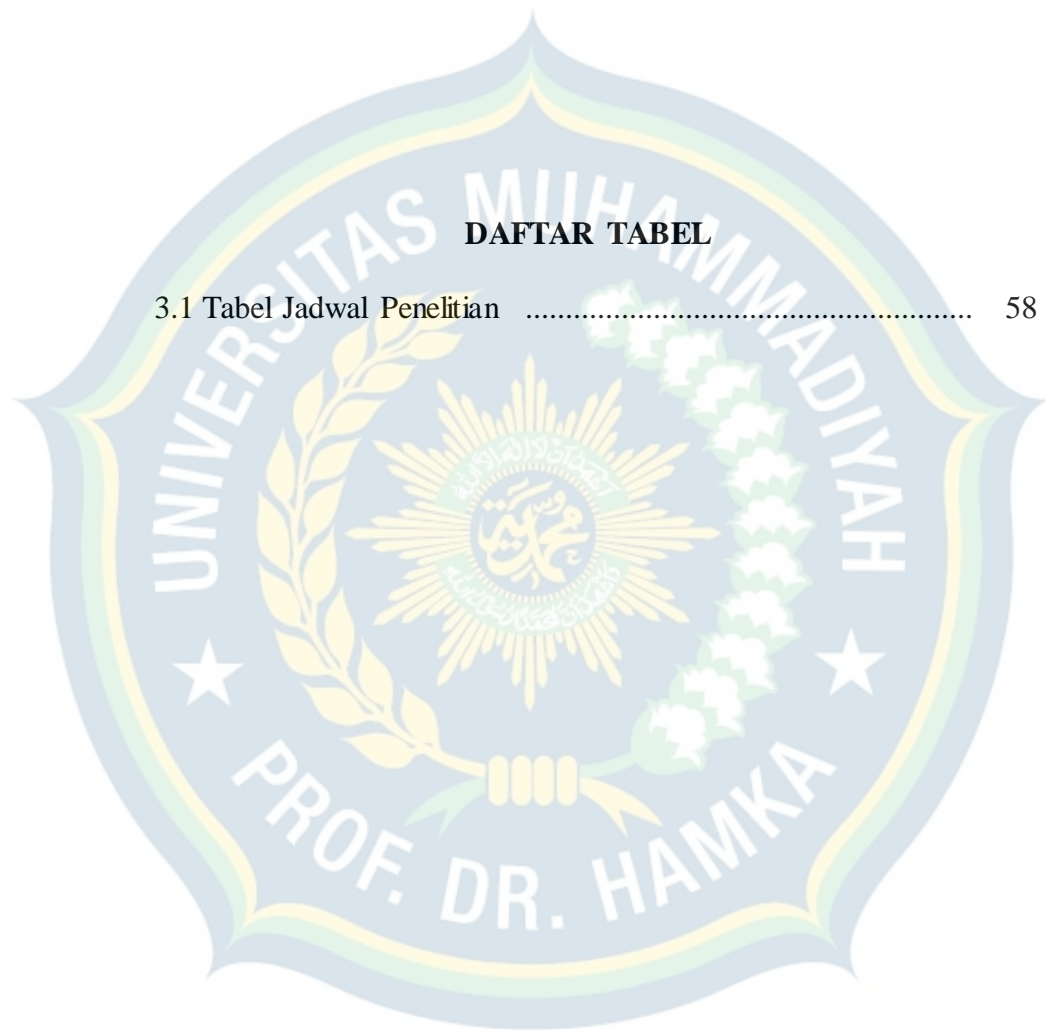
DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| KATA PENGANTAR | ii |
| DAFTAR ISI | iv |
| DAFTAR PUSTAKA | vi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Pembatasan Masalah | 5 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.5 Kontribusi Penelitian | 5 |
| 1.5.1 Kontribusi Akademis | 6 |
| 1.5.2 Kontribusi Praktis | 6 |
| 1.5.1 Kontribusi Sosial | 6 |
| 1.6 Kelemahan & Keterbatasan Penelitian | 6 |
| 1.7 Sistematika Penulisan | 7 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 10 |
| 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu | 10 |
| 2.2 Paradigma Konstruktivis | 11 |
| 2.3 Hakekat Komunikasi | 13 |
| 2.3.1 Definisi Komunikasi | 14 |
| 2.3.2 Fungsi Komunikasi | 17 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.3.4 | Model Komunikasi | 21 |
| 2.3.5 | Elemen Komunikasi | 23 |
| 2.3.6 | Konteks Komunikasi | 25 |
| 2.4 | Penyiaran | 29 |
| 2.4.1 | Fungsi Penyiaran | 30 |
| 2.5 | Komunikasi Massa | 31 |
| 2.5.1 | Definisi Komunikasi Massa | 33 |
| 2.5.2 | Elemen Komunikasi Massa | 31 |
| 2.5.3 | Karakteristik Komunikasi Massa | 31 |
| 2.6 | Teori Konsep Diri | 35 |
| 2.6.1 | Aspek – aspek konsep diri | 38 |
| 2.6.2 | Faktor pembentuk konsep diri | 38 |
| 2.6.3 | Jenis – jenis konsep diri | 40 |
| 2.7 | Teori Identitas Individu | 41 |
| 2.8 | Media Instagram | 43 |
