

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 4.1.1 Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesahihan setiap item pernyataan dalam mengukur variabelnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing pernyataan item yang ditujukan ke pada responden dengan total skor untuk seluruh item. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pernyataan dalam penelitian ini adalah korelasi *Pearson Product Moment*. Apabila nilai koefisien korelasi butir item pernyataan yang sedang diuji lebih besar dari r-kritis 0.3. maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut merupakan konstruksi (*construct*) yang valid. Adapun hasil uji validitas kuesioner untuk variabel yang diteliti disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas**  
**Variabel Penggunaan media sosial *Instagram* (X)**

<b>Item Pertanyaan</b>	<b>Koefesien Validitas</b>	<b>r-kritis</b>	<b>Keterangan</b>
Item Pernyataan 1	0.603	0.300	Valid
Item Pernyataan 2	0.482	0.300	Valid
Item Pernyataan 3	0.477	0.300	Valid
Item Pernyataan 4	0.535	0.300	Valid
Item Pernyataan 5	0.655	0.300	Valid
Item Pernyataan 6	0.616	0.300	Valid
Item Pernyataan 7	0.360	0.300	Valid
Item Pernyataan 8	0.604	0.300	Valid
Item Pernyataan 9	0.661	0.300	Valid
Item Pernyataan 10	0.668	0.300	Valid
Item Pernyataan 11	0.528	0.300	Valid

Item Pernyataan 12	0.546	0.300	Valid
Item Pernyataan 13	0.657	0.300	Valid
Item Pernyataan 14	0.560	0.300	Valid
Item Pernyataan 15	0.626	0.300	Valid
Item Pernyataan 16	0.462	0.300	Valid
Item Pernyataan 17	0.574	0.300	Valid
Item Pernyataan 18	0.739	0.300	Valid
Item Pernyataan 19	0.643	0.300	Valid
Item Pernyataan 20	0.600	0.300	Valid
Item Pernyataan 21	0.707	0.300	Valid
Item Pernyataan 22	0.671	0.300	Valid
Item Pernyataan 23	0.650	0.300	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan dengan SPSS version.17

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas**  
**Variabel Pembentukan Citra Diri (Y)**

<b>Item Pertanyaan</b>	<b>Koefesien Validitas</b>	<b>r-kritis</b>	<b>Keterangan</b>
Item Pernyataan 1	0.848	0.300	Valid
Item Pernyataan 2	0.796	0.300	Valid
Item Pernyataan 3	0.867	0.300	Valid
Item Pernyataan 4	0.780	0.300	Valid
Item Pernyataan 5	0.619	0.300	Valid
Item Pernyataan 6	0.719	0.300	Valid
Item Pernyataan 7	0.625	0.300	Valid
Item Pernyataan 8	0.744	0.300	Valid
Item Pernyataan 9	0.741	0.300	Valid
Item Pernyataan 10	0.616	0.300	Valid
Item Pernyataan 11	0.735	0.300	Valid
Item Pernyataan 12	0.813	0.300	Valid
Item Pernyataan 13	0.693	0.300	Valid
Item Pernyataan 14	0.611	0.300	Valid
Item Pernyataan 15	0.617	0.300	Valid
Item Pernyataan 16	0.784	0.300	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan dengan SPSS version.17

Pada kedua tabel di atas terlihat bahwa seluruh item pernyataan memiliki koefisien validitas yang lebih besar dari r-kritis 0.3. sehingga item-item tersebut layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

#### 4.1.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan terhadap butir pernyataan yang termasuk dalam kategori *valid*. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara menguji coba instrument sekali saja. kemudian dianalisis dengan menggunakan metode *alpha cronbach*. Kuesioner dikatakan andal apabila koefisien *reliabilitas* bernilai positif dan lebih besar dari pada 0.7. Adapun hasil dari uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Realibilitas Variabel Penelitian**

Variabel	Koefesien Realibilitas	r-kritis	Keterangan
X	0.916	0.700	Realibel
Y	0.940	0.700	Realibel

Sumber : Hasil Pengolahan dengan SPSS version.17

Nilai reliabilitas butir pernyataan pada kuesioner masing-masing variabel yang sedang diteliti lebih besar dari 0.70 hasil ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan pada kuesioner andal untuk mengukur variabelnya.

#### 4.2 Data Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna *Instagram* aktif yang terdaftar sebagai mahasiswa Fikom Unisba dalam kurun waktu 3 tahun terakhir yaitu angkatan 2011-2013 sejumlah 93 mahasiswa, kemudian dari hasil pengumpulan dan pengolahan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden tersebut dapat diketahui dari tabel-tabel karakteristik responden yang diteliti berikut ini;

**Tabel 4.4**  
**Usia Responden**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
6 - 12 tahun	0	0.00%
13 - 15 tahun	0	0.00%
16 - 18 tahun	17	18.28%
19 - 23 tahun	72	77.42%
≥24 tahun	4	4.30%
<b>Jumlah</b>	<b>93</b>	<b>100,00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data,2015

Dari tabel 4.4 diatas diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki usia 19 - 23 tahun sebanyak 72 orang atau 77.42% dari 93 orang responden, selanjutnya usia 16 - 18 tahun sebanyak 17 orang atau 18.28% dari 93 orang responden dan usia ≥24 tahun sebanyak 4 orang atau 4.30% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.5**  
**Jenis Kelamin Responden**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Laki-Laki	54	58.06%
Perempuan	39	41.94%
<b>Jumlah</b>	<b>93</b>	<b>100,00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data,2015

Dari tabel 4.5 diatas diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 54 orang atau 58.06% dari 93 orang responden, sedangkan jumlah terkecil responden memiliki jenis kelamin perempuan sebanyak 39 orang atau 41.94% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.6**  
**Penggunaan media sosial Instagram**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Ya	93	100.00%
Tidak	0	0.00%
<b>Jumlah</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data,2015

Dari tabel 4.6 diatas diketahui bahwa seluruh responden menggunakan media sosial instagram sebanyak 93 orang atau 100.00% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.7**  
**Media sosial yang digunakan selain instagram**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Facebook	16	12.21%
Path	73	55.73%
Twitter	33	25.73%
Tumblr	9	6.87%
<b>Jumlah</b>	<b>131</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data,2015

Dari tabel 4.7 diatas diketahui bahwa selain instagram sebagian besar responden menggunakan path sebanyak 73 orang atau 55.73% dari 93 orang responden, selanjutnya Twitter sebanyak 33 orang atau 25.73% dari 93 orang responden, Facebook sebanyak 16 orang atau 12.21% dari 93 orang responden dan Tumblr sebanyak 9 orang atau 6.87% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.8**  
**Operation system yang diguankan untuk instagram**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
IOS	33	33.00%
Android	59	59.00%
Windows	3	3.00%
Lainnya	5	5.00%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data,2015

Dari tabel 4.8 diatas diketahui bahwa operasi system yang digunakan untuk instagram sebagian besar responden menggunakan android sebanyak 59 orang atau 59.00%, selanjutnya Ios sebanyak 33 orang atau 33.00%, lainnya sebanyak 5 orang atau 5.00% dan windows sebanyak 3 orang atau 3.00%.

