

**PENGGUNAAN INSTAGRAM DAN KEPERCAYAAN DIRI
ANGGOTA I-FOTOGRAFI (Survei terhadap Mahasiswa
UHAMKA I-Fotografi)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Strata 1 (S1) Bidang Ilmu Komunikasi

Diajukan Oleh

Nama : Try Annisa Fitriyani

NIM : 1306015109

Peminatan : Penyiaran



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR.
HAMKA JAKARTA, 2018**

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

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Try Annisa Fitriyani

NIM : 1306015109

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran

Judul : Penggunaan Instagram dan Kepercayaan Diri Pengikut I-Fotografi (Survei terhadap Mahasiswa UHAMKA I-Fotografi)

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

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

Jakarta, 08 Februari 2018

Yang menyatakan,



Try Annisa Fitriyani

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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Penggunaan Instagram dan Kepercayaan Diri Anggota I-
Fotografi (Survei terhadap Mahasiswa UHAMKA I-
Fotografi)
Nama : Try Annisa Fitriyani
NIM : 1306015109
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran

Telah diperiksa dan disetujui
untuk mengikuti ujian skripsi oleh,

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Sri Mustika, M.Si



Dr. Maryono Basuki, M.Si

Tanggal :

Tanggal :

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Penggunaan Instagram dan Kepercayaan Diri Anggota I-
Fotografi (Survei terhadap Mahasiswa UHAMKA I- Fotografi)

Nama : Try Annisa Fitriyani

NIM : 1306015109

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Selasa, 20 Februari 2018, dan dinyatakan LULUS.



Nurlina Rahman, S. Pd., M. Si.
Penguji I

Tanggal : 29-3-2018



Gilang Kumara Putra, S. Sos., M. I. Kom.
Penguji II

Tanggal : 29-3-2018



Dr. Sri Mustika, M. Si.
Pembimbing I

Tanggal :



Dr. Maryono Basuki, M. Si.
Pembimbing II

Tanggal :

Mengetahui
Dekan



Said Romadlan, S.Sos., M.Si

ABSTRAK

Judul : Penggunaan Instagram dan Kepercayaan Diri Anggota I-Fotografi (Survei terhadap Mahasiswa UHAMKA I-Fotografi)

Nama : Try Annisa Fitriyani

NIM : 1306015109

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran

Halaman : 87 + xiv halaman + 15 tabel + 7 gambar + 11 lampiran

Instagram merupakan aplikasi media sosial berbagi foto dan video yang digemari di kalangan remaja dan suatu komunitas saat ini. Pengguna Instagram dapat mengunggah foto, video, informasi dan segala aktivitas untuk berbagi dengan pengguna Instagram lainnya. Instagram juga dapat digunakan oleh suatu komunitas seperti I-Fotografi UHAMKA untuk menambah rasa percaya diri anggotanya dengan bakat dan kreatifitasnya menghasilkan foto dan video yang berkualitas, dengan mengunggah foto atau video yang menurutnya bagus dan dapat dilihat oleh pengikutnya (*follower*) dan member tanda suka (*like*).

Penelitian ini ingin mengetahui intensitas kepercayaan diri Mahasiswa UHAMKA anggota I-Fotografi dalam penggunaan aplikasi Instagram. Penelitian ini menggunakan paradigm Positivisme dengan metode survey dan pendekatan Kuantitatif. sampel yang di ambil sebanyak 60 responden dari 149 populasi Mahasiswa UHAMKA anggota komunitas I-Fotografi UHAMKA. Dalam penelitian ini ingin mengetahui seberapa besar kepercayaan diri anggota I-Fotografi dalam penggunaan Instagram untuk menunjukkan hasil-hasil dari karya mereka yang mereka *posting* didalam akun Instagram @ifotografiuhamka.

Hasil penelitian : berdasarkan tabel deskriptif interval, nilai rata-rata (*mean*) penggunaan media sosial Instagram dengan skor 66,36 berada pada kategori sedang dan distribusi frekuensi penggunaan sosial media Instagram berada pada kategori sedang dengan persentasi sebesar 30%. Berdasarkan tabel deskriptif interval, nilai rata-rata (*mean*) kepercayaan diri dengan skor 36,65 berada pada kategori tinggi. Berdasarkan tabel distribusi frekuensi, kepercayaan diri pengikut I-Fotografi berada pada kategori tinggi dengan persentasi sebesar 68,4%.

Kata Kunci : Kepercayaan Diri, Pengguna Instagram

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Swt yang senantiasa melimpahkan segala nikmat-Nya kepada kita sekalian. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad Saw, yang telah berjuang membawa umat manusia dari zaman jahiliyah menuju alam pencerahan.