| 2.9 | Kerangka Pemikiran | 45 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | | 47 |
| 3.1 | Pendekatan, Metode, Dan Jenis Penelitian | 47 |
| 3.1.1 | Pendekatan Penelitian | 47 |
| 3.1.2 | Metode Penelitian | 49 |
| 3.1.3 | Jenis Penelitian | 51 |
| 3.2 | Penentu Informan/Subjek Penelitian | 52 |
| 3.3 | Teknik Pengumpulan Data | 54 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 3.4 | Teknik Analisis Data | 57 |
| 3.3 | Waktu, Lokasi, Dan Jadwal Penelitian | 58 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 59 |
| 4.1 | Deskripsi objek Penelitian | 59 |
| 4.1.1 | Profil Informan I..... | 66 |
| 4.1.2 | Profil Informan II..... | 67 |
| 4.1.3 | Profil Informan III..... | 69 |
| 4.1.4 | Faktor pendorong pengguna instagram pada wanita | 70 |
| 4.2 | Deskripsi hasil Penelitian | 73 |
| 4.2.1 | (CMC) <i>commputer mediated communication</i> | 75 |
| 4.2.2 | Faktor - faktor dalam membentuk konsep diri..... | 77 |
| 4.2.3 | Proses terbentuknya citra diri | 84 |
| 4.3 | Pembahasan hasil Penelitian | 89 |
| 4.3.1 | Komponen konsep diri | 88 |
| 4.3.2 | Kaitan dengan teori konsep diri | 92 |
| BAB V PENUTUP | | 94 |
| 5.1 | Kesimpulan | 94 |
| 5.2 | Saran – saran | 95 |
| 5.2.1 | Saran Akademis | 95 |
| 5.2.1 | Saran Metodologis | 95 |
| 5.2.1 | Saran Praktis | 95 |
| 5.2.1 | Saran Akademis | 95 |
| 5.2.1 | Saran Sosial | 96 |

