

## **Analisa Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kesesuaian Citra Diri Followers Akun Instagram @rahasiagadis**

Mutiara Sani<sup>1</sup>, Farid<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: mutiarasani011000@gmail.com

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*  
Email: farid@fikom.untar.ac.id

---

Masuk tanggal: 09-12-2022, revisi tanggal: 07-01-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal: 05-02-2023

---

### **Abstract**

*Social media use is growing rapidly in this modern era, especially Instagram. The emergence of online communities on Instagram helps audiences to fulfill their needs. On the Instagram platform there is one community account for young women in Indonesia, namely @rahasiagadis, which helps provide positive energy and interaction space to its followers. This study aims to understand whether there is an influence of social media use on the suitability of the self-image of the Instagram followers of @rahasiagadis. This study uses New Media theory and uses and gratification theory. This theory argues that people actively seek out certain media and content to produce satisfaction. Using quantitative methods and survey methods. The group of people in this study are Instagram followers @rahasiagadis. The data collection technique used in this study was the distribution of questionnaires to 100 respondents who were identified by purposive sampling with non-probability techniques. Validity test, reliability test, normality test, simple linear regression analysis, T test, correlation coefficient test and determination coefficient test were carried out on the data obtained. Through this research, a simple linear regression equation  $Y = 11.549 + 0.218X$  was obtained with a significance value (Sig) of 0.001. The t-test also shows the effect of using social media on increasing the suitability of the self-image of Instagram account followers @rahasiagadis.*

**Keywords:** Instagram, self-image congruity, social media use

### **Abstrak**

Seiring perkembangan zaman di era modern ini, penggunaan media sosial semakin berkembang pesat terutama Instagram. Munculnya komunitas *online* di Instagram membantu khalayak untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pada platform Instagram terdapat salah satu akun komunitas untuk perempuan muda di Indonesia yaitu @rahasiagadis yang membantu memberikan energi positif dan ruang interaksi kepada para pengikutnya. Penelitian ini mempunyai tujuan yaitu untuk memahami adakah pengaruh penggunaan media sosial terhadap kesesuaian citra diri pengikut Instagram @rahasiagadis. Dalam penelitian ini menerapkan teori media baru dan teori *uses and gratification*. Teori ini berpendapat bahwa orang secara aktif mencari media dan konten tertentu untuk menghasilkan kepuasan. Menggunakan metode kuantitatif dan metode survei. Populasi dalam penelitian ini yaitu *followers* Instagram @rahasiagadis. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang diidentifikasi secara *purposive sampling* dengan teknik *non-probability*. Uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linier sederhana, uji T, uji koefisien korelasi, dan uji koefisien determinasi dilakukan terhadap data yang diperoleh. Melalui penelitian ini diperoleh persamaan regresi linier sederhana  $Y = 11,549 + 0,218X$  dengan nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,001. Uji T juga menunjukkan pengaruh penggunaan media sosial terhadap peningkatan kesesuaian citra diri *followers* akun

Instagram @rahasiagadis.

**Kata Kunci:** Instagram, kesesuaian citra diri, penggunaan media sosial

## 1. Pendahuluan

Media sosial merupakan bagian dari teknologi baru dan perkembangan internet, yang mempunyai keterlibatan yang tidak dapat dipisahkan dari perilaku masa kini. Jutaan orang menggunakan media sosial setiap harinya, dan dengan berkembangnya teknologi seperti tersedianya *smartphone*, setiap orang yang menggunakannya dapat terhubung hampir kapan saja dan dimana saja (Müller et. al, 2020) dalam (Wimona & Loisa, 2022). Media sosial dimanfaatkan oleh pengguna untuk merepresentasikan dirinya dan berinteraksi dengan pengguna lain, berkomunikasi, serta menjalinan pertemanan secara *virtual* (Sari, 2017). Di Indonesia, jumlah pengguna media sosial semakin meningkat dari tahun ke tahun dan menjadi sebagian pengguna internet terbanyak di dunia. Menurut laporan We Are Social, terdapat 20,7 juta pengguna internet di Tanah Air pada Januari 2022 daripada tahun sebelumnya, jumlah ini sedikit meningkat, sebesar 1,03%. Januari 2021, angka pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta.

