

Konsep Diri Dalam Vidgram @Nunuzoo Dikalangan Remaja” (Studi Di SMA 5 Depok)

Lukman¹, Ridzki Rinanto Sigit², Hayu Lusianawati³, Rio Septian⁴

^{1,4}Universitas Bina Sarana Informatika
Jakarta, Indonesia

e-mail: Lukman.lkn@bsi.ac.id, rio.rsc@bsi.ac.id

^{2,3} Pasca Sarjana Universitas Sahid
Jakarta, Indonesia

e-mail: rsgit01@gmail.com, hayu_lusianawati@usahid.ac.id

ABSTRAKSI

Media sosial merupakan salah satu bentuk dari perkembangan internet, dimana media sosial dikhususkan kepada Instagram. Masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak ke masa kehidupan dewasa yang ditandai dengan pertumbuhan dan perkembangan secara biologis maupun psikologis. Selain itu masa remaja terbagi menjadi tiga, yaitu masa awal, masa madya, dan masa akhir. Perkembangan remaja pada saat ini disertai dengan perkembangan teknologi yang semakin hari semakin berkembang sehingga memunculkan fasilitas yang sering digunakan oleh remaja yaitu media sosial. Nurul Azka salah satu remaja yang memanfaatkan Instagram sebagai media untuk erdakwah dengan konten video dakwah komedi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep diri pelajar dalam menggunakan Instagram dan faktor-faktor yang mempengaruhi konsep diri positif maupun konsep diri negatif pelajar dalam menggunakan Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kuaalitatif dengan desain studi deskriptif analisis. Data yang diperoleh dari lapangan diperoleh melalui penelitian kepustakaan dan wawancara mendalam terhadap informan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa konsep diri remaja dalam media sosial Instagram adalah konsep diri positif. Remaja mampu memanfaatkan Instagram dengan baik sehingga memberikan efek positif bagi dirinya. Faktor yang mempengaruhinya adalah diri sendiri dan orang lain dengan memberikan tanda suka (like), komentar positif dan komentar negatif pada foto di Instagram.

Kata kunci: Konsep Diri, Media Sosial, Instagram

ABSTRACT

Social media is one form of internet development, where social media is devoted to Instagram. Adolescence is a period of transition from childhood to adulthood that is characterised by biological and psychological growth and development. In addition, adolescence is divided into three, namely early, middle, and late periods. The development of adolescents at this time is accompanied by technological developments that are increasingly developing, giving rise to facilities that are often used by teenagers, namely social media. Nurul Azka is one of the teenagers who uses Instagram as a medium for preaching with comedy da'wah video content. The purpose of this study was to determine the self-concept of students using Instagram and the factors that influence the positive self-concept and negative self-concept of students using Instagram. This study uses a qualitative method with a descriptive analysis study design. The field data was gathered through library research and in-depth interviews with informants. The findings of this study indicate that the self-concept of adolescents on Instagram social media is a positive self-concept. Teenagers are able to use Instagram well enough so that it has a positive effect on themselves. Factors that influence you are yourself and others by giving likes, positive comments, and negative comments on photos on Instagram.

Keyword: help concept, Social Media, Instagram

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi sudah tidak bisa ditolak lagi, itu merupakan salah satu bukti bahwa manusia sudah memasuki era globalisasi. Munculnya internet sebagai bentuk teknologi terbaru yang dapat mempermudah seseorang untuk menyampaikan informasi ataupun mendapatkan informasi tanpa memikirkan jarak ruang dan waktu, sehingga menjadikan manusia menjadi generasi moderen. Sebelum internet menjadi kebutuhan bagi manusia, sumber informasi utama manusia adalah surat, buku, majalah, koran, televisi, radio, rekaman dan film.

Internet sebagai sumber informasi manusia bertambah banyak, antara lain: web, email dan media sosial. Media sosial atau sosial media adalah bentuk nyata perkembangan teknologi komunikasi moderen. Menurut Andreas Kaplan dan Michel Haenlein sosial media juga bisa diartikan sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *usergenerated content*" (Andreas Dan Henlein 2010).

Media online mendukung interaksi sosial atau aktivitas manusia dalam kehidupan keseharian (Nurudin, 2012a). Media online menghubungkan jejaring sosial dan relasi sosial dalam berkomunikasi. Pemanfaatan media online mendistrupsi kehidupan manusia yang selama ini dilakukan secara langsung (bertatap muka). Tapi, saat ini bisa dilakukan secara virtual. Pandangan ini sejalan dengan temuan Georges (2009) bahwa facebook menciptakan ketegangan pengidentifikasian identitas real dengan identitas virtual. Penggunaan facebook atau media lain dapat mengaburkan apa yang tampak di layar media sosial para penggunanya.

Perkembangan sosial media dipengaruhi oleh kebutuhan penggunanya, semakin banyak pengguna sosial media semakin banyak pula sosial media yang baru bermunculan. Salah satunya Instagram, yaitu sosial media yang baru lahir tahun 2010. Instagram disusun dari dua kata, yaitu “Insta” dan “Gram”. Arti dari kata pertama diambil dari istilah “Instan” atau serba cepat. Namun dalam sejarah penggunaan kamera foto, istilah “Instan” merupakan sebutan lain dari kamera Polaroid. Yaitu jenis kamera yang bisa langsung mencetak foto beberapa saat setelah membidik objek. Sedangkan kata “Gram” diambil dari “Telegram” yang maknanya dikaitkan sebagai media pengirim informasi yang sangat cepat.