| | |
|----------------------------------|-----------|
| DAFTAR PUSTAKA | 97 |
| LAMPIRAN - LAMPIRAN | 99 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Gambar model komunikasi Tubs dan Moss | 22 |
| Gambar 2.2 Gambar Proses kerangka pemikiran | 46 |
| Gambar 4.1 Gambar media Instagram | 59 |
| Gambar 4.2 Gambar profil informan 1 | 67 |
| Gambar 4.3 Gambar profil informan 2 | 68 |
| Gambar 4.4 Gambar profil informan 3 | 69 |
| Gambar 4.5 Gambar konsep diri positif | 83 |
| Gambar 4.6 Gambar citra diri di Instagram | 84 |
| Gambar 4.7 Gambar citra tubuh di Instagram | 86 |
| Gambar 4.8 Gambar citra diri positif di Instagram | 89 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Membangun citra diri sangatlah penting untuk dilakukan, karena citra diri merupakan salah satu unsur penting untuk menunjukkan siapa kita sebenarnya. Citra diri seseorang terbentuk dari perjalanan pengalaman masa lalu, keberhasilan dan kegagalan, pengetahuan yang dimilikinya, dan bagaimana orang lain telah menilai secara objektif.

Citra diri (*self – image*) adalah sikap seseorang terhadap tubuhnya secara sadar dan tidak sadar. Sikap ini mencakup persepsi dan perasaan tentang ukuran dan bentuk, serta fungsi penampilan dan potensi tubuh saat ini dan masa lalu. Fokus individu terhadap fisik lebih menonjol dari periode kehidupan yang lain. bentuk tubuh, tinggi badan dan tanda – tanda pertumbuhan sekunder.

Pada dasarnya mahasiswa masa kini mempunyai ketergantungan dengan media sosial, melalui media sosial informasi yang dapat diperoleh dengan mudah. Kalangan mahasiswa juga lebih sering mengikuti apa yang menjadi trend di media sosial, karena hal tersebut memberikan dampak yang penting pada mahasiswa itu sendiri dan dalam hal membangun citra diri. Seolah dikonstruksi untuk mengikuti hal yang sedang trend di media sosial, media sosial digunakan kaum milenial sebagai ajang unjuk gigi dalam menampilkan eksistensi dirinya di media sosial.

Berpenampilan menarik dan mengikuti mode yang sedang berkembang tentunya sudah menjadi trend tersendiri, diantaranya penyampaian trend yang paling penting dan cepat adalah lewat media sosial khususnya Instagram.

“Instagram merupakan kanvas kreativitas bagi komunitas *mobile-first* Indonesia yang muda dan antusias. Orang datang ke Instagram untuk terinspirasi secara visual dan kami pun senang dapat menawarkan solusi iklan yang menciptakan nilai bagi komunitas”. Ujarnya dalam acara Instagram di Indonesia, Kamis (14/01/2017).

Dia menyampaikan, berdasarkan data terakhir hingga saat ini Instagram telah menjangkau 400 juta pengguna aktif secara global. Dari 100 juta pengguna yang terakhir bergabung di Instagram. lebih dari setengahnya tinggal di Asia dan Eropa.

“Indonesia sendiri adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak dengan 89% Instagramers yang berusia 18 – 34 tahun mengakses IG setidaknya seminggu sekali, kata Paul. Menurut hasil temuan TNS, lanjut dia, masyarakat Indonesia suka menggunakan Instagram untuk mencari inspirasi, membagi pengalaman *travelling*, tren, dan *mobile first* juga telah mendorong hasil bisnis yang berdampak bagi besar maupun kecil di Indonesia.

“Instagrammers mayoritas anak muda, terdidik, dan mapan. Rata – rata mereka berusia 18 – 24 tahun sebanyak 59%, usia 34 – 44 tahun 11% dan yang

berusia 34 – 45 tahun 30%. Pengguna IG perempuan yang paling aktif sebanyak 63% dan laki – laki 37%, “pungkas Paul.¹

Kehidupan seseorang saat ini telah masuk pada dunia yang serba pilihan, seseorang dapat memilih ia hidup dalam kelompok atau ia hidup dalam masyarakat, bahkan ia boleh hidup dalam dunia yang secara global. Seseorang juga dapat memilih hidup masyarakat lokal tau memilih hidup dalam masyarakat global, bahkan boleh hidup didalam kedua kehidupan itu yaitu glocal (global-lokal), maka kontak – kontak sosial menjadi sangat majemuk dan rumit. Kerumitan ini pula dipacu dengan perkembangan teknologi informasi, sehingga dimana punia berada, ia dapat melakukan kontak sosial dengan siapa saja dan dimana saja yang ia inginkan. Kontak sosial bukan saja menjadi kebutuhan, namun juga menjadi pilihan dengan siapa saja ia melakukannya. (Bungin.2008 : 56)

