

**HUBUNGAN *SELF-CONCEPT* DENGAN *SELF-ESTEEM* PENGGUNA MEDIA
SOSIAL *INSTAGRAM* PADA *EMERGING ADULTHOOD***

SKRIPSI

**Sebagai Bagian dari Persyaratan untuk Memperoleh Derajat
Sarjana Psikologi**



Aldo Hamora Kurnia Tambunan

180900000024

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MERDEKA MALANG

2023

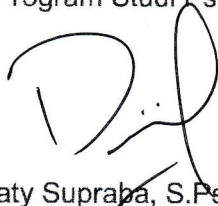
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Aldo Hamora Kurnia Tambunan
NIM : 18090000024
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Jurusan : Psikologi
Program Studi : Psikologi
Judul Skripsi : Hubungan *Self-Concept* Dengan *Self-Esteem* Pengguna
Media Sosial *Instagram* Pada *Emerging Adulthood*.

Malang, 25 Februari 2023

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi Psikologi



Dellawaty Supraba, S.Psi., M.Si.

Dosen Pembimbing



Husnul Khotimah, S.Psi., MA.

Psikolog Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Merdeka Malang



Dr. Nawang Warsi Wulandari, S.Psi., M.Si., Psikolog

**HUBUNGAN *SELF-CONCEPT* DENGAN *SELF-ESTEEM* PENGGUNA MEDIA
SOSIAL *INSTAGRAM* PADA *EMERGING ADULTHOOD***

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Aldo Hamora Kurnia Tambunan

1809000024

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 25 Februari 2023

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji

Sekretaris Penguji

Husnul Khotimah, S.Psi., MA.

Taufiqurrahman, S.Psi., MA.

Anggota Penguji

Ritna Sandri, S.Psi., M.Psi., Psikolog.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana S-1 Psikologi

Malang, 25 Februari 2023

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Merdeka Malang



Dr. Nawang Warsi Wulandari, S.Psi., M.Si., Psikolog

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul “Hubungan *Self-Concept* Dengan *Self-Esteem* Pengguna Media Sosial *Instagram* Pada *Emerging Adulthood*” adalah karya orisinal yang disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Merdeka Malang. Skripsi ini belum pernah diajukan dalam bentuk utuh maupun sebagian untuk memperoleh gelar sarjana di institusi pendidikan lain, dan sejauh pengetahuan saya, tidak ada karya atau pendapat yang telah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan tercantum dalam daftar pustaka.

Malang, 25 Februari 2023



Aldo Hamora Kurnia Tambunan

MOTTO

“You're going to be all right. You just stumbled over a stone on the road. It means nothing. Your goal lies far beyond this. Doesn't it? I'm sure you'll overcome this.

You'll walk again... soon.” - Guts

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini merupakan persembahan istimewa untuk orang yang saya cintai yaitu kedua orang tua dan kakak saya yang sudah berkorban begitu banyak untuk saya. Terimakasih sudah menjadi orang terdepan, terimakasih sudah memahami saya lebih dari saya memahami diri saya sendiri. Terimakasih atas cinta dan dukungan yang telah diberikan kepada saya. Terimakasih karena selalu ada untuk saya dan selalu menopang saya dengan sukacita. Terimakasih atas kehadirannya.

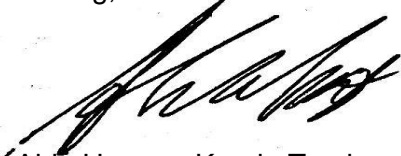
UCAPAN TERIMAKASIH

Penulisan tugas akhir terlampir, peneliti mengucapkan terimakasih kepada beberapa pihak yang sudah berperan dalam proses penyelesaian skripsi ini antara lain:

1. Terimakasih kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan rahmat, penyertaan-Nya untuk menghadapi semua rintangan selama proses menyelesaikan tugas akhir yaitu skripsi.
2. Ibu Dr. Nawang Warsi W, S.Psi., M.Si., psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi Unmer Malang peneliti ucapkan banyak terimakasih.
3. Ibu Husnul Khotimah, S.Psi., M.A selaku dosen pembimbing utama dan Bapak Taufiqurrahman, S.Psi., MA selaku CO pembimbing yang senantiasa membimbing anak didiknya dengan penuh kesabaran. Terimakasih untuk kritik dan saran yang membangun serta motivasi dan dukungan sehingga peneliti dapat memberikan yang terbaik dalam mengerjakan skripsi.
4. Bapak, ibu dosen dan staff Fakultas Psikologi Universitas Merdeka Malang. Terimakasih atas bimbingan ilmu yang diajarkan kepada peneliti selama kuliah.
5. Terimakasih tidak terhingga untuk kedua orang tua dan keluarga peneliti sehingga mampu menyelesaikan tugas akhir yaitu skripsi.
6. Terimakasih untuk kedua sahabat peneliti Herry dan Rio as Somin yang membuat saya terpacu untuk cepat menyelesaikan skripsi ini.
7. Terimakasih untuk teman-teman peneliti di AM yang selalu memberi motivasi dan harapan bagi saya.