Berkat bantuan semua pihak, penulis berhasil menyelesaikan Skripsi yang berjudul “PENGUNAAN *INSTAGRAM* DAN KEPERCAYAAN DIRI PENGIKUT I-FOTOGRAFI (Survei terhadap Mahasiswa UHAMKA I-Fotografi)”. Skripsi merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi dari prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Said Ramadhan, S.Sos., M.Si. selaku Dekan FISIP UHAMKA
2. Dr. Sri Mustika, M.Si. selaku Wakil Dekan FISIP UHAMKA. Sekaligus dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, petunjuk dan arahan dalam menyelesaikan skripsi.
3. Dini Wahdiyati S.Sos., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA.
4. Dr. Maryono Basuki, M. Si., selaku dosen pembimbing 2 yang telah mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Nurlina Rahman. S. Pd., M. Si., selaku dosen penguji I. Terima kasih atas segala arahan, bimbingan, serta saran demi selesainya skripsi ini.

6. Gilang Kumari Putra S. Sos., M. I.Kom., selaku penguji II. Terima kasih atas segala arahan, bimbingan, serta saran demi selesainya skripsi ini.
7. Yang tersayang keluarga, terutama Orang tua, terima kasih atas segala doa dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis selama ini. Kak Ade Andriyani, Kak Asri Maulidya Ningsih dan Rizqa Amanah Akhiriah terimakasih telah memberi semangat kepada penulis.
8. Teman-teman Bala (Amalia,Indri, Amanda, Mega, Wiki, Rimasyah, Retno dan Lavenia) dan ka Azi dan Hesti yang memberikan semangat serta arahan kepada penulis.
9. Teman-teman FISIP UHAMKA angkatan 2013, terimakasih telah memberi semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri dan pada umumnya bagi pembaca.

Jakarta, 08 Februari 2018

Try Annisa Fitriyani,

NIM:1306015109

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN		
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Perumusan Masalah	11
1.3.Pembatasan Masalah	12
1.4.Tujuan Penelitian	12
1.5.Signifikansi Penelitian	12
1.6.Sistematika Penelitian	13
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN		
2.1. Paradigma Positivisme	15
2.2. Hakekat Komunikasi	16
2.2.1. Definisi Komunikasi	16
2.2.2. Proses Komunikasi	18
2.2.3. Fungsi Komunikasi	19
2.2.4. Model Komunikasi	21
2.2.5. Hambatan Komunikasi	23
2.2.6. Elemen Komunikasi	25

2.2.7. Konteks-Konteks Komunikasi	27
2.3. Komunikasi Antarpribadi	29
2.3.1. Karakteristik Komunikasi Antarpribadi	30
2.3.2. Proses Komunikasi Antarpribadi	30
2.4. Sejarah I-Fotografi	31
2.5. Kepercayaan Diri	32
2.5.1. Ciri-ciri Kepercayaan Diri	33
2.5.2. Faktor-faktor Pembentukan Rasa Kepercayaan Diri	33
2.6. New Media	34
2.7. Instagram	37
2.8. Teori Konsep Diri	39
2.9. Hipotesis Penelitian	40
2.10. Definisi Konsep dan Operasional Konsep	41
2.10.1. Definisi Konsep	41
2.10.2. Operasional Konsep	41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan, Jenis, dan Metode Penelitian	46
3.1.1. Pendekatan Kuantitatif	46
3.1.2. Jenis Penelitian	47
3.1.3. Metode Penelitian	48
3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sample	48
3.2.1. Populasi	48
3.2.2. Sampel	49

3.2.3. Teknik Penarikan Sampel	50
3.3. Teknik Pengumpulan Data	51
3.4. Teknik Analisis Data	53
3.5. Lokasi dan Waktu Penelitian	54
3.6. Jadwal Penelitian	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. I-Fotografi	56
4.1.1. Sejarah I-Fotografi	56
4.1.2. Definisi I-Fotografi	57
4.1.3. Struktur Organisasi UKM MPF I-Fotografi	58
4.2. Instagram	60
4.3. Subjek Penelitian	61
4.4. Analisis Karakteristik Responden	61
4.4.1. Jenis Kelamin	61
4.4.2. Status Keanggotaan Responden	62
4.5. Hasil Penelitian	62
4.5.1. Penggunaan Instagram Pengikut I-Fotografi	63
4.5.2. Kepercayaan Diri Pengikut I-Fotografi	68
4.5.3. Tabulasi Silang	71
4.6. Pembahasan	72
4.6.1. Penggunaan Media Sosial Instagram @ifotografiuhamka oleh Anggota I-Fotografi UHAMKA	72
4.6.2. Kepercayaan Diri Anggota I-Fotografi UHAMKA.....	73

4.6.3. Kepercayaan Diri Anggota I-Fotografi UHAMKA terhadap Penggunaan Instagram	74
4.7. Relevansi Penelitian dengan Teori Konsep Diri	74