Secara konseptual kontak sosial dapat dibedakan antara kontak sosial primer dan kontak sosial secara sekunder. Kontak sosial primer, yaitu kontak sosial yang terjadi secara langsung antara seseorang dengan orang atau kelompok masyarakat lainnya secara tatap muka. Sedangkan kontak sosial secara sekunder terjadi melalui perantara yang sifatnya manusiawi maupun dengan teknologi. Ketika masyarakat saat ini telah berkembang dengan tingkat kemajuan teknologi informasi semacam ini, maka kontak – kontak sosial primer dan sekunder semakin sulit dibedakan satu dengan lainnya. Seperti, kontak telepon yang menggunakan teknologi

¹ <https://techno.okezone.com/read/2017/01/14/207/1288332/pengguna-instagram-di-indonesia-terbanyak-mencapai-89>

teleconfrensce dimana kontak terjadi antara per orang (orang dengan kelompok dan sebagainya), secara tatap muka dan saling dapat menyapa namun dari tempat yang sangat jauh. Semua ini menjadi fenomena yang mengacaukan konsep – konsep lama tentang kontak sosial tersebut. (Bungin.2008 : 56 – 57)

Kesan yang orang lain miliki tentang diri kita dan cara mereka bereaksi terhadap diri kita sangat bergantung pada cara kita berkomunikasi dengan mereka, termasuk cara kita berbicara dan cara kita berpakaian. Proses umpan balik ini dapat berubah arah. Ketika kita melihat orang lain bereaksi terhadap kita dan kesan yang mereka miliki tentang kita, kita boleh jadi mengubah cara kita berkomunikasi karena reaksi orang lain itu tidak sesuai dengan cara kita memandang diri kita. Jadi citra yang anda miliki tentang anda berkaitan dalam komunikasi. (Mulyana.2008: 13)

Persoalan citra ini juga nantinya berhubungan secara timbal balik dengan perkembangan media, terutama media massa, sehingga hampir semua bidang kehidupan, seperti politik dan birokrasi, pendidikan, hubungan luar negeri, perilaku agama, *public relation*, dan lain – lainnya akan dapat disumbangkan oleh studi – studi tentang citra realitas media massa. (Bungin. 2008 : 364)

Upaya mereka mencari jati diri mereka melalui beragam cara dalam proses pembentukannya. Manusia sendiri dalam menggambarkan diri mereka, membutuhkan proses yang tidak singkat, dengan kata lain memakan waktu yang sangat lama dengan faktor yang mempengaruhi dalam proses pembentukannya. Dalam prosesnya sendiri, dipengaruhi oleh banyak faktor baik faktor internal maupun eksternal. Interaksi komunikasi kita dengan orang lain, dapat membentuk

suatu perceptif orang lain terhadap kita. yang mana interaksi sosial di dunia maya instagram tersebut cukup dapat memengaruhi diri seseorang yang ingin menunjukkan jati dirinya melalui foto dan *instastory* yang diposting di media sosial instagram pribadinya. Dari hasil foto tersebut pengguna Instagram saling berinteraksi berupa memberikan tanda love, komentar, dimana hal ini tanpa disadari respon yang diberikan berperan dalam proses pembentukan citra diri individunya.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, peneliti mengambil rumusan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu Bagaimana membentuk konsep diri melalui aplikasi media Instagram di kalangan mahasiswi FISIP UHAMKA?

1.3 Pembatasan Masalah

Peneliti membatasi masalah yang akan diteliti agar lebih mudah dan fokus pada penelitian. Penelitian ini hanya fokus terhadap peran mahasiswi FISIP UHAMKA dalam membangun citra diri yang terdapat di media Instagram.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengembangan konsep diri melalui aplikasi media instagram di kalangan mahasiswi FISIP UHAMKA.

1.5 Signifikasi/Kontribusi Penelitian

1.5.1 Kontribusi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan, informasi, dan wawasan untuk bidang ilmu komunikasi dalam hal study deskriptif khalayak aktif. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan dan rujukan bagi pihak lain sehingga dapat diterapkan dalam penelitian serupa.

1.5.2 Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menyadarkan seorang bagaimana penggunaan media instagram sebagai sarana eksistensi diri, bahwa mereka yang mempunyai followers yang banyak seharusnya membuat konten yang bermanfaat dan juga berguna untuk khalayak, karena tidak bisa dipungkiri dengan adanya followers yang banyak maka seorang selebgram bisa menimbulkan efek yang berbeda-beda, terlebih juga deskriptif dari khalayak itu sendiri bisa berbeda beda.

