

Pengaruh Penggunaan *Instagram Story* terhadap Pemenuhan Konsep Diri Ideal

Nastiti Ratna Utami*, Ratri Rizki Kusumalestari

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*astiasi40@gmail.com, ratri Rizki2021@gmail.com

Abstract. Intrapersonal communication and interpersonal communication have a role to change and develop the individual self including his self-concept. According to Hurlock, there is an actual self-concept and an ideal self-concept in humans. From the existence of these two concepts in humans, its possible for a gap to arise due to discrepancy between ideal self and the actual self . The use of the Instagram story feature is thought to influence the fulfillment of one's ideal self. The method used in this research is quantitative with a correlational approach. The population in this study were students in the city of Bandung. Research data collection was carried out by distributing questionnaires. Determination of the sample of this study using random sampling and there is a total sample of 100 people measured using Limeshow. F test, t test and Pearson correlation test were performed. The results obtained show that the use of Instagram Stories significantly influences the fulfillment of the ideal self-concept of its users.

Keywords: *Instagram Story, Self Concept, Student.*

Abstrak. Komunikasi intrapersonal dan komunikasi interpersonal berperan dalam mengubah dan mengembangkan diri individu termasuk terhadap konsep dirinya. Menurut Hurlock terdapat konsep diri aktual dan konsep diri ideal dalam diri manusia. Dari adanya kedua konsep diri manusia memungkinkan timbulnya kesenjangan akibat ketidaksesuaian antara keduanya. Penggunaan fitur Instagram story diduga dapat berpengaruh terhadap pemenuhan konsep diri ideal seseorang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa di Kota Bandung. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuisioner. Penentuan sampel penelitian ini menggunakan random sampling serta terdapat jumlah sampel sebesar 100 orang diukur menggunakan Limeshow. Dilakukan uji F, uji t dan uji korelasi Pearson. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa penggunaan Instagram Story secara signifikan berpengaruh terhadap pemenuhan konsep diri ideal penggunanya.

Kata Kunci: *Instagram Story, Konsep Diri, Mahasiswa.*

A. Pendahuluan

Gagasan bahwa manusia adalah makhluk sosial didukung oleh fakta bahwa mereka dirancang sebagai makhluk yang tidak dapat bertahan hidup tanpa bantuan orang lain. Karena kebutuhannya terhadap orang lain menjadikan manusia bergantung pada orang lain. Manusia menggunakan komunikasi dan interaksi sebagai salah satu cara memenuhi kebutuhannya. Karenanya manusia disebut juga sebagai makhluk komunikas yakni makhluk yang melakukan komunikasi untuk memenuhi kebutuhan dalam hidupnya. Tidak terkecuali dengan komunikasi intrapersonal “*we cannot not communicate*” kita sebagai manusia tidak dapat tidak berkomunikasi, meskipun dalam diam (Mulyana, 2004).

“Komunikasi intrapersonal merupakan dialog internal yang dilakukan setiap orang dengan dirinya sendiri dalam rangka mengenal diri mereka sendiri” (Aferty & Neni, 2021). Komunikasi intrapersonal dapat dianggap sebagai jenis interaksi yang tidak kalah penting dibandingkan dengan komunikasi lain yang terjadi antara orang dan kegiatan yang berdampak pada orang. Peran penting dalam perumusan dan pencapaian informasi yang diterima melalui beberapa tahapan yang mencakup sensasi, persepsi, memori serta berfikir dimainkan oleh komunikasi intrapersonal. Melaluinya dapat membantu seseorang mengembangkan kesadaran diri, introspeksi kemampuan untuk melihat, menafsirkan, dan bereaksi terhadap lingkungannya.

Komunikasi intrapersonal merupakan tingkatan awal dalam komunikasi. Dalam kenyataannya praktik komunikasi mengambil berbagai bentuk dan sifat. Secara umum komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang paling sering dijumpai. Pace (dalam (Cangara, 2007)) mengemukakan bahwa “komunikasi antarpribadi adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka dimana pengirim dapat menyampaikan pesan dan penerima dapat menerima serta memberi tanggapan secara langsung”.