Dari penggunaan dua kata tersebut, kita jadi semakin memahami arti dan fungsi sebenarnya dari Instagram. Yaitu sebagai media untuk membuat foto dan mengirimkannya dalam waktu yang sangat cepat. Tujuan tersebut sangat dimungkinkan oleh teknologi internet yang menjadi basis aktivitas dari media sosial ini.

Pengaburan identitas tersebut dapat dilihat dalam penggunaan media instagram yang menampilkan berbagai informasi melalui foto yang membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri (Nurudin, 2012). Akan tetapi Instagram berkembang tidak hanya dengan berbagi informasi melalui foto, instagram juga berkembang melalui fitur video 15 detik yang dimilikinya.

Meneruskan penjelasan mengenai fitur video Instagram atau biasa pengguna aktif Instagram menyebutkan dengan sebutan vidgram, peneliti disini mengkaitkan vidgram dalam kajian teori ilmu komunikasi oleh lasswell dalam Mulyana (2010:6) cara yang menggambarkan komunikasi adalah : “*who says what in which channel to whom with what effect?*”. Karena di dalam setiap vidgram terdapat pesan yang ingin disampaikan oleh kreator vidgram (dalam hal ini sebagai komunikator) dalam bentuk vidgram (pesan dalam bentuk video) lalu diterima oleh netizen atau pengguna aktif instagram lainnya (sebagai komunikan) dan disebarakan melalui aplikasi instagram.

Instagram adalah salah satu *platform* media sosial yang paling populer di dunia, terutama di kalangan dewasa muda. Hingga kuartal I-2021, jumlah pengguna aktif Instagram di seluruh dunia mencapai 1,07 miliar dan 354 juta penggunanya berusia 25 hingga 34 tahun. Dikutip dari statista.com 2021, India merupakan negara dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia, yaitu mencapai

180 juta pengguna. Diikuti Amerika Serikat sebesar 170 juta pengguna, Brazil 110 juta pengguna, Indonesia 93 juta pengguna, dan Rusia 61 juta pengguna. Di Indonesia, jumlah pengguna Instagram hingga Juli 2021 sebesar 91,77 juta pengguna. Pengguna terbesar terdapat di kelompok usia 18 – 24 tahun yaitu 36,4%. Instagram berada di urutan ketiga sebagai platform media sosial yang paling sering digunakan, setelah YouTube dan WhatsApp.

Instagram menjadi media sosial yang sangat populer di berbagai belahan dunia karena memungkinkan penggunaannya untuk berbagi konten fotografi serta mengikuti kehidupan para pesohor favorit. Laporan *Napoleon Cat* menunjukkan, ada 91,01 juta pengguna Instagram di Indonesia pada Oktober 2021. Jumlah ini turun 7,18% dibandingkan Agustus 2021 yang mencapai 98,06 juta pengguna.

Tercatat, mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah dari kelompok usia 18-24 tahun, yakni sebanyak 33,90 juta. Rinciannya, sebanyak 19,8% pengguna aplikasi tersebut adalah perempuan, sedangkan 17,5% merupakan laki-laki. Kelompok usia 25-34 tahun menjadi pengguna Instagram kedua di Tanah Air. Tercatat, pengguna aplikasi ini yang berjenis kelamin perempuan sebesar 16,9%, sedangkan laki-laki sebesar 15,3%.

Kemudian, kelompok usia 13-17 tahun diurutkan pengguna terbanyak selanjutnya. Sebanyak 7% pengguna adalah perempuan dan 5,2% pengguna merupakan laki-laki. Di kelompok usia 35-44 tahun, perempuan pengguna Instagram sebanyak 6% dan laki-laki 5,5%. Sementara, pengguna Instagram dari kelompok usia 45-54 tahun yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 2,2% dan laki-laki 2,1%. Lalu, di kelompok usia 55-64 tahun, masing-masing pengguna perempuan dan laki-laki sebanyak 0,6%. Kemudian, di kelompok usia 65 tahun ke atas, 0,5% pengguna adalah perempuan dan 0,8% penggunanya adalah laki-laki.

Secara keseluruhan, mayoritas atau 53,2% pengguna aplikasi berbagi foto dan video itu di Indonesia adalah perempuan. Sedangkan, 46,8% pengguna Instagram lainnya adalah laki-laki. Para remaja umumnya menggunakan Instagram untuk merayakan peristiwa-peristiwa penting, berbagai momen sehari-hari, terhubung dengan teman dan keluarga, membangun komunikasi dan bertemu dengan orang yang memiliki kegemaran dan minat yang sama.

Raffi Ahmad dan Nagita Slavina memiliki 51,03 juta pengikut (*followers*) di Instagram. Berdasarkan laporan Noxinfluencer, jumlah pengikut pasangan selebritis tersebut menjadi yang terbesar di Indonesia. Posisi selanjutnya ditempati oleh Ayu Tingting dan Prilly Latuconsina dengan pengikut masing-masing sebesar 46,55 juta dan 40,36 juta. Presiden Joko Widodo (Jokowi) berada di urutan keempat dengan 37,99 juta pengikut. Kemudian, Syahrini memiliki 35,19 juta pengikut, diikuti Laudya Cynthia Bella dan Gisella Anastasia dengan masing-masing 33,37 juta dan 32,95 juta pengikut. Sementara, Ruben Onsu, Luna Maya, dan Jessica

Iskandar punya pengikut di kisaran 26,08 juta hingga 31,03 juta.