1.5.3 Kontribusi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi khalayak umum untuk pengetahuan dan wawasan mengenai study deskriptif

1.6 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Kelemahan dan keterbatasan dari penelitian ini adalah dikarenakan adanya keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian ini sehingga hasil yang didapatkan belum mewakili teori secara keseluruhan. Kemudian salah satu

keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian hanya mencakup media sosial Instagram. Kelemahan pada penulis dalam melakukan penelitian ini hanya berdasarkan fenomena yang terjadi di lingkungan kampus UHAMKA di Jl Limau II & hanya beberapa informan mahasiswi FISIP UHAMKA Jakarta Selatan.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar pembahasan ini tersusun secara sistematis dan tidak keluar dari permasalahan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah, ditetapkan sistematika pembahasan sebagai berikut.

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti menguraikan mengenai latar belakang masalah penelitian, bukti dan informasi mengenai penelitian yang dilakukan, serta bahan – bahan dalam melakukan penelitian. Dalam hal ini, peneliti melakukan penelitian analisis foto feed dalam media Instagram sebagai sarana eksistensi diri, di lingkungan mahasiswi FISIP UHAMKA.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini peneliti menguraikan perspektif atau paradigma yang digunakan penulis dalam penelitian, konsep – konsep dan teori – teori yang menjadi landasan pokok dalam penelitian ini yakni penggunaan media instagram sebagai sarana eksistensi diri.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi metodologi yang digunakan. Mencakup tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi penelitian dan jadwal penelitian.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, penulis mendeskripsikan mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan konsep diri. faktor – faktor tersebut terdiri dari teori perkembangan, *significant other* (orang yang terpenting atau terdekat) dan *self perception* (persepsi diri sendiri) Individu menilai setiap pengalaman berkaitan dengan konsep diri. Orang ingin bertindak dengan cara yang konsisten dengan citra dirinya, perasaan yang tidak konsisten akan membawa ancaman pada dirinya yang akan menimbulkan kecemasan secara tidak sadar.

5. BAB V PENUTUP

Dalam bab ini, penulis menjelaskan simpulan, saran akademis, metodologis, saran praktis dan saran sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. Komala, Lukiati. Karlinah, Siti. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2007. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta : kencana Prenada Media Group
- Djamal, Hidajanto. Fachrudin Andi. 2011. *Dasar – dasar Penyiaran. Sejarah, organisasi, operasional dan regulasi*. Jakarta : PRENADA MEDIA GROUP
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Lorens, Bagus. 2005. *Kamus filsafat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta : PRENADAMEDIA GROUP
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Nassrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial, perpektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT RAJAGRAFINDO PERSADA

Sobur, Alex. 2014. *Fisafat komunikasi tradisi dan metode fenomenologi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Jurnal online:

Nindito, Fenomena Alfred Schlut: Studi tentang Konstruksi Makna dan Realitas VOLUME 2, NOMOR 1, JUNI 2005: 79-94

Muhammad Rizal A.P, Self-image, Instagram, Teenage women. Volume II, No. I, Feburari 2019, hlm 1-10

Internet :

1. <https://techno.okezone.com/read/2017/01/14/207/1288332/pengguna-instagram-di-indonesia-terbanyak-mencapai-89>
diakses pada tanggal 19 Desember 2019 pukul 23.30 WIB
2. <https://www.tek.id/tek/instagram-di-indonesia-didominasi-pengguna-pria-b1U2A9bXi> diakses pada tanggal 19 Desember 2019 pukul 22.30 WIB
3. <https://www.suara.com/teknologi/2019/06/19/133252/pengguna-instagram-dan-facebook-indonesia-terbesar-ke-4-di-dunia> diakses pada tanggal 3 Desember 2019 pukul 00.30 WIB
4. <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Instagram>
diakses pada tanggal 16 Oktober 2019 pukul 22.30 WIB