

**HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK
DENGAN CITRA DIRI PADA MAHASISWA UIN WALISONGO
SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan kepada:
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Strata (S1) Psikologi (S. Psi)



AULIA RACHMA
NIM 1907016076

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

2023



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
JURUSAN PSIKOLOGI

Jl. Prof. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 76433370

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Judul : HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
TIKTOK DENGAN CITRA DIRI PADA MAHASISWA UIN
WALISONGO SEMARANG

Nama : Aulia Rachma

NIM : 1907016076

Jurusan : Psikologi

Telah ditujikan dalam sidang munaqosah oleh dosen penguji Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Psikologi.

Semarang, 2 Oktober 2023

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

Dr. Widiastuti, M. Ag.
NIP. 197503192009012003

Sekretaris Sidang

Lucky Ade Sessiani, M. Psi., Psikolog
NIP. 198512022019032010

Penguji I

Wening Wihartati, S. Psi., M. Si.
NIP. 197711022006042004

Penguji II

Lainatul Mudzkryyah, M. Psi., Psikolog
NIP. 198805032016012901

Pembimbing I

Dra. Hj. Maria Ulfah, M. S. i.
NIP. 196008071986122001

Pembimbing II

Lucky Ade Sessiani, M. Psi., Psikolog
NIP. 198512022019032010

NOTA PEMBIMBING I



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO FAKULTAS
PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
JURUSAN PSIKOLOGI

Jl. Prof. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 76411170

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yth.
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum, wr. wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan judul sebagai berikut.

Judul : HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK
DENGAN CITRA DIRI PADA MAHASISWA UIN WALISOGO SEMARANG
Nama : Aulia Rachma
NIM : 1907016076
Jurusan : Psikologi

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo untuk diajukan dalam Ujian Munaqosah.

Wassalamu'alaikum, wr. wb.

Mengetahui
Pembimbing I,

Dra. Hj. Maria Ulfah, M.S.i
NIP 196008071986122001

Semarang, September 2023
Yang bersangkutan

Aulia Rachma
NIM 1907016076

NOTA PEMBIMBING II



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO FAKULTAS
PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
JURUSAN PSIKOLOGI

Jl. Prof. Hanka (Kampus III) Ngalyan, Semarang 50185, Telp. 75433370

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yth.
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum, wr, wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan judul sebagai berikut


Judul HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK
DENGAN CITRA DIRI PADA MAHASISWA UIN WALISONGO
SEMARANG

Nama Aulia Rachma
NIM 1907016076
Jurusan Psikologi


Saya memandag bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo untuk diajukan dalam Ujian Munasabah.

Wassalamu'alaikum, wr, wb.

Mengetahui
Pembimbing II


Lucky Ade Setianni, S. Psi., M. Psi., Psikolog
NIP. 198512022019032010

Semarang, September 2023
Yang bersangkutan


Aulia Rachma
NIM 1907016076

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aulia Rachma

NIM : 1907016076

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DENGAN
CITRA DIRI PADA MAHASISWA UIN WALISONGO SEMARANG

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya tulis pribadi, kecuali pada beberapa bagian yang terdapat rujukan sumbernya.

Semarang, 14 September 2023

Menyatakan Pernyataan

A 10,000 Rupiah revenue stamp with a signature over it. The stamp is yellow and red, with the text '10000', 'METRAJ TEMPEL', and 'BEACAJK3562182' visible. The signature is in black ink.

Aulia Rachma

NIM. 1907016076

KATA PENGANTAR

Assalamu`alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga skripsi yang berjudul “Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok dengan Citra Diri Pada UIN Walisongo Semarang” dapat diselesaikan dengan baik oleh penulis. Sholawat serta salam selalu turunkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. yang kita nantikan syafaatnya di yamul qiyamah nanti.

Penelitian ini tidak akan berhasil terselesaikan tanpa bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, karena banyaknya rintangan yang dilalui dalam menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag.
2. Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan Prof. Dr. Syamsul Ma'arif, M.Ag.
3. Ibu Wening Wihartati, S.Psi., M.Si selaku ketua jurusan psikologi.
4. Dra. Hj. Maria Ulfah, M.Si. selaku dosen wali dan pembimbing I.
5. Ibu Lucky Ade Sessiani, S.Psi, M.Psi, Psikolog., selaku pembimbing II.
6. Dosen Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu dengan tulus selama peneliti menjalani perkuliahan.
7. Seluruh civitas akademik Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo Semarang.
8. Kepada seluruh mahasiswa yang telah berkenan menjadi subjek dalam penelitian ini.
9. Kepada semua pihak yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Penulis menyadari pada penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan, tetapi penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi siapapun.

Semarang, 10 September 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'A. Rachma', with a stylized flourish extending to the right.

Aulia Rachma

NIM 1907016076

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Muhammad Soleh dan Ibu Sri Rejeki, yang senantiasa mendoakan, memberi dukungan serta memotivasi untuk tetap bertahan disetiap proses dalam hidup dan mengajarkan rasa syukur atas apapun.
2. Kakak penulis, Andri Setiwan dan Nur Faizah yang memberikan dukungan, motivasi dan doa yang selalau dilangitkan untuk selalu kuat dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini walaupun dikeadaan terlemahnya serta menjadi tempat untuk meminta saran.
3. Adik penulis, Arif Bekti Nugroho yang selalu mendukung dan menjadi penguat bagi kakak perempuannya ini, serta keponakan penulis, Erlita Arsyila Salsabila yang selalu menghibur ketika jenuh.
4. Ibu Wening Wihartati, M.Si selaku kepala jurusan psikologi yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.
5. Dra. Hj. Maria Ulfah, M.Si. selaku dosen wali sekaligus dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan dukungan selama perkuliahan dan selama penyusunan skripsi.
6. Ibu Lucky Ade Sessiani, S.Psi, M.Psi, Psikolog., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan dan dukungan, baik selama perkuliahan maupun dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Dosen-dosen FPK UIN Walisongo atas ilmu yang diberikan selama ini.
8. Kepada semua mahasiswa UIN Walisongo Semarang yang telah berkenan menjadi subjek penelitian.
9. Seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2019, terkhusus kelas B yang telah memberikan banyak pengalaman berharga selama perkuliahan.
10. Teman seperjuangan dari awal masuk kuliah, Tanzila Yuniar Tami, Andhini Rosa Ausatina, Dhea Khalda Imtinan yang selalu membantu dan memberikan kesan yang luar biasa dari awal hingga titik ini.

11. Teman SMA, Nurul Hasanah yang sama-sama berjuang menyelesaikan tugas akhir dengan arahan pembimbing yang sama dan selalu bertanya kapan ujian.
12. Andhini Rosa, Hasnun Fharadisa, Kamila Sukmagitandana, dan Asparina Rauda selalu membantu, mendukung, meghibur dan menjadi penguat.
13. Teman KKN Desa Purworejo yang membantu terlaksananya penelitian ini.
14. Diri peneliti pribadi, aul terima kasih sudah berjuang sejauh ini, kamu hebat ul dan berani untuk menyelesaikan apa yang telah kamu pilih. Sudah mau dan berusaha untuk mewujudkan salah satu mimpi orang tuamu, sudah mau keluar dari rasa takutmu, bangkit dan bertahan atas segala kondisi yang menyakitkan.

Terimakasih sepertinya tidak akan pernah cukup membalas semua peran Bapak/Ibu, Saudara/i dalam penelitian maupun perkuliahan. Maka dari itu peneliti berharap segala kebaikan dan bantuan akan dibalas oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini memberi manfaat bagi banyak orang.

Semarang, 10 September 2023

Penulis



Aulia Rachma

NIM 1907016076

MOTTO

Bersyukurlah atas apa yang telah diberikan karena terkadang bukan kebahagiaan yang mendatangkan rasa syukur tetapi rasa syukurlah yang mendatangkan kebahagiaan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Keaslian Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Citra Diri (<i>self image</i>).....	11
1. Pengertian Citra Diri (<i>self image</i>).....	11
2. Aspek-aspek Citra Diri (<i>self image</i>).....	12
3. Komponen Citra Diri (<i>self image</i>).....	14
4. Faktor yang Mempengaruhi Citra Diri (<i>self image</i>).....	15
5. Citra Diri (<i>self image</i>) dalam Perspektif Islam.....	17
B. Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok	19
1. Pengertian Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok	19

2. Karakteristik Intensitas Penggunaan Media Sosial	21
3. Aspek-aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	22
4. Faktor yang Mempengaruhi Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	23
5. Penggunaan Media Sosial dalam Perspektif Islam.....	25
C. Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok dengan Citra Diri Pada Mahasiswa	26
D. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	30
B. Variabel Penelitian	30
C. Definisi Oprasional.....	30
D. Tempat dan Waktu Penelitian	31
E. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	31
F. Teknik Pengumpulan Data	33
G. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	36
H. Teknik Analisis Data	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Hasil Penelitian	44
1. Deskripsi Subjek	44
2. Kategorisasi Variabel Penelitian	45
3. Hasil Uji Asumsi.....	48
4. Hasil Uji Hipotesis.....	50
B. Pembahasan.....	51
BAB V PENUTUP	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 3 1 Kriteria Penilaian	33
Tabel 3 2 <i>Blueprint</i> Skala Citra Diri	34
Tabel 3 3 <i>Blueprint</i> Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok.....	35
Tabel 3 4 penormaan Setiap Aitem dalam SONTUS	36
<i>Tabel 3 5</i> Interpretasi Skor Global SONTUS	36
Tabel 3 6 <i>Blueprint</i> Skala Citra Diri setelah Uji Coba	39
Tabel 3 7 <i>Blueprint</i> Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok setelah Uji Coba	39
<i>Tabel 3 8</i> Hasil Pengujian Reliabilitas Skala Citra Diri	40
<i>Tabel 3 9</i> Hasil Pengujian Reliabilitas Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Tikok	40
Tabel 3 10 Interpretasi Koefisien Korelasi	43
Tabel 4 1 Deskripsi Jenis Kelamin Subjek	44
Tabel 4 2 Deskripsi Usia Subjek.....	45
Tabel 4 3 Hasil Uji Deskripsi Data Citra Diri.....	46
Tabel 4 4 Kategorisasi Skor Citra Diri.....	46
Tabel 4 5 Hasil Kategorisasi Skala Citra Diri	47
Tabel 4 6 Hasil Uji Deskripsi Data Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok	47
Tabel 4 7 Kategorisasi Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok.....	48
Tabel 4 8 Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4 9 Hasil Uji Linieritas.....	49
Tabel 4 10 Hasil Uji Korelasi X dan Y	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Skema hubungan intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan citra diri	28
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Keaslian Penelitian	64
Lampiran 2 Blueprint Instrumen Penelitian Sebelum Gugur.....	66
Lampiran 3 Blueprint Instrumen Penelitian Setelah Gugur.....	69
Lampiran 4 Modifikasi Kuesioner Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Skoringnya.....	72
Lampiran 5 Informed Consent Penelitian	77
Lampiran 6 Tabulasi Uji Validitas dan Reliabilitas.....	78
Lampiran 7 Uji Validitas dan Reliabilitas	79
Lampiran 8 Skor Tabulasi Responden	82
Lampiran 9 Uji Normalitas	83
Lampiran 10 Uji Linieritas.....	84
Lampiran 11 Uji Hipotesis.....	85
Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup	86

ABSTRACT

The formation of self-image can be influenced by experiences originating from daily activities or activities carried out. This research aims to determine the relationship between the intensity of use of social media TikTok and the self-image of students at UIN Walisongo Semarang. This research is quantitative research using a correlational approach with the research subjects being students at UIN Walisongo Semarang with a sample size of 100 students. The sampling technique used is a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. The measuring tools used are the self-image scale and the intensity scale for using social media TikTok, which were modified from the previous measuring tool, namely the Social Networking Time Use Scale (SONTUS). The data analysis method used is Pearson product moment correlation analysis. The results of this study show that there is a relationship between the intensity of social media use and self-image with a significance value of $0.029 < 0.05$. This indicates that the hypothesis is accepted. The correlation coefficient value of -0.219 indicates a negative relationship with a weak relationship level. Based on the results obtained, it can be concluded that there is a weak negative relationship between the intensity of use of social media TikTok and the self-image of students at UIN Walisongo Semarang. This means that the higher the intensity of use of social media TikTok, the lower the self-image of UIN Walisongo Semarang students. Likewise, the lower the intensity of use of social media TikTok, the higher the self-image of UIN Walisongo Semarang students.

Key words: *self-image, intensity of social media use*

ABSTRAK

Pembentukan citra diri dapat dipengaruhi oleh pengalaman yang berasal dari kegiatan atau aktivitas sehari-hari yang dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan citra diri (*self image*) pada mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan pendekatan korelasional dengan subjek penelitian mahasiswa UIN Walisongo Semarang dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Alat ukur yang digunakan yakni skala citra diri dan skala intensitas penggunaan media sosial TikTok yang dimodifikasi dari alat ukur sebelumnya yaitu *Social Networking Time Use Scale (SONTUS)*. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis korelasi *product moment pearson*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan citra diri dengan nilai signifikansi $0,029 < 0,05$. Hal tersebut menandakan bahwa hipotesis diterima. Nilai koefisien korelasi sebesar $-0,219$ menunjukkan bentuk hubungan negatif dengan tingkat hubungan lemah. Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang negatif yang lemah antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan citra diri pada mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Artinya semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial TikTok maka semakin rendah citra diri pada mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Begitupula sebaliknya, semakin rendah intensitas penggunaan media sosial TikTok maka semakin tinggi citra diri pada mahasiswa UIN Walisongo Semarang.

Kata kunci: citra diri, intensitas penggunaan media sosial

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mahasiswa adalah sebutan bagi individu yang belajar di perguruan tinggi (Hasibuan et al., 2018:102). Mahasiswa juga diartikan sebagai seseorang yang sedang belajar atau menimba ilmu dan terdaftar pada suatu perguruan tinggi baik dari akademik, sekolah tinggi, politeknik, institut dan universitas (Hartaji, 2012:5). Yusuf (2012:27) menjelaskan bahwa mahasiswa dikategorikan dalam tahap perkembangan pada usia 18 hingga 25 tahun. Usia ini termasuk dalam tahap perkembangan masa remaja akhir dan dewasa awal dan tugas perkembangan pada usia ini yaitu pematangan pendirian. Salah satu tahapan perkembangan yang penting dan pasti sedang dialami oleh kebanyakan mahasiswa yaitu masa remaja akhir (Hulukati & Djibran, 2018:74).

Santrock (2007:20) menyatakan bahwa remaja akhir merupakan fase transisi individu dari anak-anak menuju dewasa, di mana individu tidak ingin dianggap anak kecil akan tetapi belum mampu untuk bersikap dewasa. Remaja akhir adalah tahap masa konsolidasi menuju periode dewasa dan ditandai dengan pencapaian beberapa hal. Pencapaian tersebut di antaranya yaitu minat yang makin mantap terhadap fungsi-fungsi intelek, ego dalam pengalaman baru serta mencari pasangan, terbentuk identitas seksual yang tidak akan berubah, Sarwono dalam Ramadhani dan Putrianti (2014:23). Perkembangan yang dilalui pada tahap remaja akhir tergantung dengan pembentukan konsep diri yang di pahami. Konsep diri dibagi menjadi dua yaitu komponen kognitif serta komponen afektif. Komponen kognitif disebut *self image*, yaitu pengetahuan mengenai dirinya yang akan memberikan gambaran tentang dirinya sendiri (Dewi, 2021:50).

Citra diri adalah pandangan mengenai diri sendiri yang menunjukkan karakteristik diri yang dapat dilihat karena adanya interaksi dengan orang lain, seperti cantik, berbakat, egois, dermawan, dan lain sebagainya. Menurut *American Psychiatric Assosiatio* dalam Selviana & Yulinar (2022:41) *self image* merupakan bagian dari

konsep diri yang berkaitan dengan sifat fisik individu atau bisa diartikan sebagai deskripsi seseorang mengenai fisik mereka. Menurut Bailey (2003:383) *self image* merupakan persepsi subjektif diri sendiri yang mana di dalamnya termasuk gambaran tubuh, kepribadian seseorang, dan lainnya. *Self image* ini diartikan sebagai gambaran mengenai penampilan fisik, mental, ekspresi, keinginan serta perasaan seseorang. Dapat disimpulkan bahwa *self image* atau citra diri merupakan bagaimana cara individu menggambarkan atau mendeskripsikan dirinya baik mengenai fisik, kepribadian, ekspresi, perasaan seseorang.

Citra diri (*self image*) dapat tertanam di alam bawah sadar individu karena adanya pengaruh dari lingkungan, orang terdekat, pengalaman atau secara sengaja ditanamkan dalam diri dengan kesadarannya. Penilaian tersebut tentu berbeda-beda pada setiap individu sehingga *self image* pada diri seseorang tidak semuanya sama, terdapat individu yang memiliki *self image* positif, ada pula yang memiliki *self image negatif* dan terdapat individu yang memiliki campuran keduanya, positif serta negatif (Lusi dalam Selviana & Yulinar, 2022:42). Individu perlu memiliki citra diri positif dalam dirinya, adanya *self image* positif membuat individu mampu untuk melakukan hal-hal positif dan memiliki kepercayaan diri serta keyakinan untuk berhasil (Novia, 2019:32). Kepercayaan diri menjadi salah satu karakteristik citra diri pada individu (Ammar et al., 2017:541), sehingga individu perlu memiliki kepercayaan diri dalam dirinya untuk membentuk *self image* positif dalam dirinya agar selalu optimis dan tidak mudah menyerah. Kepercayaan diri juga di jelaskan dalam al-Qur`an Surah Ali-Imran ayat 139 yang berbunyi:

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

"Dan janganlah kamu (merasa) lemah, dan jangan (pula) bersedih hati, sebab kamu paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang yang beriman." (QS. Ali 'Imran 3: Ayat 139)

Tafsir Ibnu Katsir oleh Ismail bin Umar Al-Quraisy bin Katsir menerangkan bahwa dalam ini diajarkan untuk tidak boleh bersikap lemah. Yakni janganlah seseorang menjadi lemah dan patah semangat atas apa yang sedang dialami, karena

pada dasarnya manusia merupakan makhluk terpuji dan berhak atas kemenangan, jika seseorang itu beriman kepada Allah. Ayat tersebut menjelaskan bahwa orang yang percaya diri adalah orang yang tidak lemah dan mudah putus asa (Mustofa & Arisandi, 2021:30).