Isi dalam vidgram berbeda-beda bisa mengenai suatu kejadian yang sedang ramai dibicarakan, kejadian ketidak sengajaan atau kejadian setingan. Dengan perkembangannya vidgram banyak jenis-jenis video yang diunggah atau disebar oleh pengguna aktif instagram. *Netizen* di Indonesia menggunakan layanan jejaring sosial Instagram untuk berbagi momen-momen berharga. Selain berbagi momen, *netizen* juga senang berbagi foto-foto meme di Instagram. Hal-hal yang berkaitan dengan komedi atau guyonan nyatanya banyak disukai *netizen* karena lucu dan dapat menghibur. Tak heran jika akun-akun komedi di Instagram laris dan punya banyak pengikut. Media sosial seperti Instagram ini dapat diibaratkan tempat umum. Dimana semua orang bebas membuka, membentuk citra diri dan mempresentasikan dirinya dan tentu saja berpendapat dengan bebas. Terjadi pergeseran budaya di kalangan remaja, para remaja tidak segan-segan mengunggah segala kegiatan pribadinya untuk disampaikan kepada teman-temannya melalui akun media sosial dalam membentuk identitas diri mereka. Dimana identitas diri termasuk hal yang sangat berkaitan dengan konsep diri. Konsep diri merupakan gambaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya, yang dibentuk melalui pengalaman-pengalaman yang diperoleh dari interaksi dengan lingkungan. Konsep diri bukan faktor bawaan, melainkan berkembang dari pengalaman yang terus menerus. mengatakan setiap manusia mengembangkan konsep dirinya melalui interaksi dengan orang lain dalam masyarakat dan itu dilakukan lewat komunikasi George H Mead (dalam Mulyana, 2010: 11) . Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Manusia yang tidak pernah berkomunikasi dengan manusia lainnya tidak mungkin mempunyai kesadaran bahwa dirinya adalah manusia.

Melalui komunikasi dengan orang lain kita belajar bukan saja mengenai siapa diri kita, namun juga bagaimana kita merasakan siapa kita. Berkaitan dengan hal ini, Rakhmat (2012: 99) jugamenyatakan bahwa konsep diri bukan sekadar gambaran deskriptif melainkan penilaian Anda tentang diri Anda. Jadi, konsep diri meliputi apa yang Anda pikirkan dan apa yang dirasakan tentang diri Anda. Dengan demikian, ada dua komponen konsep diri: komponen kognitif yang disebut citra diri dan komponen afektif yang disebut harga diri. Komponen kognitif Anda berupa, “Saya ini orang bodoh” dan komponen afektif Anda berkata, “Saya senang diri saya bodoh; ini lebih baik bagi saya. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, seseorang dapat menunjukkan konsep dirinya melalui jejaring sosial.

Konsep diri dalam kaitannya dengan pengunggahan foto di Instagram. Remaja memiliki kebutuhan untuk memperhatikan dan diperlihatkan orang lain, hal ini dapat dipenuhi dengan cara mengunggah foto atau video

kedalam Instagram. Saat remaja mendapatkan tanda suka (*like*) atau komentar (*comment*) dari pengguna lainnya, remaja merasa mendapatkan dukungan atau kasih sayang dari orang lain. Hal ini disebabkan karena dalam setiap tanda like atau comment terdapat dukungan psikologis dan emosional sehingga remaja merasa bahwa diri mereka diterima dalam masyarakat Aryaguna (Setiasih & Puspitasari, 2015).

Apabila remaja mendapat banyak respon “*like*” dan komentar cantik atau tampan dari pengguna Instagram lainnya. Hal itu akan dapat membentuk konsep diri yang positif, karena remaja tersebut menjadi yakin bahwa dirinya tampan atau cantik, terlebih lagi bila mendapat komentar yang berupa pujian, maka konsep diri remaja menjadi semakin positif. Demikian sebaliknya apabila hanya sedikit atau tidak sama sekali mendapat respon “*like*” maka remaja tersebut menjadi merasa jelek dan konsep dirinya negatif Aryaguna (Setiasih & Puspitasari, 2015).

Kecenderungan seseorang untuk lebih banyak mengunggah salah satu objek foto seperti lebih banyak mengunggah foto diri sendiri atau swafoto, makanan, barang-barang mewah yang dimiliki, mode atau fashion, tempat-tempat traveling dan lain sebagainya. Mereka hanya mengunggah foto-foto yang menarik yang akan menjadikan mereka diterima kedalam suatu lingkungan sosial yang diinginkan. Hal ini menampilkan citra diri yang ingin ditunjukkan oleh pengguna Instagram tersebut kepada banyak orang.

Salah satu akun komedi online lokal yang terkenal di Instagram adalah @Dagelan. Akun ini banyak dikunjungi *netizen* untuk sekadar melepas penat karena postingan-postingannya yang dapat membuat bibir tersenyum bahkan tertawa. Vidgram komedi yang peminatnya lebih dari 440RB *followers* sumber: @nunuzoo. Akun ini dimiliki oleh Nurul Azka kelahiran Jakarta tanggal 02 November 1997. Dengan menggunakan foto profil dirinya sendiri sampai saat ini (14 januari 2022 pukul 22:12 WIB) akun ini mempunyai followers atau pengikut sebanyak 439RB pengikut, ini berarti akun instagram @nunuzoo adalah akun yang populer dalam menyiarkan nilai-nilai dakwah dikalangan pengguna instagram terutama generasi milenial.