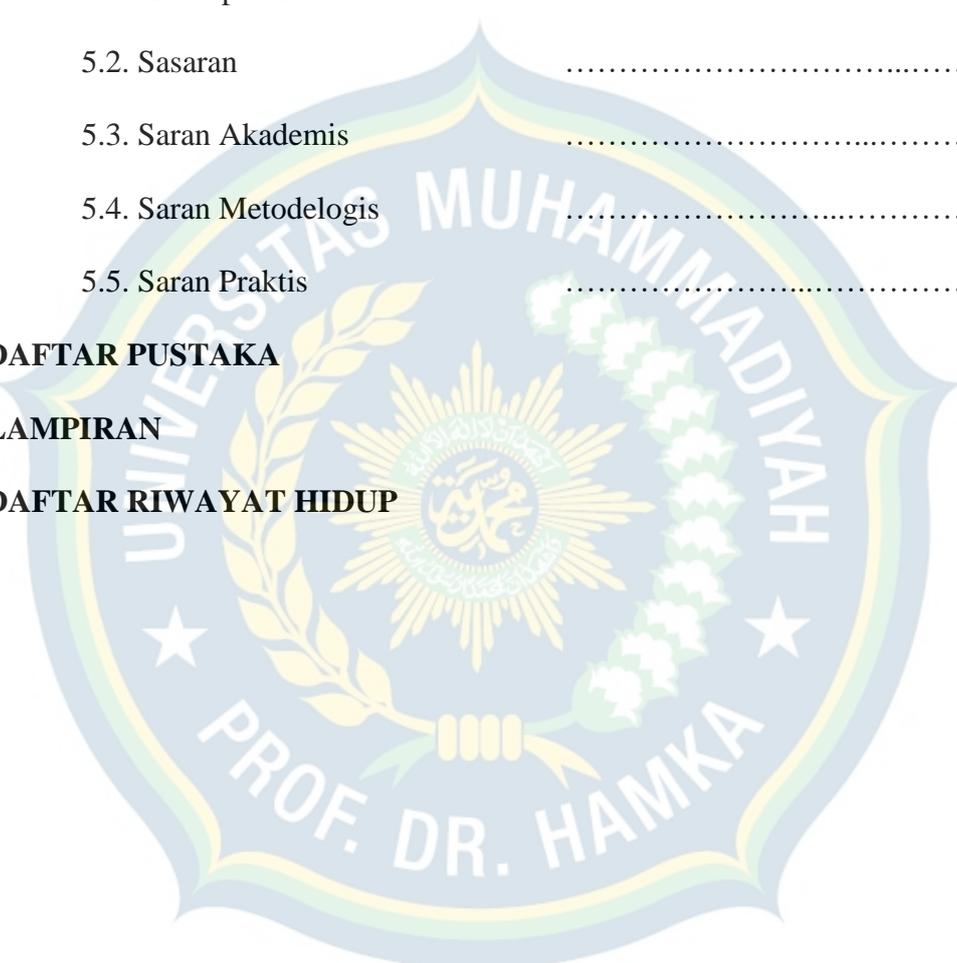
BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	78
5.2. Sasaran	78
5.3. Saran Akademis	78
5.4. Saran Metodologis	78
5.5. Saran Praktis	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

