

**PENGARUH MOTIF SWAFOTO TERHADAP KETERBUKAAN DIRI DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM**

(Studi Korelasi Pada Remaja Akhir Usia 18-21 Tahun di Kota Bandung)

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi



oleh

Indriani Pratiwi
NIM 1901312

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2023

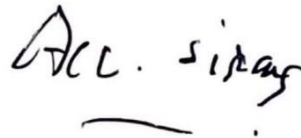
LEMBAR PENGESAHAN

INDRIANI PRATIWI

**PENGARUH MOTIF SWAFOTO TERHADAP KETERBUKAAN DIRI DI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KORELASI PADA REMAJA AKHIR
USIA 18-21 TAHUN DI KOTA BANDUNG)**

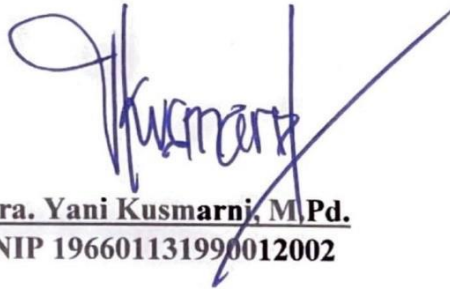
Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I,



Dr. Ridwan Effendi, M.Ed.
NIP 196209261989041001

Pembimbing II,



Dra. Yani Kusmarni, M.Pd.
NIP 196601131990012002

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UPI,



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si.
NIP 198507172014041001

**PENGARUH MOTIF SWAFOTO TERHADAP KETERBUKAAN DIRI DI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KORELASI PADA REMAJA AKHIR
USIA 18-21 TAHUN DI KOTA BANDUNG)**

Oleh
Indriani Pratiwi
NIM 1901312

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Indriani Pratiwi
Universitas Pendidikan Indonesia
Juli 2023

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Motif Swafoto Terhadap Keterbukaan Diri di Media Sosial Instagram (Studi Korelasi Pada Remaja Akhir Usia 18-21 Tahun di Kota Bandung)” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya seni ini

Bandung, Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Indriani Pratiwi

NIM 1901312

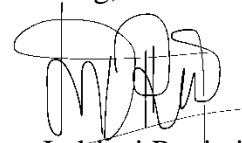
KATA PENGANTAR

Puji dan syukur selalu dipanjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan tugas akhir perkuliahan sebagai salah satu syarat siding dan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi, di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia, dengan judul “Pengaruh Motif Swafoto Terhadap Keterbukaan Diri di Media Sosial Instagram (Studi Korelasi Pada Remaja Akhir Usia 18-21 Tahun di Kota Bandung)”.

Tugas akhir penelitian ini dilakukan atas dasar dari pandangan penulis yang melihat bahwa adanya fenomena swafoto yang muncul di masyarakat dengan segala kontroversinya, membentuk opini dan pandangan beragam di masyarakat maupun pandangan dari individu masing-masing, yang membuat penulis ingin mengetahui lebih lanjut mengenai bagaimana motif swafoto ini dalam pribadi seseorang dan kaitannya dengan keterbukaan dirinya, terkhusus pada media sosial Instagram yang saat ini banyak digunakan.

Selama penyusunan tugas akhir ini, penulis dengan penuh sadar mengetahui bahwa masih banyaknya kekurangan yang ada dalam penelitian ini. Sehingga, tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan ide baru dan penelitian baru terkait swafoto yang diharapkan relevan dengan masa yang akan datang.

Bandung, Juli 2023



Indriani Pratiwi

UCAPAN TERIMAKASIH

Selama penyusunan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Motif Swafoto Terhadap Keterbukaan Diri di Media Sosial Instagram (Studi Korelasi Pada Remaja Akhir Usia 18-21 Tahun di Kota Bandung)”, penulis tentunya senantiasa diberikan dukungan, bantuan, dan bimbingan dari banyak pihak sehingga tugas akhir ini dapat selesai. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT, yang selalu memberikan kesehatan, kemudahan, dan kelancaran dalam segala urusan terutama selama penyusunan tugas akhir ini sehingga dapat selesai.
2. Prof. Dr. M. Solehuddin, M. Pd, M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia beserta jajarannya.
3. Prof. Dr. Agus Mulyana, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Bapak Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Indonesia beserta staff jurusan.
5. Bapak Dr. Ridwan Effendi, M.Ed., selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberikan masukan, bantuan, dan bimbingannya selama penyusunan tugas akhir ini hingga selesai.
6. Ibu Dra. Yani Kusmarni, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II yang selalu meluangkan waktu, memberikan arahan dan masukan agar tugas akhir ini berjalan dengan baik hingga selesai.
7. Kang M. Endriski Agraenzopati H. selaku mentor yang selalu memberikan masukan baru dan pandangan terkait tugas akhir ini agar berjalan dengan baik, serta motivasi dan semangat yang diberikan sangat membantu penulis dalam mengerjakan tugas perkuliahan hingga tugas akhir ini selesai.
8. Seluruh jajaran dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Indonesia yang banyak memberikan ilmu dan pembelajaran selama perkuliahan.