**Tabel 4.9**  
**Koneksi untuk mengakses instagram**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Wi-Fi	22	21.15%
Paket Data Seluler	82	78.85%
<b>Jumlah</b>	<b>104</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data,2015

Dari tabel 4.9 diatas diketahui bahwa koneksi yang digunakan untuk mengakses instagram sebagian besar responden menggunakan Paket Data Seluler sebanyak 82 orang atau 78.85%, sedangkan jumlah terkecil responden menggunakan wi-fi sebanyak 22 orang atau 21.15%.

**Tabel 4.10**  
**Sejak kapan penggunaan media sosial instagram**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
< 6 bulan	11	11.83%
≥ 6 bulan	8	8.60%
< 12 bulan	12	12.90%
≥ 12 bulan	62	66.67%
<b>Jumlah</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data,2015

Dari tabel 4.10 diatas diketahui bahwa responden sebagian besar telah ≥ 12 bulan menggunakan media sosial instagram yaitu sebanyak 62 orang atau 66.67% dari 93 orang responden, selanjutnya < 12 bulan yaitu sebanyak 12 orang atau 12.90% dari 93 orang responden, < 6 bulan yaitu sebanyak 11 orang atau 11.83% dari 93 orang responden dan ≥ 6 bulan yaitu sebanyak 8 orang atau 8.60% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.11**  
**Banyaknya menggunakan media sosial Instagram**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1 Kali	21	22.58%
2 Kali	11	11.83%
3 kali	20	21.51%
≥4 kali	41	44.09%
<b>Jumlah</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data,2015

Dari tabel 4.11 diatas diketahui bahwa responden sebagian besar banyaknya menggunakan media sosial instagram sebagian besar menggunakan  $\geq 4$  kali sebanyak 41 orang atau 44.09% dari 93 orang responden, selanjutnya 1 kali sebanyak 21 orang atau 22.58% dari 93 orang responden, 3 kali sebanyak 20 orang atau 21.51% dari 93 orang responden dan 2 kali sebanyak 11 orang atau 11.83% dari 93 orang responden.

### **4.3 Deskripsi Data Penelitian**

Setelah melihat dan menganalisa data responden. selanjutnya akan dibahas mengenai data penelitian. Data penelitian ini merupakan hasil jawaban responden dalam mengisi angket penelitian yang disebarakan. Pada analisa penelitian. penulis uraikan berdasar kepada operasionalisasi variabel penelitian untuk menjawab identifikasi masalah yang ingin diketahui oleh penulis.

Data yang telah dikumpulkan diklasifikasikan dan dianalisa dengan menggunakan teknik analisis deskriptif dan teknik analisis Inferensial. Data dikumpulkan dengan menggunakan alat ukur angket yang telah dicoba uji reliabilitasnya. Deskripsi dan operasionalisasi konsep-konsep dalam angket ini dilakukan berdasarkan pengamatan terhadap gejala-gejala di lapangan.

Teknik analisis statistik deskriptif bertujuan untuk menjelaskan mengenai keseluruhan data yang dikumpulkan dengan memaparkan, mengelompokkan dan mengklasifikasikan ke dalam tabel distribusi frekuensi yang kemudian diberikan penjelasan.

#### **4.3.1 Variabel Penggunaan media sosial *Instagram* (X)**

Dalam menganalisa variabel media sosial Instagram, peneliti membaginya menjadi empat sub variabel yang terdiri dari Kognitif (kebutuhan informasi), Integratif personal (pengaruh kredibilitas), Integratif Sosial (kebutuhan sosial) dan Pelepasan Ketegangan, yang hasilnya didapatkan sebagai berikut;

##### **4.3.1.1 Gambaran mengenai Kognitif (kebutuhan informasi)**

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai Kognitif (kebutuhan informasi), maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 7 pernyataan. kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut (Sudjana : 91) :

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Dimana;

c = Panjang interval kelas

$X_n$  = Nilai terbesar

$X_1$  = Nilai terkecil

k = Banyaknya kelas. dalam hal ini adalah 3 (Baik-Cukup-Kurang)

Kognitif (kebutuhan informasi) terdiri dari 7 item pertanyaan. setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai, nilai skor terbesar



adalah 34 sedangkan skor terendah adalah 19, untuk menentukan interval setiap kategori pada tiga kelas. maka, dilakukan perhitungan sebagai berikut;

$$c = \frac{34 - 19}{3} = 5$$

Dengan demikian. maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori kelas pada teknik partisipasi adalah sebagai berikut;

Jumlah skor 19 – 24 : Kurang

Jumlah skor 24.1.1 – 29 : Cukup

Jumlah skor 29.1.1- 34 : Baik

Sehingga didapatkan hasil sebagai berikut;

**Tabel 4.12**  
**Persepsi Responden mengenai Kognitif (kebutuhan informasi)**

Sub Variabel	Kategori	f	Perhitungan	Persentase
Kognitif (kebutuhan informasi)	Baik	23	$f / \Sigma n \times 100\%$	24.73%
	Cukup	61	$f / \Sigma n \times 100\%$	65.59%
	Kurang	9	$f / \Sigma n \times 100\%$	9.68%
<b>Total</b>		<b>93</b>	<b><math>f / \Sigma n \times 100\%</math></b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Dari tabel 4.12 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai Kognitif (kebutuhan informasi) sebagian besar responden memiliki persepsi dalam kategori cukup sebanyak 61 orang atau 65.59% dari 93 orang responden, dan jumlah terkecil responden memiliki persepsi dalam kategori kurang sebanyak 9 orang atau 9.68% dari 93 orang responden.