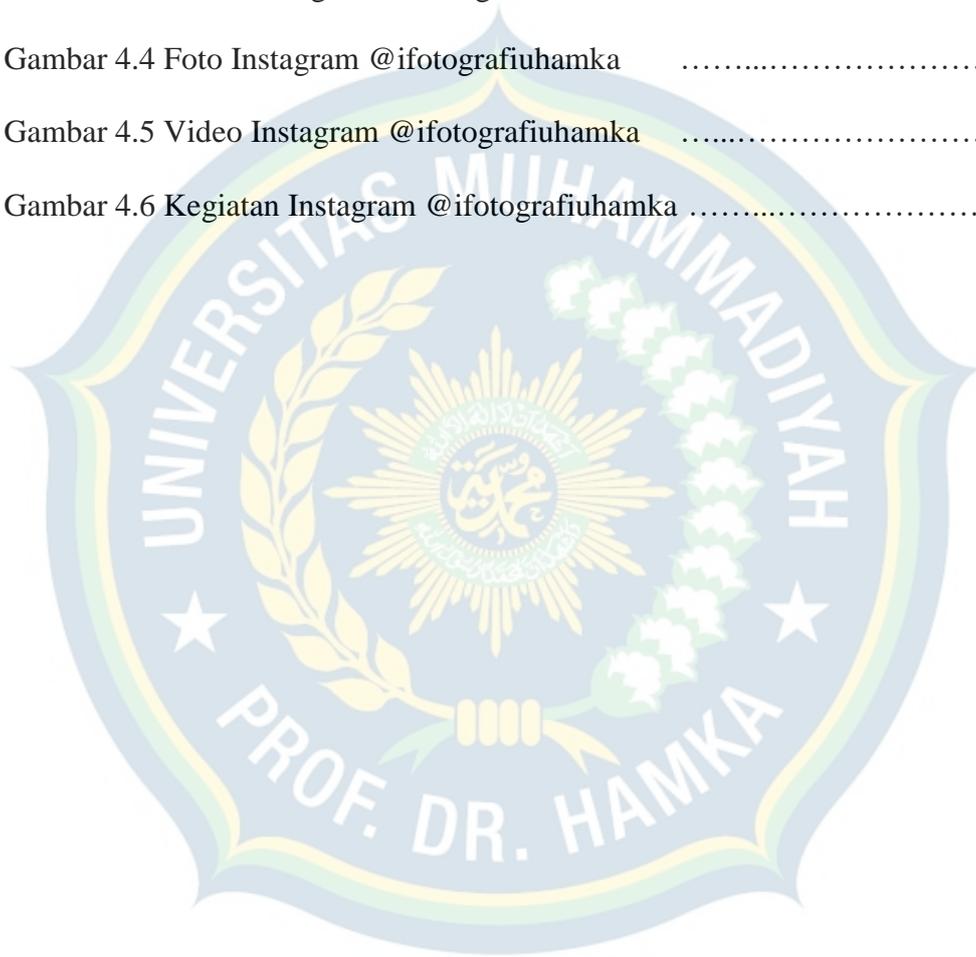


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Definsi Konsep Penggunaan Media dan Indikator	42
Tabel 2.2. Unsur-unsur Penggunaan Instagram	42
Tabel 2.3. Obyek-obyek Instagram I-Fotografi @ifotografiuhamka,.....	43
Tabel 2.4. Operasionalisasi Variabel Penggunaan Instagram @ifotografiuhamka	43
Tabel 2.5. Definsi Konsep Kepercayaan Diri dan Indikator	44
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	61
Tabel 4.2 Status Keanggotaan Responden	62
Tabel 4.3 Penggunaan Instagram I-Fotografi @ifotografiuhamka	63
Tabel 4.4 Deskriptif Interval Variabel Y	67
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel X	68
Tabel 4.6 Kepercayaan Diri Pengikut I-Fotografi	68
Tabel 4.7 Deskriptif Interval Variabel Y	70
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Y	71
Tabel 4.9 Kepercayaan Diri * Penggunaan Media Crosstabulation	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi Wilbur Schram	23
Gambar 4.1 Lambang I-Fotografi	57
Gambar 4.2 Instagram	60
Gambar 4.3 Nama Instagram @ifotografiuhamka	63
Gambar 4.4 Foto Instagram @ifotografiuhamka	64
Gambar 4.5 Video Instagram @ifotografiuhamka	65
Gambar 4.6 Kegiatan Instagram @ifotografiuhamka	66



Bab I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi media yang terus mengalami pembaharuan dan memberikan pengaruh serta landasan perlunya mempelajari komunikasi antarbudaya, seperti halnya proses interaksi antarmanusia yang dimediasi oleh teknologi dan mampu menjangkau lapisan masyarakat dari belahan dunia manapun menjadi semakin terbuka. Pesan yang sebelumnya tercetak kini bisa dinikmati secara audio, visual, bahkan kombinasi antara audio-visual. Lebih dari itu, media juga sudah menjelma sebagai sumber hiburan, pendidikan, sosial, gaya hidup, hingga bisnis yang menguntungkan. (Nasrullah, 2012 : 266).

Perkembangan media teknologi khususnya internet sebagai salah satu dampak pembaharuan perkembangan teknologi pada dasarnya tidak hanya bisa menjadi semacam pintu untuk mengetahui budaya yang ada pada masyarakat di daerah itu, melainkan menjadi perangkat dalam ekspresi budaya itu sendiri.

Menurut Holmes (2005), internet merupakan tongkat perkembangan teknologi interaksi global di akhir dekade abad ke-20 yang mengubah cakupan serta sifat dasar medium komunikasi. Transformasi ini disebut sebagai *second media age*. Pada transformasi ini, media tradisional seperti radio, koran, bahkan televisi telah banyak ditinggalkan oleh khalayak dan beralih ke media internet yang lebih kontemporer. Era teknologi digital dan teknologi komunikasi (internet) telah mengubah arah komunikasi yang selama ini menganut pola *broadcast* (satu arah)

sehingga kehadiran teknologi komunikasi menjadi dua arah bahkan lebih atraktif. Komunikasi yang terjadi lebih instan, dinamis, tidak tersentral, dan melibatkan khalayak.

Perkembangan media teknologi, seperti Internet saat ini semakin banyak diminati dalam kehidupan sosial masyarakat, karena internet telah mengubah perilaku manusia secara global kearah yang lebih kompleks pada era globalisasi seperti sekarang ini, setiap orang atau instansi tidak terlepas dari penggunaan media telekomunikasi internet. Salah satu dari fenomena tersebut dari penggunaan internet adalah situs jejaring sosial.

Saat ini manusia sudah sangat dimudahkan dalam hal berkomunikasi. Berbagai alat canggih komunikasi telah dikembangkan mulai dari perkembangan telepon genggam atau *handphone* yang semakin canggih dengan tujuan untuk mempermudah manusia dalam berkomunikasi. Hingga Internet yang telah bertambah fungsinya sebagai jaringan komunikasi yang sangat efektif. Saat ini, internet dapat digunakan oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja dengan menggunakan berbagai media elektronik seperti *handphone*, laptop, tablet, atau PC, dan *gadget*.

