

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP CITRA TUBUH MAHASISWA FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH IAIN PONOROGO TAHUN 2016

Nadia Faidatun Nasiha

*Mahasiswa Pascasarjana Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas
 Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
 Email: nadiafaida94@gmail.com*

Abstract: *Instagram is one of social media in which photos and videos can be shared easily. Instagram users will indirectly feel the impact of the use of this social media. In the psychology, there is a new term called Body Image which is considered as the concept of a person in assessing appearance, perception and attitude in terms of psychological and biological perspective. Instagram is widely used by individuals and groups to present their clothes online and it is easy for a consumer to access the fashion model they intended to. This research is intended to reveal the impact of instagram on the body image of Ushuluddin Adab and Da'wah Faculty of IAIN Ponorogo. The approach of this study was quantitative research and it employed questionnaire as data collection techniques. Then, it applied simple linear regression analysis for testing hypothesis. The findings showed that 1) The use of social media instagram of Ushuluddin Adab and Dakwah Faculty students is in moderate category with percentage 59,37%. 2) The level of body image of Ushuluddin Adab and Dakwah Faculty Students is in moderate category with percentage 65.62%. 3) There is significant effect of instagram on student body image of Ushuluddin Adab and Da'wah of IAIN Ponorogo because F_{test} (9,8550) is higher than F_{table} (significance level 1% = 7,56 and significance level 5% = 4,17).*

ملخص: إنستاجرام من التطبيقات الذي بشكل صورة وفيديو المثير والممتع للاهتمام وسهولة في تطبيقه. سيشعر مستخدم إنستاجرام تأثيرا مستمرا في استخدام هذه الوسائل الإعلام الاجتماعية. وفي نظر علم النفس هناك مصطلح جديد يسمى بصورة الجسم، وهي حينما رأى الشخص في تقييم المظهر والمنظور من حيث النفسية والبيولوجية. كان إنستاجرام يستخدمه الأفراد والجماعات الذين يحاولون تقديم ملابسهم على الانترنت، وهذا يسهل على الزبائن الوصول إلى نموذج الأزياء التي يريدونها. وهذا البحث سيكشف عن

تأثير إينستاجرام على صورة الجسم طلاب كلية أصول الدين والآداب والدعوة بالجامعة فونوروجو الإسلامية الحكومية. الدراسة المستخدمة في هذا البحث الدراسة الكمية، وأما تقنيات جمع البيانات باستخدام منهج الاستبيان. واختبار صلاحية البيانات استخدمت الباحثة صيغة ضربة العزم، واختبار الوثيقة باستخدام رمز سبيرمان برون. وفي تحليل البيانات استخدمت الباحثة تحليل الانحدار الخطي البسيط. وبعد تحليل البيانات خلصت الباحثة أن (1) مستخدم إينستاجرام طلاب كلية أصول الدين والآداب والدعوة بالجامعة فونوروجو الإسلامية الحكومية على درجة متوسطة بنسبة (%37,59. 2) مستوى صورة الجسم لطلاب كلية أصول الدين والآداب والدعوة بالجامعة فونوروجو الإسلامية الحكومية على درجة متوسطة بنسبة (%65,62. 3) هناك أثر بين وسائل الاعلام الاجتماعية إينستاجرام على صورة الجسم طلاب كلية أصول الدين والآداب والدعوة بالجامعة فونوروجو الإسلامية الحكومية وهذا لأن F حساب (9.8550) أكبر من F الجدول (مستوى الدلالة %1 = 7.56 ومستوى الدلالة %5 = 4,17).

Abstrak: *Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang dikemas menarik dan mudah untuk mengaplikasikannya. Pengguna instagram secara tidak langsung akan merasakan dampak pemakaian berkelanjutan dari media sosial tersebut. Dalam ilmu psikologi ada sebuah istilah baru yang dinamakan Citra Tubuh, yaitu konsep seseorang dalam menilai penampilan, cara pandang maupun sikap dari segi psikologis maupun biologis. Instagram banyak dimanfaatkan oleh individu maupun kelompok yang mencoba mengenalkan pakaian mereka secara online dan hal itu memudahkan seorang konsumen dengan mudah dalam mengakses model fashion yang mereka inginkan. Penelitian ini akan mengungkap pengaruh instagram terhadap citra tubuh mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data menggunakan angket. Untuk uji validitas menggunakan rumus product moment dan uji reliabilitas menggunakan rumus Spearman brown. Sedangkan pada tahap analisis data menggunakan analisis Regresi Linier Sederhana. Dari hasil analisa data, peneliti menyimpulkan bahwa 1) Penggunaan media sosial instagram mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo adalah kategori sedang dengan prosentase 59,37%. 2) Tingkat citra tubuh mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Ponorogo adalah kategori sedang dengan prosentase 65,62%. 3) Terdapat pengaruh antara media sosial instagram terhadap citra tubuh mahasiswa Jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo karena F_{hitung} (9,8550) lebih besar dari F_{tabel} (taraf signifikansi 1% = 7,56 dan taraf signifikansi 5% = 4,17).*