Media sosial yang sedang naik daun di dunia adalah Instagram dan menjadi platform yang banyak digunakan (Mahendra et al., 2017). Menurut laporan Statista, angka pengguna aktif Instagram dari Indonesia terhitung sekitar 99,1 juta orang per Januari 2022. Jumlah ini menempatkan Indonesia sebagai peringkat keempat dengan pengguna Instagram tertinggi di dunia. Pengguna Instagram dapat pula berinteraksi satu sama lain dengan memberikan komentar pada foto atau video. Komentar dari antar pengguna terhadap foto atau video saat di-*posting* oleh seseorang, menjadikan kepuasan seseorang dalam fase pembentukan citra diri (Rejeki et al., 2020).

Kesesuaian citra diri konsumen beragam, konsumen mempunyai pandangan yang berlainan terhadap sebuah produk. Ketika menggunakan sebuah produk, konsumen ingin menggambarkan dirinya sesuai dengan kepentingan emosionalnya. Ketika konsumen sudah mengkonsepkan dirinya, mereka termotivasi menggunakan merek produk yang akan memuaskan kepribadiannya. (Sirgy, dalam Ilmiah et al., 2018). Di Indonesia, ada akun komunitas perempuan bernama @rahasiagadis, komunitas pemberdayaan perempuan dengan 3,3 juta pengikut. Kontennya meliputi pembahasan masalah yang sedang dibahas, tips kecantikan, *self-love*, dan membahas kesehatan mental wanita, kesesuaian citra diri karena ketidakpekaan terhadap diri sendiri, penampilan, dan kemanusiaan. Secara khusus, tujuan pertama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara dua variabel: penggunaan media sosial terhadap kesesuaian citra diri. Tujuan kedua adalah untuk menyelidiki peran kesesuaian citra diri secara *online* melalui Instagram @rahasiagadis. Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini mencoba mengkaji hal tersebut dengan memilih topik yang berkaitan dengan *analisa pengaruh penggunaan media sosial terhadap kesesuaian citra diri followers akun instagram @rahasiagadis*.

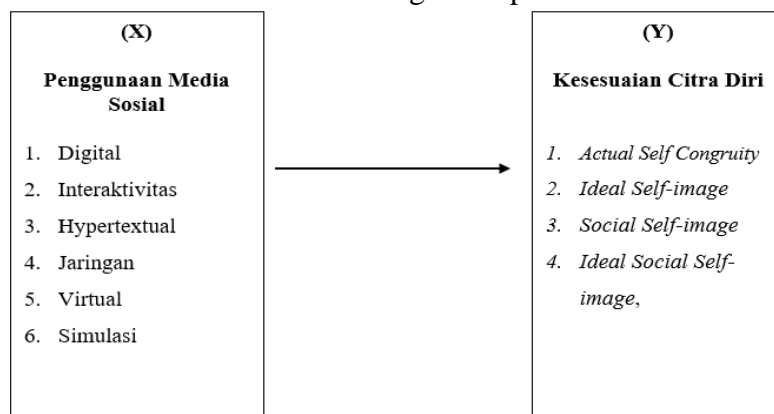
## 2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini pendekatan yang dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Kasiram dalam (Sujawerni V, 2019, hal. 39) menyatakan bahwa

penelitian kuantitatif yaitu suatu pencarian pengetahuan yang menggunakan data numerik dalam prosesnya untuk menganalisis informasi apa yang ingin diketahui.

Populasi adalah kumpulan semua elemen orang dapat berbentuk kejadian, hal atau karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti sebab mereka dipandang sebagai sebuah penelitian (Darmawan, 2016). Menurut Deni (2016). Sampel adalah suatu himpunan bagian dalam populasi yang harus diambil dari sebagian atau seluruh anggota populasi. Peneliti menentukan populasi dari hasil penelitian yaitu *followers* Instagram Rahasia Gadis (@rahasiagadis) memiliki jumlah *followers* sekitar 3,3 juta. Teknik pengambilan sampel yang peneliti lakukan adalah non-probabilitas dengan *purposive sampling* yang berarti tidak seluruh jumlah anggota dalam populasi dapat dijadikan sampel dan sampel diseleksi sesuai berdasarkan kriteria-kriteria yang ditetapkan oleh peneliti. Ciri-ciri yang dimaksud dalam penelitian ini adalah wanita yang berusia 17-35 tahun sebab akun ini lebih dominan ditujukan kepada wanita. Adapun kriteria lainnya dari sampel ini yakni minimal pernah berinteraksi dengan akun @rahasiagadis. Sampel dari penelitian ini diambil dari perhitungan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%. Sampel yang akan peneliti ambil setelah terpenuhi adalah 100 orang.