Komunikasi interpersonal adalah proses komunikasi tatap muka yang melibatkan dua atau lebih individu, yang memungkinkan pengirim untuk menyampaikan pesan dan penerima untuk menerima dan menanggapi secara langsung. Selain rangkaian stimulus-respon, komunikasi interpersonal juga merupakan rangkaian yang melibatkan sejumlah proses mulai dari penerimaan, penyerapan serta penyampaian respon yang telah diolah masing-masing pihak. Melalui kegiatan komunikasi seseorang dapat tumbuh serta belajar, menemukan pribadi pada dirinya sendiri serta orang lain. Komunikasi interpersonal yang bersifat verbal, non verbal, tatap muka maupun bermedia memiliki peran untuk saling mengubah dan mengembangkan, begitu pula terhadap konsep diri pelakunya.

Hurlock mendefinisikan konsep diri seseorang adalah gambaran seseorang yang ia yakini tentang dirinya sendiri gabungan dari dari keyakinan fisik, psikologis, sosial, emosional aspirasi, serta prestasi yang mereka capai. Menurut beberapa ahli manusia memiliki beberapa kosep diri, Hurlock membagi konsep diri kepada dua komponen yaitu konsep diri aktual (*real self*) serta konsep diri ideal (*ideal self*). *Real self* atau Konsep diri aktual ialah konsep seseorang tentang siapa dan apa dia itu. Gagasan ini mengacu pada konsep bayangan cermin yang sangat dipengaruhi oleh peran sosial, serta respon orang lain. Sedangkan *ideal self* atau konsep diri ideal adalah gambaran seseorang tentang penampilan serta kepribadian karakter yang orang tersebut dambakan.

Gagasan yang disampaikan Hurlock konsisten dengan Rogers (Alwisol, 2022) yang memperkenalkan dua konsep diri untuk menunjukkan apakah mereka sesuai (*congruence*) atau tidak (*incorgruence*). Kesesuaian konsep diri mengacu pada kondisi dimana ada pengungkapan pengalaman diri dengan sama-sama dalam konsep diri yang utuh, integral dan sejati. *Incongruence* adalah ketidaksesuaian diri yang dirasakan dalam pengalaman aktual disertai pertentangan dan kekacauan batin. Dari adanya konsep diri aktual dan konsep diri ideal dapat menimbulkan kesenjangan. Timbulnya kesenjangan dikarenakan adanya ketidak sesuaian gambaran tentang diri yang dicita-citakan (konsep diri ideal) dengan kenyataan dirinya (konsep diri aktual).

Seseorang dapat merasa tidak nyaman karena kesenjangan yang tibul. Semakin besar kesenjangannya, maka semakin besar ketidak nyamanan yang dirasakan (Susana T, 2007). Setiap orang kemungkinan pernah merasa tidak puas dengan kesan terhadap diri dimata sendiri

dan dimata orang lain. Namun konsep diri yang telah terbentuk akan memiliki kemungkinan untuk berubah karena interaksi dengan lingkungannya (Sobur et al., 2018). Dengan begitu banyak orang yang berusaha memenuhi konsep diri idealnya demi meminimalisir kesenjangan dengan berbagai cara, menggunakan berbagai media. Penggunaan media diduga dapat mempengaruhi konsep diri seseorang melalui interaksi yang terjalin sesuai dengan pernyataan Harlock.

Sifat komunikasi diantaranya adalah tatap muka, verbal dan non verbal, serta bermedia. Mc Luhan (Nurudin, 2015) menyatakan "*the medium is the message*" yang berarti media adalah pesan. Menurutnya penggunaan media dapat memperkuat dan memperluas fungsi dan emosi manusia. Temuan akan bentuk-bentuk baru dianggap dapat memperluas beberapa kapasitas manusia. Karenanya media dapat bertugas sebagai perpanjangan dari indera yang dimiliki manusia. Contohnya radio sebagai perpanjangan dari pendengaran, ataupun televisi yang menjadi media perpanjangan dari penglihatan dan pendengaran. Sejalan dengan perkembangannya media komunikasi menjadi sangat beragam, muncul berbagai media sosial yang berfungsi sebagai media komunikasi.