Menurut Nurul Azka selaku pemilik akun instagram @nunuzoo, awalnya akun ini hanya berisikan konten komedi pelajar saja, seiring berjalannya waktu yakni pada tahun 2016 dan pemilik akun kuliah pada semester 2, barulah akun ini membuat konten yang mengandung unsur dakwah dengan diiringi dengan balutan komedi/humor. Video dakwah pertama yang dibuat oleh akun instagram @nunuzoo ini berjudul “Ruginya Pacaran” dan video keduanya berjudul “Malam Minggu”. Berikut ini adalah dokumentasi beberapa gambar yang merupakan konten yang ada di account @nunuzoo:



Gambar 1 konten akun Instagram @nunuzoo



Gambar 2 konten akun Instagram @nunuzoo

Dalam gambar 1 video tersebut berisi tebak-tebakan Islami, tebak-tebakan pelesetan yang konteksnya mengarah pada jawaban pelesetan positif dan di ahiri pesan moral oleh nunuzoo berikut sedikit naskahnya: Nunuzoo “negara negara apa yang di ingin kan semua orang?” jawaban si yang di wawan cara “Korea” nunuzoo “salah”, yang benar “Jerman, kenapa Jerman “jodoh yang beriman” “EAAAA”, “buah buah apa yang penuh berkah?” “buahca Al-Qur’an, karena bisa tenang hati, jiwa dan fikiran, jangan lupa di baca ya”, demikian pertanyaanya, setelah beberapa pertanyaan di utarakan nunuzoo menyampaikan pesan moral “hay guys, gue bikin tebak tebakan kaya tadi sebenarnya terinspirasi dari hati kita, Manusi, hati manusia itu kan ga bisa ditebak ya, kadang kita ngerasa rajin ibadah iman naik, tak jarang kita ngerasa hati lemah malas ibadah iman turun, nah dari situ lah, tugas kita sebagai sesama manusia saling mengingatkan (dalam kebaikan), supaya kondisi hati kita selalu baik, istiqomah di jala-nya, di tutup dengan tebak-an untuk followers-nya. Konten ini mendapat *liked* lebih dari 453Rb dari penontonnya dan mendapat komentar lebih dari 2.600 *netizen*.

Dalam gambar 2 berjudul seberapa hebat lo, berisi kan tentang seberapa hebatnya si konten kreator dan teman-temannya dalam ber ibadah sehari-hari, dan di ahiri pesan moral dari nunuzoo seperti konten-konten sebelumnya. Konten ini mendapat lebih dari 766Rb *liked* dari penontonnya dan mendapat komentar lebih dari 5.100 *netizen*. Setiap akun media sosial yang di dalamnya mengandung unsur bisnis, motivasi, dakwah dan yang lainnya pasti memiliki tujuan utama untuk akunya sendiri agar bisa berkembang menjadi akun yang bermanfaat bagi para pengikutnya, begitupun dengan akun instagram @nunuzoo. Akun instagram ini memiliki tujuan utama yaitu menjadi akun instagram yang bisa menyampaikan pesan agama kepada siapapun, di manapun dan kapanpun. Mengingat bahwa media sosial instagram ini merupakan salah satu media dakwah yang dapat menembus ruang dan

waktu sehingga dapat menyampaikan pesan-pesan dakwah secara luas.

Selain itu akun ini juga berharap kepada semua followers atau pengikutnya agar terinspirasi untuk ikut berdakwah khususnya kalangan remaja. Karena kebanyakan dari pengguna media sosial instagram ini adalah remaja. Dengan teknologi yang sudah canggih ini, Nurul Azka mengatakan bahwasanya untuk melaksanakan kewajiban kita yaitu berdakwah tidak harus menjadi ustadz/ustadzah terlebih dahulu, karna sekarang ini kita bisa menyebarkan hal-hal kebaikan melalui media sosial yang ada dengan cara yang kreatif dan inovatif.

Menurut Nurul Azka peluang untuk berdakwah melalui media sosial instagram ini sangatlah bagus, karna pesan yang di sampaikan melalui video-video yang diunggah bisa langsung tersampaikan kepada pengikutnya setelah video tersebut diunggah. Bahkan lebih hebatnya lagi video tersebut bisa dishare oleh siapapun sehingga orang yang tidak mengikuti akun inipun bisa melihat dan mengambil pelajaran dakwah yang di sampaikan pada unggahan tersebut. Setiap minggu nya @nunuzoo sendiri mempunyai jadwal untuk mengunggah konten-konten video untuk di bagikan kepada followers -nya. Karena sempat hiatus karena sempat membereskan sekripsi dan beberapa masalah internal yang tidak dapat di jelaskan. Sekarang @nunuzoo Kembali dengan karakter lebih dewasa.

Pada tahun awal tahun 2020 @nunuzoo pernah mengisi seminar bertajuk dakwah dalam media social di sekolah SMAN 5 depok dan mendapat respon positif oleh sekolah bahkan beberapa anak sangat menyukai konten-konten beliau. Dari setiap konten video @nunuzoo mendapat kurang lebih 5000 like dan komentar. Dalam komentar tersebut @nunuzoo terjadi interaksi dan komunikasi dengan followersnya, sehingga menciptakan suatu makna. Hal ini sejalan dengan teori interaksi simbolik, merupakan sebuah cara berpikir mengenai pikiran, diri sendiri, dan masyarakat yang telah memberikan kontribusi besar terhadap tradisi sosiokultural dalam teori komunikasi.