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti "sama", *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti "membuat sama" (*to make common*). Istilah *communis* paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Pengertian ini mengartikan bahwa "suatu pikiran, suatu makna" atau "suatu pesan yang dianggap sama" (Mulyana, 2008 :

46). Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak terlepas dari komunikasi. Manusia sejak dilahirkan sudah berkomunikasi dengan lingkungannya. Dapat diartikan pula bahwa komunikasi adalah saling menukar pikiran atau pendapat satu sama lain. (Widjaja, 2000 : 26).

Manusia sesuai dengan kodratnya adalah makhluk sosial. Manusia memerlukan manusia lain atau kelompok lain, sehingga kehidupan manusia baik perseorangan maupun sebagai anggota kelompok selalu berhubungan. Pelaksanaan dari serba hubungan ini bagi manusia merupakan proses komunikasi.

Salah satu karakteristik yang paling mendasar dari komunikasi adalah pengaitannya atau hubungannya dengan perilaku (*behavior*). Behavior ini dikaitkan dengan hubungan antara dua orang atau lebih. Dengan demikian perilaku akan terlihat apabila telah timbul kontak sosial (*social contact*). Proses komunikasi akan terjadi apabila seseorang telah melihat perilaku orang lain dan kemudian mengaitkannya dengan sebuah arti dalam persepsinya. (widjaja, 2000 : 43-44).

Banyak definisi menurut para ahli tentang pengertian komunikasi dari sudut pandang mereka masing-masing, yang di antaranya di paparkan oleh William Albig komunikasi adalah proses pengoperan lambang-lambang yang berarti bagi individu-individu (Widjaja, 2000 : 15). Menurut Carl I. Hovland komunikasi adalah proses di mana seseorang individu mengoperkan perangsang untuk mengubah tingkah laku individu-individu yang lain (Widjaja, 2000 : 15). Menurut Gerald R. Miller komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu

pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima (Mulyana, 2008 : 68).

Berbagai definisi komunikasi yang diberikan oleh para ahli tersebut pada dasarnya, selalu terarah kepada unsur-unsur komunikasi bahwa komunikasi adalah proses atau tindakan penyampaian pesan (*message*) dari pengirim (*sender*) ke penerima (*receiver*), melalui sebuah saluran (*channel*) yang biasanya mengalami gangguan (*noise*) (Mufid, 2007 : 2).

New media merupakan sebuah perantara baru atau perubahan media lampau menjadi media yang digunakan pada saat ini dengan gaya dan fasilitas penggunaan yang berbeda. Sedangkan *New Media* ini sendiri terbentuk dari jaringan komunikasi serta interaksi manusia melalui jaringan internet, dan memiliki konsep jaringan komunikasi yang cukup luas yang didukung oleh perkembangan yang cukup pesat (Yosal : 118).

Perkembangan jaringan komunikasi ini semakin memperluas jangkauan dan kemampuan berjangkanya yang menjadi alat komunikasi untuk mempererat hubungan satu sama lain dengan perkembangannya yang semakin menambah jaringan relasi. *New Media* ini juga tidak serta merta bisa langsung digunakan karena sebelum bisa terhubung dengan jaringan komunikasinya dimedia sosial harus menggunakan perangkat pendukung seperti *gadget* yang terhubung dengan koneksi internet.

Pada awalnya *new media* merupakan sarana komunikasi massa yang digunakan khalayak untuk bersosialisasi dan memperoleh informasi berupa berita

maupun hiburan. Akan tetapi saat ini *new media* sudah berkembang dari komunikasi massa menjadi komunikasi kelompok.

Seiring perkembangan internet dan media *online*, muncul media sosial yang membuat internet semakin diminati, khususnya dikalangan remaja. Bermula dari kehadiran media sosial yang cukup terkenal yaitu *Friendster* pada 2002 hingga 2005, *Facebook* pada 2006, *Twitter* pada 2009, *Path* dan *snapchat* pada 2010, sampai jejaring media sosial yang saat ini sedang *trend* di kalangan remaja yaitu *Instagram* yang muncul pada 2010.

¹*Instagram* merupakan salah satu media sosial populer di dunia, termasuk Indonesia yang memiliki berjuta anggota dari berbagai tipe akun media sosial.

Awal kehadiran *Instagram* dirintis sebagai aplikasi berbasis iOS, yang kemudian justru dipopulerkan dan dibesarkan namanya oleh para pengguna Android. Saat ini keberadaan media sosial *Instagram* sangat digandrungi oleh masyarakat, khususnya di kalangan remaja.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. Pengguna *Instagram* dapat mengunggah foto, video, informasi dan segala aktivitas untuk berbagi dengan pengguna *Instagram* lainnya, dan juga sebaliknya pengguna lain dapat memberikan masukan seperti mengoment dan menyukai (*like*) foto atau video yang telah diunggah oleh pemilik akun tersebut di media sosial *Instagram*. *Instagram* mengeluarkan fitur terbaru *update mirror* pada

¹ <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Instagram> di akses pada tanggal 27 Mei 2017 pada pukul 18.30.

tanggal 3-4 Agustus 2016. Setelah sebelumnya pihak *instagram* mengeluarkan fitur terbaru yaitu *Multi Account Login*, yang artinya kita dapat menambahkan lebih dari 1 akun *instagram* dengan mudah tanpa harus keluar masuk akun tersebut. Kini *instagram* hadir dengan fitur barunya yang mirip dengan *SnapChat*, dimana pengguna bisa membuat video siaran langsung dan membuat video dan foto hanya dalam waktu 24 jam bisa terhapus dengan sendirinya.