Berdasarkan survei Populix pada 2022 ada beberapa platform media sosial yang populer digunakan di Indonesia, *Instagram* menjadi salah satunya dengan pengguna terbanyak kedua sebesar 93%. *Instagram* menjadi sangat diminati karena *instagram* memiliki cukup banyak fitur jika dibandingkan dengan media sosial lainnya. Salah satu fitur *Instagram* yang umum digunakan adalah *Instagram story* akrab juga disebut *snap gram* atau *sg*. *Instagram story* merupakan satu dari berbagai fitur yang ada dalam *Instagram*. *Instagram story* merupakan fitur yang memungkinkan penggunanya membagikan aktivitas terkini, cerita, atau konten-konten lain.

Fitur ini ideal bagi penggunaannya untuk membagikan keseharian mereka sesuai apa yang pengguna ingin orang lain lihat. Dalam arti lain fitur *Instagram story* dapat membantu penggunaannya memanipulasi siapa diri mereka sebenarnya. *Viewers Instagram story* secara otomatis akan terekam kemudian kita dapat mengetahui siapa yang sudah melihat unggahan *story* kita. Selain itu dalam ada juga interaksi yang dapat dilakukan sesama pengguna melalui *like*, *reaction* dan *reply*.

Interaksi-interaksi yang terjadi pada penggunaan *instagram story* diduga sebagai salah satu bentuk reaksi yang dapat menentukan konsep diri seseorang. Berdasarkan survei Napoleon Cat pada tahun 2021 di Indonesia kelompok usia yang mendominasi penggunaan *Instagram* adalah 18-24 tahun, sebanyak 33,90 juta pengguna. Berdasarkan Batasan usia dari WHO usia 18-24 tahun termasuk pada kelompok remaja. Remaja menjadi masa peralihan anak-anak menuju dewasa, di mana individu masih mencari jati dirinya serta ingin membentuk citra dirinya untuk masyarakat, rasa ingin dikagumi serta dapat pengakuan membuat remaja berusaha untuk memperlihatkan diri idealnya. "Konsep diri pada masa remaja lebih stabil" (Sobur et al., 2018).

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, setiap mahasiswa memiliki insecure yang berbeda-beda sesuai dengan kehidupannya. Mereka merasa cemas dengan penampilan orang lain yang lebih darinya, serta kurang percaya diri. Masa remaja adalah saat perkembangan konsep diri seseorang benar-benar lepas landas. Ini adalah tahap di mana individu bermain dengan kesadaran diri mereka, bereksperimen dan membandingkan, dan mulai mengembangkan dasar konsep diri yang kemungkinan besar akan tetap bersama mereka sepanjang sisa hidup mereka, meskipun bagi sebagian orang konsep diri ini dapat berubah. Memanfaatkan fitur *instagram story* merupakan upaya bagi remaja untuk mencari jati diri dan membentuk identitas dirinya dalam dunia siber. Tidak jarang *Instagram story* ini dimanfaatkan penggunaannya sebagai sarana untuk mengekspresikan diri.

Begitu pula dengan pengguna *Instagram* yang memanfaatkan fitur *Instagram story* sebagai sarana untuk mengekspresikan diri guna memenuhi konsep diri ideal mereka sehingga dapat meminimalisir kesenjangan antara konsep diri aktual dengan konsep diri idealnya. Setiap perangkat yang terhubung ke internet, termasuk *instagram*, berfungsi sebagai jendela, apa yang dilihat atau didengar bukanlah objek-objek yang fisik dan representasi aktual, melainkan gaya, karakter pembuatan data dan informasi (Irwanto & Laurensia Retno Hariatiningsih, 2019). Dengan begitu diduga penggunaan media sosial *Instagram* khususnya fitur *instagram story*

dapat berpengaruh terhadap pemenuhan konsep diri ideal seseorang.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan paradigma positivistik, metode kuantitatif, dengan pendekatan korelasional. Tujuan utama dari metodologi ini yakni untuk menjelaskan suatu permasalahan namun melahirkan kesamarataan. Pendekatan korelasional menjelaskan hubungan antara variabel X dan variabel Y yang dalam penelitian ini adalah penggunaan *instagram story* sebagai variabel X dengan pemenuhan konsep diri ideal sebagai variabel Y. Mahasiswa di Kota Bandung menjadi populasi yang digunakan dalam penelitian ini.