Menurut observasi peneliti, bekerjasama dengan anggota Osis Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Depok, peneliti melakukan survei terhadap pengguna Vidgram, setidaknya 80 pengguna (siswa) memiliki akun vidgram yang dipergunakan untuk menjadi eksistensi mereka di media sosial. Dalam prosesnya @NunuZoo pernah menjadi pembicara di sekolah tersebut, serta sudah familiar di sekolah tersebut. Dari 55 siswa 98,2% mengetahui Vidgram @nunuzoo, 96,4% menyukai konten, 98,2% mengatakan bahwa sangat menginspirasi, dan menjadi bahan referensi atau referensi dalam membuat karya Vidgram, 100% siswa mengatakan bahwa konten berisi hal positif.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk membahas mengenai interaksi simbolik yang mengarah kepada konsep diri remaja SMA 5 Depok, dengan judul penelitian: KONSEP DIRI DALAM VIDGRAM

@nunuzoo DIKALANGAN REMAJA” (Studi Di SMA 5 Depok)

METODOLOGI

Jenis penelitian menggunakan deskriptif kualitatif dengan metode analitis. Bogdan dan Taylor (dalam Moleong., 2010) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah “prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati”. Penelitian kualitatif bertumpu pada latar belakang alamiah secara holistik, memposisikan manusia sebagai alat penelitian, melakukan analisis data secara induktif, lebih mementingkan proses daripada hasil penelitian yang dilakukan disepakati oleh peneliti dan subjek penelitian

Metode deskriptif dipilih karena penelitian yang dilakukan adalah berkaitan dengan peristiwa-peristiwa yang sedang berlangsung dan berkenaan dengan kondisi masa sekarang. Nazir (Nazir, 2011) menjelaskan metode deskriptif adalah sebagai berikut:

Metode deskriptif adalah satu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu subjek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran atau pun kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Sugiyono (Sugiyono, 2009) menjelaskan tentang pengertian penelitian kualitatif sebagai berikut: Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik penggabungan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Metode ini cocok dalam penelitian ini karena penelitian ini berusaha mencari gambaran satu kelompok manusia untuk mencapai tujuan kelompok tersebut, sehingga fenomena kelompok tersebut dapat terungkap secara jelas dan akurat. Penelitian ini merupakan studi deskriptif analitis maka dalam memperoleh data yang sebanyak-banyaknya dilakukan melalui berbagai teknik yang disusun secara sistematis untuk mencari pengumpulan data hasil penelitian yang sempurna. Penulis melakukan penelitian dengan studi deskriptif karena sesuai dengan sifat masalah serta tujuan penelitian yang ingin diperoleh. Metode deskriptif analitis merupakan metode yang bertujuan mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap suatu objek penelitian yang diteliti melalui sampel atau data yang telah terkumpul dan membuat kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2013).

Ciri-ciri metode deskriptif analitis dapat disimpulkan sebagai berupa sifat mengakumulasi data belaka, penelitian bergegas memberikan gambaran terhadap fenomena-fenomena, kadang perlu pengujian terhadap hipotesis, digunakan teknik wawancara untuk

mengumpulkan data, membuat prediksi dan implikasi dari suatu masalah yang diteliti.

Metode Pengumpulan dan Sumber Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara. Bila dilihat dari setting-nya data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (natural *setting*). Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), dokumentasi dan gabungan keempatnya (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data menggunakan triangulasi/gabungan.

Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak.

2. Observasi Partisipatif

Menurut Sugiyono observasi adalah teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara (Sugiyono, 2013). Kalau wawancara selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terlepas pada orang, tetapi juga objek-objek alam lain. Dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya.

Selanjutnya ada 3 (tiga) tahapan dalam melakukan observasi yaitu observasi deskriptif, terfokus dan terseleksi.

1. Observasi Deskriptif

Observasi deskriptif dilakukan dilakukan peneliti pada saat memasuki situasi sosial tertentu sebagai objek penelitian. Pada tahap ini peneliti belum membawa masalah yang akan diteliti, maka peneliti melakukan penjelajah umum dan menyeluruh, melakukan deskripsi terhadap semua yang dilihat, didengar, dan dirasakan semua data direkam. Observasi tahap ini sering disebut sebagai grand tour observation, dan peneliti menghasilkan kesimpulan pertama atau melakukan analisis domain.

2. Observasi Terfokus / Reduksi

Pada tahap ini peneliti sudah melakukan mini tour observation, yaitu suatu observasi yang telah dipersempit untuk difokuskan pada aspek tertentu. Observasi ini juga dinamakan observasi terfokus, karena pada tahap ini peneliti melakukan analisis taksonomi sehingga dapat menemukan fokus.

3. Observasi Terseleksi

Pada tahap observasi ini peneliti telah menguraikan fokus yang ditemukan sehingga datanya lebih rinci. Dengan melakukan analisis komponensial terhadap fokus, maka pada tahap ini peneliti telah menemukan karakteristik, kontras-kontras atau perbedaan dan kesamaan antar kategori, serta menemukan hubungan antara satu kategori dengan kategori yang lain.

a. Wawancara

Menurut Sugiyono Wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2013).

b. Dokumentasi

Menurut Arikunto Dokumentasi adalah mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, rapat, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2014).

Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrumen utama (*key instrumen*) dalam pengumpulan data dan menginterpretasi data dengan dibimbing oleh pedoman wawancara dan pedoman observasi. Hal mana senada dengan Moleong (J. L. Moleong, 2017) yang mengemukakan bahwa: Dalam peneliti kualitatif, peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data utama. Hal itu dilakukan karena jika memanfaatkan alat bantu bukan manusia dan mempersiapkan dirinya terlebih dahulu sebagai yang lazim digunakan dalam penelitian klasik, maka sangat tidak mungkin untuk mengadakan penyesuaian terhadap kenyataan-kenyataan.

Dengan demikian penulis lebih leluasa dalam mencari informasi dan data yang terperinci dari subjek penelitian tentang berbagai hal yang diperlukan dalam penelitian yang sedang dilaksanakan, peneliti mengadakan observasi dan wawancara mendalam atau menyebar kuisisioner berupa pertanyaan, dengan asumsi bahwa hanya manusia yang dapat memahami makna interaksi sosial, menyelami perasaan dan nilai-nilai yang dapat terekam dalam ucapan dan perilaku responden. Peneliti sendiri adalah sebagai pengkontruksi realitas atas dasar pengamatan dan pengalamannya di lapangan.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai macam sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu

suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan. Dalam hal ini Nasution (1988) (dalam Sugiyono, 2013) menyatakan “Analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses dilapangan bersamaan dengan pengumpulan data.”

