



**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
(INSTAGRAM) DENGAN TINGKAT HARGA DIRI (*SELF ESTEEM*)
PADA KARYAWAN DINAS LINGKUNGAN HIDUP KOTA SEMARANG**

Skripsi

Untuk memenuhi persyaratan mencapai Sarjana Keperawatan

Oleh :

Eka Cindy Aliana Putri Suprayogi

NIM : 30902300255

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KEPERAWATAN
FAKULTAS ILMU KEPERAWATAN
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2025**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, dengan sebenarnya menyatakan bahwa skripsi ini saya susun tanpa tindakan plagiarisme sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Jika pada kemudian hari ternyata saya melakukan tindakan plagiarisme, saya bertanggung jawab sepenuhnya dan bersedia menerima sanksi yang dijatuhkan oleh Universitas Islam Sultan Agung Semarang kepada saya.

Semarang Februari 2025

Mengetahui,
Wakil Dekan I

Peneliti


Dr. Ns. Hj. Sri Wahyuni, M.Kep., Sp. Kep.Mat)
NIDN. 0609067504


Eka Cindy Aliana Putri S
NIM. 30902300255



HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
(INSTAGRAM) DENGAN TINGKAT HARGA DIRI (*SELF ESTEEM*)
PADA KARYAWAN DINAS LINGKUNGAN HIDUP KOTA SEMARANG**

Disusun Oleh:

Eka Cindy Aliana Putri Suprayogi

NIM : 30902300255

Telah disahkan dan disetujui Pembimbing pada:

Pembimbing I
Tanggal:.....

Pembimbing II
Tanggal:.....

Ns. Wigyo Susanto, M.Kep
NIDN: 06-2907-8303

Dr. Ns. Hj. Dwi Heppy Rochmawati, M.Kep, Sp.Kep.J
NIDN: 06-1408-7702

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul :

**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
(INSTAGRAM) DENGAN TINGKAT HARGA DIRI (*SELF ESTEEM*)
PADA KARYAWAN DINAS LINGKUNGAN HIDUP KOTA SEMARANG**

Disusun Oleh:

Eka Cindy Aliana Putri Suprayogi

NIM : 30902300255

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 3 Februari 2025
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Penguji I,

Dr. Hj. Wahyu Endang Setyowati, SKM, M.Kep
NIDN: 06-1207-7404

Penguji II,

Ns. Wigyo Susanto, M.Kep
NIDN: 06-2907-8303

Penguji III,

Dr. Ns. Hj. Dwi Heppy Rochmawati, M.Kep, Sp.Kep.J
NIDN: 06-1408-7702

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Keperawatan



Dr. Iwan Ardian, SKM, S.Kep., M.Kep
NIDN. 0622087403

**PROGRAM STUDI ILMU KEPERAWATAN
FAKULTAS ILMU KEPERAWATAN
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG
Skripsi, Januari 2025**

ABSTRAK

Eka Cindy Aliana Putri Suprayogi

**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
(INSTAGRAM) DENGAN TINGKAT HARGA DIRI (*SELF ESTEEM*)
PADA KARYAWAN DINAS LINGKUNGAN HIDUP KOTA SEMARANG**

Latar Belakang: Penggunaan media sosial Instagram yang semakin intensif di kalangan karyawan dapat mempengaruhi tingkat harga diri (*self esteem*). Karyawan Dinas Lingkungan Hidup Kota Semarang sebagai pelayan publik tidak terlepas dari fenomena ini.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan tingkat harga diri (*self esteem*) pada karyawan Dinas Lingkungan Hidup Kota Semarang.

Metode: Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan pendekatan cross sectional. Sampel penelitian berjumlah 169 karyawan yang dipilih. Pengumpulan data menggunakan kuesioner intensitas penggunaan Instagram dan skala Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES). Analisis data menggunakan uji korelasi Spearman's rho

Hasil: Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya korelasi signifikan antara intensitas penggunaan Instagram dan tingkat harga diri pada karyawan DLH Kota Semarang. Tingkat intensitas penggunaan Instagram pada responden mayoritas berada pada kategori tinggi sebesar 47,1%, sedangkan tingkat harga diri mayoritas berada pada kategori normal sebanyak 99 orang 58,2%.

Kesimpulan: Adanya hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial Instagram dengan harga diri pada karyawan Dinas Lingkungan Hidup Kota Semarang. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan program kesehatan mental di lingkungan kerja dan intervensi keperawatan yang tepat.

Kata Kunci: Intensitas Penggunaan Instagram, Harga Diri, Self Esteem, Karyawan Pemerintah, Kesehatan Mental

BACHELOR OF SCIENCE IN NURSING
FACULTY OF NURSING SCIENCE
SULTAN AGUNG ISLAMIC UNIVERSITY SEMARANG
Thesis, January 2025

ABSTRACT

Eka Cindy Aliana Putri Suprayogi

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE INTENSITY OF SOCIAL MEDIA USE (INSTAGRAM) WITH THE LEVEL OF SELF-ESTEEM (SELF ESTEEM) IN EMPLOYEES OF THE SEMARANG CITY NVIRONMENTAL AGENCY

Background : *The intensive use of Instagram social media among employees can affect the level of self-esteem. Employees of the Semarang City Environmental Agency as public servants cannot be separated from this phenomenon.*

Objective : *This study aims to determine the relationship between the intensity of Instagram social media use and the level of self esteem in employees of the Semarang City Environmental Agency.*

Method : *This study used a quantitative research design with a cross sectional approach. The research sample amounted to 169 selected employees. Data collection used Instagram usage intensity questionnaire and Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) scale. Data analysis using Spearman's rho correlation test*

Results : *The results showed that there was a significant correlation between the intensity of Instagram use and the level of self-esteem in DLH employees in Semarang City. The intensity level of Instagram use among respondents was mostly in the high category at 47.1%, while the majority of self-esteem levels were in the normal category as many as 99 people 58.2%.*

Conclusion : *There is a significant relationship between the use of social media instagram with self-esteem in employees of the Semarang City Environmental Service. The results of this study can be the basis for the development of mental health programs in the work environment and appropriate nursing interventions.*

Keywords : *Instagram Usage Intensity, Self Esteem, Self Esteem, Government Employees, Mental Health*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr. Wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial (Instagram) Dengan Tingkat Harga Diri (*Self Esteem*) Pada Karyawan Dinas Lingkungan Hidup Kota Semarang” dengan sebaik – baiknya. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Dalam penyusunan penelitian skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran yang bermanfaat dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan sesuai dengan yang telah penulis rencanakan. Untuk itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih pada:

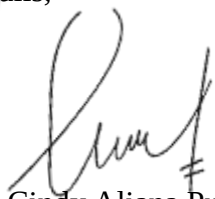
1. Prof. Dr. H. Gunarto, SH., MH, Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang
2. Dr. Iwan Ardian, S.KM., S.Kep., M.Kep. Dekan Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Islam Sultan Agung Semarang
3. Ibu Dr. Ns. Dwi Retno Sulistyaningsih, M.Kep., Sp.KMB. Kaprodi S1 Keperawatan Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Islam Sultan Agung Semarang serta pembimbing yang telah sabar meluangkan waktu serta tenaganya dalam memberikan bimbingan, ilmu dan nasihat yang sangat berharga, serta memberikan pelajaran buat saya tentang arti sebuah usaha, pengorbanan, ikhlas, tawakal dan kesabaran yang akan membuahkan hasil yang bagus pada akhir penyusunan penelitian ini.
4. Ns. Wigyo Susanto, M.Kep Pembimbing I yang senantiasa memberikan arahan dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Ns. Hj. Dwi Heppy Rochmawati, M.Kep, Sp.Kep.J Pembimbing II yang senantiasa memberikan arahan dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh dosen pengajar dan staf Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Kepada orang tua saya,
8. Teman-teman S1 Ilmu Keperawatan angkatan
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas bantuan dan kerjasamanya yang telah memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam suatu bidang karya tidak terlepas dari kekurangan, disebabkan adanya keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun motivasi sangat diharapkan dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat berguna baik bagi pembaca, institusi pendidikan serta pelayanan kesehatan, penulis pribadi dapat menjadi sumbangan sebagai perkembangan ilmu keperawatan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Semarang, Februari 2025
Penulis,



Eka Cindy Aliana Putri S

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
1. Tujuan Umum	6
2. Tujuan Khusus	6
D. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Bagi Institusi Pendidikan Keperawatan.....	6
2. Manfaat bagi masyarakat dan responden.....	7
3. Manfaat bagi Peneliti	7
4. Manfaat Bagi Peneliti Selanjutnya.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Konsep Dasar Teori	8
1. Harga Diri	8
2. Penggunaan Media Sosial Instagram	16
B. Kerangka Teori	24
C. Hipotesis	24
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	26
A. Kerangka Konsep.....	26
B. Variabel Penelitian.....	26

C. Jenis dan Desain Penelitian.....	27
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	27
1. Populasi.....	27
2. Sampel	27
E. Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
F. Definisi Operasional	29
G. Instrumen/Alat Pengumpul Data.....	30
H. Metode Pengumpulan Data.....	31
I. Rencana Analisis Data	32
1. Pengolahan Data	32
2. Analisis Data	33
J. Etika Penelitian	33
1. Menghargai atau Menghormati (<i>Respect for person</i>)	33
2. Manfaat (<i>Beneficence and Non Maleficence</i>).....	34
3. Keadilan (<i>Justice</i>)	34
BAB IV HASIL PENELITIAN	35
A. Hasil Penelitian	35
1. Analisis Deskriptif	35
2. Deskripsi Usia.....	35
3. Deskripsi Jenis Kelamin	36
B. Variabel Penelitian.....	36
1. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram.....	37
2. Tingkat Harga Diri.....	38
3. Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Harga Diri	39
BAB V PEMBAHASAN	40
A. Pengantar Bab	40
B. Interpretasi dan Diskusi Hasil.....	40
1. Karakteristik Responden.....	40
2. Variabel.....	43
3. Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Harga Diri	45