Secara detail. kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 93 orang responden untuk tiap item pertanyaan pada Kognitif (kebutuhan informasi) pada tabel-tabel dibawah ini;

**Tabel 4.13**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Instagram merupakan media sosial yang dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi para penggunanya”**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	8	8.60%
Setuju	67	72.04%
Kurang Setuju	15	16.13%
Tidak Setuju	2	2.15%
Sangat Tidak Setuju	1	1.08%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.13 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Instagram merupakan media sosial yang dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi para penggunanya”, sebagian besar responden sebanyak 67 orang atau 72.04% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 1 orang atau 1.27% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.14**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Saudara/I memahami maksud dan penggunaan Instagram sebagai media sosial”**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	21	22.58%
Setuju	62	66.67%
Kurang Setuju	10	10.75%
Tidak Setuju	0	0.00%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.14 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Saudara/I memahami maksud dan penggunaan

Instagram sebagai media sosial”, sebagian besar responden sebanyak 62 orang atau 66.67% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Sangat Setuju” sebanyak 21 orang atau 22.58% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.15**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Fungsi Instagram sesuai dengan nama Instan dan Gram**  
**(fungsi foto Polaroid)”**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	13	13.98%
Setuju	64	68.82%
Kurang Setuju	15	16.13%
Tidak Setuju	1	1.08%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.15 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Fungsi Instagram sesuai dengan nama Instan dan Gram (fungsi foto Polaroid)”, sebagian besar responden sebanyak 64 orang atau 68.82% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 1 orang atau 1.08% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.16**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Pengguna mendapatkan informasi terkini dari Account Instagram yang**  
**di follow ( pribadi/kelompok)”**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	18	19.35%
Setuju	59	63.44%
Kurang Setuju	14	15.05%
Tidak Setuju	2	2.15%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%

<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>
--------------	-----------	----------------

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.16 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Pengguna mendapatkan informasi terkini dari Account Instagram yang di follow ( pribadi/kelompok)”, sebagian besar responden sebanyak 59 orang atau 63.44%dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 2 orang atau 2.15% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.17**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Informasi yang diperoleh dari *Instagram* menambah wawasan Saudara/I**  
**terhadap account yang saudara/i follow”**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	15	16.13%
Setuju	60	64.52%
Kurang Setuju	16	17.20%
Tidak Setuju	2	2.15%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.17 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Informasi yang diperoleh dari *Instagram* menambah wawasan Saudara/I terhadap account yang saudara/i follow”, sebagian besar responden sebanyak 60 orang atau 64.52% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 2 orang atau 2.15% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.18**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Dengan *Instagram* saudara/I dapat mengetahui keadaan**  
**lingkungan sekitar”**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	13	13.98%
Setuju	62	66.67%
Kurang Setuju	16	17.20%
Tidak Setuju	2	2.15%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.18 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Dengan *Instagram* saudara/I dapat mengetahui keadaan lingkungan sekitar”, sebagian besar responden sebanyak 62 orang atau 66.67% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 2 orang atau 2.15% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.19**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Melalui *Instagram* anda dapat mengetahui mengenai Trend yang**  
**sedang berkembang saat ini”**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	25	26.88%
Setuju	56	60.22%
Kurang Setuju	10	10.75%
Tidak Setuju	2	2.15%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.19 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Melalui *Instagram* anda dapat mengetahui mengenai Trend yang sedang berkembang saat ini”, sebagian besar responden sebanyak 56

orang atau 60.22% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 2 orang atau 2.15% dari 93 orang responden.

#### 4.3.1.2 Gambaran mengenai *Integratif personal (pengaruh kredibilitas)*

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai *Integratif personal (pengaruh kredibilitas)*, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 4 pernyataan. kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut (Sudjana : 91) :

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Dimana;

c = Panjang interval kelas

$X_n$  = Nilai terbesar

$X_1$  = Nilai terkecil

k = Banyaknya kelas. dalam hal ini adalah 3 (Baik-Cukup-Kurang)

*Integratif personal (pengaruh kredibilitas)* terdiri dari 4 item pertanyaan. setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai, nilai skor terbesar adalah 20 sedangkan skor terendah adalah 9, untuk menentukan interval setiap kategori pada tiga kelas. maka, dilakukan perhitungan sebagai berikut;

$$c = \frac{20 - 9}{3} = 3.67$$

Dengan demikian. maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori kelas pada *Integratif personal (pengaruh kredibilitas)* adalah sebagai berikut;

Jumlah skor 9 – 12.67 : Kurang

Jumlah skor 12.68 – 16.35 : Cukup

Jumlah skor 16.36 – 20 : Baik

Sehingga didapatkan hasil sebagai berikut;

**Tabel 4.20**  
**Persepsi Responden mengenai *Integratif personal (pengaruh kredibilitas)***

Sub Variabel	Kategori	f	Perhitungan	Persentase
<i>Integratif personal (pengaruh kredibilitas)</i>	Baik	22	$f / \Sigma n \times 100\%$	23.66%
	Cukup	58	$f / \Sigma n \times 100\%$	62.37%
	Kurang	13	$f / \Sigma n \times 100\%$	13.98%
<b>Total</b>		<b>93</b>	<b><math>f / \Sigma n \times 100\%</math></b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Dari tabel 4.16 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai *Integratif personal (pengaruh kredibilitas)* sebagian besar responden memiliki persepsi dalam kategori cukup sebanyak 58 orang atau 62.37% dari 93 orang responden, dan jumlah terkecil responden memiliki persepsi dalam kategori kurang sebanyak 13 orang atau 13.98% dari 93 orang responden.

Secara detail. kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 93 orang responden untuk tiap item pertanyaan pada *Integratif personal (pengaruh kredibilitas)* pada tabel-tabel dibawah ini;

**Tabel 4.21**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Instagram memberikan kepercayaan yang tinggi kepada para pengguna mengenai foto yang diposting”**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	11	11.83%
Setuju	60	64.52%
Kurang Setuju	19	20.43%
Tidak Setuju	3	3.23%

Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.21 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “*Instagram* memberikan kepercayaan yang tinggi kepada para pengguna mengenai foto yang diposting”, sebagian besar responden sebanyak 60 orang atau 64.52% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 3 orang atau 3.23% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.22**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Para pengguna dapat mempercayai *Instagram* sebagai**  
**media sosial yang bersifat pribadi”**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	10	10.75%
Setuju	52	55.91%
Kurang Setuju	26	27.96%
Tidak Setuju	4	4.30%
Sangat Tidak Setuju	1	1.08%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.22 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Para pengguna dapat mempercayai *Instagram* sebagai media sosial yang bersifat pribadi”, sebagian besar responden sebanyak 52 orang atau 55.91% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 1 orang atau 1.08% dari 93 orang responden.



**Tabel 4.23**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Instagram memberikan kepercayaan kepada pengguna untuk**  
**dijadikan jurnal keseharian penggunanya”**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	7	7.53%
Setuju	59	63.44%
Kurang Setuju	24	25.81%
Tidak Setuju	3	3.23%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.23 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Instagram memberikan kepercayaan kepada pengguna untuk dijadikan jurnal keseharian penggunanya”, sebagian besar responden sebanyak 59 orang atau 63.44% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 3 orang atau 3.23% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.24**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Para pengguna Instagram dapat membangun pencitraan dirinya**  
**dalam media sosial Instagram”**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	20	21.51%
Setuju	57	61.29%
Kurang Setuju	15	16.13%
Tidak Setuju	1	1.08%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.24 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Para pengguna Instagram dapat membangun pencitraan dirinya dalam media sosial Instagram”, sebagian besar responden

sebanyak 57 orang atau 61.29% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 1 orang atau 1.08% dari 93 orang responden.