Keywords : Media Sosial Instagram, Citra Tubuh

PENDAHULUAN

Saat ini kemajuan teknologi komunikasi membawa banyak pengaruh bagi setiap individu maupun kelompok masyarakat. Perkembangannya cukup pesat mengingat semakin maraknya inovasi yang dikemas rapi salah satunya dalam bentuk media sosial. Masyarakat khususnya kawula muda tidak kuasa menolak arus perkembangan media sosial yang kian lama kian menjamur keberadaannya. Salah satu media sosial yang sedang mencuri perhatian saat ini adalah *Instagram*. *Instagram* begitu memanjakan para penggunanya dengan berbagai macam fitur serta kemudahan dalam mengaksesnya.

Instagram telah menjadi fenomena baru di era globalisasi saat ini, selain itu *Instagram* menjadi salah satu magnet besar dalam proses pembentukan karakter seseorang. Selain *instagram* juga dijadikan sebagai media komunikasi, sisi lain jejaring sosial *instagram* memiliki fungsi sebagai alat citra tubuh yaitu dengan menunjukkan keunggulan dari segi fisik (cantik atau tampan), gaya berpakaian, merek sepatu yang digunakan, hingga tutur kata dalam berkomunikasi yang secara tidak langsung akan menumbuhkan atensi dari khalayak melalui postingan yang di unggah di media sosial *Instagram*.

Pertemuan seorang individu dengan media mengingatkan peneliti terhadap teori Defleur dan Ball Rokeach yang melihat pertemuan khalayak dengan media berdasarkan tiga kerangka teoritis. Pertama perspektif perbedaan individual, memandang bahwa sikap dan organisasi personal psikologis individu akan menentukan bagaimana individu memilih stimulus tersebut. Setiap orang mempunyai potensi biologis, pengalaman belajar, dan lingkungan yang berbeda. Perbedaan inilah yang menyebabkan pengaruh media yang berbeda pula. Kedua perspektif kategori sosial, berasumsi bahwa dalam masyarakat terdapat kelompok-kelompok sosial yang reaksinya pada stimulus tertentu cenderung sama. Golongan sosial berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, pendidikan, tempat tinggal, dan kekayaan beragama menampilkan kategori respons. Anggota-anggota kategori tertentu akan cenderung memilih isi komunikasi yang sama dan akan memberikan respons kepadanya dengan cara yang hampir sama pula.¹ Begitu juga dengan *Instagram*, selain bisa digunakan sebagai aplikasi pengunggah foto/video, *Instagram* saat ini juga memfasilitasi para komunitas untuk saling berkomunikasi. Seperti pecinta sepakbola, *traveling*, fotografi, *fashion* atau beragam komunitas

¹ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), 201.

lain dapat dijumpai di jejaring sosial *Instagram*. Ketiga adalah perspektif hubungan sosial yang menekankan pentingnya peranan hubungan sosial yang informal dalam mempengaruhi reaksi orang terhadap media massa atau media sosial. Lazarfeld menyebutnya “pengaruh personal”, dalam model ini informasi bergerak melewati dua tahap. Pertama informasi bergerak pada sekelompok individu yang relatif lebih tahu dan sering memperhatikan media, kedua informasi bergerak dari orang-orang itu disebut “pemuka pendapat” dan melalui saluran-saluran interpersonal disampaikan individu yang bergantung kepada mereka dalam hal informasi.²

Peneliti tertarik untuk mengkaji pengaruh antara *instagram* dengan citra tubuh. Menurut Schonfeld, citra tubuh adalah konsep seseorang mengenai penampilan fisiknya dan perasaannya terhadap hal tersebut berdasarkan pengalaman yang lalu dan sekarang baik secara nyata maupun fantasi.³ Sedangkan untuk saat ini *instagram* telah menjadi konsumsi publik selain sebagai hiburan juga sebagai media pencitraan, hal tersebut didukung dengan semakin bertambahnya jumlah pengguna yang aktif dalam jejaring sosial tersebut untuk mempublikasikan foto maupun aktifitas mereka dalam berbagai kondisi dan situasi.

Membahas soal *instagram* siapa yang tidak kenal dengan aplikasi ciptaan Kevin Systrom ini. Penggunaannya mulai dari anak kecil sampai orang tua. *Upload* foto dan video di *instagram* sudah seperti kebutuhan pokok penggunanya. *Instagram* menjadi mini album foto di saat senang maupun susah. Dari fenomenalnya *instagram* sampai bermunculan selebgram atau orang-orang yang sebenarnya bukan dari kalangan artis namun mempunyai banyak *followers* karena foto atau video mereka yang menarik. Misalnya Ayasha Putri, balita lucu yang dibuatkan *instagram* oleh orang tuanya sejak kecil memiliki *followers* mencapai 475K. Kemudian mulai bermunculan idola-idola baru seperti selebgram yang kemudian membuat pengguna *instagram* ingin meniru selebgram. Perilaku pengguna *instagram* pun tanpa disadari mulai berubah seperti yang biasanya tidak pernah dandan lalu berdadang, pergi ke suatu tempat yang sering muncul di *instagram*, dan meniru setiap adegan foto yang sering dilakukan selebgram di *instagram*. Itu semua dilakukan agar pengguna tersebut terlihat lebih populer dikalangan pengguna *instagram*. Sadar tidak sadar para pengguna *instagram* jika mereka saling bertemu, topik yang sering diperbincangkan adalah mengenai postingan dalam akun *instagram* kemudian

² Ibid, 202.

³ Lia Amalia, *Mitos Cantik di Media* (Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2009), 24.

mengeditnya dengan berbagai macam pilihan filter. Seiring bertambahnya berbagai jenis media sosial salah satunya adalah *instagram*, muncul sebuah istilah generasi menunduk, seperti yang dikatakan Hendra Wardhana generasi menunduk adalah generasi yang tercipta atas tuntutan eksistensi diri yang diciptakan oleh kemajuan teknologi, mereka membuat dunianya sendiri yang lebih ringkas.⁴

Kemudian mulai banyaknya toko-toko online di *instagram* juga memunculkan fenomena baru di kalangan masyarakat kita. Mendapati sebuah iklan atau promosi di *instagram* bukan lagi suatu hal yang mengherankan. Toko-toko online di *instagram* pun secara terang-terangan bersaing untuk mendapatkan *followers* dan perhatian dari pengguna *instagram*. Semakin banyak *followers* yang didapatkan suatu toko online, berarti semakin banyak juga perhatian pengguna *instagram* yang diperoleh oleh toko online tersebut. Akun-akun baru di sosial media terutama di *instagram* kian hari kian marak bermunculan. Entah sebagai pengguna *instagram* biasa ataupun sebagai toko online yang menawarkan suatu produk. Bermunculannya toko online di *instagram* juga tidak lepas dari grafik pengguna aktif *instagram* yang terus saja meningkat. Hal ini tentunya dapat dimanfaatkan sebagai salah satu peluang bisnis yang menjadikan *instagram* sebagai lahan usaha yang siap dipanen kapan saja.⁵

Belum lama ini muncul suatu istilah *endorse* yang menjadi trend di kalangan toko online. *Endorse* merupakan suatu cara untuk mempromosikan produk sebuah toko online dengan bekerja sama dengan orang yang memiliki banyak *followers* di *instagram*. Orang-orang tersebut seringkali adalah seorang artis, namun ada juga politisi dan lain-lain. Bentuk kerjasama tersebut adalah pertukaran antara barang dan jasa. Toko online akan memberikan barang-barang gratis kepada seorang artis dan kemudian artis tersebut akan mempromosikan toko online tersebut. Promosi tersebut biasanya ditampilkan dengan mengupload foto artis tersebut yang sedang mengenakan barang dari toko online. Kemudian dibagian *caption* akan disebutkan nama toko online. Hal ini tentu saja merupakan salah satu cara ampuh untuk mendapat banyak perhatian dan pelanggan dari para pengguna *instagram* yang merupakan *followers* artis tersebut.⁶

⁴ http://www.kompasiana.com/indridelitasari/fenomena-instagram-yang-membuat-generasi-semakin-menunduk_ diakses Rabu, 27 Januari 2016

⁵ <http://blog.shopious.com/tips-online-shop/fenomena-di-kalangan-toko-online-instagram>, diakses Rabu, 27 Januari 2016 16:38

⁶ Ibid

Saat ini keberadaan *instagram* menunjukkan pengaruh yang cukup signifikan terhadap penampilan mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan dakwah, lewat satu sentuhan saja mereka sudah mampu menjelajahi dunia untuk mendapatkan *brand* pakaian atau merek sepatu terbaik tanpa harus membuang waktu pergi ke toko atau butik. Ada beberapa mahasiswa yang tertarik menggunakan *instagram* sebagai media untuk jual-beli *online*, bahkan bagi mereka yang paham betul strategi bisnis, akan memanfaatkan *instagram* sebagai inisiatif untuk memperkenalkan usaha mereka kepada masyarakat. Hal ini juga menunjukkan bahwa *instagram* memiliki pengaruh dari segi citra tubuh seorang mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah terhadap konsep penampilan dan wirausaha. Saat ini muncul istilah di media sosial yaitu *quote*, merupakan kata mutiara atau motivasi yang sering digunakan pengguna jejaring sosial dalam berbagi kata-kata. Tanpa disadari penggunaan *instagram* juga mempengaruhi keberagaman bahasa mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, selain dari berbagai macam postingan atau foto yang diunggah di akun *instagram* kita juga dapat melihat bagaimana karakter dan kepribadian seseorang lewat *caption* yang disertakan dalam setiap postingan foto. Selain itu terdapat beberapa kejahatan dalam media sosial yang patut untuk diwaspadai, salah satunya adalah *cyber bullying*. Perilaku ini masuk dalam kategori diskriminatif dan pencemaran nama baik, karena lemahnya hukum di Indonesia terkadang kasus seperti ini masih saja luput begitu saja. Satu hal yang sering dijumpai adalah munculnya istilah *haters*, mereka mengatasnamakan kebebasan beropini demi menjatuhkan harga diri seseorang atau *public figure* yang tidak mereka sukai, atau sebaliknya bagi seorang *fans* akan sangat menghormati, mendukung dan mencintai idolanya. Permasalahan seperti ini sering terjadi di media sosial *instagram* akibat konflik antar *fans* yang terlalu fanatik mengidolakan seseorang, merasa yang sama-sama dijatuhkan pada akhirnya akan saling melempar ucapan yang tidak pantas dan saling menyudutkan satu sama lain. Menurut Harry Stack Sullivan jika kita diterima orang lain, dihormati, dan disenangi karena keadaan diri kita, kita akan cenderung bersikap menghormati dan menerima diri kita. Sebaliknya, bila orang lain selalu meremehkan kita, menyalahkan kita dan menolak kita, kita akan cenderung tidak akan menyenangi diri kita.⁷

Fakta lain yang mudah dijumpai di media sosial *instagram* adalah faktor citra tubuh yang dapat mempengaruhi sikap, penampilan dan *attitude* seseorang.

⁷ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), 99.

Dengan latar belakang mayoritas mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah pernah mengenyam atau sedang menempuh pendidikan di pondok pesantren, menimbulkan ketertarikan dari peneliti untuk melihat sejauh mana pengaruh penggunaan media sosial bagi mereka yang notabene atau memiliki latar belakang ilmu agama yang mumpuni, kemudian menghadapi era digital seperti sekarang ini apakah terdapat pengaruh maupun perubahan yang cukup signifikan terhadap tiga indikator di atas.

KONSEP INSTAGRAM

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera kodak instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak.⁸

Pihak *Instagram* menyatakan terdapat ada sebanyak 95 juta foto dan video yang dipublikasikan ke platformnya setiap hari, disertai dengan 4,2 miliar *likes* per harinya. Perluasan layanan Instagram ke ranah global dalam waktu yang cepat kemudian dinilai telah mengalahkan jejaring sosial mikroblog Twitter yang sejak beberapa bulan lalu mengalami stagnan pertumbuhan pengguna di angka 300 juta user. Sejak itu Instagram tumbuh menjadi salah satu aplikasi media sosial paling populer di dunia.⁹

Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS 7.0 atau yang terbaru, telepon genggam Android apapun dengan sistem operasi versi 2.2 (Froyo) ke atas, dan Windows Phone 8. Aplikasi ini dapat diunggah melalui Apple App Store dan Google Play. Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa Facebook setuju mengambil alih Instagram dengan nilai sekitar \$1 miliar.¹⁰

⁸ Bonaditya, "Instagram," dalam <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, (diakses pada tanggal 27 Januari 2016, jam 15.45).

⁹ Hani Nur Fajrina, "Ada 22 Juta Pengguna Aktif Instagram dari Indonesia", dalam <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia/> (diakses tanggal 28 Juni 2016, jam 12.14).

¹⁰ Bonaditya, "Instagram," dalam <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, (diakses pada tanggal 27 Januari 2016, jam 15.45).

APA YANG DIMAKSUD CITRA TUBUH?

Istilah citra tubuh atau *body image* pertama kali dipopulerkan oleh Paul Schilder dalam bukunya *The Image and Appearance of the Human Body* pada tahun 1935. Citra tubuh terbentuk dari pengalaman pribadi individu, aspek sosial dan budaya sekitar. Oleh karena itu, citra tubuh terpengaruhi oleh standar ideal khususnya di dalam budaya di mana individu tinggal. Pencapaian akan tubuh yang dianggap ideal oleh masyarakat sangat sulit dan sering kali menyebabkan *body image disturbance* pada individu. *Body image disturbance* adalah penyakit mental yang dipicu oleh kecemasan berlebihan pada individu terhadap penampilan fisik dan citra tubuhnya.¹¹

Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa citra tubuh adalah pikiran, perasaan dan sikap seseorang mengenai tubuhnya dan pandangan tentang bagaimana orang menilai tubuhnya yang dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis, biologis, historis, sosiokultural dan faktor-faktor individual.¹²

Berkembangnya industrialisasi dan budaya konsumerisme di negara-negara Barat yang dengan cepat tersebar ke berbagai penjuru dunia, membentuk citra tubuh dan standar tubuh ideal yang baru bagi kaum wanita. Melalui *fashion*, perfilman Hollywood, dan berbagai macam jenis iklan, masyarakat diperkenalkan dengan figur-figur wanita yang lebih langsing. Media massa juga menciptakan image seolah-olah wanita langsing itu lebih baik daripada wanita gemuk.¹³