C. Keterbatasan Penelitian.....	49
D. Implikasi untuk Keperawatan	49
BAB VI PENUTUP	50
A. Kesimpulan.....	50
B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	24
Gambar 3.1 Kerangka Konsep	26



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Hubungan antara penggunaan media social (Instagram) dengan tingkat harga diri (Self esteem).	30
Tabel 4.1.	Deskripsi Usia.....	35
Tabel 4.2	Deskripsi Jenis Kelamin	36
Tabel 4.3	Deskripsi Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram	37
Tabel 4.4	Deskripsi Tingkat Harga Diri	38
Tabel 4.5	Deskripsi Hubungan Penggunaan Media Sosial Harga Diri	39



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Harga diri merupakan indikator bagi seseorang dalam menilai kemampuan, penerimaan terhadap diri sendiri, dan tingkah laku, yang bersumber dari keyakinan dalam diri serta dipengaruhi oleh interaksi, apresiasi, serta penerimaan orang lain terhadap individu, sekaligus dipengaruhi oleh pengalaman yang dialami dalam lingkungan sekitarnya.(Solikhatin et al., 2021) . Harga diri adalah keyakinan pribadi tentang kemampuan, kemandirian, kehendak, dan kebebasan seseorang. Ini tidak hanya dinilai oleh individu untuk mengevaluasi diri mereka, tapi juga digunakan untuk membandingkan kehidupan ideal dengan kenyataan saat menjalani kehidupan mereka. Ini membentuk dasar dari martabat dan citra diri yang seseorang miliki.(Ardhiani et al., 2023). Harga diri adalah evaluasi yang dilakukan oleh setiap orang terhadap aspek positif dan negatif dalam dirinya.(Thiro et al., 2021).

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi sedang berkembang pesat dalam kehidupan masyarakat. Teknologi komunikasi dianggap sangat vital bagi masyarakat modern karena dianggap sebagai media baru, sebuah alat untuk berinteraksi, bertukar pendapat, dan memperoleh informasi terkini dengan cepat dan efisien. Internet di Indonesia telah memberikan kemudahan akses terhadap berbagai informasi dan hiburan. Media sosial menjadi salah satu fasilitas utama bagi individu maupun

masyarakat virtual untuk bersosialisasi secara online. Media sosial merupakan hasil pengembangan dari teknologi komunikasi internet, digunakan untuk interaksi, pertukaran informasi, dan publikasi aktivitas sehari-hari. Selain itu, media sosial juga menjadi sarana komunikasi bagi masyarakat untuk berinteraksi dengan teman, keluarga, dan lainnya, terutama kalangan remaja yang umumnya aktif menggunakan media sosial.(Rano Virdaus, 2023).

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.(Liedfray et al., 2022). Instagram telah menjadi salah satu media sosial yang sangat diminati dalam beberapa tahun terakhir. Platform ini memiliki daya tarik yang luas di kalangan berbagai lapisan masyarakat, digunakan hampir oleh semua orang di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Kemudahan akses internet yang diberikan oleh berbagai penyedia layanan seluler telah membuat popularitas Instagram meningkat, bahkan melebihi jumlah pengguna media sosial lainnya.(Sazali & Sukriah, 2021). Menurut penelitian tentang cara orang Indonesia menggunakan internet pada tahun 2017, yang diadakan oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) bersama dengan Teknopreneur

Indonesia, terlihat bahwa generasi Z adalah yang paling banyak menggunakan internet di Indonesia. Data survei menunjukkan bahwa 75,50 persen dari pengguna internet berusia antara 13 hingga 18 tahun, 74,23 persen di antara usia 18 hingga 34 tahun, 44,06 persen di usia 35 hingga 54 tahun, dan hanya 15,72 persen di usia di atas 54 tahun (APJII, 2018). Hal ini menunjukkan dominasi pengguna internet oleh remaja usia 13-18 tahun sebanyak 75,50 persen.(Oktaviani, 2019).

Menurut temuan dari penelitian sebelumnya, terdapat korelasi positif antara seberapa sering mahasiswa S1 (strata 1) angkatan 2019 Universitas Malahayati menggunakan media sosial Instagram dengan tingkat harga diri mereka. Dengan kata lain, semakin sering seseorang menggunakan media sosial Instagram, semakin tinggi juga harga diri yang dimiliki oleh orang tersebut.(Dalila et al., 2021). Penelitian menemukan bahwa ada korelasi positif antara harga diri dan citra tubuh dengan presentasi diri online. Harga diri dan citra tubuh dapat meramalkan presentasi diri online dengan tingkat signifikansi $p < 0,05$. Kontribusi efektif dari variabel harga diri dan citra tubuh terhadap variabel presentasi diri online adalah sebesar 3,8%.(Rozika & Ramdhani, 2016) Dengan menggunakan Instagram sebagai sarana untuk menyatakan diri, individu merasa terlibat dalam sebuah situasi di mana mereka mengevaluasi apa yang telah mereka sampaikan kepada publik. Mereka percaya bahwa dengan membagikan informasi tentang diri mereka di Instagram, mereka menjadi eksis dan mendapatkan umpan balik berupa komentar dari orang lain yang membuat mereka merasa dihargai atau sekadar

mengetahui bagaimana orang lain merespons keberadaan mereka. Konsep ini sejalan dengan konsep harga diri. (Wahyu Prasetyo Budi Utomo, 2019) Dari survei awal terhadap 100 pengguna media sosial aktif dari Generasi Z, didapati bahwa 69 responden mengidentifikasi Instagram sebagai platform yang paling sering mereka akses. Selain itu, mayoritas aktivitas yang dilakukan oleh responden saat menggunakan Instagram adalah melihat postingan dan stories dari teman, selebritas, influencer, dan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan untuk menikmati konten yang diposting oleh orang lain di Instagram. (Khotimah Sirajuddin et al., 2023). Dari hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, ditemukan bahwa skor korelasi antara variabel harga diri dan pengungkapan diri (r_{xy}) adalah 0,179, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 ($p < 0,05$). Hasil dari uji linearitas variabel harga diri dan pengungkapan diri menghasilkan nilai F linier sebesar 4.828, dengan tingkat signifikansi 0.000 ($p < 0,05$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara harga diri dan pengungkapan diri pada mahasiswa UNISSULA yang menggunakan Instagram. Hal ini mengonfirmasi bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima. Ini berarti semakin tinggi tingkat harga diri, semakin tinggi juga tingkat pengungkapan diri, dan sebaliknya, semakin rendah tingkat harga diri, semakin rendah pula tingkat pengungkapan diri. Nampaknya, Instagram menjadi salah satu kebutuhan individu dengan latar belakang modernitas, membantu individu dalam memenuhi aspek kebutuhan akan harga diri dan ekspresi diri, selain sebagai sarana hiburan, informasi, dan pendidikan. (Dwi

Dayanti, 2021) Penyebabnya ketika seseorang merasa rendah harga diri, mereka cenderung sering berbagi diri di media sosial untuk meningkatkan citra diri mereka. Mereka menggunakan media sosial sebagai cara untuk mengatasi rasa tidak percaya diri dan memperkuat identitas sosial mereka.(Arfiani et al., 2020). Para peneliti juga menyatakan bahwa pengguna media sosial yang aktif online cenderung memberikan gambaran yang tepat tentang diri mereka sendiri. Sebagai contoh, seseorang yang merasa rendah diri cenderung khawatir tentang apa yang orang lain akan posting tentang mereka di jejaring sosial. Di sisi lain, individu dengan harga diri yang tinggi lebih cenderung menggunakan waktu mereka untuk membangun citra diri yang positif di media sosial(Rebeca Ellioska Simanjutak, 2021). Penelitian terhadap 185 siswa-siswi dari MAN 1 Bojonegoro menunjukkan bahwa semakin rendah harga diri seorang remaja, semakin tinggi tingkat intensitas pengungkapan diri mereka di media sosial.(Dwidiyanti et al., 2022). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah hubungan antara intensitas penggunaan media social (Instagram) dengan tingkat harga diri (self esteem) pada karyawan Dinas Lingkungan Hidup Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif penelitian ini berjumlah 500 tetapi diambil sample pekerja yang memiliki akun jejaring sosial Instagram berjumlah 10 orang. Data dalam penelitian ini diperoleh menggunakan kuesioner intensitas penggunaan media sosial instagram dan skala harga diri.

B. Perumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan informasi yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti berkeinginan untuk menelusuri apakah terdapat korelasi antara Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Tingkat Harga Diri Pada Karyawan Dinas Lingkungan Hidup Kota Semarang?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Mengetahui hubungan penggunaan media sosial instagram dengan harga diri pada karyawan dinas lingkungan hidup kota semarang

2. Tujuan Khusus

- a. Mengetahui karakteristik responden
- b. Mengidentifikasi tingkat keeratan kedua variabel
- c. Mengetahui penggunaan media sosial instagram responden
- d. Mengetahui tingkat harga diri responden
- e. Menganalisis hubungan penggunaan media sosial instagram dengan tingkat harga diri pada karyawan dinas lingkungan hidup kota semarang

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Institusi Pendidikan Keperawatan

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan khususnya di bidang asuhan keperawatan jiwa dengan menjadi acuan proses pembelajaran dan acuan hubungan penggunaan instagram dengan harga

diri.

2. Manfaat bagi masyarakat dan responden

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang hubungan antara penggunaan instagram tingkat dan harga diri pada mahasiswa yang memiliki dampak negatif dan positif sehingga dapat menggunakan media sosial dengan bijak agar tidak menimbulkan dampak negatif.

3. Manfaat bagi Peneliti

Studi ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas penelitian, menumbuhkan pemikiran kritis dan ilmiah, serta memperluas pemahaman kita tentang hubungan antara penggunaan Instagram sebagai platform media sosial dan harga diri.

4. Manfaat Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan peneliti lebih lanjut mengenai hubungan penggunaan media sosial instagram dengan harga diri.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Dasar Teori

1. Harga Diri

Harga diri atau self-esteem adalah faktor kunci dalam membentuk konsep diri seseorang yang berpotensi memberikan dampak yang signifikan pada sikap dan perilaku mereka secara menyeluruh. (Julianto et al., 2020.)