#### **4.3.1.3 Gambaran mengenai Integratif Sosial (kebutuhan sosial)**

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden Integratif Sosial (kebutuhan sosial), maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 6 pernyataan. kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut (Sudjana : 91) :

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Dimana;

c = Panjang interval kelas

$X_n$  = Nilai terbesar

$X_1$  = Nilai terkecil

k = Banyaknya kelas. dalam hal ini adalah 3 (Baik-Cukup-Kurang)

Integratif Sosial (kebutuhan sosial) terdiri dari 6 item pertanyaan. setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai, nilai skor terbesar adalah 30 sedangkan skor terendah adalah 13, untuk menentukan interval setiap kategori pada tiga kelas. maka, dilakukan perhitungan sebagai berikut;

$$c = \frac{30 - 13}{3} = 5.67$$

Dengan demikian. maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori kelas pada Integratif Sosial (kebutuhan sosial) adalah sebagai berikut;

Jumlah skor 13 – 18.67 : Kurang

Jumlah skor 18.68 – 24.35 : Cukup

Jumlah skor 24.36 – 30 : Baik

Sehingga didapatkan hasil sebagai berikut;

**Tabel 4.25**  
**Persepsi Responden mengenai Integratif Sosial (kebutuhan sosial)**

Sub Variabel	Kategori	f	Perhitungan	Persentase
Integratif Sosial (kebutuhan sosial)	Baik	24	$f / \Sigma n \times 100\%$	25.81%
	Cukup	65	$f / \Sigma n \times 100\%$	69.89%
	Kurang	4	$f / \Sigma n \times 100\%$	4.30%
<b>Total</b>		<b>93</b>	<b><math>f / \Sigma n \times 100\%</math></b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Dari tabel 4.21 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai Integratif Sosial (kebutuhan sosial) sebagian besar responden memiliki persepsi dalam kategori cukup sebanyak 65 orang atau 69.89% dari 93 orang responden, dan jumlah terkecil responden memiliki persepsi dalam kategori kurang sebanyak 4 orang atau 4.30% dari 93 orang responden.

Secara detail. kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 93 orang responden untuk tiap item pertanyaan pada Integratif Sosial (kebutuhan sosial) pada tabel-tabel dibawah ini;

**Tabel 4.26**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“media sosial Instagram dapat mendekatkan hubungan saudara/I**  
**dengan kerabat jauh saudara/i”**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	11	11.83%
Setuju	67	72.04%
Kurang Setuju	12	12.90%
Tidak Setuju	3	3.23%

Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.26 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “media sosial *Instagram* dapat mendekatkan hubungan saudara/I dengan kerabat jauh saudara/i”, sebagian besar responden sebanyak 67 orang atau 72.04% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 3 orang atau 3.23% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.27**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Saudara/I dapat dengan mudah berinteraksi dengan Account lain**  
**di media sosial *Instagram*”**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	18	19.35%
Setuju	59	63.44%
Kurang Setuju	13	13.98%
Tidak Setuju	3	3.23%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.27 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Saudara/I dapat dengan mudah berinteraksi dengan Account lain di media sosial *Instagram*”, sebagian besar responden sebanyak 59 orang atau 63.44% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 3 orang atau 3.23% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.28**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“media sosial *Instagram* dapat mendekatkan yang jauh dan menjauhkan**  
**yang dekat antara sesama penggunanya”**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	11	11.83%
Setuju	60	64.52%
Kurang Setuju	20	21.51%
Tidak Setuju	2	2.15%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.28 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “media sosial *Instagram* dapat mendekatkan yang jauh dan menjauhkan yang dekat antara sesama penggunanya”, sebagian besar responden sebanyak 60 orang atau 64.52% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 2 orang atau 2.15% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.29**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Saudara/I menggunakan *Instagram* untuk mempermudah**  
**komunikasi dengan teman”**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	8	8.60%
Setuju	64	68.82%
Kurang Setuju	19	20.43%
Tidak Setuju	1	1.08%
Sangat Tidak Setuju	1	1.08%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.29 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Saudara/I menggunakan *Instagram* untuk

mempermudah komunikasi dengan teman”, sebagian besar responden sebanyak 64 orang atau 68.82% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 1 orang atau 1.08% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.30**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Saudara/i dapat mengetahui akan situasi dan kondisi yang**  
**diunggah oleh Account yang saudara/I follow”**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	13	13.98%
Setuju	69	74.19%
Kurang Setuju	10	10.75%
Tidak Setuju	1	1.08%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.30 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Saudara/i dapat mengetahui akan situasi dan kondisi yang diunggah oleh Account yang saudara/I follow”, sebagian besar responden sebanyak 69 orang atau 74.19% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 1 orang atau 1.08% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.31**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Saudara/I dapat bertukar informasi dengan**  
**Account lain di Instagram”**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	16	17.20%
Setuju	61	65.59%
Kurang Setuju	14	15.05%
Tidak Setuju	2	2.15%

Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.31 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Saudara/I dapat bertukar informasi dengan Account lain di *Instagram*”, sebagian besar responden sebanyak 61 orang atau 65.59% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 2 orang atau 2.15% dari 93 orang responden.

#### 4.3.1.4 Gambaran mengenai Pelepasan Ketegangan

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden Pelepasan Ketegangan, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 6 pernyataan. kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut (Sudjana : 91) :

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Dimana;

c = Panjang interval kelas

$X_n$  = Nilai terbesar

$X_1$  = Nilai terkecil

k = Banyaknya kelas. dalam hal ini adalah 3 (Baik-Cukup-Kurang)

Pelepasan Ketegangan terdiri dari 6 item pertanyaan. setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai, nilai skor terbesar adalah 29 sedangkan skor terendah adalah 6, untuk menentukan interval setiap kategori pada tiga kelas. maka, dilakukan perhitungan sebagai berikut;

$$c = \frac{29 - 6}{3} = 7.67$$

Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori kelas pada Pelepasan Ketegangan adalah sebagai berikut;

Jumlah skor 6 – 13.67 : Kurang

Jumlah skor 13.68 – 21.35 : Cukup

Jumlah skor 21.36 – 29 : Baik

Sehingga didapatkan hasil sebagai berikut;

**Tabel 4.32**  
**Persepsi Responden mengenai Pelepasan Ketegangan**

Sub Variabel	Kategori	f	Perhitungan	Persentase
Pelepasan Ketegangan	Baik	62	$f / \Sigma n \times 100\%$	66.67%
	Cukup	29	$f / \Sigma n \times 100\%$	31.18%
	Kurang	2	$f / \Sigma n \times 100\%$	2.15%
<b>Total</b>		<b>93</b>	<b><math>f / \Sigma n \times 100\%</math></b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Dari tabel 4.32 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai Pelepasan Ketegangan sebagian besar responden memiliki persepsi dalam kategori baik sebanyak 62 orang atau 66.67% dari 93 orang responden, dan jumlah terkecil responden memiliki persepsi dalam kategori kurang sebanyak 2 orang atau 2.15% dari 93 orang responden.