Hampir semua pemeran wanita, terutama pemeran utama, dalam sinetron dan film adalah mereka yang bertubuh langsing. Wanita yang bertubuh gemuk dan obesitas sangat jarang mendapatkan peran yang penting. Terkadang diceritakan pula kisah seorang gadis yang awalnya bertubuh gemuk dan tidak *fashionable*, sering menjadi bahan ejekan dan tertawaan orang-orang di sekitarnya, namun pada akhirnya akan berubah menjadi gadis cantik bertubuh langsing yang menjadi incaran para pria, contohnya di dalam film *Date Movie* produksi 20th Century Fox di tahun 2006 dan drama musikal Korea *Dream High* produksi KBS yang hampir semua pemerannya adalah pria tampan dan wanita cantik yang sempat populer di Indonesia pada tahun 2011.¹⁴

¹¹ Cikita Tiara, *Citra Tubuh Dan Bentuk Tubuh Perempuan Ideal di Masyarakat*, Jurnal Tingkat Sarjana Bidang Senirupa dan Desain, Program Studi Sarjana Bidang Seni Rupa Fakultas Seni Rupa dan Desain ITB 2005, 1.

¹² Amalia, *Mitos Cantik di Media*, 24.

¹³ Desi Bestiana, *Jurnal Citra Tubuh dan Konsep Tubuh Ideal Mahasiswi FISIP Universitas Airlangga Surabaya*, Vol.1/No.1/Juli-Desember tahun 2012, 1.

¹⁴ *Ibid.*

HUBUNGAN ANTARA CITRA TUBUH DENGAN *INSTAGRAM*

Zaim Qashmal dan Dadi Ahmadi melakukan penelitian tentang hubungan citra diri dan *instagram*. Mereka menyimpulkan empat poin yang menjelaskan tentang pengaruh *instagram* terhadap citra diri di kalangan mahasiswa Fikom Unisba. Analisis pertama membuktikan bahwa terdapat hubungan antara kognitif (kebutuhan informasi) dengan pembentukan citra diri. Hal-hal seperti kebutuhan dalam menggunakan media sosial, lalu memahami maksud dan fungsi dari penggunaan media sosial tersebut, juga kebutuhan akan informasi melalui media sosial, dan mengetahui trend yang sedang berkembang saat ini merupakan hal yang mempunyai hubungan yang kuat dengan pembentukan citra diri seseorang. Analisis kedua membuktikan bahwa terdapat hubungan antara integratif personal (kebutuhan personal) dengan pembentukan citra diri. Hal-hal meliputi kepercayaan diri, penggunaan media sosial yang bersifat pribadi, juga pengaktualisasian diri merupakan hal-hal yang mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan pembentukan citra diri seseorang.¹⁵

Analisis ketiga membuktikan bahwa terdapat hubungan antara integratif sosial (kebutuhan sosial) dengan pembentukan citra diri, hal-hal seperti kebutuhan akan hubungan yang baik, kemudahan berkomunikasi, bertukar informasi dan pemahaman akan situasi dan kondisi sekitar merupakan hal-hal yang punya hubungan yang sangat kuat dengan pembentukan citra diri seseorang. Analisis keempat membuktikan bahwa terdapat hubungan pelepasan ketegangan dengan pembentukan citra diri. Hal-hal yang meliputi tekanan dalam pikiran, keluh kesah, pencurahan isi pikiran, dan hiburan dianggap berpengaruh terhadap pembentukan citra diri, dalam penelitian ini hal tersebut membuktikan adanya hubungan diantara keduanya.¹⁶

KERANGKA BERFIKIR

Menurut salah seorang ahli dalam bukunya *Business Research* mengemukakan bahwa kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang akan diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang lain akan menjelaskan secara

¹⁵ Qashmal & Ahmadi, *Prosiding Penelitian Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Citra Diri*. Prodi Ilmu Komunikasi, Bidang Kajian Public Relations, Universitas Islam Bandung, tahun 2015.

¹⁶ Ibid.

teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti.¹⁷Berdasarkan landasan teori dan telaah pustaka di atas maka kerangka berfikir dalam penelitian ini adalah:

Variable Independen (X) : Media Sosial Instagram

Variable Dependen (Y) : Citra Tubuh Mahasiswa

Jika media sosial instagram membawa dampak positif, maka perkembangan citra tubuh mahasiswa juga baik.

1. Ada pengaruh antara penggunaan media sosial instagram dengan citra tubuh mahasiswa jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah.
2. Perkembangan citra tubuh mahasiswa dapat dipengaruhi oleh tingkat penggunaan media sosial instagram.

PENGAJUAN HIPOTESIS

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara setelah penelitian mengemukakan landasan teori dan kerangka konseptual melalui rumusan masalah penelitian, mengikuti format pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada asumsi-asumsi atau teori-teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data dan analisis data penelitian.¹⁸

Menyusun hipotesis baik H_a dan H_o :

H_a : Ada pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap citra tubuh mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah STAIN Ponorogo Tahun 2016

H_o : Tidak ada pengaruh penggunaan media sosial *instagram* terhadap citra tubuh mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah STAIN Ponorogo Tahun 2016.

TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis data diartikan sebagai upaya mengolah data menjadi informasi, sebagai karakteristik, atau sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Dengan demikian teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara

¹⁷ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 117.

¹⁸ Ibid. 38.

melaksanakan analisis terhadap data dengan tujuan mengolah data tersebut menjadi informasi sehingga karakteristik atau sifat-sifat datanya dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian baik berkaitan dengan deskripsi data maupun untuk membuat induksi atau menarik kesimpulan tentang karakteristik populasi (parameter) berdasarkan data yang diperoleh dari sampel (statistik).¹⁹

1. Tahap pra penelitian

a. Uji Validitas

Rumus yang digunakan peneliti nuntuk mengukur instrumen tes dalam penelitian ini adalah menggunakan korelasi *product moment*. Dengan rumus sebagai berikut:

$$R_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{(N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)(N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

Keterangan:

R_{xy} : koefisien koelasi antara variabel X dan Y

N : jumlah responden

X : nilai hasil uji coba

Y : nilai rata-rata harian

XY : jumlah hasil perkalian antara X dan Y²⁰

b. Uji Reliabilitas

Rumus yang digunakan untuk mengukur instrumen tes dalam penelitian ini menggunakan rumus Spearman Brown, dengan membelah atas item-item genap dan item-item ganjil. Rumusnya:

$$r_{11} = \frac{2 r_{1/2} 1/2}{1 + r_{1/2} 1/2}$$

Keterangan :

r_{11} : reliabilitas internal seluruh instrumen

: korelasi produk momen antara belahan pertama dan belahan kedua.²¹

¹⁹ Ibid., 93-94.

²⁰ Retno Widyani-grum, *Statistika Edisi Revisi* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2013), 107.

²¹ Arikunto, *Prosedur Penelitian*, 223.

c. Mean dan Standar Deviasi

Teknik analisis data untuk menjawab rumusan masalah no. 1 dan no. 2. yaitu dengan menggunakan mean dan standar deviasi. Dengan rumus sebagai berikut:

$$MX = \frac{\sum fx}{n} \quad \text{dan} \quad MY = \frac{\sum fy}{n}$$

Keterangan:

MX dan MY : mean yang dicari

$\sum fx$ dan $\sum fy$: jumlah dari perkalian antara midpoint dari masing-masing interval dengan frekuensinya.

n : jumlah data

Untuk standar deviasi menggunakan rumus:

$$SDx = \sqrt{\frac{\sum fx^2}{n} + \left(\frac{\sum fX}{n}\right)^2} \quad \text{dan} \quad SDy = \sqrt{\frac{\sum fy^2}{n} + \left(\frac{\sum fy}{n}\right)^2}$$

Keterangan:

SDx dan SDy : standar deviasi

$\sum fx^2$ dan $\sum fy^2$: jumlah hasil perkalian antara frekuensi dengan deviasi yang sudah dikuadratkan

n : jumlah data

Setelah perhitungan mean dan standar deviasi ditemukan hasilnya lalu dibuat pengelompokan dengan menggunakan rumus $M_x + 1$ SD dikatakan baik, $M_x - 1$ SD dikatakan kurang, dan antara $M_x - 1$ SD sampai $M_x + 1$ SD dikatakan cukup.

d. Uji Regresi Linier Sederhana

Adapun teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah no. 3 adalah dengan menggunakan regresi linier sederhana. Peneliti menggunakan Uji regresi linier sederhana untuk menguji hipotesa agar mengetahui apakah secara signifikan terdapat pengaruh positif antara penggunaan media sosial *instagram* terhadap citra tubuh mahasiswa, yaitu dengan rumus:

$$\hat{y} = b_0 + b_1x$$

- 1) Langkah pertama mencari nilai b_0 dan b_1

$$b_1 = \frac{\sum xy - n \cdot \bar{x} \cdot \bar{y}}{\sum x^2 - n\bar{x}^2}$$

$$b_0 = \bar{y} - b_1\bar{x}$$

- 2) Langkah kedua menghitung nilai-nilai yang ada dalam tabel *Anova* (*Analysis of variance*) untuk menguji signifikansi pengaruh Variabel x terhadap Variabel y.