Pengunggah akan merasa percaya diri jika apa yang ia bagikan mendapatkan respon dari pengguna lainnya atau yang sering disebut dengan *Followers*, hal tersebut yang membuat rasa kepercayaan diri pengguna meningkat dan akan terus menerus mengunggah segala aktivitasnya ke dalam media sosial *Instagram*.

Kepercayaan diri merupakan suatu keyakinan seseorang terhadap segala aspek kelebihan yang dimilikinya dan keyakinan tersebut membuatnya merasa mampu untuk bisa mencapai berbagai tujuan didalam hidupnya (Hakim, 2008 : 6). Kepercayaan diri menurut Hakim, dapat terbentuk oleh berbagai faktor seperti pemahaman tentang kelebihan yang dimilikinya, reaksi positif tentang kelemahan yang dimilikinya, dan pengalaman dalam menjalani kehidupan. Kepercayaan akan muncul dalam diri seseorang jika mereka merasa bahwa dirinya berbeda dan lebih tahu tentang semua kelebihan yang ada pada dirinya. Seperti memiliki *Smartphone*, banyak orang memiliki alat komunikasi tersebut tetapi tidak semua orang bisa mengoprasikannya.

Smartphone merupakan media komunikasi yang lebih komplit dibandingkan dengan *Handphone* biasa pada umumnya. *Smartphone* juga bisa untuk

mengungkapkan ekspresi seseorang melalui unggahan foto atau video di media sosial *Instagram* yang sedang *trend* dikalangan remaja dan organisasi.

Pada umumnya organisasi saat ini memiliki keterampilan pada hal-hal baru seperti penggunaan *Smartphone*, karena mempermudah untuk dapat berkomunikasi dan juga mempermudah mereka untuk mengakses berbagai aplikasi media seperti aplikasi media sosial *Instagram*. Hampir semua organisasi saat ini memiliki akun media sosial *Instagram*. *Instagram* saat ini tidak hanya digunakan untuk mengunggah foto atau video saja, ada berbagai macam informasi penting juga yang diunggah di media sosial oleh pengguna aplikasi *Instagram*. Maka kepercayaan diri mereka akan timbul apabila mereka telah mengunggah foto atau video yang akan meningkatkan kepercayaan dirinya.

Salah satu organisasi yang menggunakan situs jejaring sosial *Instagram* adalah I-Fotografi. I-Fotografi adalah suatu organisasi di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA yang anggotanya adalah mahasiswa UHAMKA yang gemar berkreasi di bidang fotografi. Segala kegiatan atau perlombaan yang di adakan I-fotografi selalu memberikan informasi di dalam akun *Instagram* milik I-Fotografi serta hasil-hasil foto dari anggotanya tersebut diunggah di media sosial *Instagram* milik pribadi I-Fotografi.

Mahasiswa sebagai anggota I-Fotografi juga penting memiliki rasa percaya diri, maka untuk itu mereka berusaha memiliki *smartphone* untuk menunjukkan ekspresi atau eksistensinya yang membuat rasa percaya diri itu muncul. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti ingin mengkaji tentang “Penggunaan

Instagram Dan Kepercayaan Diri Anggota I-Fotografi (Survei terhadap Mahasiswa UHAMKA I-Fotografi)”.

Penelitian tentang kepercayaan diri telah dilakukan antara lain yaitu oleh :

Nama	Judul	Hasil
Mahasiswa FISIP UHAMKA, Muhammad Ibnu Adam, tahun 2015, peminatan penyiaran.	Kepercayaan Diri Mahasiswa Pengguna Aplikasi Media Sosial Path (Studi kasus terhadap Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA Tahun Angkatan 2012).	<p>- Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, dengan teori konsep diri yang berpengaruh pada kepercayaan diri dan teori <i>Technological Determinism</i> mengkaji tentang penggunaan media sosial <i>Path</i>. Metodologi yang digunakan yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan menggunakan metode studi kasus.</p> <p>- Temuan penelitian ini mengenai kepercayaan diri remaja dalam penggunaan media sosial <i>Path</i> yang bertujuan untuk mengetahui apakah dalam penggunaannya mereka merasa</p>

		percaya diri ketika mengunggah sesuatu pada akun <i>Path</i> nya.
Mahasiswa FISIP UHAMKA, Riezki Winasti Putri, tahun 2012, peminatan humas.	Pengguna Media Online Twitter Karena TVRI di Kalangan Pengikut Akun Twitter Program Musik Keren TVRI.	- Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme. Teori yang digunakan adalah <i>Computer Mediated Communication (CMC)</i> . Metodologi yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan menggunakan metode survey. Hasil penelitian ini yaitu perbedaan jenis kelamin laki-laki dan perempuan antara rentang umur 13-15 tahun terdapat perbedaan yang signifikan pada penggunaan media sosial <i>twitter</i> terhadap minat menonton acara music keren setiap harinya.
Mahasiswa Mercu Buana,	Fenomena <i>Snapchat</i> di Kalangan Remaja Sebagai Sarana	- Penelitian ini menggunakan teori dramaturgi dengan paradigam konstruktivis. Jenis

<p>Ratih Dita Sari, tahun 2016, peminatan penyiaran.</p>	<p>Eksistensi Diri (Studi Kasus pengguna <i>Snapchat</i> di SMAN 32 Jakarta Selatan).</p>	<p>penelitian yang digunakan ialah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini digunakan metode fenomenologi ,dengan menggunakan pada penelitian fenomena <i>snapchat</i> dikalangan remaja terhadap eksistensi diri ini peneliti menggunakan teknik yang sering digunakan yaitu <i>purposive sampling</i> dan <i>snowball sampling</i>. Metode yang digunakan yaitu metode fenomenologi. Fenomenologi menawarkan pertanyaan yang deskriptif, reflektif, dan mengikat untuk memperoleh esensi dari pengalaman.</p>
--	---	--

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme. Teori yang digunakan adalah konsep diri, yaitu keyakinan dan pengetahuan unik tentang diri sendiri, konsep diri menjadi identitas yang membedakan antara satu orang dengan yang lainnya. Metode yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan menggunakan metode survei. Penelitian ini meneliti

tentang kepercayaan diri seseorang di dalam suatu kelompok atau komunitas. Hasil penelitian ini yaitu untuk mengetahui apa saja yang mempengaruhi kepercayaan diri anggota I-Fotografi setelah menggunakan aplikasi *Instagram*.

Maka dari itu penelitian ini layak dilakukan karena peneliti ingin mengetahui seberapa besar kepercayaan diri mahasiswa I-Fotografi menggunakan aplikasi media sosial *Instagram* setelah mereka mengunggah foto atau video di akun *Instagram* @ifotografiuhamka.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah penelitian ini dapat diuraikan dalam pertanyaan sebagai berikut:

Bagaimana penggunaan *Instagram* di kalangan mahasiswa UHAMKA anggota I-Fotografi dengan kepercayaan dirinya?

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan permasalahan yaitu:

- a. Mahasiswa UHAMKA anggota I-Fotografi.
- b. Pengguna aplikasi *Instagram*.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan tingkat intensitas penggunaan Instagram dengan kepercayaan diri mahasiswa UHAMKA anggota I-

Fotografi **Signifikansi Penelitian**

Kegunaan atau manfaat dari penelitian ini, peneliti akan memberikan tiga signifikansi yang bermanfaat terhadap penelitiannya yang di antaranya adalah sebagai berikut :

1. Signifikansi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu psikologi komunikasi, dan dapat menambah ilmu pengetahuan dan sebagai refrensi tambahan serta bahan kajian atau acuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Selain itu dapat memberikan informasi tentang kepercayaan diri dalam kaitannya dengan penggunaan aplikasi *Instagram*.

2. Signifikansi Metodologi

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya metodologi penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey dan jenis penelitiannya deskriptif, sehingga dapat memberikan pembaruan dalam penelitian selanjutnya.

3. Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dengan penelitian yang berkaitan dengan kepercayaan diri, serta dapat memberikan pengetahuan kepada pengguna *Instagram* khususnya dikalangan remaja bagaimana hubungan dan tingkat intensitas pengguna aplikasi *Instagram* terhadap kepercayaan diri remaja.

4. Sgnifikansi Sosial

Secara signifikan sosial penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada seluruh masyarakat bagi tingkat kepercayaan diri penggunaan aplikasi *Instagram*, serta agar masyarakat lebih bijak dalam menggunakan media sosial tersebut.

1.5 Sistematika Penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan penjabaran tentang latar belakang masalah yang akan diteliti, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian dari aspek akademis, metodologis, praktis dan sosial, kelemahan dan keterbatasan penelitian, dan sistematika penulisan.

2. BAB II KERANGKA TEORI/ LANDASAN PEMIKIRAN

Bab ini membahas tentang paradigma positivisme, hakikat komunikasi (definisi komunikasi, fungsi komunikasi, model komunikasi, hambatan komunikasi, elemen komunikasi, dan konteks komunikasi massa), kepercayaan diri, perkembangan teknologi internet, media sosial *Instagram*, teori *Uses and Gratifications* dan teori Konsep Diri, hipotesis penelitian, definisi konsep dan operasional konsep.

3. BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang penelitian kuantitatif dengan kuesioner tertutup terhadap subjek penelitian. Termasuk jenis penelitian, metode penelitian,

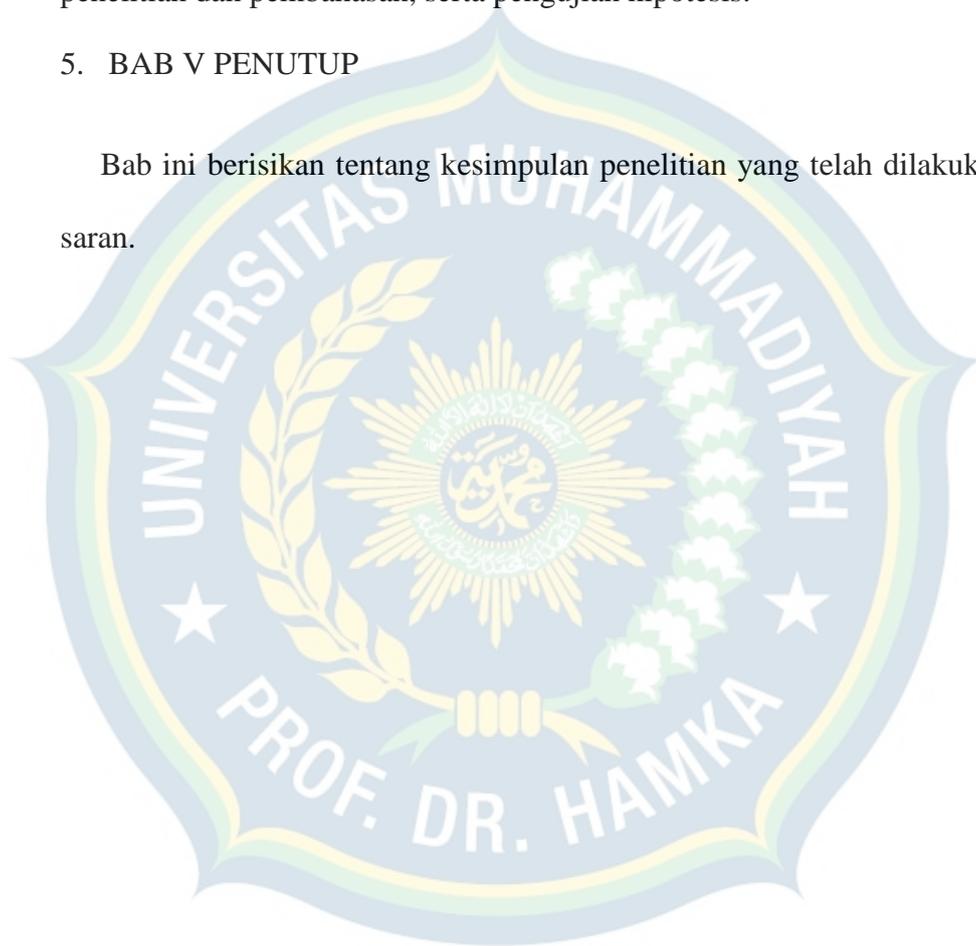
populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta waktu lokasi penelitian dan jadwal penelitian.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas tentang deskripsi objek penelitian, deskripsi hasil penelitian dan pembahasan, serta pengujian hipotesis.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan penelitian yang telah dilakukan dan saran.



Daftar Pustaka

Buku:

- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2006. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Public dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung Remaja Rosdakarya.
- _____. 1993. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bhakti.
- Hakim, Thursan. 2008. *Mengatasi Rasa Tidak Percaya Diri*. Jakarta : Pustaka Pembangunan Swadaya Nusantara.
- H. A. W, Widjaja. 2002. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: Rineka Cipta
- Kriyanto, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi, Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Public Relation Writing*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liliweri, Alo. 1991. *Komunikasi Antar Pribadi*. Bandung : PT Citra Aditya Bhakti.
- Mufid, Muhammad. 2007. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy . 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Monks, F. J & Knoers, A.M.P. 2002, *Psikologi Perkembangan: Pengantar Dalam Berbagai Bagianny*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nasrullah, Rull. 2012. *Komunikasi Antar Budaya di Era Budaya Siber*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Sugiono. 2002. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Yosal, Iriantara. *Media Relation (Konsep, Pendekatan, Dan Publik)*, :Symbiosis Rekatama Media.

Internet:

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Instagram> di akses pada tanggal 27 Mei 2017 pada pukul 18.30 WIB.

<https://i-fotografi.com/tentang-kami/sejarah/> di akses pada tanggal 19 November 2017 pada pukul 03.20 WIB.

https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://etheses.uin-malang.ac.id/1781/5/09410125_Bab_2.pdf&ved=2ahUKEwjy0cGXtNXZAhVKr18KHf3eASIQFjABegQICRAB&usq=AOvVaw1gp8IF84DEVrEJLID2Z6Ef di akses pada tanggal 28 November 2017 pada pukul 19.45 WIB.

<https://www.kajianpustaka.com/2015/07/kepercayaan-diri.html?m=1> di akses pada tanggal 30 November 2017 pada pukul 20.00 WIB.

<http://www.google.co.id/amp/s/tulisantim.wordpress.com/2012/07/04/tugas-makalah-psikologi-percaya-diri/amp/?espv=1> di akses pada tanggal 20 Desember 2017 pada pukul 21.30 WIB.

<http://www.e-jurnal.com/2014/03/pengertian-rasa-percaya-diri.html?m=1> di akses pada tanggal 22 Desember 2017 pada pukul 21.30 WIB.