Begitu pula sebaliknya, remaja yang memiliki *self image* negatif akan merasakan ketidakmampuan dan kurang percaya diri, sehingga dapat menyebabkan buruknya kemampuan penyesuaian diri dan lingkungan sosial. Individu yang memiliki *self image* negatif lebih sering menunjukkan sikap rendah diri, membenci diri sendiri, dan lain sebagainya yang mana sikap tersebut dapat menghambat penyesuaian dirinya (Silfana, 2016:19).

Citra diri (*self image*) pada diri individu terutama pada mahasiswa berpengaruh terhadap bagaimana individu berperilaku dan berpikir di dunia nyata. Hal tersebut dikarenakan, citra diri pada individu berperan sebagai cetakan dasar bagi kehidupan di mana seseorang cenderung menjalani kehidupannya sesuai dengan gambaran mental yang mereka imajinasikan atau gambarkan dalam dirinya (Rahmat, 2021:4). Pembentukan citra diri dipengaruhi oleh banyak faktor, baik itu yang berasal dari dalam maupun dari luar, salah satunya yaitu pengalaman. Pengalaman yang dimaksud yaitu pengalaman yang berasal dari kegiatan atau aktivitas sehari-hari yang dilakukan atau dialami (Dachyang, 2013:132). Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulianti dan Ningsih (2022:9) bahwa pengalaman *body shaming* memiliki hubungan dengan citra diri dan konsep diri individu serta dari hasil penelitian juga didapat bahwa mahasiswa memiliki gambaran diri yang negatif. Pengalaman *body shaming* yang dialami membuat individu kurang menerima keadaan fisiknya, hal tersebut berkontribusi dalam membentuk citra diri individu. Dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengalaman menjadi faktor yang mempengaruhi citra diri pada individu.

Semakin berkembangnya teknologi maka semakin banyaknya inovasi-inovasi baru, begitu pula di bidang komunikasi. Banyak perusahaan yang berlomba untuk

mengembangkan aplikasi yang mudah untuk diakses siapa saja. Mulai dari yang hanya digunakan untuk menyampaikan informasi, untuk menjalin hubungan sosial, untuk menulis atau mempublikasikan tulisan dan sebagai media berbagi (Setiadi, 2016:3). Media sosial akhir-akhir ini banyak sekali digemari, terutama di kalangan mahasiswa. Salah satu dari banyaknya media sosial yang sering digunakan oleh mahasiswa yaitu TikTok.

TikTok merupakan aplikasi yang berasal dari Tiongkok yang bertamab kali dirilis pada September 2016 oleh pendiri Toutiao yakni Zhang Yiming. Awalnya ByteDance merilis aplikasi dengan durasi pendek yaitu Douyin masih digunakan di Tiongkok. Popularitas dari Douyin yang tinggi membuat pendirinya melakukan perluasan ke luar Cina dengan nama TikTok. Aplikasi ini merupakan sebuah media berbagi video musik yang memperbolehkan penggunanya untuk membuat video musik pendek karyanya sendiri. Di Indonesia aplikasi ini bukanlah hal baru karena TikTok sudah masuk ke Indonesia sejak tahun 2017, akan tetapi pada tahun 2018 aplikasi ini sempat diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Namun, sekarang aplikasi ini sudah bisa diakses bahkan menjadi aplikasi yang banyak digunakan (Cutisah & Sungkono, 2023:194).

Data yang diperoleh dari Business of Apps hingga kuartal III tahun 2022 secara global terdapat 1,53 Miliar pengguna aktif dari aplikasi TikTok, di mana jumlah ini meningkat sebesar 4,64% dari kuartal sebelumnya. Bahkan hingga kuartal IV, pengguna aktif bulanan (*monthly active users*) dari aplikasi TikTok mengalami peningkatan hingga menyentuh 1,6 miliar pengguna, angka tersebut mengalami kenaikan sebesar 4,47%. Selain itu, di kuartal dan tahun yang sama aplikasi ini telah diunduh 194 juta kali dengan jumlah yang mengalami kenaikan dari kuartal sebelumnya bahkan secara tahunan. Data yang diperoleh hingga akhir tahun 2022 aplikasi Tiktok telah diunduh sebanyak 3,3 miliar kali oleh para pengguna (databoks.katadata.co.id).

Di Indonesia, aplikasi TikTok merupakan salah satu dari banyaknya aplikasi yang paling sering diakses oleh individu mengalahkan *facebook* dan *instagram*. Data

yang diperoleh dari oleh Kementrian Kominfo dan Katadata Insight Center (KIC) yang menunjukkan bahwa publik di Indonesia paling banyak menghabiskan waktunya dalam mengakses media sosial pada aplikasi *Whatsapp* dan TikTok (databoks.katadata, 2022). Hal tersebut juga sejalan dengan survei dan laporan dari *We Are Social* dan *Hootsuite* sepanjang tahun 2022 yang menunjukkan bahwa banyak pengguna media sosial lebih banyak menghabiskan waktunya di aplikasi TikTok dari pada YouTube dan Facebook. Bahkan hingga Januari 2023, aplikasi ini masih menjadi aplikasi yang paling banyak diakses oleh individu (databoks.katadata.co.id, 2023). Adapun pengguna dari aplikasi ini sebesar 35% ada pada usia 20-29 tahun, diikuti usia 10-19 tahun sebesar 28% dan usia 30-39 tahun sebesar 18% (dataindonesia.id, 2022). Berdasarkan data yang ada dapat dilihat bahwa sebanyak 63% pengguna aplikasi TikTok termasuk dalam usia produktif. Dimana pengguna paling banyak aplikasi tersebut merupakan remaja akhir terlebih di kalangan mahasiswa. Hal ini yang mendukung peneliti untuk melakukan penelitian terhadap intensitas penggunaan media sosial karena dari data yang diperoleh usia remaja akhir merupakan pengguna media sosial TikTok terbanyak hingga saat ini. Selain itu aktivitas dalam menggunakan media sosial mempengaruhi seseorang dalam menggambarkan dirinya.

Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Callista (2018) yang berjudul Media Sosial Instagram dan *Self Image*. Dari penelitian yang dilakukan didapatkan bahwa terdapat hubungan yang korelasi antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan *self image* di kalangan siswa kelas XI SMA Labschool Cibubur. Serta penelitian yang dilakukan oleh Mantunges dan Zubair (2021) yang berjudul Gambaran Citra Diri pada Pengguna Facebook di Kota Makassar. Dari penelitian yang dilakukan di dapat bahwa tingkat citra diri pengguna *facebook* di Kota Makassar termasuk dalam kategori sedang. Hasil tersebut berdasarkan lima kategori yang digunakan dalam penelitian yaitu usia, jenis kelamin, pekerjaan, serta jumlah teman dan jenis postingan yang ada di *facebook*.

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti ingin melakukan penelitian mengenai hubungan intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan mahasiswa terkhusus mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Mahasiswa UIN Walisongo menjadi subjek penelitian dilihat dari pra riset yang dilakukan terhadap 30 orang dengan beberapa pernyataan didapat bahwa 15 dari 30 orang yang diminta untuk mengisi kuesioner singkat menjawab sering menghabiskan waktu luang dengan mengakses media sosial. Untuk pernyataan kedua, 19 orang menjawab merasa memiliki banyak kekurangan. Pernyataan ketiga, 17 orang menjawab sering membandingkan dirinya dengan yang dilihat di media sosialnya. Pernyataan keempat, 27 orang menjawab tidak memiliki rasa percaya diri yang kuat. Pernyataan kelima, 20 menjawab tidak pernah tidak menggambarkan dirinya pada orang lain. Pernyataan keenam, 22 orang menjawab setuju terkait sulit untuk tidak menahan tidak mengakses media sosial. Untuk pernyataan terakhir, 27 orang menjawab tidak setuju terkait pernyataan saya selalu abai dengan tanggapan orang lain terhadap saya.

Dalam hal ini, aspek-aspek citra diri menjadi permasalahan di kalangan mahasiswa. Aspek fisik menjadi salah satu aspek yang paling menonjol pada diri remaja dalam membangun *self image* positif dalam diri mereka. Di mana kebanyakan individu terpacu untuk menunjukkan *self image* mereka dengan menekankan pada aspek fisik, walaupun pada kenyataannya fisik hanya dapat diukur berdasarkan apa yang dilihat dan terasa kurang bermakna ketika tidak ada pembandingnya (Sari & Nio, 2019:10). Hal tersebut menyebabkan individu tidak memiliki kepercayaan diri yang baik dalam dirinya. Aspek lain yang menjadi permasalahan di kalangan remaja yakni aspek sosial yang mana individu lebih sering melihat dirinya setelah membandingkan dirinya dengan orang lain dan menerima tanggapan atau kritikan dari orang lain. Hal tersebut tentu akan membuat individu memiliki *self image* negatif ketika mereka tidak mendapatkan respons ataupun tanggapan yang mendukung dirinya atau tanggapan yang menurut mereka adil untuk dirinya.

Peneliti memilih mahasiswa UIN Walisongo Semarang sebagai subjek dikarenakan dari pra riset yang dilakukan didapat bahwa citra diri mahasiswa cenderung negatif serta tidak bisa lepas dengan media sosial. Dalam penelitian ini peneliti juga akan mencoba untuk membuktikan seberapa kuat hipotesis yang peneliti ajukan serta menyajikan data yang dapat dipertanggung jawabkan.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

Adakah hubungan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan citra diri pada mahasiswa UIN Walisongo Semarang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk menguji secara empiris terkait hubungan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan citra diri pada mahasiswa UIN Walisongo Semarang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan di antaranya:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat membawa manfaat teoritis yaitu dapat menambah ilmu pengetahuan baik bagi keilmuan psikologi maupun keilmuan lainnya, terkait dengan penggunaan media sosial TikTok dengan *self image* atau citra diri pada kalangan mahasiswa. Penelitian ini juga diharapkan dapat melengkapi teori-teori yang sudah ada dan diteliti sebelumnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan mampu unemberi masukan serta manfaat bagi pihak-pihak terkait dan masyarakat yang lebih luas, antara lain sebagai berikut:

a. Bagi mahasiswa

Sebagai informasi bagi mahasiswa dalam memahami, mengembangkan dan mengatasi permasalahan citra diri dalam dirinya yang berkaitan dengan pengalamannya dalam menggunakan media sosial di kalangan mahasiswa.

b. Bagi penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat menambah pengembangan keilmuan mengenai citra diri dan dapat menjadi tambahan untuk dijadikan referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya serta dapat melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya.

c. Bagi pembaca

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai citra diri serta hubungannya dengan pengalaman dalam penggunaan media sosial. Sehingga mampu memahami citra dirinya dengan menyikapi penggunaan media sosial dengan baik.

E. Keaslian Penelitian

Pada penelitian ini peneliti mengambil judul hubungan intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan citra diri (*self image*) pada mahasiswa. Berikut penelitian terdahulu yang membahas topik serupa dengan peneliti.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Callista (2018) yang berjudul “Media Sosial Instagram dan Self Image (Studi Korelasi Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Sosial Self Image di Kalangan Siswa SMA Labschool Cibubur)”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif studi korelasi. Populasi yang dipilih yakni siswa SMA Labschool Cibubur ajaran 2018/2019 kelas XI yang berjumlah 232 siswa. Dari penelitian yang dilakukan ini di dapat bahwa terdapat hubungan yang positif antar dua variabel penelitian dengan kategori yang berbeda pada setiap aspek. Aspek perhatian masuk dalam kategori lemah, aspek penghayatan masuk dalam kategori sedang, aspek durasi masuk dalam kategori lemah dan aspek frekuensi

masuk dalam kategori sedang. Dari hasil tersebut diketahui bahwa terdapat korelasi antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan *self image* siswa.

Kedua, penelitian yang berjudul “Hubungan Perlakuan *Body Shaming* dengan Citra diri Mahasiswa” yang dilakukan oleh Hidayat et al., (2019). Penelitian yang dilakukan tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasi dengan sampel yang digunakan berjumlah 103 mahasiswa STIKes Payung Negeri Pekanbaru. Dari penelitian yang dilakukan di dapat bahwa nilai *p value* $< \alpha$ (0,05) yaitu 0,036. Hasil tersebut menunjukkan bahwa antara perlakuan *body shaming* dengan citra diri memiliki hubungan yang signifikan dengan nilai OR (*Odds Ratio*) sebesar 0,343 dan CI (*Confidance Interval*) 0,136-0,865.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Adawiyah, (2020) dengan judul “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan paradigma positivistik dengan sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu remaja di Kabupaten Sampang yang berusia 15-19 tahun. Hasil penelitian yang telah dilakukan di dapat bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel penggunaan media sosial TikTok terhadap variabel terikat yaitu kepercayaan diri remaja di Kabupaten Sampang sebesar 54,5%. Penelitian yang telah dilakukan ini juga mengaitkan hasil yang telah diperoleh dengan teori *use and gratification*, yang mana pengguna media dapat terlibat baik secara aktif maupun pasif dalam memilih media yang berguna untuk dirinya sendiri. Teori *use and gratification* merupakan kelanjutan dari teori kebutuhan dan motivasi yang dikemukakan oleh Maslow. Sehingga dapat diartikan bahwa terdapat motivasi yang mendasari penggunaan media sosial seperti TikTok untuk mencapai kebutuhannya. Dalam hal ini kepercayaan diri yang menjadi kebutuhan yang sedang berusaha dipenuhi oleh remaja.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Palupi et al., (2020) yang berjudul “*The Effect of using TikTok Applications On Self-Confidence Levels (Studi on Communication Science Students of Balitar Islamic Unersivity, Class of 2016-2019)*”.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan subjek penelitian yaitu mahasiswa reguler Ilmu Komunikasi angkatan 2016-2019 Universitas Islam Balitar. Hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan yakni terdapat pengaruh antara penggunaan aplikasi TikTok terhadap tingkat kepercayaan diri pada mahasiswa reguler Ilmu Komunikasi Universitas Islam Balitar angkatan 2016-2019. Hal tersebut berdasarkan hasil uji t sebesar $11,199 > t$ tabel $1,99601$ dengan nilai koefisien determinan yang diperoleh sebesar $79,7\%$.

Kelima, penelitian yang dilakukan Erwin Putera Permana (2022) yang berjudul “Korelasi Media Sosial TikTok dalam Pembentukan Karakter pada Mahasiswa PGSD”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif eksperimen dengan subjek penelitian yaitu mahasiswa PGSD Tingkat 2 UNP Kediri. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini 25% dari jumlah populasi yaitu 55 orang. Dari penelitian yang dilakukan diperoleh bahwa 53 dari 55 responden mengakses aplikasi TikTok setiap harinya. Di mana dari konten TikTok yang dilihat memicu stres, kecemasan, hilang konsentrasi, serta mahasiswa menjadi lepas kontrol. Dari pengaruh yang ditimbulkan tersebut membuat media sosial yang satu ini berpengaruh dalam perubahan karakter pada mahasiswa. Hal tersebut dikarenakan, TikTok menjadikan penggunaannya candu apabila pengguna tidak mampu untuk mengendalikan dirinya dan memanfaatkannya dengan baik.

Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat kesamaan variabel. Pada penelitian yang pertama dan kedua memiliki variabel yang sama yakni variabel *self image* atau citra diri, sedangkan pada penelitian ketiga, keempat dan kelima terdapat persamaan variabel yaitu pada variabel media sosial TikTok. Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu yakni pada subjek penelitian, lokasi dan waktu penelitian, teknik sampling, serta alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Dimana subjek yang digunakan pada penelitian ini yakni mahasiswa UIN Walisongo Semarang yang memenuhi sejumlah kriteria tertentu.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Citra Diri (*Self Image*)

1. Pengertian Citra Diri (*Self Image*)

Self image atau dikenal juga dengan citra diri berasal dari dua kata yaitu citra dan diri. Citra diartikan sebagai rupa; gambar; gambaran sedangkan diri berarti tidak tergantung orang lain; mandiri. Citra diri merupakan bagaimana gambaran mengenai individu itu sendiri.

Menurut Ataria, et al. citra diri merupakan bagaimana individu memandang dirinya, bukan hanya ketika dirinya sedang melihat sosok dirinya di depan cermin, tetapi mengenai apa yang dipercayai terhadap dirinya. Hal tersebut selaras dengan yang dikemukakan oleh Daniels, et al. bahwa citra diri adalah apa yang dilihat individu ketika ia memandang dirinya. T. F. Cash & Pruzinsky juga memaparkan bahwa citra diri adalah sikap individu terhadap dirinya yang berupa penilaian baik secara positif maupun negatif (dalam Mantunges & Zubair, 2021:148). Sedangkan menurut Ramadhani & Putrianti (2014:25) citra diri adalah gambaran yang diideldkan oleh individu.

Menurut Chaplin dalam citra diri atau *self image* merupakan gambaran diri yang dibayangkan oleh individu akan terjadi di kemudian hari (Ramadhani & Putrianti, 2014:24). Gambaran diri ini dapat berbeda dengan diri sendiri yang sebenarnya. Pengertian dari *self image* ini sama dengan makna dari gambaran kesan diri (*idealized image*) yakni kesan (gambaran) yang diidealkan (Callista, 2018:6).