Secara detail, kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 93 orang responden untuk tiap item pertanyaan pada Pelepasan Ketegangan (kebutuhan sosial) pada tabel-tabel dibawah ini;



**Tabel 4.33**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Instagram dapat menghindarkan saudara/i dari tekanan pikiran”**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	6	6.45%
Setuju	61	65.59%
Kurang Setuju	23	24.73%
Tidak Setuju	2	2.15%
Sangat Tidak Setuju	1	1.08%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.33 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Instagram dapat menghindarkan saudara/i dari tekanan pikiran”, sebagian besar responden sebanyak 61 orang atau 65.59% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 1 orang atau 1.08% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.34**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Pengguna dapat melampiaskan segala keluhan yang dialaminya**  
**kedalam media sosial *Instagram*”**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	12	12.90%
Setuju	44	47.31%
Kurang Setuju	28	30.11%
Tidak Setuju	6	6.45%
Sangat Tidak Setuju	3	3.23%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.34 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Pengguna dapat melampiaskan segala keluhan yang dialaminya kedalam media sosial *Instagram*”, sebagian besar responden

sebanyak 44 orang atau 47.31% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 3 orang atau 3.23% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.35**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Pengguna dapat merasa terhibur dengan postingan yang diunggah**  
**oleh teman-temannya di media sosial Instagram”**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	11	11.83%
Setuju	70	75.27%
Kurang Setuju	10	10.75%
Tidak Setuju	1	1.08%
Sangat Tidak Setuju	1	1.08%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.35 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Pengguna dapat merasa terhibur dengan postingan yang diunggah oleh teman-temannya di media sosial Instagram”, sebagian besar responden sebanyak 70 orang atau 75.27% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 3 orang atau 3.23% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.36**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Instagram memberikan banyak fasilitas untuk**  
**menghibur penggunanya”**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	16	17.20%
Setuju	57	61.29%
Kurang Setuju	17	18.28%
Tidak Setuju	2	2.15%

Sangat Tidak Setuju	1	1.08%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.36 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “*Instagram* memberikan banyak fasilitas untuk menghibur penggunanya”, sebagian besar responden sebanyak 57 orang atau 61.29% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 1 orang atau 1.08% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.37**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“*Instagram* memfasilitasi saudara/I mencurahkan isi pikiran”**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	9	9.68%
Setuju	51	54.84%
Kurang Setuju	25	26.88%
Tidak Setuju	7	7.53%
Sangat Tidak Setuju	1	1.08%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.37 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “*Instagram* memfasilitasi saudara/I mencurahkan isi pikiran”, sebagian besar responden sebanyak 51 orang atau 54.84% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 1 orang atau 1.08% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.38**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Instagram adalah media sosial yang tepat untuk mencurahkan**  
**isi pikiran saudara/I”**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	11	11.83%
Setuju	45	48.39%
Kurang Setuju	27	29.03%
Tidak Setuju	7	7.53%
Sangat Tidak Setuju	3	3.23%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.38 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Instagram adalah media sosial yang tepat untuk mencurahkan isi pikiran saudara/I”, sebagian besar responden sebanyak 45 orang atau 48.39% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 3 orang atau 3.23% dari 93 orang responden.

#### 4.3.2 Gambaran mengenai Pembentukan Citra Diri (Y)

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai variabel Pembentukan Citra Diri (Y), maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 3 pernyataan. kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut (Sudjana : 91) :

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Dimana;

c = Panjang interval kelas

$X_n$  = Nilai terbesar

$X_1$  = Nilai terkecil

$k$  = Banyaknya kelas. dalam hal ini adalah 3 (Baik-Cukup-Kurang)

Pembentukan Citra Diri terdiri dari 16 item pertanyaan. setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai, nilai skor terbesar adalah 77 sedangkan skor terendah adalah 36, untuk menentukan interval setiap kategori pada tiga kelas. maka, dilakukan perhitungan sebagai berikut;

$$c = \frac{77 - 36}{3} = 13.67$$

Dengan demikian. maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori kelas pada Pembentukan Citra Diri adalah sebagai berikut;

Jumlah skor 36 - 49.67 : Kurang

Jumlah skor 49.68 - 63.35 : Cukup

Jumlah skor 63.36 - 77 : Baik

Sehingga didapatkan hasil sebagai berikut;

**Tabel 4.39**  
**Persepsi Responden mengenai Pembentukan Citra Diri**

Variabel	Kategori	f	Perhitungan	Persentase
Pembentukan Citra Diri	Baik	62	$f / \Sigma n \times 100\%$	66.67%
	Cukup	23	$f / \Sigma n \times 100\%$	24.73%
	Kurang	8	$f / \Sigma n \times 100\%$	8.60%
<b>Total</b>		<b>93</b>	<b><math>f / \Sigma n \times 100\%</math></b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2014

Dari tabel 4.39 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai Pembentukan Citra Diri sebagian besar responden memiliki persepsi dalam kategori baik sebanyak 62 orang atau 66.67% dari 93 orang responden,

dan jumlah terkecil responden memiliki persepsi dalam kategori kurang sebanyak 8 orang atau 8.60% dari 93 orang responden.

Secara detail, kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 93 orang responden untuk tiap item pertanyaan pada Pembentukan Citra Diri pada tabel-tabel dibawah ini;

**Tabel 4.40**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Pegguna *Instagram* mendapatkan persepsi baru mengenai account yang di follow melalui foto yang diposting dan fasilitas lain dalam *Instagram*”**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	8	8.60%
Setuju	68	73.12%
Kurang Setuju	14	15.05%
Tidak Setuju	3	3.23%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.40 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Pegguna *Instagram* mendapatkan persepsi baru mengenai account yang di follow melalui foto yang diposting dan fasilitas lain dalam *Instagram*”, sebagian besar responden sebanyak 68 orang atau 73.12% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 3 orang atau 3.23% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.41**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Followers akan mendapatkan persepsi atau makna baru mengenai**  
**pengguna melalui Foto yang di posting dan fasilitas lain dalam *Instagram*”**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	18	19.35%
Setuju	58	62.37%
Kurang Setuju	17	18.28%
Tidak Setuju	0	0.00%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.41 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Followers akan mendapatkan persepsi atau makna baru mengenai pengguna melalui Foto yang di posting dan fasilitas lain dalam *Instagram*”, sebagian besar responden sebanyak 58 orang atau 62.37% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Kurang Setuju” sebanyak 17 orang atau 18.28% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.42**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Pengguna memiliki keyakinan pada diri sendiri pada saat**  
**menggunakan *Instagram*”**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	8	8.60%
Setuju	65	69.89%
Kurang Setuju	15	16.13%
Tidak Setuju	5	5.38%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.42 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Pengguna memiliki keyakinan pada diri sendiri pada

saat menggunakan *Instagram*”, sebagian besar responden sebanyak 65 orang atau 69.89% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Setuju” sebanyak 8 orang atau 8.60% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.43**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Pengguna memahami foto yang di posting”**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	20	21.51%
Setuju	55	59.14%
Kurang Setuju	17	18.28%
Tidak Setuju	1	1.08%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.43 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Pengguna memahami foto yang di posting”, sebagian besar responden sebanyak 55 orang atau 59.14% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “ Tidak Setuju” sebanyak 1 orang atau 1.08% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.44**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Followers memahami foto yang diposting oleh account yang di follow”**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	14	15.05%
Setuju	61	65.59%
Kurang Setuju	18	19.35%
Tidak Setuju	0	0.00%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015