Analisis data data merupakan suatu langkah penting dalam penelitian, karena dapat memberikan makna terhadap data yang dikumpulkan oleh peneliti. Data yang diperoleh dan dikumpulkan dari responden melalui hasil observasi, wawancara, studi literatur dan dokumentasi dilapangan untuk selanjutnya dideskripsikan dalam bentuk laporan. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi Miles dan Huberman (1992) (dalam Sugiyono, 2013). Analisis data kualitatif merupakan upaya yang berlanjut, berulang dan menerus. Masalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan merupakan rangkaian kegiatan analisis yang saling susul menyusul.

Tiga jenis kegiatan utama analisis data merupakan proses siklus dan interaktif. Peneliti harus siap bergerak diantara empat “sumbu” kumparan itu selama pengumpulan data, selanjutnya bergerak bolak-balik diantara kegiatan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan untuk lebih memperjelas alur kegiatan analisis data penelitian tersebut, akan dijelaskan pada bagan berikut.

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses analisis data yang dilakukan untuk mereduksi dan merangkum hasil-hasil penelitian dengan menitik beratkan pada hal-hal yang dianggap penting oleh peneliti. Reduksi data bertujuan untuk mempermudah pemahaman terhadap data yang telah terkumpul sehingga data yang direduksi memberikan gambaran lebih rinci.

b. Display Data

Display data adalah data-data hasil penelitian yang sudah tersusun secara terperinci untuk memberikan gambaran penelitian secara utuh. Data yang terkumpul secara terperinci dan menyeluruh selanjutnya dicari pola hubungannya untuk mengambil kesimpulan yang tepat. Penyajian data selanjutnya disusun dalam bentuk uraian atau laporan sesuai dengan hasil penelitian diperoleh.

c. Kesimpulan/ verifikasi

Kesimpulan merupakan tahap akhir dalam proses penelitian untuk memberikan makna terhadap data yang telah dianalisis. Proses pengolahan data dimulai dengan penataan data lapangan (data mentah), kemudian direduksi dalam bentuk unifikasi dan kategorisasi data. Demikian prosedur pengolahan data dan yang dilakukan penulis dalam melakukan penelitian ini, dengan tahap-tahap ini diharapkan peneliti yang dilakukan penulis dapat memperoleh data yang memenuhi kriteria keabsahan suatu penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path, dan Wikipedia. Definisi lain dari media sosial adalah media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial (Rull N, 2017).

Maraknya penggunaan media sosial di berbagai kalangan menunjukkan peran media sosial yang sudah merambah di semua aspek kehidupan khususnya dibidang informasi. Penggunaan media sosial dikalangan remaja semakin berkembang dapat berakibat dampak positif dan negatif yang ditimbulkan media sosial bagi penggunanya (Putro Fanny Hendro Aryo., 2017).

Dampak positif yang lain dari adanya situs jejaring sosial adalah percepatan penyebaran informasi. Akan tetapi ada pula dampak negatif dari media sosial, yakni berkurangnya interaksi interpersonal secara langsung atau tatap muka, munculnya kecanduan yang melebihi dosis, serta persoalan etika dan hukum karena kontennya yang melanggar moral, privasi serta peraturan (Darmawan C, 2018).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Laila Hayati mengenai Konsep Diri Anak-anak Pengguna Aktif Media Sosial bahwa proses pembentukan konsep diri anak banyak dipengaruhi oleh media sosila. Dimana anak yang sudah memiliki smartphone dapat dengan mudah membuat akun-akun media sosial. kemajuan internet yang telah memberikan kemudahan dalam berinteraksi tanpa ada batas waktu, tempat, usis dan sebagainya. Sehingga siapapun bebas dapat saling berinteraksi dalam media

sosial. Kebebasan tersebut memberikan dampak terhadap perkembangan konsep diri anak penggunaan aktif media sosial. Pembentukan konsep diri anak-anak telah mengalami perubahan, anak-anak mengkonsepkan dirinya seperti orang dewasa (Hayati L, 2018).

Dengan semakin canggihnya layanan media sosial membuat para penggunanya menjadi kurang bersosialisasi bahkan dalam lingkungan keluarga pun sering terjadi pada saat berkumpul dengan keluarganya ia lebih dominan bermain handphone karena keluarganya juga melakukan hal yang sama. Dengan demikian perilaku remaja pun terpengaruhi, sehingga remaja menjadi cuek atau apatis dengan lingkungannya dan perilaku tidak peduli sehingga mengganggu kehidupan dan komunikasi dengan keluarga. Intensitas waktu yang tinggi dalam penggunaan media sosial menjadikan perilaku remaja lebih mementingkan media sosialnya, misalnya pada saat mereka bermain game online dapat menghabiskan waktu sekitar 2 jam. Hal ini dapat berdampak negatif bagi diri remaja yang membuat mereka menjadi tidak peduli dengan lingkungan mereka dan menjadi apatis akibat terlalu fokus untuk media sosial. Berkurangnya empati dengan sesama, hal ini tentu tidaklah baik, melihat di dalam lingkungan masyarakat kita sangat membutuhkan orang lain dalam kehidupan sehari-hari, namun akibat besarnya ketertarikan remaja terhadap media bisa membuat mereka menjadi egois dan mementingkan diri sendiri.

Media sosial juga menjadi tempat untuk mencurahkan perasaan, seperti yang dikatakan oleh informan mereka sering mengungkapkan perasaan mereka dimedia sosial apalagi ketika mereka sedang marah, seringkali mengungkapkan kata-kata kasar. Dengan kebebasan yang dilakukan remaja di media sosial sangat membentuk perilaku mereka dalam berkata-kata lewat media sosial tanpa memandang baik atau tidaknya perkataan tersebut. Setiap postingan dimedia sosial menunjukkan perilaku keseharian remaja. Media sosial yang memberi kebebasan untuk remaja menjadikan perilaku remaja sesukanya untuk berkata-kata kasar dan berperilaku tidak sopan. Hal ini dapat dipengaruhi oleh hal-hal yang mereka lihat dimedia sosial, sehingga membuat mereka meniru tindakan yang mereka lihat.

Konsep diri positif bagi remaja dikalangan SMA dalam media sosial Instagram dipengaruhi oleh dua poin besar yaitu pemahaman atas diri sendiri dan orang lain. Memahami siapa dirinya, pribadinya, potensi yang dimiliki, dan keadaan fisiknya, sehingga ia dengan yakin dan percaya diri menunjukkan eksistensi dirinya di media sosial Instagram dan tidak merasa lebih rendah dari orang lain. Orang lain juga memiliki pengaruh besar pada konsep diri positif pelajar dalam Instagram. Peran orang lain ditunjukkan dengan memberikan tanda suka (*like*), komentar positif, dan komentar negatif pada foto yang dibagikan pelajar di Instagram. Respon positif yang diberikan orang lain melalui tanda suka dan komentar positif mampu menambah kepercayaan diri pelajar dan membuatnya semakin percaya diri dalam mengekspresikan dirinya, sedangkan komentar negatif

mampu membuat mereka lebih kuat, tidak mudah goyah, dan tidak kehilangan kepercayaan diri.

Tidak semua orang memiliki pengaruh yang sama terhadap diri kita. Ada yang paling berpengaruh, yaitu orang-orang yang paling dekat dengan kita. George Herbert Mead (1934) menyebut mereka *significant others*-orang lain yang sangat penting. Ketika masih kecil, mereka adalah orang tua kita, saudara-saudara kita, dan orang yang tinggal satu rumah dengan kita. *Significant others* dalam perkembangannya kini meliputi semua orang yang mempengaruhi perilaku, pikiran, dan perasaan kita.

Nunu Azka atau @nunuzoo memang menyentil realitas kehidupan anak muda dalam menjalani kehidupan dan perkembangan zaman seperti penggunaan bahasa keseharian, perilaku kaula muda, dan intonasi anjuran yang tidak menekan. Dalam setiap Video terlihat Nunu juga sering melibatkan beberapa rekannya untuk menjadi pelakon dalam beberapa ilustrasi yang Nunu buat sehingga membentuk sebuah narasi bagaimana seharusnya anak-anak milenial lebih bijak dalam menjalani hidup dan mempersiapkan bekal untuk akhirat. Dan dapat diungkapkan makna secara menyeluruh yang dapat membentuk kesatuan makna di dalamnya.

Setiap akun media sosial yang di dalamnya mengandung unsur bisnis, motivasi, dakwah dan yang lainnya pasti memiliki tujuan utama untuk akunya sendiri agar bisa berkembang menjadi akun yang bermanfaat bagi para pengikutnya, begitupun dengan akun instagram @nunuzoo. Akun instagram ini memiliki tujuan utama yaitu menjadi akun instagram yang bisa menyampaikan pesan agama kepada siapapun, di manapun dan kapanpun. Mengingat bahwa media sosial instagram ini merupakan salah satu media dakwah yang dapat menembus ruang dan waktu sehingga dapat menyampaikan pesan-pesan dakwah secara luas.

KESIMPULAN

Berdasarkan data dan fakta yang telah dipaparkan di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa Konsep diri positif bagi remaja dikalangan SMA dalam media sosial Instagram dipengaruhi oleh dua poin besar yaitu pemahaman atas diri sendiri dan orang lain. Memahami siapa dirinya, pribadinya, potensi yang dimiliki, dan keadaan fisiknya, sehingga ia dengan yakin dan percaya diri menunjukkan eksistensi dirinya di media sosial Instagram dan tidak merasa lebih rendah dari orang lain. Orang lain juga memiliki pengaruh besar pada konsep diri positif pelajar dalam Instagram. Peran orang lain ditunjukkan dengan memberikan tanda suka (*like*), komentar positif, dan komentar negatif pada foto yang dibagikan pelajar di Instagram. Respon positif yang diberikan orang lain melalui tanda suka dan komentar positif mampu menambah kepercayaan diri pelajar dan membuatnya semakin percaya diri dalam mengekspresikan dirinya, sedangkan komentar negatif mampu membuat mereka lebih kuat, tidak mudah goyah, dan tidak kehilangan kepercayaan diri.

Nurul Azka atau @nunuzoo memang menyentil realitas kehidupan anak muda dalam menjalani kehidupan dan perkembangan zaman seperti penggunaan bahasa keseharian, perilaku kaula muda, dan intonasi anjuran yang tidak menekan. Dalam setiap Video terlihat Nunu juga sering melibatkan beberapa rekannya untuk menjadi pelakon dalam beberapa ilustrasi yang Nunu buat sehingga membentuk sebuah narasi bagaimana seharusnya anak-anak milenial lebih bijak dalam menjalani hidup dan mempersiapkan bekal untuk akhirat. Dan dapat diungkapkan makna secara menyeluruh yang dapat membentuk kesatuan makna di dalamnya.

Setiap akun media sosial yang di dalamnya mengandung unsur bisnis, motivasi, dakwah dan yang lainnya pasti memiliki tujuan utama untuk akunya sendiri agar bisa berkembang menjadi akun yang bermanfaat bagi para pengikutnya, begitupun dengan akun instagram @nunuzoo. Akun instagram ini memiliki tujuan utama yaitu menjadi akun instagram yang bisa menyampaikan pesan agama kepada siapapun, di manapun dan kapanpun. Mengingat bahwa media sosial instagram ini merupakan salah satu media dakwah yang dapat menembus ruang dan waktu sehingga dapat menyampaikan pesan-pesan dakwah secara luas.

REFERENSI

- Agustiani. (2009). *Psikologi Perkembangan (Pendekatan Ekologi Kaitannya dengan Konsep Diri dan Penyesuaian Diri Remaja)*. PT. Refika Aditama.
- Al-Kandari, A., Melkote, S. R., & Sharif, A. (2016). Needs and Motives of Instagram Users that Predict Self-disclosure Use: A Case Study of Young Adults in Kuwait. *Journal of Creative Communications*, 11(2), 85–101.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Burns, R. B. (1993). *Konsep Diri : Teori, Pengukuran, Perkembangan dan Perilaku*. Arcan.
- Calhoun, J. F. & Acocella, J. R. (1995). *Psychology of adjustment and human relationship*. Mc. Graw Hill.
- Charon, J. M. (1989). *Symbolic Interactionism an Introduction, an Interpretation an Integration*. Prentice Hall.
- Darmawan C, S. I. (2018). Media Kajian Kewarganegaraan Perempuan Melalui Pendidikan Politik. *Jurnal Civics*, 15(1).
- Emily Ryan, C. L. (2020). A qualitative exploration into personal psychological agency in Instagram use. *Elsevier : Computers in Human Behavior Reports*.
- Eribka Ruthellia David, Mariam Sondakh, S. H. (2017). Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *E-Journal "Acta Diurna," VI(1)*.
- Fitts, W. H. (1971). *The Self Concept and Delinquency*. Western Psychological Service.
- Ghazali, M. (2016). *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Publishing House.
- Ghufron, M. N., & R. R. (2010). *Teori- Teori Psikologi*. Ar-Ruzz Media.
- Gunarsa, S. D., & Gunarsa, Y. S. D. (2000). *Psikologi*

- Praktis: Anak, Remaja dan Keluarga*. PT. BPKGunung Mulia.
- Harefa, F. (2019). *Pengaruh Konsep Diri Tentang Pemakaian Media Sosial Dengan Perilaku Remaja Di Sma Parulian 1 Medan Tahun 2019*.
- Hayati L. (2018). Konsep Diri Anak-anak Pengguna Aktif Media Sosial. *Society*, 6, 58–64.
- Kuswarno, E. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi*.
- Mariangela Vespa, Petra Schweizer-Ries, Jan Hildebran, T. K. (2022). Getting emotional or cognitive on social media? Analyzing renewable energy technologies in Instagram posts. *Elsevier: Energy Research & Social Science*.
- Mitchell J. Prinstein, Jacqueline Nesi, and E. H. T. (2020). Commentary: An updated agenda for the study of digital media use and adolescent development – future directions following Odgers & Jensen. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 61(3), 349–352.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, J. L. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Novianti, Y. (2017). *KONSEP DIRI REMAJA DALAM MEDIA SOSIAL (Studi Deskriptif Kualitatif Konsep Diri pada Pengguna Media Sosial Instagram dikalangan Pelajar SMA di Kota Medan)*.
- Nurudin. (2012). *Media Sosial Baru*. Mata Padi Pressindo.
- Putro Fanny Hendro Aryo. (2017). Perilaku Penggunaan Media Sosial Dan Identitas Diri (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Perilaku Penggunaan Media Sosial dan Identitas Diri di Kalangan Mahasiswa S1 Jurusan Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta). *Manaj Komun Pasca Sarj Univ Sebel Maret Surakarta*, 58, 945.
- R Wayne Pace, Brent D, Peterson, M. D. B. (2009). *Techniques for Effective Communication*.
- Rakhmat, J. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi*. Remaja Rosda Karya.
- Rakhmat, J. (2009). *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Ricky Zikrillah Pratama, Bambang Mudjiyanto, Sitinah, Joshua Fernando, F. S. (2020). PEMBENTUKAN KONSEP DIRI SISWA SMA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Rizaldi, R., D. & Fatimah, Z. (2020). Penggunaan Aplikasi Zoom Clouds Meeting pada Matakuliah Mekanika dan Termostatika saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Kappa*, 4(2), 225–232. <https://ejournal.hamzanwadi.ac.id/index.php/kpj/article/view/2237>
- Rull N. (2017). *Media sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sioteknologi*. Remaja Rosdakarya.
- S. Peters, R. Van der Crujisen, L.P.E. van der Aar, J.P. Spaans, A.I. Becht, E. A. C. (2021). Social media use and the not-so-imaginary audience: Behavioral and neural mechanisms underlying the influence on self-concept. *Elsevier: Developmental Cognitive Neuroscienc*.
- Setiasih & Puspitasari, F. I. (2015). Kebutuhan Remaja Untuk Mengirim Foto Atau Video Di Instagram. *Jurnal Psikologi Ulayat*, 2(2), 461 – 472.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RnD*. Alfabeta.
- West, Richard dan Turner, L. H. (2009). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi (Introducing Communication Theory: Analysis and Application)*. Salemba Humanika.