**Gambar 1.** Kerangka Berpikir



Sumber: Dokumentasi Pribadi

### Operasional Konsep

Menurut Lister, Dovey, et al., (2009) dalam (Stellarosa et al., 2018) menyatakan terdapat enam karakteristik media baru, yaitu:

Penggunaan Media Sosial (X)

- 1) Digital: Mengukur bagaimana konsumen menggunakan Instagram untuk mendapatkan informasi dan menyebarkan informasi
- 2) *Hypertextual*: Menjadikan konsumen memanfaatkan Instagram karena punya fitur/desain yang menarik.
- 3) Jaringan: Mengukur bagaimana konsumen menggunakan Instagram untuk memperluas akses pertemanan dan berinteraksi sesama pengguna.
- 4) Interaktifitas: Mengukur bagaimana konsumen menggunakan Instagram perharinya.
- 5) Simulasi: Mengukur bagaimana konsumen terbantu mencari informasi karena adanya aplikasi Instagram
- 6) Virtual: Mengukur bagaimana konsumen menggunakan Instagram sebagai hiburan.

Kesesuaian citra diri adalah salah satu elemen terpenting. Ini mengacu pada “proses di mana konsumen membeli produk/merek yang mereka anggap memiliki atribut simbolis yang mirip dengan citra mereka sendiri” (Jacob et al., 2019, hlm.2 dalam (Burnasheva & Suh, 2020). Menurut (Schiffman & Kanuk, 2008 dalam (Widjiono & Japarianto, 2015) *Self Image Congruity* (Y) terdiri atas empat dimensi, yaitu:

- 1) *Actual Self Congruity*: Mengukur bagaimana pengikut @rahasiagadis mendapatkan informasi terkait kepribadian yang sesuai dengan citra diri melalui konten yang diposting.
- 2) *Social Self Congruity*: Mengukur bagaimana pengikut @rahasiagadis mendapatkan pembelajaran dan pengetahuan yang bermanfaat bagi dirinya.
- 3) *Ideal Self Congruity*: Mengukur bagaimana pengikut @rahasiagadis mendapatkan pembelajaran dan pendidikan untuk dirinya setelah mengikuti @rahasiagadis melalui konten yang disajikan.
- 4) *Ideal Social Self Congruity*: Mengukur bagaimana pengikut @rahasiagadis mengenali dan meningkatkan pemahaman terhadap dirinya.

### Teknik Analisis Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan studi literatur. Kuesioner didistribusikan dalam bentuk Google Form yang kemudian hasilnya akan diukur menggunakan skala likert. Skala likert bisa digunakan untuk menghitung suatu sikap, opini, dan tanggapan individu atau grup mengenai suatu kejadian sosial (Sugiyono, 2013). Penelitian ini berada pada gradasi positif ke negatif, sehingga tiap indikator diberi skor 5 jika sangat setuju, skor 4 jika setuju, skor 3 ragu-ragu, skor 2 jika tidak setuju, dan skor 1 jika sangat tidak setuju. Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana, uji koefisien korelasi dan uji determinasi sebagai teknik analisis data. Analisis regresi linear sederhana adalah korelasi linier antara dua variabel bilamana variabel yang satu dinilai berpengaruh terhadap variabel yang lain (Suyono, 2015).