Mahasiswa dipilih sebagai populasi penelitian karena mahasiswa merupakan bagian dari remaja sebagai pengguna tertinggi Instagram. Jumlah mahasiswa di Kota Bandung sebagai populasi pada penelitian ini jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Pada penelitian ini penarikan sampel dilakukan menggunakan sistematis random sampling. Karena jumlah anggota populasi tidak diketahui secara pasti, ukuran sampel dihitung menggunakan rumus *Lemeshow* (Stanley, 1997). Dengan menggunakan rumus *Lemeshow* diperoleh jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 96 orang, peneliti bulatkan menjadi 100 orang.

Dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik dan alat berbentuk kuisioner melalui *google form* dengan menggunakan skala Likert. Dengan menggunakan kuisioner peneliti akan mengajukan pertanyaan dengan beberapa pilihan jawaban kepada sampel penelitian yang sudah ditentukan. Pada penelitian ini untuk menguji hipotesis dan besar hubungan antar variabel menggunakan software IBM SPSS Statistics 28. Penelitian ini menggunakan statistik inferensial karena menganalisis olah data yang sebelumnya diambil melalui kuisioner yang sebelumnya disebarakan kepada 100 responden.

Untuk menguji hipotesis penelitian, peneliti menggunakan uji F dan uji t. Untuk menguji seberapa besar pengaruh sub-sub variabel X terhadap variabel Y digunakan uji korelasi *Pearson*.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penggunaan *Instagram Story* pada Mahasiswa Kota Bandung

Dari 100 responden kuisioner penelitian responden berasal dari berbagai perguruan tinggi di Kota Bandung. Akumulasi responden tertinggi sebanyak 42 orang berasal dari Universitas Islam Bandung. 58 responden lainnya berasal dari berbagai perguruan tinggi di Kota Bandung yang berbeda-beda. Responden didominasi oleh jenis kelamin perempuan dengan akumulasi sebanyak 75 orang dari 100 responden. Hal ini sejalan dengan data penggunaan *instagram* yang dilansir dari goodnewsindonesia.id (Titi, 2022) pengguna *Instagram* di Indonesia pada tahun 2020, didominasi oleh wanita mencapai selisih 1-2 persen dari pria.

Berbagai jenis konten yang diunggah penggunaannya, konten yang umum diunggah dalam *Instagram Story* berupa keseharian ataupun tampilan fisik penggunaannya. Namun selain itu banyak jenis konten yang di unggah pada *Instagram Story* oleh Mahasiswa di Kota Bandung diantaranya konten seputar kuliner, traveling, K-Pop, hobi, perkuliahan dan pekerjaan, peliharaan, hiburan dan konten lainnya. Berdasarkan kuisioner yang disebarakan akumulasi tertinggi rata-rata frekuensi penggunaan *Instagram Story* terdapat pada jawaban 3-4 unggahan dalam seminggu. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan *Country Director Facebook Indonesia*, Sri Widowati,

Ketimbang pengguna di luar, durasi unggah konten *Stories* pengguna Indonesia lebih tinggi. Sekali unggah, pengguna bisa memuat dari tiga hingga lima momen *Stories* (Utami, 2018). Didukung juga dengan penelitian terdahulu dengan akumulasi data frekuensi penggunaan *Instagram Story* 3-4 unggahan sebanyak 75% (Syarif, 2019). akumulasi tertinggi rata-rata durasi penggunaan *Instagram Story* terdapat pada dua jam dalam sehari dan akumulasi tertinggi kedua ada pada satu jam dalam sehari. Hal ini sejalan dengan laporan *We Are Sosial* dalam databoks yang menyatakan bahwa rata-rata pengguna internet yang mengakses media sosial menghabiskan waktu antara 60 menit hingga 180 menit lebih dalam sehari (Annur, 2022).