Bailey (2003:383) menjelaskan bahwa *self image* merupakan persepsi yang berasal dari keyakinan diri sendiri mengenai gambaran tubuh, kepribadian dan lain sebagainya. *Self image* merupakan cerminan penampilan fisik, ekspresi, perasaan, keinginan serta mental seseorang. Sedangkan menurut Marhamah & Okatiranti

(2014) *self image* lebih kepada cerminan diri, yaitu bagaimana individu melihat dirinya dan berpikir mengenai dirinya yang sekarang.

Menurut Leo citra diri juga diartikan sebagai imajinasi individu atas dirinya sendiri, imajinasi tersebut diibaratkan sebagai sebuah video mengenai dirinya sendiri. Profesor Hembing juga menjelaskan bahwa citra diri yang dimiliki oleh individu dapat menentukan menjadi seperti apa individu nanti. Apabila citra diri yang dimiliki adalah citra yang inferioritas, kurang cakap serta gagal, maka citra diri tersebut dapat diubah. Ketika citra diri tersebut diubah maka individu juga akan berubah. hal tersebut menunjukkan bahwa individu dapat berubah ketika individu tersebut dapat mengubah pikiran dan sikap mental mereka sendiri (dalam Jago, 2013:100).

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa citra diri merupakan persepsi subjektif mengenai bagaimana cara individu memandang dirinya berdasarkan gambaran mental, fisik, perasaan maupun ekspresi seseorang baik secara positif maupun negatif.

2. Aspek-aspek Citra Diri (*Self Image*)

Dalam pembentukan citra diri tentu individu perlu untuk memahami mengenai dirinya terlebih dahulu, mulai dari hal fisik, sosial hingga psikologisnya. Brown dalam Sari & Nio (2019:9) menjelaskan terdapat tiga aspek citra diri, antara lain:

a. Dunia fisik

Fisik yang dimiliki membuat individu belajar mengenai dirinya, tetapi realitas fisik ini hanya dapat diukur dengan hal yang dapat dilihat, bersifat subjektif serta merasa kurang bermakna apabila tidak dibandingkan dengan orang lain. Oleh karena itu, banyak individu yang tertarik dan terpacu untuk memperlihatkan dirinya karena fisiknya (Hardini, 2021:22).

b. Dunia sosial

Lingkungan sekitar individu merupakan salah satu hal dalam mencapai pemahaman mengenai citra diri. Proses pemahaman diri berdasarkan lingkungan sekitar dibagi menjadi dua proses, yaitu:

1. Perbandingan sosial

Individu sering kali membandingkan dirinya dengan orang lain yang dirasa sama dengan dirinya untuk mendapatkan gambaran atau cerminan diri yang adil menurutnya. Namun, tidak jarang individu juga membandingkan dirinya dengan orang yang lebih baik atau buruk dengan maksud dan tujuan tertentu (Hardini, 2021:23).

2. Penilaian yang tercermin

Pemahaman akan diri individu tercapai dengan melihat bagaimana tanggapan orang lain terhadap sikap dan perilaku yang diperlihatkannya (Suryana, 2021:13).

c. Dunia dalam/psikologis

Hal-hal yang mempengaruhi pencapaian pemahaman mengenai citra diri yang bersumber dari dalam diri individu, antara lain:

1. Introspeksi (*introspection*)

Introspeksi dilakukan oleh individu untuk melihat kembali dalam dirinya guna mencari hal-hal yang mampu menunjang dirinya dikemudian hari.

2. Proses mempersepsikan diri (*self perception process*)

Mempersepsikan diri ini dilakukan dengan melihat dan menyimpulkan seperti apakah dirinya berdasarkan sifat yang dicarinya dalam kejadian yang terjadi dalam hidupnya (Suryana, 2021:13).

3. Atribusi kasual (*causal attributions*)

Menurut Weiner dalam Safitri (2020:18) atribusi kasual diartikan sebagai bagaimana individu menjawab *mengapa* dalam melakukan berbagai hal dalam hidupnya, lebih jelasnya yakni untuk mencari tahu alasan dibalik

semua perilaku yang dilakukan oleh individu. Atribusi yang dibuat ini akan berpengaruh terhadap cara pandang individu terhadap diri sendiri.

Grad menjelaskan bahwa dalam *self image* individu terdapat aspek-aspek pendukung pembentukan *self image* (Aqilla & Sudrajat, 2022:909), antara lain:

- a. Kesadaran (*awareness*), bagaimana individu menyadari akan *self image* dalam dirinya baik yang bersifat fisik maupun non fisik.
- b. Tindakan (*action*), bagaimana individu dapat melakukan tindakan yang bertujuan untuk mengembangkan dan memanfaatkan potensi yang dimiliki.
- c. Penerimaan (*acceptance*), bagaimana individu dapat menerima kekurangan dan kelebihan yang ada pada dirinya.
- d. Sikap (*attitude*), bagaimana individu menghargai apa yang dimilikinya baik itu kelemahan maupun kelebihan.

3. Komponen Citra Diri (*Self Image*)

Self image mempunyai karakteristik tertentu, seperti yang dijelaskan oleh Van Flet (dalam Utomo, 2015:5) bahwa terdapat beberapa karakteristik *self image*, antara lain:

- a. Memiliki rasa percaya diri yang tinggi
- b. Mampu menentukan sasaran hidup
- c. Terorganisir dan efisien
- d. Bersikap mampu
- e. Memiliki kepribadian yang menyenangkan
- f. Dapat mengendalikan diri

Selain memiliki karakteristik, citra diri pada diri individu juga memiliki komponen. James dalam Utomo (2015:5) yang menjelaskan bahwa komponen dasar dari citra diri antara lain:

- a. *Material Self*, yang di dalamnya terdapat material possession dimana tubuh merupakan bagian yang paling penting dari individu sedangkan pakaian nomor dua.

- b. *Sosial self*, yakni bagaimana tanggapan yang diterima oleh individu dari orang di sekitarnya.
- c. *Spiritual self*, komponen ini lebih mengarah pada bagian terdalam dari diri, yang mana kemampuan dan kecakapan psikologis adalah bagian terpenting dari diri individu sendiri.

Sedangkan menurut Jersild (dalam Selviana & Yulinar, 2022:42) *self image* memiliki beberapa komponen yakni:

- a. *Perceptual Component*

Gambaran terhadap penampilan dirinya, terutama mengenai ekspresi yang diberikan pada orang lain, komponen ini disebut juga *physical self image*.

- b. *Conceptual Component*

Gambaran mengenai karakteristik dalam diri individu yang meliputi kemampuan diri, kelebihan dan kekurangan serta keterbatasan yang dimiliki, komponen ini juga dikenal sebagai *psychological self image*.

- c. *Attitudinal Component*

Pemikiran dan perasaan individu terhadap dirinya, status, dan pandangan terhadap orang lain, komponen ini dikenal juga sebagai *social self image*.

4. Faktor yang Memengaruhi Citra Diri (*Self Image*)

Citra diri pada individu terbentuk sejak individu masih kecil dimana pengalaman-pengalaman masa lalu serta penilaiannya mengenai masa lalu akan membentuk gambaran mental tentang dirinya di masa sekarang. Leo dalam Jago (2013:101) menjelaskan terdapat tiga factor pembentukan citra diri, yaitu :

- a. Orang Tua

Orang tua merupakan contoh pertama bagi anak, sehingga apa yang ditangkap oleh anak dari orang tua bisa saja dianggap sebuah kebenaran. Ketika anak percaya pada setiap perkataan yang keluar dari orang tua, hal tersebut nantinya akan dimasukkan dalam imajinasi mental anak dan akan menjadi acuan untuk menggambarkan dirinya di kemudian hari.

b. Lingkungan Sekitar

Lingkungan menjadi salah satu hal yang berpengaruh dalam membentuk citra diri pada individu. Hal tersebut dikarenakan, lingkungan memiliki nilai-nilai budaya yang dapat dimasukkan ke dalam imajinasi seseorang, baik itu nilai baik maupun buruk.

c. Diri Sendiri

Hal ini berkaitan dengan pembicaraan dengan diri sendiri (*self talk*), dimana ketika individu mengalami tekanan, *self talk* akan muncul dengan sendirinya. Pembicaraan yang dikatakan terhadap diri ini yang dapat membangun diri atau malah menjatuhkan diri individu. Dari sinilah munculnya kepercayaan yang benar ataupun kepercayaan yang salah di dalam diri.

Menurut Brown (1998:200) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi atau mendorong pembentukan *self image* atau citra diri, yakni:

a) Faktor Perilaku

1. Perhatian selektif (*selective attention*) merupakan perhatian terhadap masukan ataupun kritikan yang mendukung citra diri pada individu.
2. Melumpuhkan diri sendiri, tidak jarang individu seringkali memperlihatkan perilaku yang menunjukkan kekurangannya.
3. Pemilihan tugas yang memperlihatkan usaha positif. Dimana kebanyakan individu lebih sering melihat kritik yang bersifat menunjukkan kelebihan mereka, daripada kemampuan yang sebenarnya dimiliki.
4. Bukti yang memperjelas perilaku dalam mencari info strategis, yang mana individu sering kali menghindari atau menjauhi situasi ketika kekurangannya dapat terlihat serta individu lebih sering mencari masukan atau kritik terhadap hal-hal yang mudah untuk diperbaiki dari hasil kemampuan mereka.

b) Faktor Sosial

1. Interaksi selektif, yaitu dimana individu bisa memilih dengan siapa saja ia ingin berteman.
2. Perbandingan sosial yang bias, dimana individu sering kali membandingkan dirinya dengan orang lain yang menurut mereka lebih redah kemampuannya dari dirinya.

Sedangkan menurut Rosenbaum (dalam Dachyang, 2013:132) menyatakan bahwa terhadap empat hal yang paling berpengaruh terhadap pembentukan citra diri, yaitu:

- a. *Experience* atau pengalaman, pengalaman yang berasal dari kegiatan atau aktivitas sehari-hari yang dilakukan.
- b. *Exposure* atau keterbukaan, keterbukaan yang dimaksud yaitu keterbukaan terhadap orang lain serta keterbukaan terhadap ide-ide baru.
- c. *Education*, pendidikan ini berkaitan dengan pengalaman dan juga keterbukaan yang dimiliki oleh individu.
- d. *Environment* atau lingkungan, berkaitan dengan gaya hidup yang diadopsi untuk dirinya sendiri.

5. Citra Diri (*Self Image*) dalam Perspektif Islam

Citra diri merupakan persepsi subjektif diri sendiri mengenai gambaran diri sendiri mengenai gambaran tubuh, kesan mengenai kepribadian seseorang dan lain sebagainya (Bailey, 2003:383). Dalam membentuk citra diri tentu terdapat aspek-aspek pendukung, salah satu aspek pendukung pembentukan citra diri yaitu penerimaan (dalam Aqilla & Sudrajat, 2022:909). Penerimaan yang dimaksud yaitu bagaimana individu segala kelebihan dan kelemahan dalam dirinya sebagai anugerah dari sang pencipta. Penerimaan ini juga di jelaskan dalam al-Qur`an Surah al-Isra` ayat 70, yang berbunyi:

وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا

“Dan sungguh, Kami telah memuliakan anak-cucu Adam, dan Kami angkat mereka di darat dan di laut, dan Kami beri mereka rezeki dari yang baik-baik dan Kami lebihkan mereka di atas banyak makhluk yang Kami ciptakan dengan kelebihan yang sempurna.” (QS. Al-Isra' (17): 70)

Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Mishbah menjelaskan sebab anugerah itu yakni karena manusia merupakan makhluk unik yang mempunyai kehormatan dalam kedudukannya sebagai manusia, yang mempunyai bentuk tubuh yang baik, kemampuan berbicara dan berpikir, serta ilmu dan kebebasan untuk memilih. Dan Allah juga memberi mereka kebaikan-kebaikan sesuai dengan kebutuhannya dan bermanfaat bagi pertumbuhan jasmani mereka, serta pertumbuhan ruhani mereka. Kami menjadikan mereka lebih unggul dari hewan, memiliki kecerdasan dan kreativitas sehingga mereka menjadi makhluk yang bertanggung jawab. Kami lebih memilih kataatan mereka dibanding ketaatan malaikat karena ketaatan manusia berarti melawan setan dan hawa nafsu, sedangkan ketaatan malaikat tidak ada tandingannya, dan masih banyak lagi (Shihab, 2002:513).

Ayat tersebut menjelaskan tentang bentuk keistimewaan, kehormatan, dan kemuliaan yang Allah anugerahkan kepada keturunan Adam as. Hal ini nampaknya menunjukkan bahwa ada banyak kehormatan dan tidak diperuntukkan bagi satu ras atau generasi tertentu saja, juga tidak berdasarkan pada agama atau keturunan, tetapi dianugerahkan untuk seluruh anak cucu Adam as. sehingga dilakukan secara perseorangan (Shihab, 2002 :514).

Manusia merupakan makhluk yang diciptakan dengan potensi yang dimiliki. Di mana, setiap individu pasti memiliki kelebihan dalam menyusun konsep-konsep, mengembangkan, mencipta dan mengemukakan gagasan serta melaksanakannya. menerimanya dan perlu untuk mengembangkan kelebihan yang kita miliki. Hal tersebut juga dijelaskan di dalam al-Qur`an Surah al-Isra` ayat 70 bahwa manusia diciptakan dengan kelebihan yang sempurna (Kami lebihkan mereka dari hewan) sehingga manusia menjadi makhluk yang memiliki keistimewaan, kehormatan, kemuliaan serta tanggung jawab (Marhaban, 2018:218) .

B. Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

1. Pengertian Intensitas Penggunaan Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial berasal dari dua kata yakni media serta sosial. Menurut KBBI, media diartikan sebagai sarana; alat; perantara; penghubung, sedangkan sosial memiliki arti berkenaan dengan masyarakat; suka memperhatikan kepentingan umum. Media sosial merupakan wadah yang dapat menciptakan berbagai komunikasi dan menyediakan berbagai informasi untuk semua kalangan (Sahaja dalam Selviana & Yulinar, 2022:38).

Menurut Van Dijk media sosial merupakan platform yang berfokus dan memfasilitasi penggunaanya dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena dipergunakan untuk aktivitas maupun berkolaborasi, media sosial diibaratkan sebagai fasilitator virtual yang memperkuat hubungan maupun ikatan sosial antar pengguna. Menurut Boyd, media sosial yaitu kumpulan dari perangkat lunak yang mengizinkan kelompok maupun individu untuk dapat berkumpul, berbagi, berkomunikasi maupun saling berkolaborasi. Berbeda dengan media masa, pada media sosial konten yang ada berasal dari para penggunaanya (*user-generated content*) sedangkan pada media masa tergantung pada editornya (dalam Setiadi, 2016:2). Hal-hal baru yang ada pada media sosial merupakan hasil dari karya yang dibuat oleh para penggunaanya.

Menurut Zarella (2010) media sosial merupakan perkembangan teknologi web dengan basis internet untuk mempermudah orang untuk berkomunikasi, berbagi berpartisipasi serta membentuk sebuah jaringan secara daring (Syaiiful & Sari, 2016:95). Sedangkan menurut Ainiyah (2018:222) media sosial diartikan sebagai media online yang memudahkan para penggunaanya untuk berpartisipasi, berbagi serta menciptakan isi di dalamnya. Media sosial memiliki banyak kategori dan kegunaannya, mulai dari yang digunakan untuk

menjalin pertemanan hingga digunakan untuk berkolaborasi antar pengguna. Salah satu dari berbagai kategori dan kegunaan media sosial yaitu media sosial yang memfasilitasi para penggunanya untuk berbagi media melalui gambar, video, audio, dokumen, dan lain sebagainya. Contoh dari media yang termasuk dalam kategori ini yaitu TikTok.

Dari pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan wadah yang digunakan untuk memfasilitasi pengguna untuk berkomunikasi maupun saling berkolaborasi, menyediakan informasi bagi semua khalayak serta membentuk sebuah jaringan secara daring.

b. Pengertian Intensitas

Intensitas dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai keadaan tingkatan atau ukuran intensnya. Menurut Chaplin intensitas diartikan sebagai kekuatan yang mendukung suatu sikap atau pendapat tertentu. Suatu tindakan ataupun kegiatan yang dilakukan tentu saja terdapat dorongan dalam diri individu dan kegiatan yang dilakukan terus menerus oleh individu disebut sebagai intensif. Intensitas juga diartikan sebagai seberapa sering individu melakukan kegiatan tersebut (Wahyuni, 2017:23).

Sandya menjelaskan intensitas merupakan keterlibatan individu dalam mengakses media sosial seperti seberapa lama seseorang dalam sekali akses media sosial atau durasi (dalam Pratama & Sari, 2020:67). Sedangkan menurut Kartono dan Gulo menyatakan intensitas sebagai besarnya dorongan tingkah laku dan jumlah energi berupa fisik yang dikeluarkan untuk merangsang suatu indra (dalam Andromeda & Kristant, 2017:258). Jadi dapat disimpulkan bahwa intensitas merupakan tingkatan seberapa sering individu dalam melakukan kegiatan atau aktivitas yang dilakukan secara berulang-ulang.

c. Pengertian Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Intensitas penggunaan media sosial menurut Sandya (dalam Pratama & Sari, 2020:67) merupakan keterlibatan individu dalam aktivitas penggunaan

media sosial seperti frekuensi, durasi serta jumlah pertemanan yang terbentuk. Sedangkan menurut Daryanto intensitas penggunaan media sosial adalah seberapa sering individu dalam mengakses atau menggunakan media sosial (dalam Andromeda & Kristant, 2017:259). Intensitas penggunaan media sosial juga diartikan sebagai suatu ukuran kuantitatif mengenai seberapa sering, seberapa lama dan konsentrasi individu dalam penggunaan media sosial (Larasati, 2020:4).