Pada tabel 4.44 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Followers memahami foto yang diposting oleh account yang di follow”, sebagian besar responden sebanyak 61 orang atau 65.59% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “ Sangat Setuju” sebanyak 14 orang atau 15.05% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.45**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Pengguna menganalisis foto yang akan di posting”**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	24	25.81%
Setuju	52	55.91%
Kurang Setuju	15	16.13%
Tidak Setuju	2	2.15%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.45 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Pengguna menganalisis foto yang akan di posting”, sebagian besar responden sebanyak 52 orang atau 55.91% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 2 orang atau 2.15% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.46**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Followers menganalisis foto yang dilihatnya di *Timeline*”**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	16	17.20%
Setuju	62	66.67%
Kurang Setuju	15	16.13%
Tidak Setuju	0	0.00%

Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.46 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Followers menganalisis foto yang dilihatnya di *Timeline*”, sebagian besar responden sebanyak 62 orang atau 66.67% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Kurang Setuju” sebanyak 15 orang atau 16.13% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.47**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Pengguna mengerti alasan memposting foto di instagram”**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	18	19.35%
Setuju	61	65.59%
Kurang Setuju	11	11.83%
Tidak Setuju	3	3.23%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.47 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Pengguna mengerti alasan memposting foto di instagram”, sebagian besar responden sebanyak 61 orang atau 65.59% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 3 orang atau 3.23% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.48**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Followers mengerti alasan account yang di follow**  
**mengenai foto yang diposting”**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	10	10.75%
Setuju	63	67.74%
Kurang Setuju	15	16.13%
Tidak Setuju	5	5.38%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.48 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Followers mengerti alasan account yang di follow mengenai foto yang diposting”, sebagian besar responden sebanyak 63 orang atau 67.74% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 5 orang atau 5.38% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.49**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Pengguna mempunyai motivasi menggunakan Instagram”**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	16	17.20%
Setuju	58	62.37%
Kurang Setuju	18	19.35%
Tidak Setuju	0	0.00%
Sangat Tidak Setuju	1	1.08%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.49 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Pengguna mempunyai motivasi menggunakan Instagram”, sebagian besar responden sebanyak 58 orang atau 62.37% dari 93

orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 1 orang atau 1.08% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.50**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Followers mengerti motivasi account yang di follow mengenai penggunaan**  
**Instagram melalui foto yang diposting atau fasilitas lain dalam Instagram”**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	10	10.75%
Setuju	68	73.12%
Kurang Setuju	12	12.90%
Tidak Setuju	2	2.15%
Sangat Tidak Setuju	1	1.08%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.50 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Followers mengerti motivasi account yang di follow mengenai penggunaan *Instagram* melalui foto yang diposting atau fasilitas lain dalam *Instagram*”, sebagian besar responden sebanyak 68 orang atau 73.12% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 1 orang atau 1.08% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.51**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Pengguna memposting foto dan juga melihat foto yang di posting**  
**oleh account lain”**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	24	25.81%
Setuju	60	64.52%
Kurang Setuju	8	8.60%
Tidak Setuju	1	1.08%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%

<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>
--------------	-----------	----------------

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.51 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Pengguna memposting foto dan juga melihat foto yang di posting oleh account lain”, sebagian besar responden sebanyak 60 orang atau 64.52% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 1 orang atau 1.08% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.52**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Pengguna mengerti situasi dan ide dalam memposting sebuah foto”**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	10	10.75%
Setuju	62	66.67%
Kurang Setuju	21	22.58%
Tidak Setuju	0	0.00%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.52 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Pengguna mengerti situasi dan ide dalam memposting sebuah foto”, sebagian besar responden sebanyak 62 orang atau 66.67% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Sangat Setuju” sebanyak 10 orang atau 10.75% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.53**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Followers mengerti situasi dan ide melalui foto yang di posting**  
**oleh account yang di follow”**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	14	15.05%
Setuju	67	72.04%
Kurang Setuju	12	12.90%
Tidak Setuju	0	0.00%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.53 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Followers mengerti situasi dan ide melalui foto yang di posting oleh account yang di follow”, sebagian besar responden sebanyak 67 orang atau 72.04% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Kurang Setuju” sebanyak 12 orang atau 12.90% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.54**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Pengguna mengalami perubahan sikap (Postif ataupun negatif)**  
**saat memposting atau melihat foto”**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	10	10.75%
Setuju	72	77.42%
Kurang Setuju	10	10.75%
Tidak Setuju	1	1.08%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.54 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Pengguna mengalami perubahan sikap (Postif ataupun negatif) saat memposting atau melihat foto”, sebagian besar responden sebanyak 72 orang atau 77.42% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 1 orang atau 1.08% dari 93 orang responden.

72 orang atau 77.42% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 1 orang atau 1.08% dari 93 orang responden.

**Tabel 4.55**  
**Tanggapan Responde mengenai item pertanyaan**  
**“Followers mengalami perubahan sikap (Positif ataupun negative)**  
**saat melihat foto yang diposting”**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Setuju	16	17.20%
Setuju	60	64.52%
Kurang Setuju	14	15.05%
Tidak Setuju	3	3.23%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Pengolahan Data.2015

Pada tabel 4.55 diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai item pernyataan “Followers mengalami perubahan sikap (Positif ataupun negative) saat melihat foto yang diposting”, sebagian besar responden sebanyak 60 orang atau 64.52% dari 93 orang responden adalah yang menyatakan “Setuju”, sementara jumlah terkecil responden adalah yang menyatakan “Tidak Setuju” sebanyak 3 orang atau 3.23% dari 93 orang responden.

### **4.3.3 Uji Korelasi antara Penggunaan media sosial Instagram (X) dengan Pembentukan Citra Diri (Y)**

Uji korelasi bertujuan untuk menjawab identifikasi masalah dan hipotesis penelitian, yaitu bagaimana hubungan antara Penggunaan media sosial Instagram (X) yang terdiri dari *Kognitif (kebutuhan informasi)*, *Integratif personal*

(*pengaruh kredibilitas*), Integratif Sosial (kebutuhan sosial) dan pelepasan ketegangan dengan Pembentukan Citra Diri (Y).