43 responden merasa nyaman dan puas dengan penggunaan *Instagram Story* sebagai media sosial. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya bahwa tanggapan responden terhadap kepuasan pengguna berada di kategori tinggi (Gismarizal, 2021).

Pengaruh Penggunaan Instagram Story terhadap Pemenuhan Konsep Diri Ideal

Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti menggunakan uji F pada variabel Penggunaan Instagram Story (X) terhadap Pemenuhan Konsep Diri Ideal (Y). Antara variabel X sebagai variabel bebas dengan variabel Y sebagai variabel terikat dilakukan uji F, untuk mengetahui hubungan antara Penggunaan Instagram Story dengan Pemenuhan Konsep Diri Ideal pada Mahasiswa di Kota Bandung. Hasil uji F pada penelitian ini adalah menolak H_0 dan menerima H_1 artinya hasil pada penelitian ini ialah sub-sub variabel Penggunaan Instagram Story (X) secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pemenuhan Konsep Diri Ideal (Y). Dari uji F yang dilakukan didapatkan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ dan $F_{hitung} 4,447 > F_{tabel} 2,47$.

Maka hal tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F bahwa variabel isi media (X_1), frekuensi (X_2), durasi (X_3) dan hubungan pengguna terhadap Media (X_4) secara simultan memiliki pengaruh terhadap pemenuhan konsep diri ideal (Y). Hasil ini sejalan dengan penelitian Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja oleh Bulan yang menyatakan bahwa segala fitur dan fasilitas yang dimiliki instagram bermanfaat untuk membentuk jati diri penggunanya dalam hal ini konsep diri.

Untuk melihat apakah masing indikator penggunaan Instagram Story memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan konsep diri ideal dilakukan uji t. Hasil uji t menunjukkan sub variabel Isi Media (X_1), Frekuensi (X_2) dan Hubungan pengguna dengan Media (X_4) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan konsep diri ideal. Sedangkan sub variabel Durasi (X_3) tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Untuk mendapatkan besaran pengaruh variabel X terhadap Y dilakukan uji korelasional *Pearson* yang kemudian dilihat dari nilai korelasi masing-masing sub variabel X terhadap Y.

Hasil uji korelasi *Pearson* menunjukkan bahwa sub variabel Isi Media (X_1) memiliki nilai korelasi sebesar 0,354 dan Hubungan Pengguna dengan Media (X_4) memiliki nilai korelasi sebesar 0,315 keduanya masuk ke dalam kategori hubungan sedang. Sub variabel Frekuensi (X_2) memiliki nilai korelasi sebesar 0,206 yang berarti memiliki hubungan yang lemah. Dan terakhir sub variabel Durasi (X_3) dimana nilai korelasi yang didapat adalah sebesar 0,152 yang berarti hubungannya sangat lemah atau tidak ada sama sekali.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden pengguna fitur *Instagram Story* di kalangan Mahasiswa Kota Bandung, juga berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan di atas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan Fitur *Instagram Story* (X) berpengaruh terhadap Pemenuhan Konsep Diri Ideal (Y).
2. Isi media *Instagram story* berpengaruh terhadap pemenuhan konsep diri ideal, besaran pengaruh masuk pada kategori sedang.
3. Frekuensi penggunaan *Instagram story* berpengaruh terhadap pemenuhan konsep diri ideal besaran pengaruh masuk pada kategori lemah.
4. Durasi penggunaan *Instagram story* tidak berpengaruh terhadap pemenuhan konsep diri ideal, besaran pengaruh masuk pada kategori sangat lemah atau tidak ada sama sekali.
5. Hubungan pengguna dengan *Instagram story* berpengaruh terhadap pemenuhan konsep diri ideal, besaran pengaruh masuk pada kategori sedang.
6. Berdasarkan pembahasan di atas media adalah satu-satunya faktor pendukung dalam memenuhi permintaan dan memperlakukan audiens sebagai perantara yang besar. Individu menggunakan *instagram story* dengan motif dan kebutuhan tertentu dalam hal ini untuk memenuhi konsep diri ideal individu. Semakin sering individu menggunakan fitur *instagram story* semakin banyak informasi diri pengguna yang disebarkan kepada pengguna lainnya sehingga berdampak pada pemenuhan konsep diri ideal.