Dari pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial TikTok merupakan ukuran kuantitatif individu dalam aktivitasnya menggunakan media sosial TikTok seperti seberapa lama dan seberapa sering individu mengakses media sosial TikTok.

2. Karakteristik Intensitas Penggunaan Media Sosial

Media sosial merupakan sarana untuk berkomunikasi secara virtual bagi individu bahkan digunakan untuk mencari informasi. Menurut Nasrullah dalam Setiadi (2016:2) media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat luas memiliki karakter khusus, yaitu:

a. Jaringan

Jaringan merupakan sarana yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lain. Jaringan ini sangat diperlukan karena komunikasi akan terjalin ketika antar komputer terhubung satu sama lain.

b. Informasi

Informasi menjadi bagian terpenting dalam media sosial karena para pengguna mengkreasikan identitas yang mewakili dirinya, membuat konten dan melakukan interaksi berdasarkan informasi yang ada (Alhidayat & Elsyra, 2022:522).

c. Arsip

Arsip pada media sosial menunjukkan bahwa informasi yang dicari telah tersimpan serta dapat diakses oleh siapa pun dan kapan pun melalui perangkat apa saja .

d. Interaksi

Media sosial yang ada tidak hanya memperluas pertemanan maupun pengikut saja dengan adanya jaringan antar penggunanya, tetapi juga perlu membangun interaksi antar pengguna.

e. Simulasi sosial

Media sosial keunikan dan pola berdasarkan kasus yang berbeda-beda dan tidak dapat ditemui di masyarakat yang sebenarnya. Hal tersebutlah yang menyebabkan media sosial memiliki karakteristik medium bermasyarakat di dunia virtual.

f. Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

UGC (user-generated content) adalah relasi simbiosis yang memberikan kesempatan serta kebebasan bagi pengguna untuk berpartisipasi. Hal tersebut menjadikan konten yang ada di media sosial sepenuhnya menjadi milik pengguna (Kurnia et al., 2018:5).

3. Aspek-aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial

Del Bario menjelaskan bahwa intensitas penggunaan media sosial meliputi dua hal yaitu kuantitas dan kualitas. Aspek- aspek intensitas akses media sosial menurut Ajzen (dalam Wibowo & Nurwindasari, 2019:324) antara lain:

- a. Perhatian (*attention*) yaitu ketertarikan individu terhadap suatu hal, perhatian yang sesuai dengan minat tersebut akan lebih menarik dan menjadi lebih intensif dibandingkan dengan perhatian yang tidak menuntut.
- b. Penghayatan yaitu memahami dan penyerapan informasi yang ada di media sosial.

- c. Durasi yaitu rentan waktu atau lamanya waktu yang digunakan individu dalam menjalankan sesuatu.
- d. Frekuensi yakni banyaknya perilaku berulang dalam menggunakan media sosial.

Olufadi menjelaskan bahwa dalam mengukur waktu dalam intensitas penggunaan media sosial atau jejaring sosial terdapat lima aspek (dalam Lestari, 2019:23) yaitu :

- a. Relaksasi dan periode waktu luang, berkaitan dengan situasi di mana individu tidak sibuk, bersantai, atau memiliki waktu luang dan memanfaatkannya untuk menggunakan media sosial.
- b. Periode terkait keperluan akademik, penggunaan media sosial yang terkait dengan kegiatan akademik.
- c. Penggunaan di tempat umum, penggunaan media sosial ketika berada di tempat umum.
- d. Periode terkait stres, penggunaan media sosial ketika individu sedang berada pada masa yang berkaitan dengan stres.
- e. Motif penggunaan, penggunaan media sosial dengan tujuan tertentu.

4. Faktor yang Memengaruhi Intensitas Penggunaan Media Sosial

Daya tarik yang ditawarkan oleh media sosial berperan penting dalam membangun komunikasi seseorang. Dimana saat ini, banyak individu yang peka akan adanya perubahan dalam bidang teknologi salah satunya pada media sosial, banyak dari individu yang mengikuti perkembangan tersebut dan berusaha untuk menguasainya. Hal tersebutlah yang membuat intensitas penggunaan media sosial pada individu berbeda-beda. Menurut Ainiyah (2018:225) terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap intensitas penggunaan media sosial, yaitu:

a. Eksistensi

Sebagai makhluk sosial, manusia tentu perlu akan adanya pengakuan atas keberadaannya. Dengan seringnya individu mengakses media sosial, mereka berusaha untuk menunjukkan dirinya agar mudah untuk diakui keberadaannya.

b. Perhatian

Setiap individu tentu membutuhkan perhatian dari orang di sekitarnya baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Dari berbagai bentuk perhatian yang biasanya ditunjukkan, perhatian melalui kata-kata merupakan bentuk perhatian yang paling mudah dan sederhana untuk dilakukan. Melalui media sosial, individu mencari perhatian dengan mendapatkan balasan kata-kata dari apa yang mereka tunjukkan (Ismi, 2023:15).

c. Pendapat

Pendapat merupakan persepsi seseorang mengenai suatu hal. Pendapat yang dimiliki oleh orang tentu saja berbeda-beda antara yang satu dengan yang lainnya. Pendapat digunakan untuk memilih sesuatu, memperluas sudut pandang, atau digunakan untuk memperoleh pemikiran positif untuk menyelesaikan suatu permasalahan. Media sosial digunakan oleh individu untuk saling bertukar pendapat melalui fitur-fitur yang disediakan (Enggelina, 2022:34).

d. Menumbuhkan citra baik

Adanya media sosial sekarang ini memudahkan para pengguna atau individu untuk mendapatkan pencitraan dengan cara instan dengan menunjukkan kelebihanannya kepada khalayak.

e. Komunikasi dan sosialisasi

Setiap individu perlu untuk menjalin hubungan dengan individu lain baik secara verbal maupun non verbal. Namun, dengan adanya media sosial individu dapat melakukan komunikasi serta bersosialisasi secara cepat dengan orang lain .

f. Ajang untuk berprestasi

Selain sebagai media hiburan media sosial juga sering menyediakan berbagai ajang perlombaan yang bertujuan untuk mengasah kemampuan para pengguna media sosial.

g. Menambah wawasan

Media sosial selain digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga digunakan untuk menambah wawasan, seperti tempat bersejarah, peristiwa penting, dan lain sebagainya.

h. Mengeluarkan apa yang dirasakan

Media sosial digunakan untuk mencurahkan apa saja yang sedang individu rasakan, dengan mencurahkan isi hatinya di media sosial individu merasa bebas karena merasa itu merupakan dunianya mengesampingkan tanggapan orang lain nantinya (Ismi, 2023:15).

5. Penggunaan Media Sosial dalam Perspektif Islam

Media sosial merupakan wadah yang dapat menciptakan berbagai komunikasi serta menyediakan berbagai informasi bagi semua kalangan pengguna. Media sosial memiliki banyak kategori dan kegunaannya, mulai dari yang digunakan untuk menjalin pertemanan, berkolaborasi dengan sesama pengguna, serta sebagai media komunikasi oleh banyak orang (Ainiyah, 2018:235). Sesuai dengan fungsi yaitu sebagai media komunikasi, Islam tentu mengatur etika dalam berkomunikasi melalui media sosial yang dijelaskan dalam al-Qur`an. Etika dalam penggunaan media sosial di dalam alQur`an Surah al-Ahzab ayat 70, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar” (Q.S. Al-Ahzab/33:70)

Thahir Ibn Asyur dalam Tafsir Al-Musbah menekankan pada kata *qaul* (ucapan) yang menurutnya merupakan satu pintu yang sangat lebar, berhubungan dengan hal baik dan buruk. Perkataan yang tepat, baik itu diucapkan maupun

ditulis, diucapkan oleh diri sendiri atau dibaca oleh orang lain, akan tersebar luas dan berdampak pada pikiran dan jiwa manusia, Mengatakan hal baik akan berdampak baik, mengatakan hal buruk akan berdampak buruk. Ayat ini menjelaskan bahwa pengaruh ucapan yang benar adalah meningkatkan amal dan sebaliknya (Shihab, 2002:330).

Setiap agama tentu sangat memperhatikan tingkah laku manusia. Perhatian ini diberikan karena etika memegang peran penting membentuk karakter individu. Etika dalam Islam adalah akhlak yang berdasar pada al-Qur`an serta berdasarkan sabda Nabi Muhammad SAW., dari kedua sumber inilah perbuatan seseorang dinilai. Oleh karena itu, Islam juga memberika perhatian terhadap etika berkomunikasi dalam penggunaan media sosial. Para pengguna media sosial perlu untuk memberikan perkataan maupun ucapan yang baik dan benar karena hal tersebut dapat berpengaruh bagi orang lain. Hal tersebut sesuai dengan al-Qur`an Surah al- Ahzab ayat 70 yang menjelaskan bahwa sebagai manusia perlu untuk mengucapkan perkataan yang baik dan benar karena perkataan atau ucapan merupakan pintu dari sebuah kebenaran ataupun keburukan keluar (Zainuddin, 2020:32).

C. Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok dengan Citra Diri

Bailey (2003:383) mengemukakan bahwa *self image* merupakan persepsi yang berasal dari keyakinan diri sendiri mengenai gambaran tubuh, kepribadian dan lain sebagainya.. Menurut Carl Rogers citra diri adalah bagian dari konsep diri pada setiap individu yang berpengaruh terhadap perasaan, pikiran dan perilaku individu (Mishra, 2016). Selain itu, *self image* atau citra diri pada mahasiswa sangat penting karena menentukan identitas seseorang (Rahmat, 2021:3). Self image yang baik pada diri individu akan memperlihatkan diri yang positif pula.

Faktor yang mempengaruhi atau mendorong self image pada diri individu diataranya faktor perilaku dan faktor sosial (Brown, 1998:200). Faktor perilaku

merupakan faktor yang berasal dari dalam diri individu yang berpengaruh dalam pembentukan citra diri individu, faktor perilaku ini salah satunya yaitu perhatian selektif. Faktor lain yang mempengaruhi *self image* pada diri individu terutama pada mahasiswa yaitu faktor sosial. Faktor sosial ini meliputi interaksi selektif, dimana individu bisa memilih dengan siapa ia ingin berteman serta perbandingan yang bias, kecenderungan individu membandingkan dirinya dengan orang lain.

Sedangkan menurut Rosenbaum (dalam Dachyang, 2013:132) menyatakan bahwa terdapat empat hal yang paling berpengaruh terhadap pembentukan citra diri diantaranya yaitu pengalaman, keterbukaan, pendidikan dan lingkungan. Pengalaman adalah salah satu faktor yang paling berpengaruh dalam pembentukan citra diri mahasiswa. Hal tersebut dikarenakan pengalaman berkaitan dengan kegiatan atau aktivitas sehari-hari yang dilakukan oleh individu. Di era yang semakin berkembang ini, dalam kegiatan sehari-harinya individu tidak bisa lepas dengan media sosial. Bahkan mengakses media sosial menjadi kegiatan wajib yang tidak boleh terlewat oleh individu sama halnya dengan mahasiswa. Akhir-akhir ini media sosial yang paling intens digunakan atau diakses oleh mahasiswa yaitu TikTok.

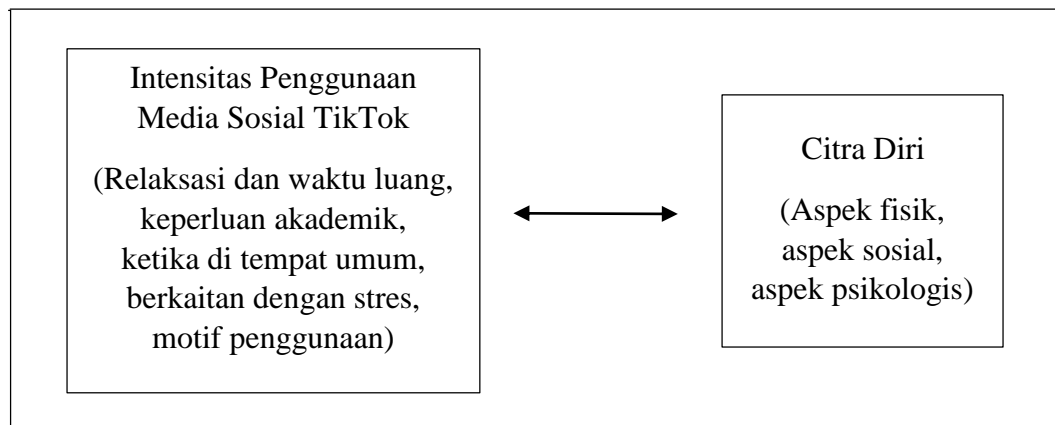
Intensitas penggunaan media sosial diartikan sebagai suatu ukuran kuantitatif mengenai seberapa sering, seberapa lama dan konsentrasi individu dalam penggunaan media sosial (Larasati, 2020:4). Aspek yang mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial yaitu perhatian, hal ini berkaitan dengan minat individu mengenai sesuatu, perhatian yang sesuai minat akan lebih menarik dan menjadi lebih intensif dibandingkan dengan hal yang tidak terdapat minat di dalamnya (Ajzen dalam Wibowo & Nurwindasari, 2019:324). Selain perhatian, aspek yang mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial yaitu penghayatan, durasi serta frekuensi yang mana antara satu individu dengan individu lainnya tentu berbeda-beda.

Aspek perhatian dalam intensitas penggunaan media sosial ini berkaitan dengan faktor yang berpengaruh dalam pembentukan citra diri individu. Individu yang mengakses media sosial tentu memiliki perhatian terhadap media sosial yang ingin

diakses (Ainiyah, 2018:225). Perhatian selektif dalam *self image* berkaitan dengan perhatian terhadap pengalaman yang relevan dengan dirinya dan mengabaikan pengalaman yang tidak relevan. Dalam memberikan perhatian tentu individu juga melakukan penghayatan terhadap apa yang sedang ia lihat terutama ketika sedang mengakses media sosial terlebih TikTok.

Faktor yang berpengaruh terhadap intensitas penggunaan media sosial TikTok pada mahasiswa diantaranya yaitu pendapat, media sosial digunakan oleh individu untuk saling bertukar pendapat; perhatian; komunikasi dan sosialisasi, dengan media sosial individu lebih mudah dalam berkomunikasi dan bersosialisasi dengan orang banyak serta menumbuhkan citra diri. Dengan media sosial individu berusaha untuk menemukan citra diri mereka secara instan (Ainiyah, 2018:225).

Apabila faktor yang berpengaruh terhadap intensitas penggunaan media sosial TikTok diantaranya perhatian, pendapat, komunikasi dan sosialisasi serta menumbuhkan citra diri, maka intensitas penggunaan media sosial TikTok dapat berpengaruh terhadap pembentukan citra diri pada remaja akhir seperti mahasiswa.



Gambar 2 1 Skema hubungan intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan citra diri

D. Hipotesis

Berdasarkan uraian permasalahan, tujuan penelitian dan kajian teori yang telah disampaikan oleh peneliti di atas, maka hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 : Terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan citra diri (*self image*) pada mahasiswa UIN Walisongo Semarang

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode korelasional. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan berdasarkan data empiris yang meliputi populasi dan sampel, pengumpulan data dan penggunaan instrumen penelitian dengan analisis data yang bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2016:8). Metode korelasional dalam penelitian ini digunakan untuk menghubungkan variabel-variabel penelitian yang digunakan tanpa memanipulasi pada variabel yang diteliti. Penelitian dengan menggunakan metode korelasional merupakan penelitian yang mempelajari hubungan antara variabel bebas atau independen dengan variabel terikat atau variabel dependen (Winarni, 2011:46).

B. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu nilai atau sifat dari orang, objek ataupun kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Pada penelitian ini, variabel yang digunakan yaitu :

1. Variabel independen (X) yaitu intensitas penggunaan media sosial TikTok.
2. Variabel dependen (Y) yaitu citra diri (*self image*).

C. Definisi Operasional

1. Intensitas penggunaan media sosial TikTok

Intensitas penggunaan media sosial TikTok merupakan ukuran kuantitatif individu dalam aktivitasnya menggunakan media sosial TikTok seperti seberapa lama, seberapa sering serta penghayatan individu dalam mengakses media sosial TikTok ketika individu berada pada saat relaksasi dan periode waktu luang, periode terkait keperluan akademik, penggunaan di tempat umum, periode terkait stres dan motif penggunaan.

2. Citra diri (*self image*)

Citra diri (*self image*) merupakan persepsi subjektif mengenai bagaimana cara individu memandang dirinya berdasarkan gambaran mental, fisik, perasaan maupun ekspresi seseorang baik secara positif maupun negatif. *Self image* atau citra diri ini dapat diukur dalam beberapa aspek yaitu aspek fisik, aspek sosial, serta aspek psikologis.

D. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat dilakukannya penelitian yaitu di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang beralamat Jl. Walisongo No. 3-5, Tambakaji, Kecamatan Ngaliyan, Kota Semarang. Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2023.

E. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi merupakan keseluruhan dari individu yang dimaksudkan untuk diteliti yang akan dikenai generalisasi. Menurut Sugiyono (2013) populasi adalah area generalisasi atau abstraksi yang terdiri dari subjek yang memiliki karakteristik atau kualitas tertentu (Jasmalinda, 2021:2220). Populasi yang digunakan yaitu mahasiswa UIN Walisongo Semarang.