#### **4.3.3.1 Korelasi antara *Kognitif (kebutuhan informasi)* (X1) dengan Pembentukan Citra Diri (Y)**

Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara *Kognitif (kebutuhan informasi)* (X1) dengan Pembentukan Citra Diri (Y), maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan hipotesis sebagai berikut:

Ho : Tidak terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan perkembangan kognitif dengan pembentukan citra diri.

Hi : Terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan perkembangan kognitif dengan pembentukan citra diri.

Dengan kriteria penolakan hipotesis:

H<sub>0</sub> ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan H<sub>1</sub> diterima

H<sub>0</sub> diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan H<sub>1</sub> ditolak

Taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$  dan  $dk = n-2$

Berikut disajikan hasil output program SPSS 17.0 *Korelasi Rank Spearman* antara *Kognitif (kebutuhan informasi)* (X1) dengan Pembentukan Citra Diri (Y).



**Tabel 4.56**  
**Hasil Uji Korelasi *Kognitif (kebutuhan informasi)* (X1) dengan Pembentukan Citra Diri (Y)**

Correlations

			X1	Y
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.667**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	93	93
	Y	Correlation Coefficient	.667**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	93	93

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Tabel 4.57**  
**Hasil Uji-T *Kognitif (kebutuhan informasi)* (X1) dengan Pembentukan Citra Diri (Y)**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.923	5.636		2.825	.006
	X1	1.702	.201	.664	8.470	.000

a. Dependent Variable: Y

Besarnya koefisien korelasi Rank Spearman antara *Kognitif (kebutuhan informasi)* (X1) dengan Pembentukan Citra Diri (Y) adalah sebesar 0.667, yang artinya hasil korelasi tersebut memiliki hubungan yang kuat, selanjutnya untuk mengetahui kontribusi dan signifikan tidaknya *Kognitif (kebutuhan informasi)* (X1) dengan Pembentukan Citra Diri (Y) digunakan analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji-T), yaitu sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0.667^2 \times 100\%$$

$$= 44.49\%$$

Dari rumus diatas didapatkan besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 44.49%, nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 44.49% perubahan-perubahan pada Pembentukan Citra Diri (Y) yang disebabkan oleh *Kognitif (kebutuhan informasi)* (X1) sedangkan sisanya sebesar 55.51% merupakan perubahan yang terjadi pada Pembentukan Citra Diri (Y) yang disebabkan oleh faktor lain, berikut hasil kesimpulan hubungan antara *Kognitif (kebutuhan informasi)* (X1) dengan Pembentukan Citra Diri (Y), dapat dilihat pada tabel dibawah ini;

**Tabel 4.58**  
**Hubungan antara *Kognitif (kebutuhan informasi)* (X1) dengan Pembentukan Citra Diri (Y)**

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X1 - Y	0.667	Kuat	44.49%	8.470	1.986	Terdapat hubungan yang signifikan.

**Sumber; Hasil Pengolahan data, 2015**

Dari tabel 4.54 diatas dapat disimpulkan bahwa *Kognitif (kebutuhan informasi)* (X1) memiliki hubungan yang kuat serta signifikan dengan Pembentukan Citra Diri (Y) ini ditunjukkan dengan hasil thitung > ttabel (8.470>1.986) dan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ .

#### **4.3.3.2 Korelasi antara *Integratif personal (pengaruh kredibilitas)* (X2) dengan Pembentukan Citra Diri (Y)**

Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara *Integratif personal (pengaruh kredibilitas)* (X2) dengan Pembentukan Citra Diri (Y), maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan hipotesis sebagai berikut:

Ho : Tidak terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan integratif personal dengan pembentukan citra diri.

Hi : Terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan integratif personal dengan pembentukan citra diri.

Dengan kriteria penolakan hipotesis:

H<sub>0</sub> ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan H<sub>1</sub> diterima

H<sub>0</sub> diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan H<sub>1</sub> ditolak

Taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$  dan  $dk = n-2$

Berikut disajikan hasil output program SPSS 17.0 *Korelasi Rank Spearman* antara *Integratif personal (pengaruh kredibilitas)* (X2) dengan *Pembentukan Citra Diri* (Y).

**Tabel 4.59**  
**Hasil Uji Korelasi *Integratif personal (pengaruh kredibilitas)* (X2) dengan**  
**Pembentukan Citra Diri (Y)**

Correlations

			X2	Y
Spearman's rho	X2	Correlation Coefficient	1.000	.644**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	93	93
	Y	Correlation Coefficient	.644**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	93	93

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Tabel 4.60**  
**Hasil Uji-T *Integratif personal (pengaruh kredibilitas)* (X2) dengan**  
**Pembentukan Citra Diri (Y)**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.782	3.633		6.272	.000
	X2	2.648	.235	.764	11.290	.000

a. Dependent Variable: Y

Besarnya koefisien korelasi Rank Spearman antara *Integratif personal (pengaruh kredibilitas)* (X2) dengan Pembentukan Citra Diri (Y) adalah sebesar 0.644, yang artinya hasil korelasi tersebut memiliki hubungan yang kuat, selanjutnya untuk mengetahui kontribusi dan signifikan tidaknya *Integratif personal (pengaruh kredibilitas)* (X2) dengan Pembentukan Citra Diri (Y) digunakan analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji-T), yaitu sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0.644^2 \times 100\%$$

$$= 41.47\%$$

Dari rumus diatas didapatkan besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 41.47%, nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 41.47% perubahan-perubahan pada Pembentukan Citra Diri (Y) yang disebabkan oleh *Integratif personal (pengaruh kredibilitas)* (X2) sedangkan sisanya sebesar 58.53% merupakan perubahan yang terjadi pada Pembentukan Citra Diri (Y) yang disebabkan oleh faktor lain, berikut

hasil kesimpulan hubungan antara *Integratif personal (pengaruh kredibilitas)* (X2) dengan Pembentukan Citra Diri (Y), dapat dilihat pada tabel dibawah ini;

**Tabel 4.61**  
**Hubungan antara *Integratif personal (pengaruh kredibilitas)* (X2) dengan Pembentukan Citra Diri (Y)**

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X2 - Y	0.644	Kuat	41.47%	11.290	1.986	Terdapat hubungan yang signifikan.

**Sumber; Hasil Pengolahan data, 2015**

Dari tabel 4.61 diatas dapat disimpulkan bahwa *Integratif personal (pengaruh kredibilitas)* (X2) memiliki hubungan yang kuat serta signifikan dengan Pembentukan Citra Diri (Y) ini ditunjukkan dengan hasil thitung > ttabel ( $11.290 > 1.986$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ .

#### **4.3.3.3 Korelasi antara Integratif Sosial (kebutuhan sosial) (X3) dengan Pembentukan Citra Diri (Y)**

Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara Integratif Sosial (kebutuhan sosial) (X3) dengan Pembentukan Citra Diri (Y), maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan hipotesis sebagai berikut:

Ho : Tidak terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan integratif sosial dengan pembentukan citra diri.

Hi : Terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan integratif sosial dengan pembentukan citra diri.

Dengan kriteria penolakan hipotesis:

$H_0$  ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $H_1$  diterima

$H_0$  diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan  $H_1$  ditolak

Taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$  dan  $dk = n-2$

Berikut disajikan hasil output program SPSS 17.0 *Korelasi Rank Spearman* antara Integratif Sosial (kebutuhan sosial) (X3) dengan Pembentukan Citra Diri (Y).

**Tabel 4.62**  
**Hasil Uji Korelasi Integratif Sosial (kebutuhan sosial) (X3) dengan Pembentukan Citra Diri (Y)**

Correlations

			X3	Y
Spearman's rho	X3	Correlation Coefficient	1.000	.620**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	93	93
	Y	Correlation Coefficient	.620**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	93	93

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Tabel 4.63**  
**Hasil Uji-T Integratif Sosial (kebutuhan sosial) (X3) dengan Pembentukan Citra Diri (Y)**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34.692	5.896		5.884	.000
	X3	1.218	.248	.457	4.905	.000

a. Dependent Variable: Y

Besarnya koefisien korelasi Rank Spearman antara Integratif Sosial (kebutuhan sosial) (X3) dengan Pembentukan Citra Diri (Y) adalah sebesar 0.620,

yang artinya hasil korelasi tersebut memiliki hubungan yang kuat, selanjutnya untuk mengetahui kontribusi dan signifikan tidaknya Integratif Sosial (kebutuhan sosial) (X3) dengan Pembentukan Citra Diri (Y) digunakan analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji-T), yaitu sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0.620^2 \times 100\%$$

$$= 38.44\%$$

Dari rumus diatas didapatkan besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 38.44%, nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 38.44% perubahan-perubahan pada Pembentukan Citra Diri (Y) yang disebabkan oleh Integratif Sosial (kebutuhan sosial) (X3) sedangkan sisanya sebesar 61.56% merupakan perubahan yang terjadi pada Pembentukan Citra Diri (Y) yang disebabkan oleh faktor lain, berikut hasil kesimpulan hubungan antara Integratif Sosial (kebutuhan sosial) (X3) dengan Pembentukan Citra Diri (Y), dapat dilihat pada tabel dibawah ini;

**Tabel 4.64**  
**Hubungan antara Integratif Sosial (kebutuhan sosial) (X3) dengan Pembentukan Citra Diri (Y)**

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan hubungan	KD	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X3 - Y	0.620	Kuat	38.44%	4.905	1.986	Terdapat hubungan yang signifikan.

**Sumber; Hasil Pengolahan data, 2015**

Dari tabel 4.64 diatas dapat disimpulkan bahwa Integratif Sosial (kebutuhan sosial) (X3) memiliki hubungan yang kuat serta signifikan dengan

Pembentukan Citra Diri (Y) ini ditunjukkan dengan hasil thitung > ttabel (4.905 > 1.986) dan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ .

#### **4.3.3.4 Korelasi antara Pelepasan Ketegangan (X4) dengan Pembentukan Citra Diri (Y)**

Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara Pelepasan Ketegangan (X4) dengan Pembentukan Citra Diri (Y), maka dilakukan analisis korelasi *Rank Spearman* dengan hipotesis sebagai berikut:

Ho : Tidak terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan pelepasan ketegangan dengan pembentukan citra diri.

Hi : Terdapat hubungan antara penggunaan media sosial instagram berdasarkan pelepasan ketegangan dengan pembentukan citra diri.

Dengan kriteria penolakan hipotesis:

H<sub>0</sub> ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan H<sub>1</sub> diterima

H<sub>0</sub> diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan H<sub>1</sub> ditolak

Taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$  dan dk = n-2

Berikut disajikan hasil output program SPSS 17.0 *Korelasi Rank Spearman* antara Pelepasan Ketegangan (X4) dengan Pembentukan Citra Diri (Y).



**Tabel 4.65**  
**Hasil Uji Korelasi Pelepasan Ketegangan (X4) dengan**  
**Pembentukan Citra Diri(Y)**

Correlations

			X4	Y
Spearman's rho	X4	Correlation Coefficient	1.000	.562**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	93	93
	Y	Correlation Coefficient	.562**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	93	93

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Tabel 4.66**  
**Hasil Uji-T Pelepasan Ketegangan (X4) dengan**  
**Pembentukan Citra Diri(Y)**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	36.553	3.881		9.417	.000
	X4	1.197	.171	.592	7.009	.000

a. Dependent Variable: Y

Besarnya koefisien korelasi Rank Spearman antara Pelepasan Ketegangan (X4) dengan Pembentukan Citra Diri(Y) adalah sebesar 0.562, yang artinya hasil korelasi tersebut memiliki hubungan yang kuat, selanjutnya untuk mengetahui kontribusi dan signifikan tidaknya Pelepasan Ketegangan (X4) dengan Pembentukan Citra Diri(Y) digunakan analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji-T), yaitu sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0.562^2 \times 100\%$$

$$= 31.58\%$$

Dari rumus diatas didapatkan besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 31.58%, nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 31.58% perubahan-perubahan pada Pembentukan Citra Diri (Y) yang disebabkan oleh Pelepasan Ketegangan (X4) sedangkan sisanya sebesar 68.42% merupakan perubahan yang terjadi pada Pembentukan Citra Diri (Y) yang disebabkan oleh faktor lain, berikut hasil kesimpulan hubungan antara Pelepasan Ketegangan (X4) dengan Pembentukan Citra Diri (Y), dapat dilihat pada tabel dibawah ini;

**Tabel 4.67**  
**Hubungan antara Pelepasan Ketegangan (X4) dengan**  
**Pembentukan Citra Diri (Y)**

<b>Hubungan</b>	<b>Koefisien Korelasi Rank Spearman</b>	<b>Kekuatan hubungan</b>	<b>KD</b>	<b>t hitung</b>	<b>t tabel</b>	<b>Kesimpulan</b>
X4 - Y	0.562	Kuat	31.58%	7.009	1.986	Terdapat hubungan yang signifikan.

**Sumber; Hasil Pengolahan data, 2015**

Dari tabel 4.67 diatas dapat disimpulkan bahwa Pelepasan Ketegangan (X4) memiliki hubungan yang kuat serta signifikan dengan Pembentukan Citra Diri (Y) ini ditunjukan dengan hasil thitung > ttabel (7.009>1.986) dan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ .