

ABSTRAK

SITI SRI NURIYAH (NIM: 1198030253): Pengaruh Penggunaan Filter Instagram Terhadap Kepercayaan Diri (Penelitian Pada Mahasiswa Prodi Sosiologi Angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung)

Media sosial yang masih digandrungi sampai saat ini adalah media sosial Instagram. Media sosial Instagram lebih menitikberatkan pada postingan berupa foto dan video. Maka tak heran jika fitur yang disediakan berkaitan dengan menyunting foto dan video salah satu fitur yang saat ini sering dipakai oleh para pengguna Instagram yaitu fitur Filter Instagram. Fitur Filter Instagram ini lebih sering digunakan oleh remaja sampai orang dewasa termasuk mahasiswa.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana fenomena serta realitas penggunaan filter Instagram di kalangan mahasiswa program studi sosiologi angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung, serta bagaimana pengaruh penggunaan filter Instagram ini terhadap kepercayaan diri mahasiswa program studi sosiologi angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan angket kepada 57 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Pengambilan data penelitian ini menggunakan teknik *non probability* sampling dengan penarikan anggota sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu disebut dengan teknik *purposive sampling*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan Filter Instagram dikalangan mahasiswa Penggunaan Filter Instagram pada mahasiswa program studi Sosiologi Angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung dapat dikatakan baik tetapi masih belum maksimal. Hasil skor aktual sebesar 2658 dari skor ideal 3420. Jika dipersentasekan sebesar 77.8%. Sedangkan Kepercayaan Diri mahasiswa program studi Sosiologi Angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung dapat dikatakan baik tetapi masih belum maksimal. Hasil skor actual sebesar 1422 dari skor ideal 2280. Jika dipresentasikan sebesar 62.4%. Hasil uji determinasi dalam penelitian ini menghasilkan 0,212 yang berarti bahwa terdapat pengaruh variabel X (Filter Instagram) terhadap variabel Y (Kepercayaan Diri) sebesar 21% sedangkan sisanya sebesar 79% dapat dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini.

Kata Kunci: Media Sosial, Filter Instagram, Kepercayaan Diri

ABSTRACT

SITI SRI NURIYAH (NIM: 1198030253): *The Effect of Using Instagram Filters on Self-Confidence (Study in Students of Force Sociology 2021 Uin Sunan Gunung Djati Bandung)*

The social media that is still popular today is Instagram social media. Instagram social media focuses more on posting photos and videos. So it is not surprising that the features provided are related to editing photos and videos, one of the features that is currently often used by Instagram users, namely the Instagram Filter feature. This Instagram Filter feature is more often used by teenagers and adults, including students.

The aim of this research is to find out the phenomenon and reality of using Instagram filters among students majoring in sociology, class of 2021, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, and how the use of Instagram filters affects the self-confidence of students majoring in sociology, class of 2021, UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

The research method in this study is a quantitative approach by distributing questionnaires to the 57 respondents who were the samples in this study. This research data was collected using a non-probability sampling technique with the withdrawal of sample members carried out with certain considerations, called a purposive sampling technique.

The results of this research show that the use of Instagram filters among students. The use of Instagram filters among students majoring in Sociology Class of 2021 at UIN Sunan Gunung Djati Bandung can be said to be good but still not optimal. The actual score is 2658 from the ideal score of 3420. If the percentage is 77.8%. Meanwhile, the self-confidence of students majoring in Sociology Class of 2021 at UIN Sunan Gunung Djati Bandung can be said to be good but still not optimal. The actual score is 1422 from the ideal score of 2280. If presented, it is 62.4%. The results of the determination test in this study produced 0.212, which means that there is an influence of variable X (Instagram Filter) on variable Y (Self Confidence) of 21% while the remaining 79% can be influenced by other variables outside of this research.

Keywords: Social Media, Instagram Filter, Self-Confidence