

**PEMBENTUKAN CITRA DIRI MAHASISWA UNIVERSITAS AMIKOM  
YOGYAKARTA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**SKRIPSI SKEMA JURNAL**



**Disusun oleh:**

Nama: Muhammad Ari

NIM: 21.96.2588

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SI-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
TAHUN 2025**

**PEMBENTUKAN CITRA DIRI MAHASISWA UNIVERSITAS AMIKOM  
YOGYAKARTA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**SKRIPSI SKEMA JURNAL**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana pada Program  
Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh:**

Nama: Muhammad Ari

NIM. 21.96.2588

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SI- ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
TAHUN 2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI SKEMA JURNAL**

**MEMBENTUK CITRA DIRI MAHASISWA UNIVERSITAS AMIKOM  
YOGYAKARTA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Ari  
21.96.2588

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada 29 Juli 2025

Dosen Pembimbing,



Anggun Anindya Sekarningrum, S.I.Kom, M.I.Kom  
NIK. 190302661

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI SKEMA JURNAL**

**MEMBENTUK CITRA DIRI MAHASISWA UNIVERSITAS AMIKOM  
YOGYAKARTA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Ari

21.96.2588

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 11 Agustus 2025

**Nama Penguji**

Novita Ika Purnama Sari, S.I.Kom.,

M.A.,

NIK. 190302521

Etik Anjar Fitriarti, S.I.Kom., M.A.

NIK. 190302656

Anggun Anindya Sekarningrum,

M.I.Kom

NIK. 190302661

**Tanda Tangan**



Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
(11 Agustus 2025)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom, Ph.D  
NIK. 190302125

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 03 Agustus 2025



A stylized handwritten signature in black ink, appearing to read 'Muhammad Ari', is written over the official stamp.

Muhammad Ari  
NIM: 21.96.2588

## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. Selaku Kaprodi Program Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Anggun Anindya Sekarningrum, S.I.Kom, M.I.Kom selaku dosen pembimbing.
5. Terutama kepada Bapak. Muhammad Rokib dan Ibu Anik Sutrisni selaku kedua orang tua penulis yang selalu mensupport dan memberikan doa serta dukungan kepada penulis.
6. Kepada seluruh teman-teman 21 Ilmu Komunikasi 5 yang telah memberikan banyak pembelajaran dan pengalaman kepada penulis selama penulis berkuliah di Universitas Amikom Yogyakarta.
7. Dan lain-lain