Acknowledge

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kelancaram
2. Kedua orang tua dan saudara yang selalu mendukung dan mendoakan
3. Dosen pembimbing yang membantu dalam penyusunan penelitian ini
4. Kekasih dan semua teman yang selalu mendukung serta membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini

Daftar Pustaka

- [1] Aferty, Three Diana, Neni Yulianita. 2021. Konsep Diri Melalui Komunikasi Intrapersonal Memandang Hiperealitas dalam Model Produk Pakaian. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 7(2), 562-569. SPeSIA
- [2] Alwisol. 2022. *Psikologi Kepribadian*. Malang : UMM Press
- [3] Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- [4] Frank, J., D. 1935. Some Psychological Determinants of the Level of Aspiration, *The American Journal of Psychology*. Vol. 47, No. 2 (Apr., 1935), 285-293. University of Illinois Press.
- [5] Hanani, Silfia. (2017). *Komunikasi Antarpribadi: Teori & Praktik*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media
- [6] Hurlock. B. 2005 *Psikologi Perkembangan Anak Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- [7] Insani, Cerysa Nur, Dadang Rahmat Hidayat, dan Ipit Zulfan. 2019. Pemanfaatan Insta Story Dalam Aktivitas Jurnalistik Oleh Majalah Gadis . *Kajian Jurnalisme*, 3(1), 39-55.
- [8] Irfan Fauzi M, Yuliati N. Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Upaya Edukasi Pencegahan Penyebaran COVID-19. *J Ris Public Relations [Internet]*. 2022 Feb 7;1(2):148–55. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/500>
- [9] Irwanto, dan Laurensia Retno Hariatiningsih. 2019. Aktivitas Santap dan Minum Generasi Z pada Media Sosial Instagram. *MediaTor*, 12(2), 141-154
- [10] Lemeshow, Stanley Klar, Janelle, Lwanga, Stephen K, Pramono, Dibyo Hosmer, David W. (1997) *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- [11] Mulyana, Deddy. 2004. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.
- [12] Nurudin, 2015. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- [13] Prihatiningsih, Witanti. 2017. Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication*, 8(1), 51-65.
- [14] Ramadhan BR, Gartanti WT. Strategi Komunikasi Pemasaran Bengkel Kulit Melalui Instagram. *J Ris Public Relations [Internet]*. 2022 Jul 6;47–52. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/886>
- [15] Sam, M.S. 2013. “Level of Aspiration Theory“. In *PsychologyDictionary.org* <https://psychologydictionary.org/level-of-aspiration-theory/>
- [16] Sikumbang, Ahmad Tamrin. 2014. Komunikasi Bermedia. *Jurnal Iqra'*, 8(1), 63-67.
- [17] Sobur, Alex, Ferry Darmawan, Ratri Rizki Kusumalestari, Endri Listiani, Dadi Ahmadi, Muhammad Ali Albana. 2018. The Meaning of K-Pop and Self-Concept Transformation of K-Pop Fans in Bandung. *Jurnal Sosial dan Pembangunan. Mimbar*. 34(2), 414-422.
- [18] Susana, T. 2007. *Konsep Diri Positif, menentukan prestasi anak*. Yogyakarta: Kanisius
- [19] Utami, Langgeng Tri. 2018. Motif, Pola Penggunaan, dan Kepuasan Mengakses Fitur Instagram Stories.
- [20] Willis, S. 2011. *Konseling individual, teori dan praktek*. Bandung: Alfab.