8. Terimakasih untuk teman-teman peneliti yaitu mbak Widi, Zaza, Ella, Lunav, Rein, Zima, Anggun, Agung, Rosit, Dhana, Robeth dan teman-teman yang lainnya yang sudah mendukung dan membantu selama proses pengerjaan skripsi.
9. Terakhir terimakasih untuk diri peneliti yang sudah membanggakan dengan mengerjakan skripsi ini sendirian, dari yang tidak mengerti sama sekali sampai akhirnya bisa mengerti dan bisa membagi ilmu dengan teman-teman seperjuangan, mulai dari jatuh bangun dalam mengerjakannya, hilangnya motivasi, serta bisa bangkit dari ketakutan dan kecemasan yang dialami selama pengerjaan skripsi ini. Hingga akhirnya saya bisa menyelesaikannya sekali lagi terimakasih untuk diriku sudah menjadi kuat dan hebat.

Malang, 25 Februari 2023



Aldo Hamora Kurnia Tambunan

KATA PENGANTAR

Penulis bersyukur dan mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas semua berkat dan anugerah-Nya yang senantiasa mendampingi penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini. Dengan bimbingan dan pertolongan-Nya, penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul **“HUBUNGAN *SELF-CONCEPT* DENGAN *SELF-ESTEEM* PENGGUNA MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* PADA *EMERGING ADULTHOOD*”**

Skripsi ini dibuat untuk mengetahui hubungan *self-concept* dengan *self-esteem* pada pengguna media sosial *Instagram* pada *emerging adulthood* di Kota Malang guna memenuhi syarat memperoleh gelar S1 program studi Psikologi.

Penulis dengan rendah hati mengharapkan umpan balik, kritik, dan saran yang konstruktif guna memperbaiki dan menyempurnakan skripsi ini, mengakui kekurangan dan ketidaksempurnaan yang ada. Proses penyelesaian skripsi ini tidaklah mudah, namun dengan rahmat Tuhan, penulis dapat melalui dan menyelesaikannya dengan baik.

Akhir kata, Penulis berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam bidang ilmiah serta memberikan manfaat bagi perkembangan pengetahuan di bidang yang relevan. Semoga hasil penelitian ini mampu menginspirasi dan memberikan kontribusi positif bagi semua pihak yang membacanya.

Malang, 25 Februari 2023

Penulis,

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
INTISARI.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENGANTAR	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat.....	7
D. Perbedaan Dengan Penelitian Sebelumnya	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. <i>Self-Esteem</i>	11
1. Definisi <i>Self-Esteem</i>	11
2. Aspek-aspek <i>Self-Esteem</i>	13
3. Karakteristik <i>Self-Esteem</i>	14
4. Media Sosial <i>Instagram</i>	17
B. <i>Self-Concept</i>	22
1. Definisi <i>Self-Concept</i>	22
2. Aspek-aspek <i>Self-Concept</i>	24
3. Faktor-faktor <i>Self-Concept</i>	25
4. Karakteristik <i>Self-Concept</i>	26
C. Emerging Adulthood	28
D. Hubungan <i>Self-Concept</i> Dengan <i>Self-Esteem</i> Pengguna Media Sosial <i>Instagram</i> Pada Emerging Adulthood.....	31
E. Kerangka Pemikiran Penelitian	34

F. Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel.....	35
B. Subjek Penelitian	36
C. Cara Pengumpulan Data	39
D. Desain Penelitian.....	43
E. Cara Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
A. Deskripsi Subjek.....	46
B. Deskripsi Penelitian Data.....	47
C. Hasil	55
D. Pembahasan	57
BAB V PENUTUP	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penskoran Pada Skala Likert.....	39
Tabel 2. <i>Blue Print</i> Skala <i>Self-Esteem</i>	40
Tabel 3. <i>Blue Print</i> Skala <i>Self-Concept</i>	41
Tabel 4. Interpretasi Koefisien Korelasi	45
Tabel 5. Jumlah Data Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 6. Jumlah Data Penelitian Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 7. Deskripsi Data Subjek	47
Tabel 8. Rumus Skor Standar	48
Tabel 9. Kategorisasi Data <i>Self-Concept</i>	48
Tabel 10. Data Tingkat <i>Self-Concept</i> Pada <i>Emerging Adulthood</i> Yang Ada di Kota Malang (Jenis Kelamin)	49
Tabel 11. Kategorisasi Data <i>Self-Esteem</i>	49
Tabel 12. Data Tingkat <i>Self-Esteem</i> Pada <i>Emerging Adulthood</i> Yang Ada di Kota Malang (Jenis Kelamin).. ..	50
Tabel 13. Sebaran Item Skala <i>Self-Esteem Try Out</i>	51
Tabel 14. Sebaran Item Skala <i>Self-Esteem</i> Penelitian	52
Tabel 15. Sebaran Item Skala <i>Self-Concept Try Out</i>	53
Tabel 16. Sebaran Item Skala <i>Self-Concept</i> Penelitian	54
Tabel 17. Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 18. Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 19. Hasil Uji Linieritas	56
Tabel 20. Hasil Uji Hipotesis.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	34
Gambar 2. Rumus Lemeshow.....	38
Gambar 3. Perhitungan Rumus Lemeshow.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Expert Judgment Self-Concept dan Self-Esteem</i>	69
Lampiran 2. Tabulasi Data <i>Try Out Self-Concept dan Self-Esteem</i>	75
Lampiran 3. Validitas <i>Self-Concept dan Self-Esteem</i>	90
Lampiran 4. Skala <i>Self-Concept dan Self-Esteem</i>	95
Lampiran 5. Reliabilitas Skala Penelitian	100
Lampiran 6. Tabulasi Data Penelitian	102
Lampiran 7. Hasil Uji Normalitas, Linearitas dan Hipotesis	121
Lampiran 8. Hasil Turnitin dan Daftar Riwayat Hidup.....	124

HUBUNGAN *SELF-CONCEPT* DENGAN *SELF-ESTEEM* PENGGUNA MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* PADA *EMERGING ADULTHOOD*

Aldo Hamora Kurnia Tambunan

Fakultas Psikologi, Universitas Merdeka Malang

INTISARI

Emerging adulthood adalah masa transisi yang tidak dapat digambarkan sebagai masa remaja atau masa dewasa awal. Adanya media sosial *Instagram* ini memberikan dampak positif maupun negatif pada penilaian diri pada *emerging adulthood*. *Self-esteem* atau harga diri merupakan pemberian nilai terhadap tindakan atau pemikiran yang dibuat individu baik dan buruknya. Kasus perbandingan sosial di *Instagram* sangat mempengaruhi *self-esteem* yang dimiliki individu, adanya perbandingan sosial ini membuat banyaknya *emerging adulthood* memiliki *self-esteem* yang rendah di era modern ini. Selain itu, *self-esteem* adalah tingkat evaluasi diri yang baik atau buruk dan memiliki keterkaitan terhadap *self-concept* individu. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan *self-concept* dengan *self-esteem* pengguna media sosial *Instagram* pada *emerging adulthood*. Metode kuantitatif digunakan dengan menggunakan populasi "infinite" pada *emerging adulthood* di Kota Malang dan sampel sebanyak 100 subjek diambil menggunakan teknik *accidental sampling*. Alat ukur yang digunakan adalah skala *Self-Concept* (37 Valid) dan skala *Self-Esteem* (34 Valid) dalam bentuk skala likert. Hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *self-concept* dan *self-esteem*, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,025$ dan koefisien korelasi sebesar 0,595. Kesimpulannya, terdapat hubungan positif antara *self-concept* dengan *self-esteem* pengguna media sosial *Instagram* pada masa *emerging adulthood*. Jika *self-concept* baik maka *self-esteem* yang dimiliki juga baik.

Kata Kunci: *Self-Concept, Self-Esteem, Instagram, Emerging Adulthood*

HUBUNGAN SELF-CONCEPT DENGAN SELF-ESTEEM PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA EMERGING ADULTHOOD

Aldo Hamora Kurnia Tambunan

Faculty of Psychology, Merdeka University Malang

ABSTRACT

Early adulthood is a transitional period that cannot be described as adolescence or early adulthood. The existence of Instagram social media has a positive or negative impact on self-assessment in young adulthood. Self-esteem or self-esteem is giving value to actions or thoughts carried out by individuals, good or bad. The case of social comparison on Instagram greatly affects individual self-esteem, this social comparison makes many young adults have low self-esteem in this modern era. In addition, self-esteem is a good or bad level of self-assessment and has a relationship with the individual's self-concept. The purpose of this study was to determine the relationship between self-concept and self-esteem in young adult Instagram social media users. The quantitative method used was the "infinite" emerging adult population in Malang City and a sample of 100 subjects was taken by accidental sampling technique. The measuring instrument used is the Self-Concept scale (37 Valid) and the Self-Esteem scale (34 Valid) in the form of a Likert scale. The results of the correlation analysis show that there is a significant relationship between self-concept and self-esteem, with a significance value of $0.000 < 0.025$ and a correlation coefficient of 0.595. In conclusion, there is a positive relationship between self-concept and self-esteem of Instagram social media users in early adulthood. If self-concept is good then self-esteem is also good.

Keywords: Self-Concept, Self-Esteem, Instagram, Emerging Adulthood