Sampel merupakan sebagian kecil populasi yang dijadikan wakil dalam sebuah penelitian. Sampel yang representatif adalah sampel yang anggotanya dapat mencerminkan sifat serta ciri-ciri yang ada pada populasi (Winarsunu, 2017:11). Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non-probability sampling*, suatu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama pada anggota dari populasi yang terpilih untuk menjadi sampel (Husnar et al., 2017:98). Teknik *non-probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel menggunakan beberapa pertimbangan dengan kriteria tertentu untuk menentukan sampel yang akan diteliti (Sugiyono, 2018:152). Kriteria yang digunakan dalam menentukan sampel dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Mahasiswa UIN Walisongo Semarang
- 2) Laki – laki atau perempuan (17-22 tahun)
- 3) Pengguna aktif media sosial TikTok

Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Cochran karena jumlah populasi yang digunakan oleh peneliti tidak diketahui pasti jumlahnya (Sugiyono, 2016:136). Rumus Cochran yakni sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2pq}{e^2}$$

Keterangan

n : jumlah sampel

Z : harga untuk kurva normal dengan simpangan 5% (1,96)

p : peluang benar 50% = 0,5

q : peluang salah 50% = 0,5

e : tingkat kesalahan sampel (*sampling error*), 10%

Adapun tingkat kesalahan sampel yang digunakan oleh peneliti yaitu 10%, sehingga perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$= 96,04$$

Hasil perhitungan menggunakan rumus Cochran didapatkan hasil yaitu 96,04 sehingga dibulatkan menjadi 100 responden. Sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 100 orang dengan tara kesalahan yaitu sebesar 10%.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan instrumen penelitian. Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur dan mengobservasi yang menghasilkan data kuantitatif. Instrumen penelitian ini digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Karena bertujuan untuk menghasilkan data kuantitatif yang akurat, sehingga setiap instrumen memerlukan adanya skala (Sugiyono, 2018:230).

Skala pengukuran merupakan peluang yang digunakan untuk acuan dalam menentukan rantang interval pada alat ukur. Dengan menggunakan skala pengukuran, nilai dari variable yang diukur dapat diyatakan dalam bentuk angka. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert.

Skala likert merupakan alat ukur yang dipergunakan dalam mengukur sikap, persepsi serta pendapat individu mengenai suatu fenomena sosial (Azwar, 2011:12). Sugiyono (2018:231) menjelaskan bahwa skala likert adalah skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi dan pendapat seseorang maupun sekelompok orang terhadap suatu fenomena sosial. Melalui skala ini, variabel penelitian dijabarkan menjadi indikator-indikator. Indikator tersebutlah yang digunakan sebagai acuan dalam menyusun item yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan. Kriteria penilaian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari empat kriteria, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS). Rentang nilai yang digunakan yaitu 1- 4 sesuai dengan jenis aitem yang ada, *favorable* atau *unfavorable*. Berikut kriteria penilaian setiap jawaban

Tabel 3 1
Kriteria Penilaian

Kriteria	Favorable	Unfavorable
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala citra diri (*self image*) serta *Social Networking Time Use Scale*.

1. Skala Citra Diri (*self image*)

Skala citra diri (*self image*) disusun berdasarkan aspek-aspek citra diri yang dikemukakan oleh Brown yang terdiri dari 3 aspek. Item berjumlah 28 buah yang terdiri dari pernyataan favorable dan unfavorable.

Tabel 3 2

Blueprint Skala Citra Diri

Dimensi	Indikator	Jumlah Item		Jumlah
		Fav	Unfav	
Fisik	Puas akan fisik yang dimiliki	1, 11	8,14	4
	Penampilan yang Menarik	12, 26	3, 10	4
Sosial	Perbandingan sosial	13, 15	16, 25	4
	Penilaian yang tercermin	17, 27	5,6	4
Psikologis	Introspeksi	18,21	20, 28	4
	Proses mempersepsi diri	7, 22	19, 23	4
	Sebab perilaku dilakukan	2,9	4, 24	4
Total		14	14	28

2. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Untuk mengukur intensitas penggunaan media sosial menggunakan *Social Networking Time Use Scale* (SONTUS). Kuesioner ini dipublikasikan pada tahun 2015 oleh Yunusa Olufadi, digunakan untuk menilai atau mengukur intensitas penggunaan media sosial atau jejaring sosial dalam satu minggu terakhir. SONTUS memiliki 29 aitem pertanyaan yang menjelaskan mengenai frekuensi penggunaan media sosial atau jejaring sosial dengan 11 pilihan jawaban yang berupa kategori waktu. Kuesioner ini memiliki 5 komponen yakni relaksasi dan periode waktu

luang, periode terkait keperluan akademik, penggunaan di tempat umum, periode terkait stres dan motif penggunaan (Olufadi, 2015:459).

Pada penelitian ini, peneliti melakukan modifikasi terhadap alat ukur *Social Networking Time Use Scale* (SONTUS) agar memudahkan responden dalam memahami pernyataan yang diberikan dan memilih jawaban setiap pernyataan sesuai dengan keadaannya. Modifikasi ini dilakukan dengan membaca alat ukur aslinya dan dilihat aitem aitemnya. Kemudian, menerjemahkan setiap item serta pilihan jawaban yang selanjutnya mengubah kata pada item dan pilihan jawaban untuk menyesuaikan kebutuhan serta subjek penelitian tanpa menghilangkan makna aslinya. Item-item serta pilihan jawaban yang telah melalui modifikasi inilah yang digunakan sebagai alat ukur oleh peneliti.

Tabel 3 3

Blueprint Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Dimensi	Nomor Item	Jumlah Item
Relaksasi dan waktu luang	2, 6, 7, 12, 14, 21, 22, 24, 26	9
Keperluan akademik	1, 5, 10, 13, 28, 29	6
Ketika di tempat umum	4, 9, 17, 19, 23	5
Berkaitan dengan stres	3, 16, 8, 27, 15	5
Motif penggunaan	11, 18, 20, 25	4
Total		29

Responden dalam penelitian diminta untuk memilih satu dari 11 pilihan jawaban yang telah disediakan dengan pilihan yang paling menggambarkan dirinya. jawaban dari responden kemudian diberikan kode sebagai berikut

Tabel 3 4

Penormaan Setiap Aitem dalam SONTUS

Skala Likert	Skor
1-3	1
4-6	2
7-9	3
10-11	4

Setelah diberi skor pada setiap pilihan jawaban, selanjutnya dikelompokkan sesuai dengan masing-masing dimensi. Setelah dilakukan penormaan pada masing-masing dimensi maka akan diperoleh skor global SONTUS, skor global ini berkisar antara 5 sampai 23. Skor atau nilai tersebut diinterpretasikan menjadi empat yakni sebagai berikut:

Tabel 3 5

Interpretasi Skor Global SONTUS

Skor	Kategori
5 – 9	Rendah
10 – 14	Sedang
15 – 19	Tinggi
>19	Sangat Tinggi

G. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yaitu derajat ketelitian dan kecermatan suatu alat ukur dalam menjalankan fungsi pegukurannya. Suatu alat ukur dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat ukur tersebut dapat menjalankan fungsi pengukurannya atau memberikan hasil pengukuran yang sesuai dengan tujuannya

(Azwar, 2001:30). Validitas merupakan cara untuk mengetahui alat tes yang digunakan berdasarkan dengan fungsinya.

Uji validitas dalam penelitian ini didasarkan pada isi, dimana validitas isi atau validitas konten merupakan validitas yang berfokus pada isi yang ada dalam alat ukur yang diproses secara rasional. Validitas isi ini lebih pada penilaian kelayakan isi mengenai alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Validitas isi diperkirakan melalui uji kelayakan yang dilakukan oleh *expert judgment*, yaitu dosen pembimbing penelitian. Uji validitas yang dilakukan untuk mengukur tingkat validitas aitem setiap variabel menggunakan analisis korelasi *product momen pearson*. Hasil uji validitas dikatakan valid apabila hasilnya memenuhi kriteria kevaliditasannya yaitu nilai r hitung lebih besar dari pada r tabel yaitu $\geq 0,30$ (Sugiyono, 2012:124). Untuk mengetahui kevaliditasan instrumen yang digunakan, peneliti menggunakan bantuan analisa statistika SPSS (*Statistical Program for Social Sciece*).

2. Reliabilitas

Menurut Arikunto reliabilitas lebih merujuk pada tingkat keterandalan suatu instrumen yang dapat dipercaya dan dapat diandalkan (dalam Sasinggala, 2012:44). Reliabilitas merupakan sejauh mana hasil suatu alat ukur penelitian dapat dipercaya. Pengukuran yang menghasilkan nilai reliabilitas yang tinggi dikatakan sebagai pengukuran yang reliabel. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila ketika dilakukan pengukuran kembali terhadap sekelompok subjek yang sama memperoleh hasil yang relatif atau hampir sama, tetapi selama pengukuran dilakukan aspek-aspek yang diukur tidak mengalami perubahan (Azwar, 2001:31).

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini yaitu menggunakan rumus *crombach alpa*. Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *crombach alpa* atau nilai r hitung dengan kriteria koefisien reliabilitas untuk instrumen yang dianggap reliabel. Rentang koefisien reliabilitas yang diterima yaitu di antara 0 hingga 1,00 (Azwar 2001:32). Pada penelitian ini, instrumen penelitian dikatakan

reliabel jika nilai koefisien alpha yang diperoleh sebesar 0,60 atau lebih. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Program for Social Sciece*).

3. Hasil Uji Coba Instrumen

Sebuah instrumen yang digunakan dalam penelitian harus diuji terlebih dahulu sebelum diberikan kepada sampel peelitian, tahapan untuk menguji instrumen penelitian yakni dengan melakukan uji validitas dan reliabilitasnya. Pengujian ini disebut oleh beberapa pihak sebagai pengujian atau uji coba, tujuannya adalah untuk mengetahui item mana yang valid dan mana yang tidak valid serta seberapa reliabel instrumen penelitian tersebut.

Uji validitas dan reliabilitas ini dilakukan pada mahasiswa pengguna aplikasi *instagram*. Subjek dalam uji coba ini sebanyak 30 mahasiswa di luar UIN Walisongo Semarang. Berdasarkan uji coba tersebut diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Hasil Uji Validitas

1. Skala Citra Diri (*self image*)

Skala citra diri (*self image*) memiliki 28 item untuk diuji cobakan kepada 30 mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Hasil pengujian validitas menunjukkan terdapat 25 item yang dinyatakan valid dan 3 item dinyatakan tidak valid atau gugur karena $r \leq 0,30$. Item yang dinyatakan gugur yakni item nomor 6, 9 dan 18. Berdasarkan data tersebut, maka *blueprint* skala citra diri (*self image*) yang akan digunakan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3 6
Blueprint Skala Citra Diri

Dimensi	Indikator	Jumlah Item		Jumlah
		Fav	Unfav	
Fisik	Puas akan fisik yang dimiliki	1, 11	8,14	4
	Penampilan yang Menarik	12, 26	3, 10	4
Sosial	Perbandingan sosial	13, 15	16, 25	4
	Penilaian yang tercermin	17, 27	5,6*	3
Psikologis	Introspeksi	18*,21	20, 28	3
	Proses mempersepsi diri	7, 22	19, 23	4
	Sebab perilaku dilakukan	2,9*	4, 24	3
Total		12	13	25

*item gugur

2. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Skala intensitas penggunaan media sosial TikTok memiliki 29 item diuji coba kepada 30 mahasiswa UIN Walisongo Semarang pengguna media sosial instagram. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa 28 item dinyatakan valid dan satu item tidak valid atau gugur yakni item nomor 12 karena $r \leq 0,30$. Berdasarkan data tersebut, maka *blueprint* skala intensitas penggunaan media sosial TikTok yang akan digunakan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3 7
Blueprint Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok setelah Uji Coba

Dimensi	Nomor Item	Jumlah Item
Relaksasi dan waktu luang	2, 6, 7, 12*, 14, 21, 22, 24, 26	8
Keperluan akademik	1, 5, 10, 13, 28, 29	6
Ketika di tempat umum	4, 9, 17, 19, 23	5
Berkaitan dengan stres	3, 16, 8, 27, 15	5
Motif penggunaan	11, 18, 20, 25	4
Total		28

*item gugur

b. Hasil Uji Reliabilitas

1. Skala Citra Diri (*self image*)

Sebuah instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai koefisien alpha sebesar 0,60 atau lebih. Pengujian pada skala citra diri menghasilkan koefisien sebesar $0,925 > 0,60$ maka dapat dikatakan reliabel dan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Tabel 3 8

Hasil Pengujian Reliabilitas Skala Citra Diri

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.925	25

2. Skala Intesitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Sebuah instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai koefisien alpha sebesar 0,60 atau lebih. Pengujian pada skala citra diri menghasilkan koefisien sebesar $0,925 > 0,60$ maka dapat dikatakan reliabel dan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Tabel 3 9

Hasil Pegujian Reliabilitas Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.930	28

H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan pengolahan data dan penafsiran data. Pada penelitian kuantitatif, analisis data berfungsi untuk memahami apa yang terdapat dibalik data yang telah terkumpul, mengelompokkan dan meringkasnya menjadi sesuatu yang mudah

untuk dipahami (dalam Siyoto & Sodik, 2015:111). Analisis data berfungsi untuk menyusun data dengan cara yang lebih bermakna agar data penelitian dapat mudah dipahami. Pada penelitian ini, analisis data yang dilakukan yaitu uji asumsi yang terdiri dari uji normalitas dan uji linieritas serta uji hipotesis.

1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian distribusi data untuk mengetahui apakah penyebaran data normal atau tidak, sehingga hasilnya dapat digunakan dalam analisis parametrik (Digdowiseiso dalam Rifkhan, 2023). Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui model penelitian yang digunakan memiliki distribusi normal atau tidak. Penelitian dikatakan baik apabila distribusi data mendekati normal atau bahkan normal. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan *Kolmogrov Smirnov* dengan bantuan SPSS. Kriteria uji normalitas yaitu apabila nilai signifikan $> 0,05$, maka data terdistribusi normal. Namun, apabila nilai signifikan $< 0,05$, maka data terdistribusi tidak normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah uji yang memiliki tujuan untuk mengetahui di antara dua variabel atau lebih yang diuji dalam penelitian apakah memiliki hubungan yang linier atau tidak. Uji linieritas ini merupakan persyaratan dalam analisis korelasi ataupun regresi. Dalam penelitian yang dilakukan pengujian linieritas menggunakan SPSS. Pengambilan keputusan dalam uji linieritas yaitu dengan kriteria sebagai berikut:

1. Apabila nilai signifikan $> 0,05$, maka hubungan variabel (X) dengan variabel (Y) adalah linier.
2. Apabila nilai signifikan $< 0,05$, maka hubungan variabel (X) dengan variabel (Y) adalah tidak linier.

2. Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan uji hipotesis dengan teknik korelasi product moment pearson. Uji korelasi product moment pearson digunakan untuk membuktikan hipotesis serta mencari hubungan antar dua variabel yang memiliki data berbentuk rasio atau interval (Sugiyono, 2014:228). Rumus korelasi product moment pearson yaitu sebagai berikut

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 y^2}}$$

Keterangan

r_{xy} : korelasi antara x dengan y

x : variabel bebas ($x_i - \bar{x}$)

y : variabel terikat ($y_i - \bar{y}$)

Kriteria dalam uji hipotesis ini yaitu apabila nilai signifikan yang diperoleh kurang dari 0,05, maka terdapat korelasi atau hubungan antara variabel. Namun, apabila nilai signifikan yang dihasilkan lebih dari 0,05, maka tidak terdapat korelasi antar variabel dalam penelitian. Apabila Pearson Correlation mendekati 1 atau -1 antar variabel memiliki hubungan yang kuat, sedangkan apabila nilai mendekati 0 maka memiliki hubungan yang lemah. Selain besarnya nilai korelasi, tanda korelasi juga berpengaruh terhadap penafsiran hasil dalam analisis data yang dihasilkan. Ketika terdapat tanda negatif (-) pada nilai signifikansi korelasi maka terdapat hubungan yang arahnya berlawanan, sedangkan tanda positif (+) maka menunjukkan arah hubungan yang searah.

Untuk menentukan tingkatan hubungan antar variabel terdapat pedoman interpretasi nilai koefisien yaitu:

Tabel 3 10
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Subjek

Subjek penelitian ini yaitu mahasiswa UIN Walisongo Semarang yang berjumlah 100 orang. Sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* artinya pengambilan sampel yang digunakan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Cochran* karena jumlah populasi tidak diketahui pasti jumlahnya. Teknik pengumpulan data menggunakan skala likert yang disebarakan melalui *Google Form* kepada para responden. Penggunaan *Google Form* dipilih karena efektif, sehingga waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian relatif lebih efisien. Berdasarkan lokasi responden, sebaran subjek penelitian jenis kelamin di UIN Walisongo Semarang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4 1
Deskripsi Jenis Kelamin Subjek

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	29	29%
Perempuan	71	71%
Total	100	100%

Berdasarkan Tabel 4.1 subjek berjenis kelamin laki-laki berjumlah 29 orang dengan persentase 29%. Sedangkan subjek penelitiannya adalah perempuan sebanyak 71 mahasiswi dengan persentase 71%.

Sebaran subjek penelitian berdasarkan usia remaja akhir yaitu 18 tahun hingga 22 tahun yang sesuai kategori mahasiswa yang dijelaskan oleh Yusuf (2012) bahwa mahasiswa termasuk dalam tahap perkembangan masa remaja

akhir dan dewasa awal (Hulukati & Djibran, 2018). Sebaran subjek berdasarkan usia dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 4 2
Deskripsi Usia Subjek

Usia	Frekuensi	Presentase
18 tahun	1	1%
19 tahun	17	17%
20 tahun	18	18%
21 tahun	25	25%
22 tahun	39	39%
Total	100	100%

Berdasarkan Tabel 4.2 subjek penelitian yang telah memenuhi kriteria remaja akhir yang berada pada usia 18 tahun berjumlah satu mahasiswa dengan besar presentase 1%. Kelompok usia 19 tahun berjumlah 17 mahasiswa dengan presentase sebesar 17%. Usia 20 tahun sebanyak 18 mahasiswa dengan presentase 18%. Pada kelompok usia 21 tahun sebanyak 25 mahasiswa dengan besar presentase 25% dan kelompok usia 22 tahun terdapat 39 mahasiswa dengan angka 39% sehingga total 100%.

2. Kategorisasi Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel penelitian yaitu intensitas penggunaan media sosial TiTok dan citra diri. Setiap variabel diuji pada suatu sampel, sehingga setiap variabel mempunyai nilai tersendiri. Kategorisasi pada masing-masing variabel menggunakan nilai mean dan standar deviasi masing-masing variabel ke dalam kategori tinggi, sedang, dan rendah. Kategorisasi data ini diperoleh dari hasil tabulasi dan pengolahan statistik yang dilakukan oleh peneliti, dan disajikan pada tabel berikut:

a) Citra Diri

Tabel 4 3
Hasil Uji Deskripsi Data Citra Diri

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Citra Diri	100	47	92	66.95	9.564

Berdasarkan Tabel 4.3 hasil uraian data pada tabel di atas, menunjukkan bahwa variabel citra diri mempunyai nilai mean sebesar 66,95, skor minimum sebesar 47, skor maksimum sebesar 92 dan skor standar deviasi sebesar 9,565. Hasil tersebut dapat menunjukkan bahwa variabel citra diri pada suatu kategori menempati posisi berjenjang dalam suatu kontinum atribut yang diukur sebagai berikut:

Tabel 4 4
Kategorisasi Skor Skala Citra Diri

Kategori	Norma	Skor Skala
Rendah	$X < (M - 1SD)$	$X < 57$
Sedang	$(M - 1SD) \leq X < (M + 1SD)$	$57 \leq X < 76$
Tinggi	$M + 1SD \geq X$	$X \geq 76$

Berdasarkan Tabel 4.4, nilai pada skala citra diri menunjukkan bahwa mahasiswa tergolong memiliki citra diri rendah jika nilainya di bawah 57, tergolong sedang apabila nilainya 57 hingga kurang dari 76 dan dinyatakan pada kategori tinggi jika skornya lebih besar dari 76.

Setelah mengetahui cara mengklasifikasikan skor skala citra diri, selanjutnya mengetahui jumlah mahasiswa dalam setiap kategorinya, ditampilkan dalam tabel berikut:

:

Tabel 4 5
Hasil Kategorisasi Citra Diri

Kategori	Frekuensi	Presentase
Rendah	14	14%
Sedang	68	68%
Tinggi	18	18%
Total	100	100%

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui bahwa terdapat 14 mahasiswa yang memiliki citra diri yang rendah dengan presentase sebesar 14%, sebanyak 68 mahasiswa memiliki citra diri sedang dengan presentase sebesar 68%. Terdapat 18 mahasiswa yang memiliki citra diri tinggi dengan presentase sebesar 18%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa subjek dalam penelitian ini tergolong memiliki citra diri sedang.

b) Intenitas Penggunaan Media Sosial

Tabel 4 6
Hasil Uji Deskripsi Data Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Variabel	N	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok	100	44	99	60.91	11.852

Berdasarkan Tabel 4.6 hasil uraian data pada tabel di atas, bahwa variabel intensitas penggunaan media sosial TikTok memiliki nilai mean sebesar 60, 91, nilai standar deviasi sebesar 11,852, nilai minimum sebesar 44, serta nilai maksimum sebesar 99. Total seluruh data sebesar 100. Kategorisasi skor intensitas penggunaan media sosial TikTok dibagi menjadi empat, yakni rendah, sedang, tinggi serta sangat tinggi. Penentuan ini didasarkan pada total skor lima dimensi untuk variabel tersebut yang berkisar antara 5 hingga lebih dari 19. Berikut kategorisasi skor intensitas penggunaan media sosial TikTok:

Tabel 4 7
Kategorisasi Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Kategori	Skor	Frekuensi	Presentase
Rendah	5-9	48	48%
Sedang	10-14	46	46%
Tinggi	15-19	5	5%
Sangat Tinggi	>19	1	1%
Total		100	100%

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan bahwa mahasiswa termasuk dalam kategori intensitas penggunaan media sosial TikTok rendah ketika skor akhir bernilai antara 5 hingga 9, sedang ketika skor akhir antara 10 hingga 14, tinggi ketika skor akhir berkisar antara 15 hingga 19, serta sangat tinggi ketika skor akhir lebih dari 19. Dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat sebanyak 48 mahasiswa yang memiliki citra diri yang rendah dengan presentase 48%, sebanyak 46 mahasiswa memiliki intensitas penggunaan media sosial TikTok sedang dengan presentase sebesar 46%, sebanyak 5 mahasiswa memiliki intensitas penggunaan media sosial TikTok tinggi dengan presentase sebesar 5%, serta satu mahasiswa memiliki intensitas penggunaan media sosial TikTok yang sangat tinggi dengan presentase sebesar 1%. Dapat disimpulkan bahwa subjek dalam penelitian ini tergolong memiliki intensitas penggunaan media sosial TikTok yang rendah.

3. Hasil Uji Asumsi

a. Hasil Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah sebaran atau distribusi data normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini dengan menggunakan *Kolmogoriv-Smirnov* dengan menggunakan aplikasi SPSS. Nilai dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansinya lebih besar

dari 0,05, namun jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka tidak berdistribusi normal.

Tabel 4 8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	100
Test Statistic	.048
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^c

Berdasarkan Tabel 4.8 terlihat hasil uji normalitas dapat dilihat dalam *Kolmogriv Smirnov* memperoleh nilai signifikan (2-tailed) sebesar 0,200, dimana hasil tersebut menunjukkan nilai sig lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian terdistribusi secara normal.

b. Hasil Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui di antara dua variabel memiliki hubungan atau tidak. Kedua variabel dikatakan variabel apabila nilai *linearity* < 0,05 dan nilai *deviation from linearity* $p > 0,05$.

Tabel 4 9
Hasil Uji Linieritas

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	2846.617	38	74.911	.736	.843
		Linearity	433.918	1	433.918	4.264	.043
		Deviation from Linearity	2412.699	37	65.208	.641	.926
	Within Groups		6208.133	61	101.773		
	Total		9054.750	99			

Berdasarkan Tabel 4.9 diketahui bahwa nilai signifikansi pada *linearity* sebesar $0,043 < 0,05$ serta signifikansi pada *deviation from linearity* $0,926 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan terdapat hubungan antara variabel terikat/dependen (citra diri) dengan variabel bebas/independen (intensitas penggunaan media sosial TikTok).

4. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson*. Analisis korelasi *Product Moment Pearson* digunakan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan oleh peneliti bahwa terdapat hubungan antara intensitas penggunaa media sosial TikTok (X) dengan citra diri (Y) pada mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Cara mengetahui ada tidaknya hubungan atara variabel X dengan variabel Y yaitu dengan melihat pada nilai Sig. (2-tailed). Jika nilai Sig. (2-tailed) < 0.05 maka terdapat hubungan antara variabel X dengan vaiabel Y. Sebaliknya, apabila nilai Sig. (2-tailed) $> 0,05$ maka tidak terdapat hubungan antara variabel X dengan variabel Y.

Tabel 4 10
Hasil Uji Korelasi X dan Y

		Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok	Citra Diri
Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok	Pearson Correlation	1	-.219*
	Sig. (2-tailed)		.029
	N	100	100
Citra Diri	Pearson Correlation	-.219*	1
	Sig. (2-tailed)	.029	
	N	100	100

Berdasarkan Tabel 4.10 terlihat bahwa terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan citra diri pada mahasiswa

UIN Walisongo Semarang karena nilai signifikan (2-tailed) sebesar 0,029 yang mana hal tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05.

Jika nilai koefisien korelasi antar variabel mendekati 1 atau -1 maka hubungan antar variabel tersebut kuat, dan jika nilai mendekati 0 maka memiliki hubungan yang lemah. Berdasarkan data pada Tabel 4.10, diperoleh nilai signifikan korelasi sebesar -0,219 menunjukkan hubungan negatif yang lemah antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan citra diri pada mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial TikTok oleh mahasiswa maka semakin rendah citra diri yang dimiliki mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Sebaliknya, semakin rendah intensitas penggunaan media sosial TikTok maka semakin tinggi pula citra diri yang dimiliki oleh mahasiswa UIN Walisongo Semarang.

B. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji hubungan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan citra diri pada mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Pada penelitian ini diperoleh 100 responden dengan tiga kategori citra diri. Gambaran citra diri pada mahasiswa dapat dilihat berdasarkan hasil yang disajikan pada Tabel 4.6. Dimana citra diri yang dimiliki oleh mahasiswa UIN Walisongo Semarang yang digunakan sebagai subjek penelitian termasuk dalam kategori sedang dengan presentase 68%, sisanya masuk dalam kategori rendah dengan presentase sebesar 14% dan tinggi sebesar 18%.

Citra diri dalam kategori sedang ini menunjukkan bahwa individu memiliki karakteristik campuran antara citra diri positif dan citra diri negatif dalam dirinya. Individu yang memiliki tingkatan campuran ini memiliki karakteristik antara lain mengenal dirinya secara kognitif, tidak maksimal dalam memperlakukan dirinya,

tidak maksimal dalam menjalani diri, serta terkadang masih terjebak dalam diri yang dibayangkan (Selviana & Yulinar, 2022:42).

Menurut Dacey & Kenny dalam Mantunges & Zubair (2021:150) berpendapat bahwa persepsi atau pandangan negatif terhadap gambaran diri dapat menghambat perkembangan kemampuan yang dimiliki, baik kemampuan interpersonal maupun kemampuan untuk membangun hubungan yang positif dengan orang lain. Dari hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa mahasiswa lebih banyak memiliki citra diri sedang artinya responden memandang bahwa aspek fisik, sosial serta psikologis penting dalam membentuk gambaran dirinya tetapi tidak menganggap citra diri sebagai hal yang positif atau negatif.

Pada penelitian yang dilakukan ini hanya terdapat satu hipotesis yaitu terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan citra diri pada mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan diketahui bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi sebesar 0,029 yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima. Sedangkan nilai koefisien korelasi sebesar -0,219 menunjukkan hubungan negatif yang lemah antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan citra diri pada mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial TikTok pada mahasiswa maka semakin rendah pula citra diri yang dimiliki mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Sebaliknya, semakin rendah intensitas penggunaan media sosial TikTok maka semakin tinggi pula citra diri yang dimiliki oleh mahasiswa UIN Walisongo Semarang

Hasil penelitian yang telah diuraikan di atas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widyastuti, 2020:5) yang didapat bahwa terdapat hubungan yang negatif antara intensitas mengakses media sosial dengan citra tubuh pada remaja dengan tingkat korelasi yang lemah yakni -0,249. Remaja akhir yang memiliki

intensitas penggunaan media sosial yang tinggi berkaitan dengan meningkatnya perasaan tidak puas akan tubuhnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial yakni menumbuhkan citra pada penggunanya (Ainiyah, 2018:225). Dalam pembentukan citra diri pada individu dipengaruhi oleh banyak faktor, baik itu perilaku, pengalaman, keterbukaan maupun lingkungan. Dalam penelitian ini, faktor yang menjadi fokus utama yakni faktor pengalaman yang berasal dari aktivitas atau kegiatan sehari-hari. Aktivitas dalam menggunakan media sosial TikTok sekarang ini menjadi salah satu hal yang tidak bisa terlewatkan oleh individu. Menurut Yanica dalam Andarwati (2016:7) intensitas suatu kegiatan dipengaruhi oleh perasaan, perasaan senang akan mendorong individu untuk melakukan kegiatan tersebut secara berulang-ulang. Kesengan individu ketika penggunaan media sosial berpengaruh terhadap intensitas penggunaan media sosial itu sendiri. Di mana intensitas penggunaan media sosial berkaitan terhadap pembentukan citra diri (Callista, 2018:14).

Citra diri merupakan persepsi yang berasal dari keyakinan diri sendiri mengenai gambaran tubuh, kepribadian dan lain sebagainya (Bailey, 2003:383). Dalam membentuk citra diri individu perlu untuk memahami dirinya sendiri, mulai dari fisik, sosial hingga psikologisnya. Sejalan dengan pendapat dari Brown dalam Sari & Nio (2019:9) bahwa terdapat tiga aspek citra diri yakni aspek fisik, bagaimana individu memahami dan belajar mengenai dirinya melalui fisik yang dimilikinya. Aspek sosial yakni pemahaman berdasarkan lingkungan sekitar yang terdiri dari perbandingan sosial serta dan penilaian yang tercermin (tanggapan orang lain) serta dunia psikologis. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Jersild dalam Andarwati (2016:8) bahwa komponen dasar dari citra diri yakni *social self*, tanggapan yang diterima individu dari orang di sekitarnya. Dalam aspek psikologis sendiri terdapat beberapa pemahaman mengenai citra diri yakni introspeksi, proses

mempersepsikan diri serta atribut kasual. Aspek-aspek citra diri ini mempunyai hubungan dengan aspek penggunaan media sosial.

Hal tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Qashmal & Ahmadi (2015:226) terdapat hubungan antara kognitif (kebutuhan akan informasi) dengan pembentukan citra diri. Hal ini berkaitan dengan kebutuhan dalam penggunaan media sosial yang berkaitan dengan fungsi dan maksud penggunaan serta kebutuhan akan informasi yang diperoleh dari media sosial. Hubungan antara penggunaan media sosial berdasarkan *integratif personal* (Qashmal & Ahmadi, 2015:226). Dimana hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dibutuhkan oleh individu itu sendiri di antaranya penggunaan media sosial yang bersifat pribadi, kepercayaan diri serta aktualisasi diri. Serta terdapat hubungan antara penggunaan media sosial berdasarkan pelepasan ketegangan terhadap pembentukan citra diri. Hal ini meliputi perasaan tertekan, mengeluh, mencurahkan pikiran dan hiburan yang mempunyai pengaruh terhadap pembentukan citra diri pada diri individu (Putri, 2018:50). Berdasarkan hierarki kebutuhan yang dijelaskan oleh Maslow terlihat bahwa aspek-aspek yang berkaitan dengan penghilang stres akan mempengaruhi pembentukan citra diri pada individu. Dalam hierarki kebutuhan Maslow dijelaskan bahwa setiap individu memiliki kebutuhan yang perlu dipenuhi yang didasari oleh adanya dorongan atau motivasi, kebutuhan tersebut bukan hanya bersifat fisiologis tetapi juga psikologis (Muazaroh & Subaidi, 2019:24). Dalam hal ini, kebutuhan akan rasa aman akan membawa seseorang pada kebutuhan untuk aktualisasi diri yang meliputi citra diri. Ketika individu telah memenuhi kebutuhan akan rasa aman dalam dirinya maka individu tersebut dapat memenuhi kebutuhan selanjutnya sampai pada kebutuhan akan aktualisasi diri.

Penelitian yang dilakukan oleh Qashmal & Ahmadi (2015:226) ini mendukung hasil penelitian peneliti bahwa aspek-aspek penggunaan media sosial berpengaruh terhadap citra diri individu berdasarkan teori *uses and gratification*

yang dikembangkan dari teori kebutuhan Maslow. Teori *uses and gratification* merupakan teori mengenai konsekuensi keterlibatan individu baik secara aktif maupun kurang aktif dalam penggunaan media. Dimana individu akan memenuhi kebutuhannya ketika terdapat motivasi dalam dirinya (Adawiyah, 2020:145). Artinya bahwa penggunaan media sosial TikTok mempunyai motivasi yang mendasar bagi individu untuk memenuhi kebutuhannya, yang secara sadar berkembang karena individu memahami manfaat penggunaan media sosial. Ketika kebutuhan psikologis dari efek media telah terwujud maka tujuan dari penggunaan media sosial ini dapat dianggap tercapai (Romli dalam Adawiyah, 2020:141).

Berdasarkan pada hasil yang dipaparkan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa intensitas penggunaan media sosial TikTok memiliki hubungan dengan citra diri pada mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Bentuk hubungan yang diperoleh yaitu negatif dengan tingkat hubungan yang lemah. Artinya ketika intensitas penggunaan media sosial TikTok rendah maka citra diri tinggi, begitu pula sebaliknya ketika intensitas penggunaan media sosial TikTok tinggi maka citra diri pada mahasiswa UIN Walisongo Semarang rendah. Sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Penelitian ini tentu tidak luput dari adanya keterbatasan yang menjadi perhatian peneliti. Keterbatasan dalam penelitian ini subjek tidak serius ketika mengisi koesioner terutama pada skala intensitas penggunaan media sosial dikarenakan pilihan jawaban yang banyak serta butir item yang masih belum spesifik. Penelitian ini juga hanya menggunakan satu variabel bebas padahal masih terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Sehingga pada penelitian selanjutnya diharap menambah faktor lain untuk memperluas pengetahuan mengenai pembentukan citra diri serta lebih spesifik dalam pembuatan butir item. Kendati demikian, tujuan dari penelitian yang dilakukan telah terpenuhi dan semua pertanyaan dalam penelitian ini telah terjawab.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis yang diajukan terkait hubungan intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan citra diri mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Berdasarkan hasil uji hipotesis pada penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis satu (H1) diterima. Hal tersebut menunjukkan adanya hubungan antara intensitas penggunaan media sosial TikTok dengan citra diri pada mahasiswa UIN Walisongo Semarang dengan bentuk hubungan negatif. Artinya ketika intensitas penggunaan media sosial TikTok rendah maka citra diri tinggi, begitu pula sebaliknya.

B. Saran

Berdasarkan proses penelitian yang dilakukan peneliti, berikut beberapa saran dari peneliti di antaranya:

1. Bagi mahasiswa

Dari hasil penelitian ini diharapkan mahasiswa hendaknya lebih meningkatkan kembali citra diri, terlebih pada kalangan mahasiswa UIN Walisongo Semarang hendaknya meningkatkan citra dirinya dengan memahami dirinya.

2. Bagi pengguna media sosial

Bagi pengguna media sosial intensitas dipertahankan atau lebih dinaikan kembali, tetapi tetap bijak dalam penggunaan media sosial agar sesuai dengan kebutuhan supaya intensitas penggunaannya tidak menjadi berlebihan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk meneliti topik yang sama diharapkan peneliti bisa memperluas kembali pembahasan dengan memberikan atau menambah variabel baru seperti *exposure*, *education* dan *environment* yang dapat memberikan pengaruh terhadap citra diri mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kepercayaan diri remaja di kabupaten sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148.
- Ainiyah, N. (2018). Remaja millennial dan media sosial: media sosial sebagai media informasi pendidikan bagi remaja millennial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2), 221–236.
- Alhidayat, N., & Elsyra, N. (2022). Viral Dulu, Usut Kemudian!(Studi Tentang Kontrol Sosial Melalui Media Sosial). *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 1(3), 521–526.
- Amma, D. S. R., Widiani, E., & Trishinta, S. M. (2017). Hubungan citra diri dengan tingkat kepercayaan diri remaja di SMKN 11 Malang kelas XI. *Nursing News: Jurnal Ilmiah Keperawatan*, 2(3).
- Andarwati, I. (2016). Citra diri ditinjau dari intensitas penggunaan media jejaring sosial instagram pada siswa kelas xi sma n 9 yogyakarta. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 5(3), 1–12.
- Andromeda, N., & Kristant, E. P. (2017). Hubungan antara loneliness dan perceived social support dan intensitas penggunaan social media pada mahasiswa. *PSIKOVIDYA*, 21(2).
- Aqilla, M. S. N., & Sudrajat, R. H. (2022). Analisis Citra Diri pada Penggunaan Second Account Aplikasi Instagram. *EProceedings of Management*, 9(2).
- Azwar, S. (2001). *Reliabilitas dan Validitas*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2011). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Bailey 2nd, J. A. (2003). Self-image, self-concept, and self-identity revisited. *Journal of the National Medical Association*, 95(5), 383.
- Callista, S. S. (2018). *Media Sosial Instagram dan Self Image Studi Korelasi antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Social Self Image di Kalangan Siswa SMA Labschool Cibubur*.
- Cutisah, C., & Sungkono, S. (2023). Analisis Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2020. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 191–200.

- Dachyang, M. (2013). Hubungan antara citra diri dan persepsi diri dengan kemampuan akademik mahasiswa Jurusan Pendidikan Fisika Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Alauddin Makassar angkatan 2012. *JPF (Jurnal Pendidikan Fisika) Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*, 1(2), 136–146.
- Dewi, F. N. R. (2021). Konsep diri pada masa remaja akhir dalam kematangan karir siswa. *KONSELING EDUKASI 'Journal of Guidance and Counseling*, 5(1), 46–62.
- Dr. Metilistina Sasinggala, M. S. (2012). *Pembelajaran untuk Daerah Kepulauan*. Absolute Media. <https://books.google.co.id/books?id=NeX7DwAAQBAJ>
- Enggelina, S. (2022). *Hubungan antara penggunaan media sosial dengan insomnia pada mahasiswa tingkat akhir Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Hardini, A. P. (2021). *Hubungan citra diri melalui foto profil dengan harga diri pada mahasiswa pengguna facebook Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Psikologi, 2011. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=hubungan+citra+diri+melalui+foto+profil&btnG=#d=gs_cit&t=1696135995080&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3AA4R7xrP31iAJ%3Ascholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D0%26hl%3Did
- Hasibuan, M., Anindhita, N., Maulida, N., & Nashiro, F. (2018). Hubungan Antara Amanah dan Dukungan Sosial dengan Kesejahteraan SUBjektif Mahasiswa Perantau. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(1), 101–116. <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/Psikohumaniora/article/view/2214>
- Hidayat, R., Malfasari, E., & Herniyanti, R. (2019). Hubungan perlakuan body shaming dengan citra diri mahasiswa. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 7(1), 79–86.
- Hulukati, W., & Djibran, M. R. (2018). Analisis tugas perkembangan mahasiswa fakultas ilmu pendidikan universitas negeri gorontalo. *Jurnal Bikotetik (Bimbingan Dan Konseling: Teori Dan Praktik)*, 2(1), 73–80.
- Husnar, A. Z., Saniah, S., & Nashori, F. (2017). Harapan, tawakal, dan stres akademik. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 2(1), 94–105.
- Ismi, A. (2023). *Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan polas tidur dengan tingkat stres mahasiswa Prodi Bimbingan dan Konseling Islam Fakultas Dakwah Angkatan 2018*. UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri.
- Jago, D. M. Y. (2013). Citra Diri Perempuan dalam Antologi Puisi Perempuan Penyair

- Indonesia Kartini 2012: Sebuah Pedekatan Semiotika. *Sintesis*, 7(2), 97–113.
- Jasmalinda, J. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 2199–2206.
- Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). Hubungan pemanfaatan media sosial instagram dengan kemampuan literasi media di UPT Perpustakaan Itenas. *EduLib*, 8(1), 1–17. <https://ejournal.upi.edu/index.php/edulib/article/download/10208/pdf>
- Larasati, D. (2020). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Tingkat Konformitas Kelompok Teman Sebaya terhadap Tingkat Perilaku Cyberbullying. *Interaksi Online*, 8(4), 44–52.
- Lestari, N. M. (2019). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Kebahagiaan pada Remaja yang Dimoderatori oleh Status Sosial Ekonomi*. Universitas Negeri Jakarta.
- Mantunges, S. J., & Zubair, A. G. H. (2021). Gambaran Citra Diri pada Pengguna Facebook Di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi Karakter*, 1(2), 147–151.
- Marhaban, H. (2018). Kritik Alqur'an Terhadap Manusia (Kajian Tafsir Tematik Tentang Potensi yang Ada Pada Diri Manusia). *Jurnal At-Tibyan: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 3(2), 208–217.
- Marhamah, Q., & Okatiranti, O. (2014). Gambaran Citra Diri Siswa-siswi di SMPN 3 Soreang pada Masa Pubertas. *Jurnal Keperawatan BSI*, 2(2).
- Muazaroh, S., & Subaidi, S. (2019). Kebutuhan Manusia dalam Pemikiran Abraham Maslow (Tinjauan Maqasid Syariah). *Al-Mazaahib: Jurnal Perbandingan Hukum*, 7(1), 17–33.
- Mustofa, A., & Arisandi, Y. (2021). Konsep Percaya Diri Perspektif Al-Qur'an. *Al-Jadwa: Jurnal Studi Islam*, 1(1), 19–41.
- Mutia, A. (2022). Warga RI Paling banyak Habiskan Waku Bermedia Sosial di Whatsapp dan TikTok. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/15/warga-ri-paling-banyak-habiskan-waktu-bermedia-sosial-di-whatsapp-dan-tiktok#:~:text=TikTok digunakan lebih dari,2-5 jam dalam sehari>
- Novia, A. F. (2019). *Hubungan Antara Konsep Diri dengan Kepercayaan Diri pada Mahasiswa yang Obesitas di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area*.

Universitas Medan Area.

- Palupi, N. D., Meifilina, A., & Harumike, Y. D. N. (2020). The effect of using Tiktok applications on self-confidence levels. *JOSAR (Journal of Students Academic Research)*, 5(2), 66–74.
- Permana, E. P. (2023). Korelasi Media Sosial Tiktok dalam Pembentukan Karakter pada Mahasiswa PGSD. *EDUSAINTEK: Jurnal Pendidikan, Sains Dan Teknologi*, 10(1), 1–12.
- Pratama, B. A., & Sari, D. S. (2020). Dampak Sosial Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Berupa Sikap Apatis di SMP Kabupaten Sukoharjo. *Gaster*, 18(1), 65–75.
- Putri, D. M. (2018). *Proses pembentukan citra diri melalui media sosial instagram pada mahasiswa Universitas Bakrie*. Universitas Bakrie. <https://repository.bakrie.ac.id/1517/1/Penelitian>
- Qashmal, Z., & Ahmadi, D. (2015). *Hubungan penggunaan media sosial Instagram terhadap pembentukan citra diri*. Fakultas Komunikasi (UNISBA).
- Rahmat, Y. Y. (2021). *Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Citra Diri Pada Remaja*. Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Ramadhani, T. N., & Putrianti, F. G. (2014). Hubungan Antara Kepercayaan Diri dengan Citra Diri pada Remaja Akhir. *Jurnal SPIRITS*, 4(2), 22–32.
- Rifkhan, P. A. (n.d.). *Pedomen Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner*. Penerbit Adab. <https://books.google.co.id/books?id=UN2vEAAAQBAJ>
- Rizati, M. A. (2022). Pengguna TikTik Dunia Capai 1,53 Miliar pada kuartal III/2022. *DataIndonesia.Id*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-tiktok-dunia-capai-153-miliar-pada-kuartal-iii2022>
- Safitri, R. V. I. (2020). *Hubungan antara citra diri dan komformitas terhadap Perilaku konsumtif pada pedagang wanita di pasar wisata Songgoriti*. Universitas Islam Negeri Maulana Maliki Ibrahim Malang. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=hubungan+antara+citra+diri+dan+konformitas+terhadap+perilkau+konsumtif+pada+pedagang+wanita+di+pasar+wisata+songgoriti&btnG=
- Santika, E. F. (2023). Indonesia Sabet Posisi Kedua Sebagai Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia pada Awa; 2023. *Databoks*.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/27/indonesia-sabet-posisi-kedua-sebagai-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023>

- Santrock, J. W. (2007). *Perkembangan Remaja Jilid 2 Terjemahan oleh Sherly Saragih*. Erlangga.
- Sari, A. O., & Nio, S. R. (2019). Hubungan antara citra diri dengan intensi membeli produk fashion tiruan (KW) pada remaja putri. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019(3).
- Selviana, S., & Yulinar, S. (2022). Pengaruh self image dan penerimaan sosial terhadap kepercayaan diri remaja yang mengunggah foto selfie di media sosial instagram. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 6(1), 37–45. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/1483>
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Shihab, M. Q. (2002a). *Tafsir al-misbah (Vol 11)* (Vol. 11). Penerbit Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2002b). *Tafsir al-misbah (Vol 7)*. Penerbit Lentera Hati.
- Silfana, M. N. (2016). Perbedaan Citra Diri Antara Memakai Jilbab dengan Konsisten dengan Memakai Jilbab Tidak Konsisten pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di UIN Walisongo Semarang. *Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. literasi media publishing.
- Sugiyono. (2014). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Suryana, Y. (2021). *Gambaran Citra Diri Pengguna Filter di Media Sosial pada Mahasiswa Psikologi Universitas Bosowa Makasar*. Universitas Bosowa.
- Syaiful, I. A., & Sari, A. V. K. (2016). Faktor-faktor yang Memengaruhi perilaku konsumen dalam bertransaksi di media sosial. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 1(1), 95–112.
- Utomo, M. (2015). *Citra Diri pada Mahasiswa yang Membeli Pakaian Bermerek di Malang*. University of Muhammadiyah Malang.

- Wahyuni, R. (2017). Hubungan Intensitas Menggunakan Facebook dengan Kecenderungan Nomophobia pada Remaja. *Jurnal Psikologi*, 13(1), 22–29.
- Wibowo, D. S., & Nurwindasari, R. (2019). Hubungan Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Regulasi Diri Dan Fear Of Missing Out. *Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Jember*.
- Widyastuti, E. (2020). *Hubungan Intensitas Mengakses Media Sosial Terhadap Citra Tubuh Pada Remaja*. Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Winarni, E. W. (2011). *Penelitian Pendidikan*. Putri Media.
- Winarsunu, T. (2017). *Statistik dalam penelitian psikologi dan pendidikan* (Vol. 1). UMMPress.
- Yulianti, T. S., & Ningsih, E. D. (2022). Hubungan Pengetahuan dan Pengalaman Body Shaming dengan Citra Diri Mahasiswa. *KOSALA: Jurnal Kesehatan*, 10(1).
- Zainuddin, H. (2020). Etika Penggunaan Media Sosial dalam Al-Qur'an sebagai Alat Komunikasi di Era Digitalisasi. *Al-Mutsla*, 2(1), 26–38.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Keaslian Penelitian

No	Peneliti	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Susana Sarah Callista	Media Sosial Instagram dan Self Image (Studi Korelasi Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Sosial Self Image di Kalangan Siswa SMA Labschool Cibubur	Terdapat korelasi antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan <i>self image</i> siswa	Variabel terikat (citra diri (<i>self image</i>))	<ul style="list-style-type: none"> • Subjek penelitian • Jumlah subjek penelitian • Teknik sampling • Waktu penelitian • Lokasi penelitian • Instrumen penelitian (intensitas penggunaan media sosial)
2	Rahmad Hidayat Eka Malfasari Rina Herniyati	Hubungan Perlakuan <i>Body Shaming</i> dengan Citra diri Mahasiswa	Terdapat hubungan antara perlakuan <i>body shaming</i> dengan citra diri mahasiswa	Variabel terikat (citra diri (<i>self image</i>))	<ul style="list-style-type: none"> • Subjek penelitian • Jumlah subjek penelitian • Waktu penelitian • Lokasi penelitian • Teknik analisis
3	Dwi Putri Robiatul Adawiyah	Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang	Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel penggunaan media sosial TikTok terhadap variabel terikat yaitu kepercayaa diri remaja di Kabupaten Sampang	Variabel bebas (peggunaan aplikasi TikTok)	<ul style="list-style-type: none"> • Metode penelitian • Subjek penelitian • Waktu penelitian • Lokasi penelitian • Teknik sampling • Instrumen yang digunakan • Teknik analisis data

4	Nita Diah Palupu Andiwi Meifilina Yefi Dyan Nofa Harumike	<i>The Effect of using TikTok Applications On Self-Confidence Levels (studi on communication science students of Balitar Islamic Unersivity, Class of 2016-2019</i>	Terdapat pengaruh antara penggunaan aplikasi TikTok terhadap tingkat kepercayaan diri pada mahasiswa reguler Ilmu Komunikasi Universitas Islam Balitar angkatan 2016-2019	Variabel bebas (peggunaan aplikasi TikTok)	<ul style="list-style-type: none"> • Metode penelitian • Subjek penelitian • Jumlah subjek penelitian • Waktu penelitian • Lokasi penelitian • Teknik sampling • Teknik pengumpulan data • Teknik analisis data
5	Erwin Putra Permana	Korelasi Media Sosial TikTok Dalam Pembentukan Karakter pada Mahasiswa PGSD	Media sosial TikTok berpengaruh dalam perubahan karakter pada mahasiswa	Variabel bebas (media sosial TikTok)	<ul style="list-style-type: none"> • Metode penelitian • Subjek penelitian • Jumlah subjek penelitian • Waktu penelitian • Lokasi penelitian • Teknik sampling • Instrumen penelitian

Lampiran 2 Blueprint Instrumen Penelitian Sebelum Gugur

1. *Bluerprint* skala citra diri

Aspek	Indikator	F	UF	Jumlah
Fisik	Puas akan fisik yang dimiliki	1. Saya merasa puas dengan warna kulit saya sekarang	8. Saya selalu merasa ada yang kurang dengan bentuk tubuh saya	4
		11. Saya menerima segala keadaan fisik saya	14. Saya merasa minder dengan bentuk wajah saya	
	Penampilan yang Menarik	15. Saya merasa gaya berpakaian saya cocok dengan bentuk tubuh saya	3. Saya kurang percaya diri dengan gaya berpakaian saya	4
		26. Saya selalu merasa puas dengan model baju yang saya kenakan	10. saya merasa gaya berhijab/ rambut saya membuat wajah saya terlihat kurang menarik	
Sosial	Perbandingan sosial	12. Saya tidak pernah membandingkan diri saya dengan orang yang saya lihat di media sosial	16. Saya sering membandingkan keadaan saya dengan teman-teman saya	4
		13. Saya percaya diri dengan kemampuan/ keahlian yang saya miliki	15. Saya sering membandingkan kemampuan saya dengan orang lain	
	Penilaian yang tercermin	17. Saya merasa senang dengan respon positif terhadap kemampuan saya	5. Saya menghindari kritik terkait apa yang saya lakukan	4
		27. Saya orang yang selektif terhadap kritikan yang diberikan orang lain	6. Saya selalau menghindari menjadi pusat perhatian	
Psikologis	Introspeksi	18. Saya menyadari kelemahan yang saya miliki	20. Saya sering menyalahkan diri sendiri	

		21. Saya selalu jujur dengan diri sendiri	28. Saya tidak bisa memaafkan diri sendiri ketika mengalami kegagalan	4
Proses mempersepsi diri		7. Saya adalah orang yang optimis	19. Saya merasa tidak cantik/tampan ketika tidak berdandan	4
		22. Saya adalah orang yang menerima kelebihan dan kelemahan saya	23. Saya mudah tersinggung dengan kritikan orang-orang disekitar saya	
Sebab perilaku dilakukan		2. Saya suka membagikan video/foto kemampuan saya untuk dikenal banyak orang	4. Saya tidak suka orang lain menilai bentuk tubuh saya	4
		9. Saya lebih suka orang lain mengenal saya karena kemampuan yang saya miliki	24. Saya orang yang tidak mudah akrab dengan orang baru	
Total				28

1. *Blueprint* skala intensitas penggunaan media sosial TikTok

Dimensi	Item	Jumlah
Relaksasi dan waktu luang	3 Saat duduk santai di rumah	9
	6 Saat menunggu seseorang baik di rumah atau tempat yang sudah ditentukan	
	7 Saat mendengarkan radio, musik, ceramah dll.	
	12 Saat menjelang tidur	
	14 Saat berada di tempat untuk memperbaiki motor, laptop, dll.	
	21 Saat bersenang-senang dengan keluarga atau teman atau rekan	
	22 Saat menonton TV, berita, film, olahraga, dll.	
Keperluan akademik	24 Saat saya menjadi penumpang di mobil atau kendaraan umum minimal 2 menit	
	26 Saat saya sedang menunggu dosen di kelas minimal 2 menit	
	1 Saat berada di sebuah seminar/lokarya atau pelatihan	

	<p>5 Saat mengerjakan tugas kuliah atau pekerjaan di rumah</p> <p>10 Saat saya di kelas untuk menerima perkuliahan</p> <p>13 Saat saya sedang membaca di perpustakaan untuk materi perkuliahan</p> <p>28 Saat saya sedang <i>online</i> untuk mengerjakan tugas-tugas kuliah</p> <p>29 Saat saya sedang menonton video penjelasan materi perkuliahan</p>	6
Ketika di tempat umum	<p>4 Saat pergi menonton pertandingan olahraga (mis futsal, bola basket, badminton, dll)</p> <p>9 Saat saya bertemu dengan teman-teman saya di tempat umum</p> <p>17 Saat saya menghadiri acara seperti pesta pernikahan, reuni, dll.</p> <p>19 Saat saya berada di tempat ibadah</p> <p>23 Saat saya pergi ke bioskop untuk menonton film</p>	5
Berkaitan dengan stres	<p>3 Saat saya sedang mencoba mengurangi tekanan mental</p> <p>27 Saat saya mengalami banyak hal yang membuat stres</p> <p>15 Saat butuh untuk mengurangi perasaan gelisah atau stres</p> <p>16 Saat saya ingin mengurangi tekanan dari rutinitas sehari-hari</p> <p>27 Saat saya berusaha untuk melupakan masalah keuangan</p>	5
Motif penggunaan	<p>11 Saat saya perlu menjaga kontak dengan teman</p> <p>18 Saat perlu untuk berkomunikasi dengan keluarga dan teman</p> <p>20 Saat saya perlu mencari tahu lebih orang yang saya temui</p> <p>2 Saat saya menemukan orang sudah lama tidak ditemui</p>	4
Total		29

Lampiran 3 Blueprint Instrumen Penelitian Setelah Gugur

1. *Blueprint* citra diri mahasiswa

Aspek	Indikator	F	UF	Jumlah
Fisik	Puas akan fisik yang dimiliki	1 Saya merasa puas dengan warna kulit saya sekarang	8 Saya selalu merasa ada yang kurang dengan bentuk tubuh saya	4
		11 Saya menerima segala keadaan fisik saya	14 Saya merasa minder dengan bentuk wajah saya	
	Penampilan yang Menarik	15 Saya merasa gaya berpakaian saya cocok dengan bentuk tubuh saya	3 Saya kurang percaya diri dengan gaya berpakaian saya	4
		26 Saya selalu merasa puas dengan model baju yang saya kenakan	10 saya merasa gaya berhijab/ rambut saya membuat wajah saya terlihat kurang menarik	
Sosial	Perbandingan sosial	12 Saya tidak pernah membandingkan diri saya dengan orang yang saya lihat di media sosial	16 Saya sering membandingkan keadaan saya dengan teman-teman saya	4
		13 Saya percaya diri dengan kemampuan/ keahlian yang saya miliki	25 Saya sering membandingkan kemampuan saya dengan orang lain	
	Penilaian yang tercermin	17 Saya merasa senang dengan respon positif terhadap kemampuan saya	4 Saya menghindari kritik terkait apa yang saya lakukan	3
		27 Saya orang yang selektif terhadap kritikan yang diberikan orang lain	6 Saya selalau menghindari menjadi pusat perhatian	
Psikologis	Introspeksi	18 Saya menyadari kelemahan yang saya miliki	20 Saya sering menyalahkan diri sendiri	

		21 Saya selalu jujur dengan diri sendiri	28 Saya tidak bisa memaafkan diri sendiri ketika mengalami kegagalan	3
Proses mempersepsi diri		7 Saya adalah orang yang optimis	19 Saya merasa tidak cantik/tampan ketika tidak berdandan	4
		22 Saya adalah orang yang menerima kelebihan dan kelemahan saya	23 Saya mudah tersinggung dengan kritikan orang-orang disekitar saya	
Sebab perilaku dilakukan		2 Saya suka membagikan video/foto kemampuan saya untuk dikenal banyak orang	4 Saya tidak suka orang lain menilai bentuk tubuh saya	3
		9 Saya lebih suka orang lain mengenal saya karena kemampuan yang saya miliki	24 Saya orang yang tidak mudah akrab dengan orang baru	
Total				25

1. *Blueprint* intensitas penggunaan media sosial TikTok

Dimensi	Item	Jumlah
Relaksasi dan waktu luang	2 Saat duduk santai di rumah 6 Saat menunggu seseorang baik di rumah atau tempat yang sudah ditentukan 7 Saat mendengarkan radio, musik, ceramah dll. 12 Saat menjelang tidur 14 Saat berada di tempat untuk memperbaiki motor, laptop, dll. 21 Saat bersenang-senang dengan keluarga atau teman atau rekan 22 Saat menonton TV, berita, film, olahraga, dll. 24 Saat saya menjadi penumpang di mobil atau kendaraan umum minimal 2 menit 26 Saat saya sedang menunggu dosen di kelas minimal 2 menit	8

Keperluan akademik	<p>1 Saat berada di sebuah seminar/lokarya atau pelatihan</p> <p>5 Saat mengerjakan tugas kuliah atau pekerjaan di rumah</p> <p>10 Saat saya di kelas untuk menerima perkuliahan</p> <p>13 Saat saya sedang membaca di perpustakaan untuk materi perkuliahan</p> <p>28 Saat saya sedang <i>online</i> untuk mengerjakan tugas-tugas kuliah</p> <p>29 Saat saya sedang menonton video penjelasan materi perkuliahan</p>	6
Ketika di tempat umum	<p>4 Saat pergi menonton pertandingan olahraga (mis futsal, bola basket, badminton, dll)</p> <p>9 Saat saya bertemu dengan teman-teman saya di tempat umum</p> <p>17 Saat saya menghadiri acara seperti pesta pernikahan, reuni, dll.</p> <p>19 Saat saya berada di tempat ibadah</p> <p>23 Saat saya pergi ke bioskop untuk menonton film</p>	5
Berkaitan dengan stres	<p>3 Saat saya sedang mencoba mengurangi tekanan mental</p> <p>8 Saat saya mengalami banyak hal yang membuat stres</p> <p>15 Saat butuh untuk mengurangi perasaan gelisah atau stres</p> <p>16 Saat saya ingin mengurangi tekanan dari rutinitas sehari-hari</p> <p>27 Saat saya berusaha untuk melupakan masalah keuangan</p>	5
Motif penggunaan	<p>11 Saat saya perlu menjaga kontak dengan teman</p> <p>18 Saat perlu untuk berkomunikasi dengan keluarga dan teman</p> <p>20 Saat saya perlu mencari tahu lebih orang yang saya temui</p> <p>25 Saat saya menemukan orang sudah lama tidak ditemui</p>	4
Total		28

Lampiran 4 Modifikasi Kuesioner Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Skoringnya

Kuesioner Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Skala yang digunakan untuk menunjukkan seberapa sering Anda selalu menggunakan situs jejaring sosial dalam seminggu terakhir

Skala	Keterangan
1	Tidak berlaku untuk saya selama seminggu terakhir.
2	Tidak pernah menggunakannya seminggu terakhir.
3	1 kali seminggu kurang dari 10 menit
4	1 kali seminggu 10 - 30 menit.
5	1 kali seminggu lebih dari 30 menit
6	2 -3 kali seminggu kurang dari 10 menit
7	2 -3 kali seminggu 10 – 30 menit
8	2 -3 kali seminggu lebih dari 30 menit
9	Lebih dari 3 kali seminggu kurang dari 10 menit
10	Lebih dari 3 kali seminggu 10 – 30 menit
11	Lebih dari 3 kali seminggu lebih dari 30 menit

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Saat saya berada di sebuah seminar/lokarya atau pelatihan											
2	Saat saya duduk santai di rumah											
3	Saat saya perlu mengurangi tekanan mental											
4	Saat pergi menonton pertandingan olahraga (mis futsal, bola basket, badminton, dll)											
5	Saat saya sedang mengerjakan tugas kuliah atau pekerjaan di rumah											

29	Saat saya sedang menonton video penjelasan materi perkuliahan																			
----	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Instruksi pengkodean: setiap item dalam SONTUS

Skala Likert	Skor
1-3	1
4-6	2
7-9	3
10-11	4

Setelah pengkodean diberikan, item dikelompokkan sesuai dimensi masing-masing untuk kembali diberikan kode skor. Kode skor yang diberikan sebagai berikut:

Komponen	Skor	Skor Komponen
Relaksasi dan waktu bebas (jumlah item 2, 6, 7, 12, 14, 21, 22, 24, dan 26)	9-12	1
	13-16	2
	17-20	3
	21-24	4
	25-28	5
	29-32	6
	>32	7
Periode terkait akademik (jumlah item 1, 5, 10, 13, 28 and 29)	6-9	1
	10-13	2
	14-17	3
	18-21	4
	>32	5
Penggunaan terkait tempat umum (jumlah item 4, 9, 17, 19, and 23)	5-8	1
	9-12	2
	13-16	3
	17-20	4
Periode terkait stres (jumlah item 3, 8, 15, 16 ad 27)	5-8	1
	9-12	2
	13-16	3
	17-20	4
Motif penggunaan (jumlah item 11, 18, 20 and 25)	4-7	1
	8-11	2
	>11	3

Setelah dilakukan pengkodean maka akan diperoleh skor global. Skor SONTUS global (jumlah skor lima komponen) berkisar antara 5 sampai 23. Interpretasi skor global SONTUS yakni sebagai berikut:

Skor	Kategori
5 – 9	Rendah
10 – 14	Sedang
15 – 19	Tinggi
>19	Sangat Tinggi

Lampiran 5 Informed Consent Penelitian

Penelitian Tugas Akhir

Assalamu'alaikum Wt Wb

Perkenalkan saya Aulia Rachma (1907016076) Mahasiswa Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo Semarang. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir mengenai "Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Tik Tok Dengan Citra Diri Pada Mahasiswa UIN Walisongo Semarang". Demi kepentingan tersebut saya memohon bantuan dan ketersediaan saudara/i untuk berkenan mengisi kuesioner ini secara lengkap, sesuai dengan kriteria berikut :

- 1) Mahasiswa UIN Walisongo Semarang
- 2) Laki-laki /perempuan (17-22 tahun)
- 3) Pengguna aktif media sosial Tik Tok

Semua data dan informasi yang diterima dalam kuesioner ini bersifat rahasia dan akan digunakan untuk kepentingan akademis semata. Tidak ada jawaban salah atau benar, sehingga keterbukaan dan kesungguhan Anda sangat diharapkan demi kualitas penelitian ini.

Atas ketersediaan Anda yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih banyak.

Wassalamu'alaikum Wt. Wb.

Hormat Saya,
Aulia Rachma

Lampiran 6 Tabulasi Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Citra Diri

This table displays the results of a validity and reliability test for the 'Citra Diri' (Self-Image) variable. The table is organized into columns and rows, with a blue header and red vertical dividers. The data consists of numerical values, likely representing scores or frequencies, used for statistical analysis.

b. Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

This table displays the results of a validity and reliability test for the 'Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok' (TikTok Social Media Usage Intensity) variable. The table is organized into columns and rows, with a yellow header and red vertical dividers. The data consists of numerical values, likely representing scores or frequencies, used for statistical analysis.

Lampiran 7 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Skala Citra Diri

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	64.03	109.689	.375	.925
Y2	64.70	108.355	.387	.925
Y3	64.10	103.610	.741	.919
Y4	64.87	107.085	.512	.923
Y5	64.33	107.747	.415	.925
Y7	63.87	106.602	.588	.922
Y8	64.53	106.464	.598	.921
Y10	64.10	109.748	.356	.925
Y11	63.63	104.723	.667	.920
Y12	63.83	105.040	.674	.920
Y13	64.30	106.838	.470	.924
Y14	64.10	105.955	.678	.920
Y15	63.90	104.369	.729	.919
Y16	64.40	106.248	.583	.922
Y17	63.43	109.426	.493	.923
Y19	64.30	108.148	.416	.925
Y20	64.10	102.921	.740	.919
Y21	63.97	107.689	.548	.922
Y22	63.73	105.857	.773	.919
Y23	64.33	103.126	.664	.920
Y24	64.47	109.499	.298	.927
Y25	64.27	103.168	.742	.919
Y26	64.20	106.028	.647	.921
Y27	63.80	112.028	.337	.925
Y28	63.90	108.507	.522	.923

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.925	25

2. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	57.60	297.766	.446	.929
X2	55.23	304.116	.274	.930
X3	56.57	282.530	.671	.926
X4	57.47	293.223	.498	.928
X5	56.23	288.047	.603	.927
X6	56.53	290.051	.599	.927
X7	56.30	292.148	.479	.928
X8	56.53	281.154	.654	.926
X9	57.30	294.010	.499	.928
X10	57.10	294.714	.428	.929
X11	56.70	290.217	.498	.928
X13	57.47	290.189	.713	.926
X14	57.13	292.464	.551	.928

X15	56.27	285.306	.519	.928
X16	56.47	282.947	.568	.928
X17	57.17	288.833	.611	.927
X18	56.10	290.093	.495	.928
X19	57.47	299.430	.355	.930
X20	57.00	288.621	.521	.928
X21	57.13	290.464	.547	.928
X22	56.83	286.557	.526	.928
X23	57.47	291.085	.614	.927
X24	57.07	283.857	.689	.926
X25	57.30	285.114	.730	.925
X26	57.07	287.237	.595	.927
X27	56.43	283.840	.669	.926
X28	56.23	286.392	.546	.928
X29	57.03	291.275	.474	.929

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.930	28

Lampiran 8 Skor Tabulasi Responden

N	X	Y	TOTAL
1	59	68	127
2	89	65	154
3	60	68	128
4	60	57	117
5	55	60	115
6	90	62	152
7	56	56	112
8	56	81	137
9	88	74	162
10	65	61	126
11	64	80	144
12	61	63	124
13	50	75	125
14	79	60	139
15	60	60	120
16	63	67	130
17	57	56	113
18	50	73	123
19	67	61	128
20	51	85	136
21	65	72	137
22	44	92	136
23	49	75	124
24	89	58	147
25	45	80	125
26	72	82	154
27	74	57	131
28	79	56	135
29	64	51	115

30	49	73	122
31	58	69	127
32	56	67	123
33	53	70	123
34	58	66	124
35	93	63	156
36	59	72	131
37	60	72	132
38	49	53	102
39	66	78	144
40	46	81	127
41	59	73	132
42	55	64	119
43	63	69	132
44	50	53	103
45	54	71	125
46	51	52	103
47	51	77	128
48	52	71	123
49	57	62	119
50	51	65	116
51	62	79	141
52	65	54	119
53	52	74	126
54	52	55	107
55	74	71	145
56	85	61	146
57	55	73	128
58	46	67	113
59	60	69	129

60	68	76	144
61	60	55	115
62	48	54	102
63	50	67	117
64	69	74	143
65	71	77	148
66	62	58	120
67	59	62	121
68	72	60	132
69	55	61	116
70	53	68	121
71	62	64	126
72	54	66	120
73	59	59	118
74	47	82	129
75	59	61	120
76	65	92	157
77	52	88	140
78	47	61	108
79	58	65	123
80	59	71	130
81	88	53	141
82	63	67	130
83	58	81	139
84	54	78	132
85	99	62	161
86	77	65	142
87	62	59	121
88	50	58	108
89	48	67	115

90	53	73	126
91	82	61	143
92	57	48	105
93	56	47	103
94	78	58	136
95	52	72	124
96	59	78	137
97	56	74	130
98	53	72	125
99	61	61	122
100	54	61	115

Lampiran 9 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardi
zed
Residual

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	9.33161887
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.048
	Positive	.048
	Negative	-.034
Test Statistic		.048
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 10 Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Square s	df	Mean Squar e	F	Sig.
Citra Diri * Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok	Between	(Combined)	2846.6 17	38	74.911	.736	.843
		Linearity	433.91 8	1	433.91 8	4.26 4	.043
		Deviation from Linearity	2412.6 99	37	65.208	.641	.926
	Within	Groups	6208.1 33	61	101.77 3		
	Total		9054.7 50	99			

Lampiran 11 Uji Hipotesis

Correlations

		Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok	Citra Diri
Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok	Pearson Correlation	1	-.219*
	Sig. (2-tailed)		.029
	N	100	100
Citra Diri	Pearson Correlation	-.219*	1
	Sig. (2-tailed)	.029	
	N	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Aulia Rachma
2. Tempat & Tgl Lahir : Kab. Semarang, 24 Oktober2001
3. Alamat : Kalegen Dersansari RT 03/01, Dersansari, Suruh,
Kab.Semarang
4. E-mail : uliamaa22@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan
 - a. TK Pertiwi Dersansari
 - b. SDN Dersansari 01
 - c. SMPN 1 Suruh
 - d. SMAN 1 Tengaran
 - e. UIN Walisongo Semarang

Semarang, 10 September 2023



Aulia Rachma