### 3. Hasil Temuan dan Diskusi

#### Profil Responden

Berikut ini adalah analisis deskriptif profil responden penelitian ini, dari 100 responden:

**Tabel 1.** Profil Responden Presentase

	Jenis Kelamin	Persentase
	Laki-laki	2%
	Perempuan	98%
Usia	17-20 Tahun	11%
	21-25 Tahun	84%
	26-30 Tahun	4%
	31-35 Tahun	1%

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Dari tabel 1 di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden, 11 responden (11%) berusia 17-20 tahun, 84 responden (84%) berusia 21-15 tahun, 4 responden (4%) berusia 26-30 tahun, dan 1 responden (1%) berusia 31-35 tahun. Maka dapat

disimpulkan di dalam penelitian ini, rata-rata *followers* Instagram @rahasiagadis mayoritas berusia 21-25 tahun.

Penelitian dimulai dengan uji normalitas, uji validitas, dan uji reliabilitas terhadap 12 pernyataan. Hasil keabsahan data responden menunjukkan bahwa 12 pernyataan pada kedua variabel penelitian adalah normal, valid, dan reliabel dengan nilai Alpha Cronbach sebesar variabel X (0,669) dan Y (0,860). Hal ini berarti pertanyaan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian. Selanjutnya, penulis melakukan uji koefisien korelasi dan uji regresi linier sederhana dengan hasil sebagai berikut:

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Suyono (2015) analisis regresi linear sederhana adalah hubungan linier antara dua variabel yang mana satu variabel dinilai berpengaruh terhadap variabel yang lain. Variabel yang mempengaruhi disebut variabel independen dan variabel yang dipengaruhi disebut variabel dependen. Rumus analisis regresi sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + BX$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen

X = Variabel Independen

a = Konstanta

b = Koefisiensi Regresi

**Tabel 2.** Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

Model	<i>Coefficients<sup>a</sup></i>					
		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	(Constant)	11.549	1.978		5.839	.000
	Penggunaan Media Sosial	.218	.077	.277	2.849	.005

a. Dependent Variable: Kesesuaian Citra Diri

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan tabel 3, diperoleh nilai  $p = 0,000$  yang nilainya  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, yang berarti penggunaan media sosial berpengaruh terhadap kesesuaian citra diri pengikut Instagram @rahasiagadis dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 11.549 + 0,218X$$

Nilai 11.549 berarti Kesesuaian Citra Diri (Y) dikatakan memiliki konsistensi sebesar 11,549 jika nilai Penggunaan Media Sosial (X) tidak terjadi perubahan kenaikan atau penurunan. Nilai 0,218 menjadi efisiensi regresi yang menunjukkan bahwa setiap kali nilai atau jumlah penggunaan media sosial mengalami peningkatan sebesar 1%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Penggunaan Media Sosial (X) berpengaruh terhadap variabel Kesesuaian Citra Diri (Y).

### Analisis Uji T

Uji T menurut peneliti Ghozali (2016) yaitu memperlihatkan berapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan cara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Pengukuran dilakukan dengan memakai tingkat signifikansi 0,05 yang berarti  $\alpha=5\%$ .

**Tabel 3.** Hasil Uji T

		<i>Coefficients<sup>a</sup></i>				
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	(Constant)	11.549	1.978		5.839	.000
	Penggunaan Media Sosial	.218	.077	.277	2.849	.005

a. Dependent Variable: Kesesuaian Citra Diri

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Dinyatakan adanya pengaruh yang signifikan jika nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel dengan signifikansi  $< 0,05$ . Nilai  $t$  tabel diperoleh dari  $n-k = 100-1 = 99$  dengan sig 0,025 ( $0,05/2$ ) yaitu 1,983. Artinya Nilai  $t$  hitung 2.849  $> 1,983$  dengan hasil sig, yaitu  $0,000 < 0,05$ . Dengan begitu menunjukkan H1 diterima, yaitu terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan media sosial terhadap kesesuaian citra diri pengikut instagram @rahasiagadis.

**Tabel 3.** Hasil Uji Koefisien Koreasi

		<i>Correlations</i>	
		Penggunaan Media Sosial	Kesesuaian Citra Diri
X	<i>Pearson Correlation</i>	1	.327**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		.001
	<i>N</i>	100	100
Y	<i>Pearson Correlation</i>	.327**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.001	
	<i>N</i>	100	100

\*\**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan tabel di atas, hasil dari uji koefisien korelasi menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  maka variabel Penggunaan Media Sosial dan Kesesuaian Citra Diri pengikut/followers Instagram @rahasiagadis memiliki korelasi. Selanjutnya, berdasarkan Pearson Correlation berada di 0,327 atau 32,7% yang menandakan bahwa variabel pengaruh penggunaan media sosial terhadap kesesuaian citra diri pengikut/followers Instagram @rahasiagadis memiliki hubungan yang “lemah” karena berada dalam tingkat antara 0,21 – 0,40.

**Tabel 4.** Uji Koefisien Determinasi

<i>Model Summary</i>				
Model	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.327 <sup>a</sup>	.107	.098	1.228

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Dari hasil uji koefisien determinasi di atas, didapati nilai R square (koefisien determinasi) senilai 0,107 yang memiliki arti bahwa pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) adalah sebesar 10,7% atau moderat.

#### 4. Simpulan

Variabel penggunaan media sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap meningkatnya kesesuaian citra diri *followers* akun Instagram @rahasiagadis. Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas responden sangat setuju dan setuju bahwa keberadaan akun Instagram @rahasiagadis dapat mempengaruhi pengguna dalam meningkatkan kesesuaian citra diri mereka.

Semakin tinggi nilai digital, interaktivitas, *hypertextual*, jaringan, *virtual*, dan simulasi sebagai dimensi karakteristik penggunaan media sosial, maka akan semakin tinggi juga pengaruh tingkatan kesesuaian citra diri (*actual self-image*, *ideal self-image*, *social self-image*, dan *ideal social self-image*) pada seseorang. Hal ini mampu terjadi berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana yang ditemukan. Sehingga, bisa disimpulkan adanya pengaruh penggunaan media sosial secara signifikan berpengaruh terhadap kesesuaian citra diri *followers* Instagram @rahasiagadis. H1 yang berbunyi “terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap kesesuaian citra diri pengikut instagram @rahasiagadis” dalam penelitian ini diterima, hal tersebut dikarenakan dari hasil uji T pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan media sosial (X) terhadap kesesuaian citra diri (Y) pengikut Instagram “@rahasiagadis”.

Dari hasil uji koefisien korelasi dapat diketahui bahwa variabel pengaruh penggunaan media sosial terhadap kesesuaian citra diri pengikut *followers* Instagram @rahasiagadis memiliki hubungan yang “lemah” karena berada dalam tingkat antara 0,21 – 0,40. Dari hasil uji koefisien determinasi, didapati nilai R square (koefisien determinasi) senilai 0,107 yang memiliki arti bahwa pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) adalah sebesar 10,7% atau moderat.

#### 5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, responden serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

#### 6. Daftar Pustaka

Burnasheva, R., & Suh, Y. G. (2020). The influence of social media usage, self-image congruity and self-esteem on conspicuous online consumption among millennials. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(5), 1255–

1269. <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2020-0180>
- Darmawan. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. www.rosda.co.id
- Ilmiah, J., Ekonomi, M., Kuala, U. S., & Kuala, U. S. (2018). *Pengaruh Kepribadian Merek Retail Dan Kesesuaian Citra Diri Terhadap Loyalitas Toko Retail Pada*. 3(3), 155–161.
- Mahendra, B., Communications, M., & Security, G. P. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instgram. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 151–160. www.frans.co.id
- Rejeki, S., Komalawati, E., & Indriyanti, P. (2020). Penggunaan Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(2), 105–116. <https://doi.org/10.31334/lugas.v4i2.1225>
- Sari, M. P. (2017). Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau. *Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau*, 53(9), 1–13
- Stellarosa, Y., Firyal, S. J., & Ikhsano, A. (2018). Use of Youtube as a Tool for Transforming Highend Magazine. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 2(2), 59–68.
- Suyono, M. (2015). *Analisis Regresi Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish (CV BUDI UTAMA).
- Widjiono, L. M., & Japarianto, E. (2014). Analisa Pengaruh Self Image Congruity, Retail Service Quality, Dan Customer Perceived Service Quality Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Di Broadway Barbershop Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 35–42. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.9.1.35-42>
- Wimona, S., & Loisa, R. (2022). Konsep Diri Individu Pengguna Media Sosial. *Koneksi*, 6(2), 318–325. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i2.15689>