Yogyakarta, 03 Agustus 2025



Muhammad Ari

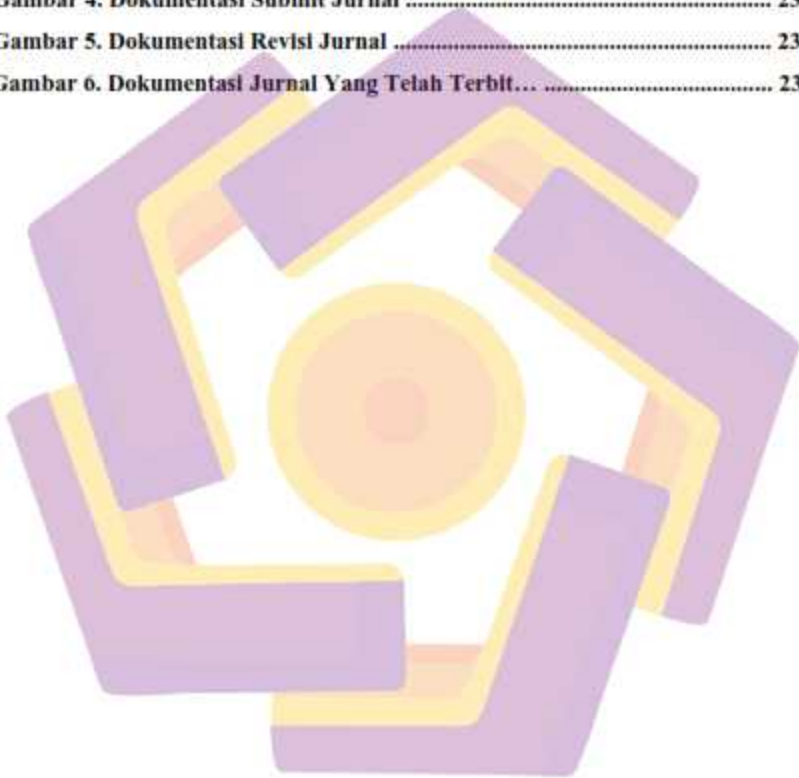


## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	1
HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
 BAB I .....	 1
PENDAHULUAN .....	1
LATAR BELAKANG .....	1
BAB II .....	5
TINJAUAN PUSTAKA .....	5
LANDASAN TEORI .....	5
BAB III .....	7
METODE PENELITIAN .....	7
METODOLOGI .....	7
BAB IV .....	9
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	9
BAB V .....	19
PENUTUP .....	19
KESIMPULAN .....	19
DAFTAR PUSTAKA .....	20
LAMPIRAN .....	22
Lampiran 1 .....	22
Lampiran 2 .....	23
Lampiran 3 .....	23

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tampilan unggahan akun @putriallytsy@putriallytsy .....	9
Gambar 2. Tampilan unggahan akun @putriallytsy@olivia.daralban .....	9
Gambar 3. Tampilan unggahan akun @putriallytsy@candravoic .....	13
Gambar 4. Dokumentasi Submit Jurnal .....	23
Gambar 5. Dokumentasi Revisi Jurnal .....	23
Gambar 6. Dokumentasi Jurnal Yang Telah Terbit... ..	23





## ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola interaksi, menjadikan Instagram platform dominan konstruksi identitas generasi muda. Bagi mahasiswa Universitas AMIKOM Yogyakarta yang aktif di media digital dan dalam tahap pencarian jati diri, Instagram menjadi ruang ekspresi diri dan pencitraan. Penelitian ini menganalisis proses pembentukan citra diri mahasiswa tersebut di Instagram dan mengidentifikasi faktor kunci yang mempengaruhi. Dengan pendekatan fenomenologi, studi kualitatif ini melibatkan wawancara mendalam, observasi aktivitas akun, dan dokumentasi pada tiga informan terpilih melalui purposive sampling berdasarkan intensitas penggunaan Instagram dan keterlibatan kampus. Analisis data dilakukan melalui teknik coding tematik untuk merumuskan narasi digital setiap informan. Hasil temuan mengungkap tiga orientasi pembentukan citra diri: (1) profesional-akademik—konten edukatif dan prestasi (Putri, 9.744 pengikut); (2) autentik-pribadi—ekspresi diri jujur (Olivia, 5.140 pengikut); dan (3) kreatif-artistik—unggahan inovatif (Candra, 2.354 pengikut). Tiga faktor pendorong utama meliputi: kebutuhan kognitif berbagi pengetahuan akademik; aktualisasi diri melalui ekspresi kreatif yang memadukan keahlian teknis dengan visi artistik; serta kebutuhan eksistensi sosial untuk validasi digital lewat interaksi komunitas dan metrik engagement. Temuan ini menegaskan relevansi Teori Citra Diri (Baumeister, 1999) dan Teori Identitas Sosial (Tajfel & Turner, 1979) dalam konteks media sosial modern. Hasil penelitian diharapkan membantu pengembangan literasi digital dan strategi personal branding di lingkungan kampus.

**Kata kunci:** Instagram, Citra Diri, Social Media

## ABSTRACT

*The development of digital technology has changed interaction patterns, making Instagram the dominant platform for identity construction of the younger generation. For Amikom University Yogyakarta students who are active in digital media and in the stage of self-discovery, Instagram has become a space for selfexpression and imaging. This study analyzes the process of forming these students' self-image on Instagram and identifies key influencing factors. Using a phenomenological approach, this qualitative study involved in-depth interviews, observation of account activities, and documentation on three informants selected through purposive sampling based on the intensity of Instagram usage and campus involvement. Data analysis was conducted through thematic coding techniques to formulate each informant's digital narrative. The findings reveal three orientations of self-image formation: (1) professional-academic-educative content and achievements (Putri, 9,744 followers); (2) authentic-personal-honest selfexpression (Olivia, 5,140 followers); and (3) creative-artistic-innovative uploads (Candra, 2,354 followers). The three main driving factors include: the cognitive need to share academic knowledge; self-actualization through creative expression that combines technical expertise with artistic vision; and the need for social existence for digital validation through community interaction and engagement metrics. The findings confirm the relevance of Self-Image Theory (Baumeister, 1999) and Social Identity Theory (Tajfel & Turner, 1979) in the context of modern social media. The research results are expected to help the development of digital literacy and personal branding strategies in the campus environment.*

**Keywords:** *Instagram, self-image, social media*