Harga diri adalah penilaian menyeluruh yang dimiliki seseorang terhadap dirinya sendiri, seperti yang dijelaskan oleh Santrock, di mana hal tersebut mencerminkan penilaian positif atau negatif individu terhadap dirinya sendiri. (Dalila et al., 2021.)

Harga diri adalah satu kebutuhan pokok bagi manusia yang memainkan peran penting dalam proses kehidupan yang diperlukan untuk pertumbuhan yang normal dan sehat, sehingga memberikan nilai yang vital untuk kelangsungan hidup. (Sholichah et al., 2022.)

Melalui berbagai pengertian istilah-istilah yang tercantum di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa harga diri seseorang adalah cara mereka menilai diri mereka sendiri secara menyeluruh, baik dalam aspek positif maupun negatif.

a. Faktor yang mempengaruhi Harga Diri

Coopersmith mengidentifikasi beberapa faktor yang berperan dalam membentuk harga diri seseorang.

- 1) kondisi fisik yang berkaitan dengan bagaimana seseorang merasa dihargai oleh orang lain dan bagaimana orang tersebut menerima dirinya sendiri.
- 2) jenis kelamin juga memiliki dampak signifikan, dengan perempuan cenderung memiliki tingkat harga diri yang lebih rendah karena peran dan ekspektasi sosial yang berbeda.
- 3) Intelegensi juga memainkan peran penting dalam harga diri, dengan orang-orang yang memiliki harga diri tinggi cenderung memiliki kinerja akademik yang lebih baik dan sifat-sifat seperti kecerdasan, ambisi, dan kerja keras.
- 4) Lingkungan keluarga juga berpengaruh, di mana persepsi seseorang terhadap penilaian anggota keluarga terhadap mereka dapat memengaruhi harga diri mereka. Keluarga yang memberikan keamanan, cinta, dan respon positif cenderung mendukung harga diri yang tinggi, sementara perubahan atau pengabaian bisa membuat seseorang merasa tidak dihargai.
- 5) Tingkat pendidikan seseorang berbanding lurus dengan harga diri yang dimilikinya. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin tinggi pula harga dirinya. Sebaliknya, sikap yang positif terhadap pendidikan akan

meningkatkan kepercayaan diri individu tersebut, yang pada gilirannya akan berdampak pada peningkatan harga diri.

6) Penghasilan yang stabil dan tinggi dikaitkan dengan harga diri yang tinggi, terutama pada individu yang memiliki pekerjaan permanen. Hal ini menunjukkan bahwa memiliki pendapatan yang tetap dapat meningkatkan evaluasi diri seseorang.

7) lingkungan sosial juga berperan penting dalam membentuk harga diri seseorang. Ada perubahan harga diri yang terkait dengan pencapaian, penolakan, dan pembelaan diri. Seseorang berkembang dalam harga diri ketika mereka berusaha memenuhi harapan sosial yang diberikan kepada mereka. Itu dimulai dengan kesadaran individu akan nilai dirinya sendiri. (Amalia Purwanto., 2020)

b. Karakteristik Harga Diri

Karakteristik harga diri seseorang didasarkan pada penilaian mereka terhadap diri sendiri, yang memengaruhi perilaku sehari-hari. Sikap yang berkaitan dengan harga diri dapat bersifat positif atau negatif.

1) Karakteristik harga diri tinggi

- a) rasa percaya diri
- b) penghargaan diri
- c) keyakinan akan kemampuan sendiri

d) merasa berguna. Contoh, seorang remaja dengan harga diri tinggi akan yakin dapat mencapai prestasi yang diharapkan, yang akan memotivasi mereka untuk mencapainya dengan sungguh-sungguh. Manfaat dari harga diri yang tinggi termasuk ketangguhan dalam menghadapi tantangan kehidupan, peningkatan kreativitas dalam bekerja, ambisi yang kuat dalam berbagai aspek kehidupan, harapan besar dalam membangun hubungan yang positif, dan sikap hormat terhadap orang lain.

2) Karakteristik harga diri rendah

- a) perasaan tidak berharga
- b) ketidakberanian mencari tantangan baru
- c) ketidakpercayaan diri
- d) kesulitan dalam berkomunikasi
- e) kecenderungan merasa tidak bahagia. Remaja dengan harga diri rendah seringkali mencari pengakuan dan perhatian dari orang lain sebagai kompensasi, yang dapat mengarah pada perilaku negatif seperti penyalahgunaan obat-obatan dan tawuran. Akibat dari harga diri yang rendah termasuk kecemasan, kesulitan dalam hubungan sosial, dampak negatif pada prestasi akademik dan pekerjaan, serta peningkatan risiko penggunaan obat-obatan dan alkohol. (Ridha Oktavianti, 2019)

3) Aspek Harga Diri

Menurut Rosenberg seperti yang dikutip oleh (Rudi et al., 2020.), aspek harga diri mencakup dua hal utama:

a) Penerimaan Diri (*self-acceptance*):

Penerimaan diri merujuk pada sikap positif seseorang terhadap dirinya sendiri, termasuk penerimaan terhadap kelebihan dan kekurangannya.

b) Penilaian Diri (*self-assessment*):

Penilaian diri adalah proses di mana seseorang mengevaluasi dirinya sendiri untuk mengenali kekuatan dan kelemahan, serta aspek-aspek kualitas pribadinya.

4) Pentingnya Harga Diri

Harga diri merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan seseorang karena memengaruhi bagaimana mereka diperlakukan oleh orang lain dan bagaimana kualitas hidup mereka berkembang. Terutama bagi remaja, masalah harga diri menjadi sangat vital, kadang-kadang mereka bahkan rela melakukan hal-hal yang tidak semestinya demi mempertahankan harga diri. Tindakan seperti mengikuti ajakan teman sebaya untuk melakukan hal-hal negatif seperti merokok, minum alkohol, terlibat dalam tawuran, atau berkelahi, seringkali dilakukan untuk melindungi harga diri.

Dengan demikian, harga diri yang baik merupakan hasil dari proses hubungan yang positif dengan diri sendiri, memiliki perasaan positif terhadap diri sendiri, dan penilaian yang baik terhadap diri sendiri (self-concept). Dalam hal ini, individu merasa perlu untuk menjaga atau menghormati diri mereka dengan tindakan yang terhormat, yang pada gilirannya akan mendatangkan penghormatan dari orang lain.(Faradilla Umaira Malik, 2019)

5) Komponen-komponen Harga Diri

Seseorang yang memiliki tingkat rasa diri yang tinggi akan menghormati keberadaannya, menyadari nilai dirinya, dan memandang dirinya serta hubungannya dengan orang lain secara jujur. Mereka tidak mencoba untuk terlihat sempurna, mereka menyadari bahwa mereka memiliki keterbatasan, dan memiliki harapan untuk terus berkembang dan memperbaiki diri.

- a) *Feeling of belonging*, merujuk pada perasaan seseorang bahwa ia adalah bagian dari sebuah komunitas dan diterima oleh anggota-anggota lain dalam komunitas tersebut. Penilaian positif terhadap diri akan muncul saat seseorang merasa diterima dan tergabung dalam komunitas tersebut. Sebaliknya, penilaian negatif mungkin muncul jika seseorang merasa ditolak atau tidak diterima oleh komunitas tersebut.

b) *Feeling of competence*, merujuk pada keyakinan seseorang akan kemampuannya untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Keberhasilan dalam mencapai tujuan akan meningkatkan penilaian positif terhadap diri sendiri. Selain itu, seseorang dengan rasa kompetensi akan percaya pada pemikiran, perasaan, dan perilaku yang terkait dengan kehidupannya.

c) *Feling of worth*, merujuk pada keyakinan seseorang akan nilai dirinya sendiri. Seseorang yang merasa berharga akan memiliki penilaian positif terhadap diri sendiri, merasa yakin, dan memiliki rasa hormat terhadap dirinya sendiri.

Berdasarkan kutipan tersebut, dapat disimpulkan bahwa elemen-elemen yang membentuk harga diri meliputi kepercayaan diri dan penghormatan terhadap diri sendiri. Seseorang yang memiliki harga diri yang kuat cenderung memiliki keyakinan dan optimisme untuk mengatasi tantangan hidupnya. Mereka melihat setiap kesulitan sebagai ujian yang harus dihadapi, dan apabila berhasil menghadapinya, mereka akan meningkatkan tingkat kepercayaan diri mereka. Selain itu, mereka memiliki rasa nilai dan penghormatan yang tinggi terhadap diri sendiri. Individu yang yakin bahwa dengan usaha yang keras, mereka dapat meraih kesuksesan akan hidup dengan bahagia di masa depan, dan mereka layak mendapatkan

kebahagiaan tersebut sebagai hasil dari kerja keras mereka.(Srinofa Bandra Naike et al., 2017)

6) **Pembentukan dan Perkembangan Harga Diri**

Salah satu peran yang penting dari konsep diri adalah untuk mengevaluasi diri, yang hasilnya adalah harga diri. Harga diri tidaklah sesuatu yang bawaan sejak lahir, tetapi lebih merupakan hasil dari pembelajaran dan pengalaman individu sepanjang hidupnya. Proses pembentukan harga diri ini dimulai sejak awal kehidupan, seperti ketika seorang bayi pertama kali merasakan sentuhan pertama yang menandai kelahirannya. Proses pembentukan harga diri ini terus berkembang seiring dengan perkembangan individu menuju kedewasaan. Harga diri tumbuh dari interaksi sosial dan beragam pengalaman, baik yang menyenangkan maupun tidak, yang secara bertahap membentuk harga diri seseorang menjadi positif atau negatif. Dalam proses ini, harga diri cenderung stabil seiring bertambahnya usia, karena remaja secara bertahap membangun persepsi tentang diri mereka sendiri seiring berjalannya waktu, sehingga lebih mampu menghadapi berbagai pengalaman dengan konsistensi. Setiap individu memiliki tingkat harga diri yang berbeda-beda, ada yang rendah dan ada yang tinggi, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor yang memengaruhi pembentukan harga diri meliputi: keberanian individu,

pencapaian, kekuatan internal, dan performa. Dengan demikian, proses pembentukan harga diri ini sangat dipengaruhi oleh bagaimana individu menginternalisasi dan merespons berbagai aspek kehidupan mereka.(Srinofa Bandra Naike et al., 2017)

2. Penggunaan Media Sosial Instagram

a. Pengertian Penggunaan Media Sosial

Menurut KBBI, kata penggunaan dapat menunjukkan proses, metode, atau gunakan. Penggunaan adalah kegiatan menggunakan atau memanfaatkan sesuatu, seperti layanan atau produk. Dalam bukunya Komunikasi Massa, Ardianto mengklaim bahwa frekuensi dan lamanya penggunaan media sosial memberikan wawasan tentang tingkat penggunaan media sosial.

Nasrullah mendefinisikan media sosial sebagai platform online yang memungkinkan orang berbagi, bekerja sama, dan terhubung satu sama lain sekaligus menciptakan rasa komunitas virtual. Semua platform media sosial berbagi keterbukaan keterlibatan pengguna sebagai karakteristik yang menentukan (Nasrullah, 2021).

Media sosial adalah jenis platform media yang berfokus pada memungkinkan kontak pengguna dan kerja tim, menurut definisi lain yang diberikan oleh Van Dijk. Media sosial dapat dilihat sebagai mediator online yang memperkuat ikatan antara pengguna dan situs jejaring sosial. Itulah sebabnya media sosial

sangat populer (Pranyoto & Geli, 2020).

Pendapat berbeda juga disampaikan oleh Boyd, Media sosial adalah kumpulan alat yang memungkinkan individu dan kelompok untuk berinteraksi, berbagi, berkomunikasi, dan sesekali bekerja dan bermain bersama (Nasrullah, 2021).

Dari beberapa definisi atau pernyataan diatas tentang penggunaan media sosial, penggunaan media sosial mengacu pada setiap proses atau aktivitas yang dilakukan seseorang dalam menggunakan media yang memungkinkan mereka untuk berinteraksi dengan orang lain, berkomunikasi, berbagi informasi, atau bertukar informasi dengan sebuah aplikasi online..

b. Aspek Penggunaan Media Sosial

Aspek-aspek penggunaan media sosial menurut Icek Ajzen adalah sebagai berikut (Syahidah, 2018)

1) Perhatian

Perhatian adalah fokus yang diberikan seseorang kepada aktivitas yang sesuai dengan minatnya, dengan tingkat konsentrasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan aktivitas lain yang kurang menarik bagi mereka. Saat seseorang menggunakan platform media sosial yang menjadi favoritnya, mereka akan merasakan kepuasan dan kenikmatan dalam berinteraksi di dalamnya.

2) Penghayatan (*Comprehention*)

Penghayatan adalah proses memahami secara mendalam serta menyerap informasi. Ini melibatkan penghargaan terhadap informasi yang diterima serta menggabungkan pengalaman untuk memperoleh pengetahuan yang lebih dalam. Orang cenderung meniru, melatih, dan terpengaruh oleh konten aktual yang mereka temui di platform media sosial.

3) Durasi waktu (*Duration*)

Durasi adalah periode waktu di mana sesuatu berlangsung. Saat menggunakan media sosial, orang sering terlalu terpaku sehingga tak menyadari betapa cepatnya waktu berlalu. Tingkat penggunaan media sosial dianggap tinggi jika melebihi 3 jam per hari, sementara dianggap rendah jika penggunaannya terbatas antara 1 hingga 3 jam per hari.

4) Frekuensi (*Frequency*)

Frekuensi merujuk pada seberapa sering seseorang melakukan suatu aktivitas, baik dengan sengaja maupun tanpa disadari. Penggunaan media sosial seringkali dilakukan tanpa kesadaran akan dampaknya terhadap kehidupan sehari-hari. Pengguna dianggap memiliki frekuensi tinggi dalam penggunaan media sosial ketika mereka menggunakan media tersebut empat kali atau lebih dalam satu hari, sedangkan

dianggap memiliki frekuensi rendah ketika penggunaannya hanya satu hingga empat kali dalam satu hari.

c. Definisi Instagram

Menurut Michelle Wifalin, Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto dan video, menerapkan filter *digital* (pemberian efek pada foto) dan membagikannya ke berbagai media sosial termasuk instagram itu sendiri (Petra et al., n.d.). Biasanya para pengguna juga menggunakan Instagram sebagai media untuk berfoto atau memvideokan suatu momen dikarenakan pada aplikasi tersebut terdapat opsi *filter* atau efek pada foto/video sehingga pengguna terutama dari kalangan mahasiswa lebih menyukai aplikasi tersebut karena dapat membantu memberikan efek yang lebih baik pada hasil foto/video yang mereka ambil.

Menurut Daniel Kurniawan, media sosial Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, menerapkan *filter digital* dan membagikannya ke berbagai jejaring media sosial yang lain (Airlangga, 2013). Dalam postingan instagram berupa foto atau video, setiap pengguna yang menjadi *followers* (yang mengikuti) akun instagram tersebut dapat memberikan *like*, *comment*, serta menyimpan foto atau video postingan tersebut.

Menurut Salbino yang dikutip oleh Diah Pradaningtiyas, Instagram merupakan sebuah aplikasi jejaring sosial dengan metode berbagi foto. Instagram memiliki salah satu ciri yang paling menarik yaitu ada batas foto ke bentuk persegi, mirip dengan gambar Kodak *Instamatic* dan *Polaroid* yang sangat berbeda dengan rasio aspek 16:9 yang sekarang biasa digunakan oleh kamera ponsel (Afandi, 2020). Keunikan tersebut yang menjadikan Instagram lebih unggul dan mempunyai ciri khas yang banyak diminati oleh penggunanya.

Menurut Atmoko, media sosial Instagram memiliki lima menu utama yang semua menu tersebut terletak di bagian bawah. Lima menu utama tersebut antara lain yaitu yang pertama *Home Page*. *Home Page* merupakan halaman utama yang menampilkan foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Kedua, *Comments*. Kolom *comments* atau komentar berfungsi untuk memberikan komentar pada tiap postingan foto-foto atau video yang telah di unggah di instagram tersebut. Ketiga, *explore*. *Explore* merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai oleh para pengguna Instagram. Keempat, *profile*. Di halaman profil pengguna dapat mengetahui secara jelas mengenai informasi pengguna instagram, baik itu profil pribadi maupun orang lain. Kelima, *news feed*. Fitur ini bertujuan untuk

menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktifitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram.

d. Penyebab Media Sosial Lebih Banyak di Akses

Seseorang lebih memilih mengakses media sosial daripada berinteraksi secara langsung antara lain karena untuk mengisi waktu luang, kemudian dikarenakan media sosial Instagram lebih efektif untuk tetap terhubung dengan teman dan keluarga (Aprilia et al., 2018). Media sosial Instagram juga dinilai lebih efisien untuk berbelanja, bisnis, dan yang lainnya.

Kemudian untuk aktifitas yang dilakukan terkait dengan penggunaan Instagram, yaitu:

- 1) Menyatakan eksistensi diri dengan mengomentari foto diri teman-teman mereka di akun Instagram masing-masing
- 2) Mendekatkan diri dengan *followers* melalui aktivitas memberi komen atau chatting pada *Direct Message* Instagram
- 3) Mencari informasi terkini karena keingintahuan mereka pada berbagai akun yang berhubungan atau terkait dengan informasi yang ingin mereka cari
- 4) Mencari teman yang memiliki minat yang sama
- 5) Menyalurkan minat mereka dengan mencari informasi dan terlibat dalam aktivitas online

- 6) Mengunggah hasil aktualisasi mereka, termasuk dengan postingan foto dan video yang menggambarkan kegiatan yang telah mereka lakukan
- 7) Menggunakan Instagram sebagai sarana hiburan, termasuk mendengarkan dan melihat *music* video yang ter *upload* pada *reels* atau IGTV suatu akun pengguna

e. Kelebihan dan Kelemahan Instagram

1) Kelebihan Instagram

a) Mudah Digunakan

Instagram memiliki fitur yang menarik dan membuat masyarakat tertarik untuk menggunakan instagram. Karena pada aplikasi Instagram tersebut penggunaanya dapat memposting foto atau video serta dapat mem*follow* (mengikuti) teman atau seseorang yang ingin mereka ikuti dalam aplikasi tersebut, dalam aplikasi Instagram juga dapat memberikan komentar pada setiap postingan dan memberikan *like* serta mencari informasi apapun di Instagram. Pada aplikasi Instagram juga dapat berkomunikasi secara pribadi dengan teman atau keluarga pada opsi *Direct Message* pada Instagram, entah itu dalam bentuk *chat* atau *video call*.

b) Media utama yang disajikan berupa foto

Pada aplikasi Intagram, hasil foto yang menarik merupakan suatu poin penting, semakin menarik foto atau video tersebut maka akan memudahkan dalam memikat daya tarik pengguna lainnya.

c) Koneksi dengan media sosial yang lain

Dapat memberikan koneksi yang mudah dengan berbagai media sosial lain dalam unggahan atau postingan suatu foto atau video. Serta dapat ter unggah di media sosial yang terkait, misal *facebook* dll.

2) Kelemahan Instagram

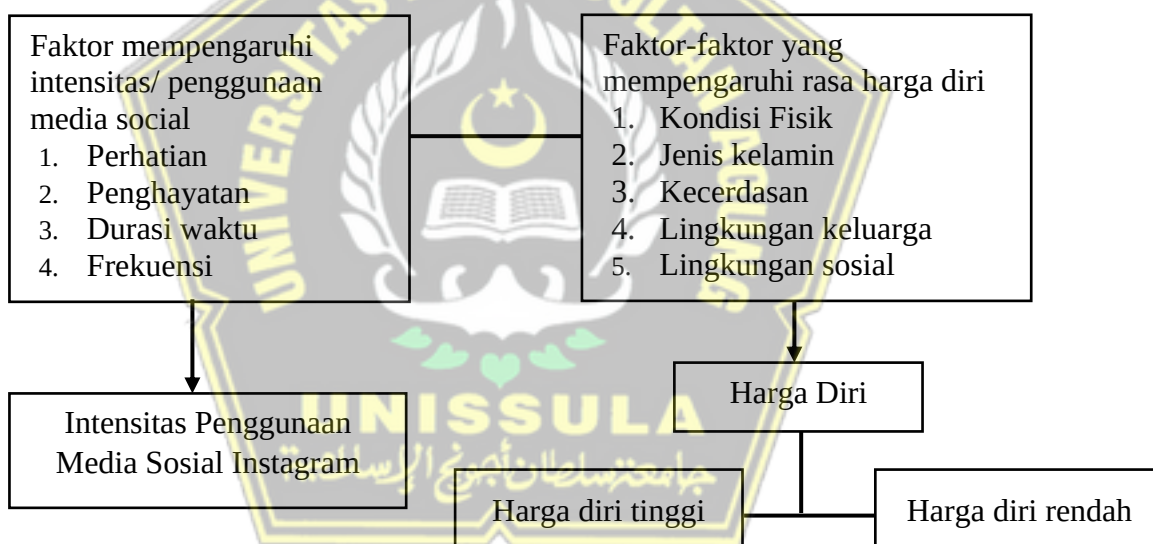
a) *Spamming*

Kemudahan dalam berinteraksi di instagram membuat tindakan *spamming* sering muncul. *Spamming* sering terjadi pada kolom komentar foto yang telah di posting dan dapat mengakibatkan terganggunya pemilik akun tersebut dari bentuk *spamming* (Ii, 2016). Hal ini sering terjadi, bukan hanya dari kalangan *public figure*, akan tetapi dari semua kalangan pengguna pun sering terjadi. Bentuk *spamming* itu sendiri bisa dalam bentuk kata-kata yang positif dan negatif tergantung keadaan yang dialami pengguna tersebut.

b) Tidak adanya penyaring konten

Kurangnya fitur penyaring konten dalam instagram membuat pengguna instagram yang berada pada rentang usia dibawah umur dapat melihat berbagai macam konten yang buruk (Ii, 2016). Dikarenakan masih banyak akun yang menyebarkan konten yang tidak pantas dilihat oleh anak dibawah umur pada aplikasi Instagram.

B. Kerangka Teori



Gambar 2.1 Kerangka Teori

C. Hipotesis

Hipotesis yaitu tanggapan umum terhadap rumusan pertanyaan penelitian yang harus diuji melalui penelitian (Sugiyono, 2017). Hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

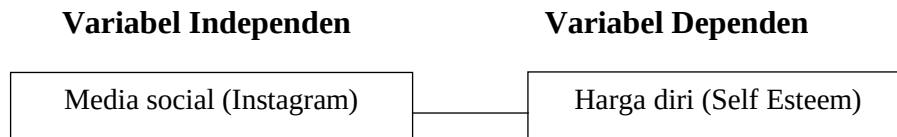
1. H_a : Ada hubungan penggunaan media sosial instagram dengan harga diri pada karyawan Dinas Lingkungan Hidup Kota Semarang.
2. H_0 : Tidak ada hubungan penggunaan media sosial instagram dengan harga diri pada karyawan Dinas Lingkungan Hidup Kota Semarang.



BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Kerangka Konsep



Gambar 3.1 Kerangka Konsep

B. Variabel Penelitian

Ada dua variabel dalam penelitian ini, yaitu :

1. Variabel bebas (*variabel independen*)

Variabel bebas menurut pengertian dari (Adiputra, 2021) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan dari variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Media social (Instagram)

2. Variabel terikat (*variabel dependen*)

Variabel terikat menurut pengertian dari (Adiputra, 2021) merupakan variabel yang nilainya ditentukan oleh variabel lain atau variabel terikat juga disebut variabel yang pada umumnya dilakukan pengamatan dan diukur untuk memastikan apakah variabel bebas mempunyai hubungan atau pengaruh. Variabel terikat pada penelitian ini adalah Tingkat Harga diri pada karyawan dinas lingkungan hidup kota Semarang.

C. Jenis dan Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan pendekatan *cross sectional*. Metode *cross-sectional* merupakan penelitian yang menekankan bahwa variabel bebas dan variabel terikat dari suatu dimensi dan data disinkronkan hanya satu kali.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan variabel yang memiliki hubungan dengan pertanyaan penelitian (Nursalam, 2016). Populasi dalam penelitian ini diambil dari Bidang Pengelolaan Sampah Dinas Lingkungan Hidup Kota Semarang yang berjumlah 500 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dijadikan objek survey dengan menggunakan prosedur pengambilan sampling (Nursalam, 2016). Teknik sampel yang dipilih adalah Purposive Sampling, di mana peneliti menggunakan kriteria yang telah ditentukan untuk memilih sampel. Kriteria tersebut terbagi menjadi inklusi dan eksklusi. Kriteria inklusi didasarkan pada tujuan penelitian, sementara kriteria eksklusi adalah kriteria khusus yang mengeluarkan calon responden yang memenuhi kriteria inklusi dari kelompok penelitian. Kelebihan dan kekurangan dari Purposive Sampling adalah sebagai berikut:

Kelebihan:

- a. Sampel yang dipilih sesuai dengan tujuan penelitian.

- b. Teknik ini mudah dilaksanakan.
- c. Sampel yang dipilih biasanya mudah diakses oleh peneliti.

Kekurangan:

- a. Tidak ada jaminan bahwa jumlah sampel yang digunakan mewakili populasi secara keseluruhan.
- b. Tidak sebaik sampel random sampling.
- c. Tidak termasuk dalam metode random sampling.
- d. Tidak dapat digunakan untuk generalisasi statistik. (Ap Florian, 2021)
 - 1) Kriteria inklusi
 - a) Bekerja di kantor
 - b) Usia > 21-45 tahun
 - c) Memiliki media social
 - 2) Kriteria eksklusi
 - 1) Tidak bekerja di kantor
 - 2) Usia < 45 tahun
 - 3) Tidak memiliki media social
 - 4) Menolak menjadi responden

Rumus pengambilan sampel slovin (Sugiyono, 2018) digunakan untuk menghitung ukuran sampel, rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(d)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

E = Tingkat kesalahan sample (sampling error), biasanya 5%

jadi, jumlah minimal sampel pada penelitian ini adalah :

$$n = \frac{N}{1 + N (d)^2}$$

$$n = \frac{293}{1 + 293 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{293}{1 + 293 (0,0025)}$$

$$n = \frac{293}{1,73}$$

$$n = 169$$

Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 169 karyawan.

E. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada karyawan dinas lingkungan hidup kota Semarang pada bulan Juni 2024.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah deskripsi dari semua variabel dan istilah yang digunakan secara operasional dalam penelitian untuk membantu pembaca dalam memahami signifikansi penelitian.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Hubungan antara penggunaan media social (Instagram) dengan tingkat harga diri (Self esteem).

Variabel	Definisi Operasional	Alat Ukur	Hasil Ukur	Skala
Penggunaan media sosial instagram	Penggunaan media sosial instagram merupakan kegiatan membuka aplikasi instagram dimana pengguna bisa dengan mudah membagikan foto, atau video di akun mereka sehingga mendapatkan like dan comment dari pengikutnya (follower).	Kuesioner menggunakan skala likert dengan 12 pertanyaan tentang penggunaan media sosial instagram <i>Favorable</i> • Sangat Setuju : 4 • Setuju :3 • Tidak Setuju : 2 • Sangat Tidak Setuju : 1 <i>Unfavorable</i> • Sangat Setuju : 1 • Setuju :2 • Tidak Setuju : 3 Sangat Tidak Setuju : 4	Kategori : Tinggi : $\geq 36-48$ - Sedang : 24-35 - Rendah : 12-23	Ordinal
Harga Diri	Harga diri merupakan penilaian seseorang terhadap dirinya sendiri dengan menganalisis seberapa sesuai dengan ideal diri yang diinginkan apakah diri mereka termasuk positif atau negatif.	Kuesioner : <i>Rosenberg Self- Esteem Scale (RSES)</i> menggunakan skala likert dengan 10 pertanyaan tentang harga diri -sangat setuju = 4 -setuju = 3 -tidak setuju=2 -sangat tidak setuju = 1	1. Harga diri Tinggi : 26-30 2. Harga diri Normal : 16-25 3. Harga diri rendah : <15	Ordinal

G. Instrumen/Alat Pengumpul Data

Alat pengumpulan data merupakan alat penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data yang berupa kuesioner. Kuesioner adalah alat ukur berupa angket atau kuesioner dengan beberapa pertanyaan (Nursalam, 2016). Kuesioner dalam suatu penelitian dibedakan menjadi tiga, yaitu kuesioner terbuka dimana responden berkesempatan untuk menjawab dengan kalimatnya sendiri, kuesioner tertutup yaitu ketika peneliti sudah menyediakan pilihan jawaban dan responden hanya perlu memilih

jawabannya, dan kuesioner campuran yaitu gabungan antara kuesioner terbuka dan tertutup (Kristiono, 2018). Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup dan disebarluaskan secara daring. Responden dalam penelitian ini hanya perlu memilih opsi jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Kuesioner penelitian ini menggunakan acuan skala *likert* untuk menilai jawaban responden. Herlina (2019) menyatakan bahwa skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang/kelompok mengenai sebuah fenomena. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila pernyataan atau pertanyaan di dalamnya mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

H. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini metode pengumpulan data dilakukan dengan cara pengisian kuesioner oleh responden mengenai mekanisme harga diri (Self Esteem) dan penggunaan media sosial (Instagram). Langkah-langkah pengumpulan data-data yaitu sebagai berikut :

1. Peneliti melakukan kegiatan pengajuan surat permohonan studi pendahuluan dari institusi ke kepala kepala dinas lingkungan hidup kota Semarang.
2. Peneliti mendapatkan surat izin permohonan survey
3. Peneliti melakukan uji proposal dan uji etik.
4. Peneliti mengajukan surat izin penelitian dari institusi ke dinas lingkungan hidup
5. Mengidentifikasi responden sesuai kriteria inklusi.

6. Meminta calon terpilih untuk menandatangani Informed Consent jika bersedia menjadi responden setelah diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian.
7. Peneliti menerangkan kepada responden mengenai tatacara pengisian kuesioner hingga responden paham dan setelah itu peneliti memberikan kesempatan kepada responden untuk bertanya mengenai hal yang belum dipahami.
8. Jika sudah selesai mengisi, kuesioner dikumpulkan.
9. Setelah data terkumpul peneliti mengolah data dari hasil penelitian.

I. Rencana Analisis Data

1. Pengolahan Data

a. Editing

Editing merupakan sebuah tahap untuk memeriksa ulang kebenaran dari sebuah data yang didapatkan dan dikumpulkan. Proses ini dilakukan ketika data sudah terkumpul.

b. Coding

Coding merupakan tahapan untuk memberi sebuah kode dengan angka pada data yang akan diteliti atas beberapa karakteristik. Hal ini memudahkan peneliti untuk menganalisis data.

c. Entry Data

Entry data merupakan sebuah proses memasukkan data yang sudah dikumpulkan dan dimasukkan kedalam sebuah software smartpls.

2. Analisis Data

Berikut adalah jenis analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Analisis Unvariat bertujuan untuk menjelaskan karakteristik masing-masing variabel yang diteliti, baik variabel bebas maupun variabel terikat. Fungsi analisis univariat ini adalah digunakan untuk memperoleh gambaran distribusi frekuensi dan presentase dari subjek penelitian dalam bentuk tabel distribusi frekuensi. Analisis unvariat dalam penelitian ini menggunakan uji distribusi frekuensi.
- b. Analisis bivariat digunakan mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah uji chi square. Jika nilai sig p value $< 0,05$, maka ada hubungan antara variabel dependen dan independen. Jika nilai sig p value $\geq 0,005$, maka tidak ada hubungan antara variabel dependen dan independen. Analisis bivariate dalam penelitian ini menggunakan uji chi-square.

J. Etika Penelitian

Menurut (Haryani and Setiyobroto, 2022) Setiap penelitian kesehatan yang mengikut sertakan manusia sebagai subjek penelitian wajib didasarkan pada tiga prinsip etik sebagai berikut.

1. Menghargai atau Menghormati (*Respect for person*)

Hal ini bertujuan menghormati otonomi untuk mengambil keputusan mandiri (self determination) dan melindungi kelompok-

kelompok dependent (tergantung) atau rentan (vulnerable) dari penyalahgunaan (harm and abuse).

2. Manfaat (*Beneficience and Non Maleficence*)

Prinsip berbuat baik, memberikan manfaat yang maksimal dan memperkecil kerugian atau risiko bagi subjek dan memperkecil kesalahan penelitian.

3. Keadilan (*Justice*)

Prinsip ini menekankan setiap orang layak mendapatkan sesuatu sesuai dengan haknya menyangkut keadilan distributif dan pembagian yang seimbang (equitable).



BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan gambaran hasil data dari responden yang secara umum mempresentasikan kondisi responden. Kegiatan pengidentifikasian responden didasarkan pada jenis kelamin, usia responden, pekerjaan responden, dan intensitas penggunaan media social Instagram dengan tingkat harga diri. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 169 responden

2. Deskripsi Usia

Berdasarkan data penelitian yang telah dilakukan dari penyebaran kuesioner pada karyawan DLH, maka identifikasi responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1. Deskripsi Usia

Umur	Frekuensi (f)	Presentase (%)
20-25 Tahun	60	35,5%
26-35 Tahun	76	45,0%
36-45 Tahun	27	16,0%
46-60 Tahun	6	3,6%
Total	169	100%

Berdasarkan hasil kuisisioner yang telah disebarkan kepada 169 responden yang merupakan karyawan DLH Kota Semarang berusia 20-25 tahun, yaitu sebanyak 60 responden dengan presentase sebesar 35,5% dan usia 26-35 tahun memiliki presentase 45,0%, 36-45 tahun dengan persentase 16,0%, 46-60 tahun 3,6%. Hasil penelitian ini memberikan

makna bahwa mayoritas pengguna media social intagram di DLH Kota Semarang didominasi oleh kelompok usia produktif.

3. Deskripsi Jenis Kelamin

Berdasarkan data penelitian yang telah dilakukan dari penyebaran kuesioner pada karyawan DLH Kota Semarang, maka identifikasi responden berdasarkan usia dapat dilihat pada table 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2 Deskripsi Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Laki-Laki	76	45,0%
Perempuan	93	55,0%
Total	169	100%

Berdasarkan hasil kuisisioner kepada 169 responden yang merupakan karyawan DLH Kota Semarang, dapat diketahui bahwa Sebagian besar responden berjenis kelamin Perempuan dengan presentasi sebanyak 55% sedangkan presentasi laki-laki hanya sebesar 45%. Hasil penelitian ini memberikan makna bahwa mayoritas pengguna media social Intagram di DLH Kota Semarang adalah Perempuan.

B. Variabel Penelitian

Variabel penelitian meliputi intensitas penggunaan media social Instagram dan harga diri

1. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Tabel 4.3 Deskripsi Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	15	8.8	8.9	8.9
	Sedang	74	43.5	43.8	52.7
	Tinggi	80	47.1	47.3	100.0
	Total	169	99.4	100.0	
Missing	System	1	.6		
Total		170	100.0		

Hasil survei terhadap 169 partisipan menunjukkan distribusi sebagai berikut: 80 orang (47,1%) memiliki tingkat penggunaan tinggi, 74 orang (43,5%) tingkat penggunaan sedang, dan 15 orang (8,8%) tingkat penggunaan rendah. Fenomena ini tidak terlepas dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Karyawan mengakses Instagram untuk berbagai keperluan: mencari perhatian, mendapatkan umpan balik, meningkatkan eksistensi melalui unggahan foto dan video, mengisi waktu luang, memperluas jaringan pertemanan, menjalankan bisnis, hingga mencari pasangan. Platform ini menawarkan perspektif beragam dan informasi komprehensif tentang berbagai topik. Pengguna merasa diakui melalui unggahan konten dan interaksi yang terjalin dalam kolom komentar. Hal ini mengindikasikan peran vital Instagram yang semakin diminati (Thiro et al., 2021). Dapat disimpulkan bahwa tingginya penggunaan Instagram didorong oleh kemajuan teknologi komunikasi dan kemudahan akses internet, terutama di kalangan karyawan. Platform ini juga berperan dalam pembentukan harga diri melalui konten yang diunggah.

2. Tingkat Harga Diri

Tabel 4.4 Deskripsi Tingkat Harga Diri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	5	2.9	3.0	3.0
	Sedang	99	58.2	58.6	61.5
	Tinggi	65	38.2	38.5	100.0
	Total	169	99.4	100.0	
Missing	System	1	.6		
Total		170	100.0		

Dari 169 partisipan yang diteliti, 65 orang (38,2%) menunjukkan harga diri tinggi, sementara 99 orang (58,2%) memiliki harga diri sedang, 5 orang (2,9%) memiliki harga diri rendah. Hasil ini konsisten dengan penelitian Dewi yang menemukan 52 responden (58,1%) memiliki harga diri tinggi (Dewi & Ibrahim, 2019). Coopersmith mendefinisikan harga diri sebagai evaluasi diri terkait kemampuan, pencapaian, signifikansi, dan nilai personal yang menghasilkan penerimaan atau penolakan diri (Amalia Purwanto, 2020). Harga diri dipengaruhi berbagai faktor seperti penampilan fisik, relasi keluarga, dan interaksi sosial. Pada masa dewasa awal, perhatian terhadap penampilan menjadi sangat menonjol (Adishesa, 2020). Individu dengan harga diri rendah cenderung introvert, pemalu, dan pesimis dalam bersosialisasi. Mereka juga menunjukkan kepercayaan diri rendah, mudah menyerah, dan kurang berorientasi pada kesuksesan (Henggaryadi & Fakhurrozi, 2018). Sebaliknya, harga diri tinggi menciptakan kepercayaan diri dan keyakinan akan nilai eksistensi diri. Sementara individu dengan harga diri rendah cenderung merasa tidak berharga (Fakhrunnisa, 2018). Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa harga diri merupakan evaluasi diri yang berdampak

pada perilaku. Individu dengan harga diri tinggi menampilkan kepercayaan diri lebih besar, sedangkan mereka yang memiliki harga diri rendah cenderung pendiam dan mudah putus asa.

3. Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Harga Diri

Tabel 4.5 Deskripsi Hubungan Penggunaan Media Sosial Harga Diri

		Intensitas Penggunaan Media Sosial		
			Instagram	Harga Diri
Spearman's rho	Intensitas Penggunaan Media Sosial	Correlation Coefficient	1.000	.296**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
	Instagram	N	169	169
	Harga Diri	Correlation Coefficient	.296**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	169	169

Analisis menggunakan uji Spearman Rank menghasilkan nilai $p = 0,000$, yang lebih rendah dari $\alpha 0,05$. Hasil ini menunjukkan penolakan H_0 dan penerimaan H_a , mengindikasikan adanya korelasi signifikan antara intensitas penggunaan Instagram dan tingkat harga diri pada karyawan DLH Kota Semarang.

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengantar Bab

Pada pengantar bab ini, menjelaskan hasil penelitian tentang hubungan penggunaan media sosial instagram dengan harga diri pada mahasiswa Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Pada hasil yang tertera telah menguraikan tentang masing-masing karakteristik responden yang terdiri atas umur dan jenis kelamin sedangkan analisis univariat penggunaan media sosial instagram dengan harga diri yang menguraikan hubungan penggunaan media sosial instagram dengan harga diri pada mahasiswa Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Adapun hasil pembahasannya sebagai berikut:

B. Interpretasi dan Diskusi Hasil

1. Karakteristik Responden

a. Umur

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh 169 responden didapatkan hasil responden berusia 20-25 tahun, yaitu sebanyak 60 responden dengan presentase sebesar 35,5% dan usia 26-35 tahun memiliki presentase 45,0%, 36-45 tahun dengan persentase 16,0%, 46-60 tahun 3,6%). Temuan penelitian ini konsisten dengan Adnani, sekitar 68,4% orang yang berusia antara 18 hingga 25 tahun menggunakan instagram (Adnani, 2019)

Menurut teori Santrock dewasa awal merupakan masa perkembangan individu yang berlangsung ketika orang berusia antara 18 sampai 25 tahun. Hasil pada penelitian ini didapatkan pengguna media sosial instagram adalah mahasiswa yang berusia 21-22 tahun dimana pada usia ini mahasiswa cenderung mengikuti *lifestyle* yang terbaru (Octavia, 2020).

Pada masa dewasa awal, individu berusaha untuk mengekspresikan dirinya untuk mendapatkan validasi statusnya dan untuk mengeksplorasi diri dengan mengembangkan citra positif. Konsep diri seseorang yang dikembangkan di media sosial instagram dapat memperkuat perilaku ekspresi diri yang membentuk harga diri di masa dewasa awal (Damayanti & Purworini, 2018). Karyawan menggunakan media sosial instagram terutama sebagai tempat mencari segala macam informasi, berinteraksi dengan banyak orang, menghilangkan rasa bosan, mencari teman, berbisnis, dan mengungkapkan ide.

Berdasarkan penelitian dan teori dapat disimpulkan bahwa pada masa dewasa awal individu berusaha untuk mengekspresikan diri guna memperoleh pengakuan atas statusnya, dan mengeksplorasi diri dengan membangun citra positif. Konsep diri yang dikembangkan seseorang di media sosial instagram dapat memperkuat perilaku ekspresi diri yang membentuk persepsi mereka tentang nilai mereka sendiri.

b. Jenis Kelamin

Jenis kelamin dari seluruh responden yang berjumlah 169 responden dapat diketahui bahwa Sebagian besar responden berjenis kelamin Perempuan dengan presentasi sebanyak 55% sedangkan presentasi laki-laki hanya sebesar 45%. Hal ini sesuai dengan temuan Fitri dan Chairael mengenai penggunaan media sosial berbasis gender terhadap prestasi belajar mahasiswa, yang menunjukkan bahwa perempuan adalah mayoritas pengguna media sosial. Sebagian besar pengguna media sosial adalah wanita karena wanita membutuhkan lebih banyak kontak teman sebaya daripada pria (Fitri & Chairael, 2019).

Bagi wanita dewasa, penampilan adalah faktor terpenting. Menurut Fitri, wanita dewasa muda sangat tertarik dengan topik yang berkaitan dengan daya tarik fisik. Perempuan dalam kelompok teman sebaya cenderung mengungkapkan perasaannya, yang dapat dilakukan melalui media sosial instagram (Fitri & Chairael, 2019).

Berdasarkan penelitian dan teori dapat disimpulkan bahwa perempuan cenderung lebih dominan menggunakan media sosial instagram daripada laki-laki. Perempuan menyukai presentasi diri, sangat memperhatikan reaksi orang lain, dan mengutamakan pertanyaan yang berkaitan dengan daya tarik fisik

Di era digital ini, kelompok usia 26-35 tahun menjadi pengguna aktif Instagram yang cukup dominan. Mereka kerap

membandingkan pencapaian hidup mereka dengan teman sebaya melalui unggahan di Instagram, yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi persepsi tentang harga diri. Tampilan kesuksesan orang lain di Instagram terkadang membuat mereka merasa kurang percaya diri dengan kondisi hidup mereka sendiri. Padahal, usia 26-35 tahun adalah masa di mana banyak orang sedang membangun karir dan kehidupan pribadi, sehingga perbandingan di media sosial bisa berdampak signifikan pada penilaian terhadap diri sendiri

2. Variabel

a. Penggunaan Media Sosial Instagram

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 169 responden didapatkan data responden bahwa responden memiliki tingkat penggunaan media sosial instagram tinggi 80 responden (47,1%), tingkat penggunaan media sosial instagram sedang 74 responden (43,5%) dan tingkat penggunaan media sosial instagram rendah sebanyak 15 responden (8,8%). Penelitian ini relevan dengan penelitian Dalila bahwa mahasiswa cenderung menggunakan instagram lebih intensif daripada pengguna media sosial lainnya, dengan persentase sebesar 57,6% (Dalila et al., 2021).

Peristiwa ini dapat terjadi kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Penggunaan media sosial instagram tidak terlepas dari minat mahasiswa dalam menggunakan media sosial. Mulai dari mencari perhatian, meminta pendapat, meningkatkan profil dengan

memposting foto dan video, sekadar hobi, mencari teman baru, berbisnis, hingga mencari pasangan hidup. Menemukan teman di instagram dapat memberi perspektif dan informasi yang lebih luas tentang hampir semua hal. Kami juga merasa bahwa situasi kami diakui melalui posting gambar dan pengumpulan komentar dari orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial instagram memegang peranan yang sangat penting dan semakin diminati (Thiro et al., 2021). Penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat penggunaan instagram yang tinggi dapat terjadi dikarenakan semakin berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi serta mudahnya akses internet sehingga dapat dijangkau oleh banyak orang terutama di kalangan mahasiswa sehingga menumbuhkan harga diri melalui postingan foto dan video.

b. Harga Diri

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 169 responden didapatkan data bahwa responden yang memiliki kategori harga diri tinggi 65 responden (38,2%), harga diri sedang 99 (58,2%), harga diri rendah 5 (2,9%) Temuan ini sejalan dengan survei Dewi sebelumnya di mana tidak kurang dari 52 responden (58,1%) dilaporkan memiliki harga diri yang tinggi (Dewi & Ibrahim, 2019). Harga diri menurut Coopersmith mendefinisikan harga diri sebagai evaluasi keyakinan seseorang tentang kemampuan mereka sendiri, keberhasilan, signifikansi, dan nilai, serta pendapat mereka sendiri yang

menghasilkan persetujuan atau absolusi (Amalia Purwanto, 2020). Selain usia, faktor lain yang mempengaruhi harga diri termasuk penampilan fisik, ikatan keluarga, dan hubungan sosial.

Beberapa perubahan minat terlihat sangat awal di masa dewasa. Ketertarikan pribadi pada penampilan adalah salah satunya (Adishesa, 2020). Orang dengan harga diri rendah lebih pendiam, penakut, dan pesimis secara sosial daripada seseorang dengan harga diri tinggi. Mereka juga cenderung kurang percaya diri dan harga diri, mudah putus asa, tidak berusaha keras dan berorientasi pada kesuksesan (Henggaryadi & Fakhurrozi, 2018). Tingkat harga diri yang tinggi menumbuhkan kepercayaan diri, harga diri, dan keyakinan bahwa keberadaan seseorang di dunia ini diperlukan. Orang dengan harga diri rendah cenderung merasa tidak penting (Fakhrunnisa, 2018). Sesuai dengan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa harga diri merupakan penilaian seseorang terhadap diri sendiri. Seseorang yang memiliki harga diri tinggi akan merasa lebih percaya diri sedangkan seseorang dengan harga diri rendah akan lebih pendiam dan mudah putus asa

3. Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Harga Diri

Berdasarkan uji statistik *Spearman Rank* didapatkan hasil probabilitas atau nilai $p = 0,000$. Nilai tersebut lebih kecil dari $\alpha 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian dapat diartikan bahwa ada hubungan yang signifikan antara penggunaan media

sosial instagram dengan harga diri pada karyawan Dinas Lingkungan Hidup Kota Semarang

Temuan ini konsisten dengan penelitian Dalila, menemukan korelasi antara penggunaan instagram dan harga diri. Harga diri lebih tinggi ketika individu lebih sering menggunakan instagram (Dalila et al., 2021).

Media sosial instagram memainkan peran penting dalam kehidupan kebanyakan orang saat ini, terutama mahasiswa. Media sosial instagram memberi orang kesempatan untuk berkomunikasi satu sama lain. Berbagi gambar dan video di media sosial instagram adalah sarana komunikasi. Pengguna media sosial instagram sering memperbarui status mereka, memposting foto ke akun mereka dan mengomentari postingan media sosial orang lain sehubungan dengan foto dan video mereka. Berbagi gambar dan video instagram adalah salah satu cara untuk memperkenalkan diri kepada orang lain. Aktivitas diri di media sosial instagram berdampak pada bagaimana orang mempersepsikan diri mereka sendiri dan bagaimana mereka ingin dipersepsikan oleh orang lain. Kesadaran diri di mana evaluasi individu secara signifikan dipengaruhi oleh penilaian subjektif individu atas nilai dirinya sendiri, yang diekspresikan melalui perilaku. Penilaian individu ini umumnya disebut sebagai perasaan harga diri (Handayani, 2019).

Seseorang dengan harga diri tinggi memiliki pandangan yang baik tentang diri mereka sendiri. Orang dengan harga diri tinggi menyadari

kekuatan mereka dan fokus pada mereka daripada kelemahan mereka, sedangkan orang dengan harga diri rendah kritis terhadap diri mereka sendiri dan fokus pada kekurangan mereka (Rusdi, 2020).

Menggunakan media sosial instagram adalah aktivitas berulang di mana individu berpartisipasi secara emosional. Siapa pun yang secara teratur menggunakan instagram sebagai platform media sosial menemukan kesenangan dalam diri mereka sendiri. Kesenangan ini memungkinkan individu untuk menggunakan instagram untuk berbagai tujuan (Ivana Rizki & Ruhaena, 2017).

Temuan ini mendukung penelitian Merinda yang menunjukkan bahwa semakin sering individu mengunggah foto dan video, semakin sering pula pengguna aktif. Bahkan jika seseorang merasa tidak memiliki cukup *like*, mereka dapat menghapus foto dan videonya (Merinda, 2019). Sehingga dengan ini ketika seseorang ingin mengunggah foto atau video di instagram, orang tersebut akan melakukan yang terbaik, seperti mengatur waktu yang tepat untuk mengunggah foto atau video, bahkan mempertimbangkan dan menambahkan *caption* yang akan digunakan saat mengunggahnya (Ivana Rizki & Ruhaena, 2017).

Hal ini dapat merusak rasa harga diri seseorang. Artinya, orang bisa menampilkan dirinya secara publik dengan menampilkan foto dan video yang menurutnya menarik. Menerima umpan balik tentang foto seseorang adalah salah satu faktor yang meningkatkan rasa harga diri seseorang (Ivana Rizki & Ruhaena, 2017). Penilaian dari orang lain terhadap diri

individu secara positif maupun negatif dapat menentukan harga diri seseorang.

Hal ini mendukung teori Sherman bahwa *like* dan *comment* yang diunggah ke instagram sebagai *feedback* juga memiliki keterkaitan dengan rasa harga diri seseorang. Penegasan sosial yang terukur juga merupakan jumlah suka dan komentar. Ini adalah mekanisme dukungan sosial yang terukur (Sherman et al., 2020). Tanda suka atau *like* dan komentar yang mendukung memberi orang kesan bahwa mereka didukung oleh orang lain, yang meningkatkan rasa harga diri mereka. Di sisi lain, ada umpan balik positif dan negatif. Sedikit ketidaksukaan dan komentar kritis justru bisa membuat seseorang merasa kurang berharga (Adishesa, 2020).

Berdasarkan uraian di atas dan temuan penelitian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara penggunaan media sosial instagram dengan harga diri pada mahasiswa Fakultas Ilmu Keperawatan angkatan 2019 Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Instagram menjadi platform media sosial yang memberi pengguna ruang untuk menampilkan diri sesuai keinginan mereka. Selain itu, seseorang harus menampilkan diri sebaik mungkin dengan memposting foto dan video di instagram untuk menarik perhatian orang lain.

C. Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup studi ini terbatas pada Dinas Lingkungan Hidup Kota Semarang saja. Dengan demikian, temuan penelitian tidak dapat digeneralisasikan atau mewakili kondisi di Dinas-dinas lainnya secara komprehensif.

D. Implikasi untuk Keperawatan

Temuan penelitian ini memberikan implikasi penting dalam pengembangan praktik keperawatan. Dalam perannya sebagai edukator, perawat perlu mengembangkan kemampuan untuk memberikan pemahaman mengenai kaitan antara penggunaan Instagram dan harga diri. Hal ini mencakup penjelasan tentang dampak penggunaan platform tersebut serta faktor-faktor yang memengaruhi pembentukan harga diri. Hasil studi ini dapat dimanfaatkan sebagai landasan dalam merancang program intervensi keperawatan, khususnya dalam bentuk kegiatan edukasi yang membahas hubungan antara pemanfaatan Instagram dan perkembangan harga diri

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan karakteristik responden, didapatkan jenis kelamin terbanyak yaitu perempuan dan usia terbanyak responden yaitu 26-35 tahun.
2. Penggunaan media sosial instagram pada responden dalam kategori tinggi.
3. Tingkat harga diri pada responden dalam kategori harga diri tinggi.

B. Saran

1. Bagi Pelayanan Keperawatan

Data penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber informasi ilmiah yang dapat menambah pengetahuan dalam mengatasi masalah penggunaan media sosial instagram dan harga diri.

2. Bagi Pendidikan Keperawatan

Data hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi awal mula menambah informasi, menambah wawasan dan pengetahuan tentang penggunaan media sosial instagram dan harga diri.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, kami berharap studi kami akan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang melakukan studi mengenai penggunaan media sosial instagram dengan harga diri. Selain itu, peneliti mengusulkan menggunakan metode penelitian yang lain untuk mendapatkan data yang lebih rinci dan komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, I. 2020. "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Interaksi Sosial (Studi Kasus Pada Remaja Usia 16-19 Tahun Di Wilayah Kelurahan" Repository.Uinjkt.Ac.Id.
http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/51042%0Ahttp://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/51042/1/1113015000067_Ikhwan_Afandi_-_Ikhwan_Afandi.pdf.
- Afriany, F., Alfarisi, I., Sofa, A., Handayani, A., Sari, E., Luckvaldo, M., & Setih Setio Muara Bungo, S. (2019). Agresif verbal di media sosial instagram. *Jurnal Administrasi Sosial dan Humaniora (JASIORA)*, 3(3).
- Airlangga, U. (2013). *No Title*. 1–14.
- Aprilia, R., Sriati, A., & Hendrawati, S. (2018). *Tingkat Kecanduan Media Sosial pada Remaja*. 3(1), 41–53.
- Area, Universitas Medan. 2019. "Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Interaksi Sosial Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2017-2018 Skripsi Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Guna Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Psikologi Oleh: Emmi Aulia Hasibuan Fakultas Psikologi."
- Baltacı, Ö. (2019). The Predictive Relationships between the Social Media Addiction and Social Anxiety, Loneliness, and Happiness. *International Journal of Progressive Education*, 15(4), 73–82.
<https://doi.org/10.29329/ijpe.2019.203.6>
- Belakang, A. L. (2011). *No Title*. 2005, 1–10.
- Buran Köse, Özge, and Aze Doğan. 2019. "The Relationship between Social Media Addiction and Self-Esteem among Turkish University Students." *Addicta: The Turkish Journal on Addictions* 6 (1): 175–90.
<https://doi.org/10.15805/addicta.2019.6.1.0036>.
- Dalila, F., Putri, A. M., & Harkina, P. (2021). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Harga Diri. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 3(1), 47–55.
<https://doi.org/10.33024/jpm.v3i1.3769>
- Ii, B. A. B. (2016). *No Title*. 12–28.
- Ilham, M., Wahyuni, S., Keberawatan, F., & Riau, U. (2020). *Gambaran interaksi sosial lansia di masyarakat kecamatan payung sekaki kota pekanbaru*. 7(1).
- Kalish, K. D., Kalish, K. D., Larkin, K., Ph, D., Briggs, R., Ed, D., Comer, P., Ph, D., & Virginia, W. (2001). *Psychometric properties of the Social*

Interactions Questionnaire (SIQ) in an older adult sample Social Interactions Questionnaire (SIQ) in an Older Adult Sample Department of Psychology.

- 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. <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208>
- MIFTAHUL RESKI PUTRA NASJUM. (2020). No Title. *Kaos GL Dergisi*, 8(75), 147–154. <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798>
<https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002>
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049>
<http://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391>
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205>
- Pebriana, P. H. (2017). Analisis Penggunaan Gadget terhadap Kemampuan Interaksi Sosial pada Anak Usia Dini. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v1i1.26>
- Petra, U. K., Wifalin, M., Komunikasi, P. I., Kristen, U., & Surabaya, P. (n.d.). *Efektivitas Instagram Common Grounds*.
- Proses, P., & Nurhaliza, S. (2013). *Latar Belakang Tujuan Metode*. 11, 1–5.
- Putra, Ida Bagus Duwi Krisna, Made Oka Ari Kamayani, and Ni Luh Putu Eva Yanti. 2021. “Hubungan Perilaku Penggunaan Internet Terhadap Interaksi Sosial Pada Mahasiswa Keperawatan Di Kota Denpasar.” *Coping: Community of Publishing in Nursing* 9 (5): 539. <https://doi.org/10.24843/coping.2021.v09.i05.p07>.
- Rachmayadi, R., & Susilarini, T. (2020). Hubungan antara citra tubuh dan harga diri dengan kecenderungan body dysmorphic disorder pada remaja kelas X dan XI di SMA Muhammadiyah 5 Jakarta. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 1-10.
- Ryan, Cooper, & Tauer. (2013). No Title. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, X, 12–26.
- Sabrina, N. P., & Kartasasmita, S. (2021). The Relationship Between Instagram Social Media Intensity and Consumptive Behavior of Fashion Products Among Early Adulthood Women. *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)*, 570(Icebsh), 339–343. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.055>
- Sekarlangit, M. C., Ridjab, D. A., Suryani, E., & Juliawati, D. J. (2022). Impact of Instagram Usage Intensity on Self-Esteem among Preclinical Medical

- Students. *Althea Medical Journal*, 9(2), 111–116.
<https://doi.org/10.15850/amj.v9n2.2307>
- Sosial, P. I. (n.d.). *Interaksi sosial*. 1–23.
- Triastuti, Endah, Dimas Adrianto, D. A. N. (2017). *Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Anak Dan Remaja*.
- Trifiro, B. (2018). Instagram use and it's effect on well-being and self-esteem. *Unpublished*, 1–45. <https://digitalcommons.bryant.edu/macomm/4/>
- Utari, M., & Rummyeni, R. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *Jom Fisip*, 4(2), 1–22.
- Wulandari, R., Netrawati, N., & Info, A. (2020). *Corresponding Author* : 5(2), 41–46.
- Yapri, M., & Dewi, F. I. R. (2022). Intensity of Instagram Use and Body Dissatisfaction: The Role of Appearance Comparison as a Mediator. *Proceedings of the 3rd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2021)*, 655(Ticash 2021), 1421–1425.
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.220404.227>
- Yuswatiningsih, E. ndan., & Rahmawati. (2020). Kemampuan Interaksi Sosial Pada Pasien Isolasi Sosial Di Puskesmas Rejoso Nganjuk. *Jurnal Hospital Majapahit*, 12(2), 87–95.
<http://ejournal.stikesmajapahit.ac.id/index.php/HM/article/view/660>
- Zsido, A. N. et all. (2021). Social Interaction Anxiety Scale (SIAS) SLIGHTLY MODERATELY VERY EXTREMELY. *BMC Psychiatry*, 19.
<https://bmcpsy psychiatry.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12888-021-03174-6>