Tabel Anova

Sumber Variasi	Degree of Freedom (df)	Sum of Square (SS)	Mean Square (MS)
Regresi	1	SS Regresi (SSR) $(b_0 \sum y + b_1 \sum xy) - \frac{(\sum y)^2}{n}$	$MSR = \frac{SSR}{df}$
Error	n-2	SS Error (SSE) $\sum y^2 - (b_0 \sum y + b_1 \sum xy)$	MS Error (MSE) $MSE = \frac{SSE}{df}$
Total	n-1	SS Total (SST) $SST = \sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n}$	

Daerah penolakan

Tolak H_0 bila $F_{hitung} > F_{\alpha(p;n-p-1)}$

- 3) Langkah ketiga menghitung Koefisien determinasi (besarnya pengaruh Variabel x terhadap Variabel y)

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

Keterangan

- Y : Variabel terikat / dependen
- X : Variabel bebas / independen
- b_0 : Prediksi *intercept* (nilai \hat{y} jika $x = 0$)
- b_1 : Prediksi *slope* (arah koefisien regresi)
- n : jumlah observasi/pengamatan
- x : Data ke-i Variabel x (independen/bebas), dimana $i=1,2,..n$
- y : Data ke-i Variabel y (dependen/terikat), dimana $i=1,2,..n$

- \bar{x} : mean/rata-rata dari penjumlahan data variabel x (independen/bebas)
- \bar{y} : mean/rata-rata dari penjumlahan data variabel y (dependen/terikat)
- R^2 : Koefisien determinasi
- SSR : *Sum of Square Regression*
- SSE : *Sum of Square Error*
- SST : *Sum of Square Total*
- MSR : *Mean Square Regression*
- MSE : *Mean Square Error*

2. Uji validitas instrumen

Untuk pengujian validitas pada tiap butir menggunakan analisis item, yakni mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan merupakan jumlah skor setiap item.²² Dengan cara penghitungan menggunakan rumus *product moment*²³ dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rumus: } r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Angka indeks Korelasi Product Moment
- $\sum X$ = Jumlah seluruh nilai X
- $\sum Y$ = Jumlah seluruh nilai Y
- $\sum XY$ = Jumlah hasil perkalian antara nilai X dan Y

Untuk pengujian validitas instrumen penelitian ini, peneliti mengambil sejumlah sampel 32 responden. Dari hasil penghitungan validitas item instrumen terhadap 25 butir soal variabel media sosial instagram dan 25 soal variabel citra tubuh mahasiswa serta di konsultasikan pada tabel “r” pada taraf signifikan 5% dengan menentukan nilai koefisien korelasi pada derajat bebas (db) = n-2.

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2006), 187.

²³ Widyaningrum, *Statistik Edisi Revisi*, 107.

Ternyata terdapat 50 butir soal yang dinyatakan valid dengan rincian item soal variabel (X) nomor 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, dan item soal variabel (Y) nomor 1,2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25. Dari penghitungan validitas item instrumen di atas dapat disimpulkan dalam tabel rekapitulasi berikut ini:

Rekapitulasi Variabel (X)

No Item	“r” hitung	“r” kritis	Keterangan
1	0.488	0.349	Valid
2	0.537	0.349	Valid
3	0.510	0.349	Valid
4	0.531	0.349	Valid
5	0.586	0.349	Valid
6	0.530	0.349	Valid
7	0.392	0.349	Valid
8	0.652	0.349	Valid
9	0.748	0.349	Valid
10	0.530	0.349	Valid
11	0.577	0.349	Valid
12	0.606	0.349	Valid
13	0.734	0.349	Valid
14	0.880	0.349	Valid
15	0.434	0.349	Valid
16	0.432	0.349	Valid
17	0.703	0.349	Valid
18	0.642	0.349	Valid
19	0.567	0.349	Valid
20	0.658	0.349	Valid
21	0.557	0.349	Valid
22	0.428	0.349	Valid
23	0.535	0.349	Valid
24	0.619	0.349	Valid
25	0.587	0.349	Valid

Rekapitulasi Variabel (Y)

No Item	“r” hitung	“r” kritis	Keterangan
1	0,546	0.349	Valid
2	0,609	0.349	Valid
3	0,481	0.349	Valid
4	0,415	0.349	Valid
5	0,422	0.349	Valid
6	0,554	0.349	Valid
7	0,519	0.349	Valid
8	0,447	0.349	Valid
9	0,364	0.349	Valid
10	0,419	0.349	Valid
11	0,411	0.349	Valid
12	0,502	0.349	Valid
13	0,592	0.349	Valid
14	0,617	0.349	Valid
15	0,409	0.349	Valid
16	0,374	0.349	Valid
17	0,511	0.349	Valid
18	0,427	0.349	Valid
19	0,465	0.349	Valid
20	0,626	0.349	Valid
21	0,505	0.349	Valid
22	0,475	0.349	Valid
23	0,496	0.349	Valid
24	0,717	0.349	Valid
25	0,369	0.349	Valid

Nomor-nomor soal yang Valid tersebut kemudian dipakai untuk pengambilan data dalam penelitian ini.

3. Uji Reliabilitas Instrumen

Sedangkan untuk mengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara *eksternal* maupun *internal*. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan *test-retest (stability, equivalent*. Sedangkan secara internal reliabilitas instrumen

dapat diuji dengan cara menganalisis butir-butir yang ada pada *instrumen* dengan teknik tertentu.²⁴

Untuk penelitian ini peneliti menggunakan pengujian reliabilitas instrumen *internalconsistency* dengan teknik belah dua yang kemudian dianalisis dengan rumus Spearman Brown.²⁵ Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$r_i = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

r_i : reliabilitas internal seluruh instrumen

r_b : korelasi product moment antara belahan pertama dan kedua.

Adapun secara rinci perhitungan reliabilitas instrument dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pertama : Mengelompokkan item soal-soal menjadi dua kelompok, yakni kelompok item soal genap dan kelompok item soal ganjil.

Kedua : mencari koefisien korelasi antara belahan pertama dan belahan kedua dengan menggunakan rumus *product moment*.

Ketiga : masukan nilai koefisien korelasi ke dalam rumus Spearman Brown di atas.

Dari hasil penghitungan reliabilitas di atas diketahui nilai reliabilitas instrumen variabel media sosial instagram sebesar 1,232 kemudian dikonsultasikan “r” tabel pada taraf signifikan 5% adalah sebesar 0,349. Karena “r” hitung > “r” tabel, yaitu 1,232 > 0,349 maka instrumen tersebut dikatakan reliabel.

Dan reliabilitas instrumen variabel citra tubuh mahasiswa sebesar 0,996 kemudian dikonsultasikan “r” tabel pada taraf signifikan 5% adalah sebesar 0,349. Karena “r” hitung > “r” tabel, yaitu 0,996 > 0,349 maka instrumen tersebut dikatakan reliabel.

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 183-184.

²⁵ *Ibid.*, 190.

INTERPRETASI

Ha : Ada pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap citra tubuh mahasiswa Jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah STAIN Ponorogo Tahun 2016

Ho : Tidak ada pengaruh penggunaan media sosial *instagram* terhadap citra tubuh mahasiswa Jurusan Ushuluddin Adab dan Dakwah STAIN Ponorogo Tahun 2016.

Untuk menguji hipotesis dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Taraf signifikansi 1% $F_{tabel} = F_{\alpha(n-2)} = F_{0,01(30)} = 7,56$ dan $F_{hitung} = 9,8550$.
Dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$.
2. Taraf signifikansi 5% $F_{tabel} = F_{\alpha(n-2)} = F_{0,05(30)} = 4,17$ dan $F_{hitung} = 9,8550$.
Dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan ada pengaruh penggunaan instagram terhadap citra tubuh mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo tahun 2016, dengan demikian maka Ha diterima dan Ho ditolak.

PENUTUP

Setelah melakukan serangkain tahap penelitian dan menganalisis data yang telah terkumpul, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Penggunaan media sosial instagram mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo tahun 2016 adalah kategori sedang dengan prosentase 68,75 %.
2. Tingkat citra tubuh mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah tahun 2016 IAIN Ponorogo adalah kategori sedang dengan prosentase 65,62 %
3. Terdapat pengaruh antara media sosial instagram terhadap citra tubuh mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo tahun 2016, karena F_{hitung} (9,8550) lebih besar dari F_{tabel} (taraf signifikansi 1% = 7,56 dan taraf signifikansi 5% = 4,17).

DAFTAR RUJUKAN

- Amalia, Lia. *Mitos Cantik di Media*. Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2009.
- Bonaditya. "Instagram," dalam <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>. Diakses pada tanggal 27 Januari 2016, jam 15.45.
- Bestiana, Desi. *Jurnal Citra Tubuh dan Konsep Tubuh Ideal Mahasiswi FISIP Universitas Airlangga Surabaya*. Vol.1/No.1/Juli-Desember tahun 2012.
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Hani Nur Fajrina, "Ada 22 Juta Pengguna Aktif Instagram dari Indonesia", dalam <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia/> diakses tanggal 28 Juni 2016, jam 12.14.
- http://www.kompasiana.com/indridelitasari/fenomena-instagram-yang-membuat-generasi-semakin-menunduk_ diakses Rabu, 27 Januari 2016
- <http://blog.shopious.com/tips-online-shop/fenomena-di-kalangan-toko-online-instagram>, diakses Rabu, 27 Januari 2016 16:38
- Qashmal, Zaim& Dadi Ahmadi. *Prosiding Penelitian Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Citra Diri*. Universitas Islam Bandung: Prodi Ilmu Komunikasi, Bidang Kajian Public Relations, 2015.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabet, 2006.
- Tiara, Cikita. "Citra Tubuh dan Bentuk Tubuh Perempuan Ideal di Masyarakat", *Jurnal Tingkat Sarjana Bidang Seni Rupa dan Desain, Program Studi Sarjana Bidang Seni Rupa Fakultas Seni Rupa dan Desain ITB*, 2005.
- Widyanigrum, Retno. *Statistika Edisi Revisi*. Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2013.