9. Teh Febbi, Teh Destiana, M Helmi Nurdinsyah, Fathan Haidar, yang selalu kebersamai dan memberikan banyak pengetahuan dan arahan kepada penulis agar lebih semangat dan menjadi lebih paham mengenai tugas akhir ini.
10. Azkiya Chumaira, Intan Permata Sari, dan teman-teman lain yang selalu mengajak untuk bermain, kuliner bersama, teman skripsian, dan teman lainnya yang selalu memberikan semangat dan sisipan hiburan agar penulis bisa selesai mengerjakan tugas akhir ini.
11. Teman-teman Ilmu Komunikasi UPI 2019 yang sudah mau bekerja sama dan berjuang bersama dalam segala urusan baik organisasi maupun perkuliahan hingga selesai.

ABSTRAK

Media sosial sebagai sarana multifungsi yang saat ini banyak digunakan oleh semua orang memberikan adanya kegunaan baru terutama dalam pengungkapan informasi pribadi tanpa adanya batasan, atau yang dikenal dengan Keterbukaan Diri. Setiap orang menurut Merlin & Fitriani cenderung menganggap bahwa Keterbukaan Diri adalah sarana mendapatkan respon dan penilaian baik, yang dapat tercermin dalam kegiatan swafoto. Namun, secara berkala swafoto ini memiliki pandangan tersendiri saat pertama kali dikenal dan seiring digunakan hingga sekarang, yang tercermin dengan munculnya kontroversi, salah satunya dari keterbukaan diri yang dilakukan di media sosial Instagram yang saat ini banyak dilakukan pada kalangan remaja. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan motif swafoto yang diantaranya terdapat motif *retention and sharing moment* (X1), *social needs* (X2), dan *entertainment and passing of time* (X3) terhadap Keterbukaan Diri (Y). Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification* dari Katz dan Blumler sebagai landasannya, dengan asumsinya yang menyatakan bahwa khalayak dengan aktif menggunakan media dalam memenuhi kebutuhannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan studi korelasi dan menggunakan metode survei dengan 400 responden yang merupakan remaja akhir usia 18-21 tahun di Kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif *retention and sharing moment* (X1) memiliki pengaruh terhadap Keterbukaan Diri namun bertolak belakang. Adapun motif *social needs* (X2) dan *entertainment and passing of time* (X3) memiliki pengaruh dan searah terhadap Keterbukaan Diri. Persentasenya, Motif swafoto (X) berpengaruh 99% terhadap Keterbukaan Diri (Y), yang dimana berarti *retention and sharing moment*, *social needs*, dan *entertainment and passing of time* memiliki pengaruh pada Keterbukaan Diri, sedangkan 0,1% nya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Swafoto, Motif Swafoto, Keterbukaan Diri, Media sosial, Instagram, *Uses and Gratification*

ABSTRACT

Social media as a multifunctional tool that is widely used by everyone has provided a new utility, especially in terms of self-disclosure, where personal information is shared without boundaries. According to Merlin and Fitriani, individuals tend to perceive self-disclosure as a means to receive positive responses and judgments, which is reflected in the activity of taking selfies. However, selfies have had their own perspectives since they were first introduced and have sparked controversy over time, particularly in relation to the openness displayed on Instagram, which is now commonly practiced among teenagers. Therefore, this research aims to explore the relationship between selfie motives, including the motives of retention and sharing moments (X1), social needs (X2), and entertainment and passing time (X3), with self-disclosure (Y). This study is based on the Uses and Gratification theory by Katz and Blumler, which assumes that audiences actively use media to fulfill their needs. A quantitative approach was employed in this research, using a correlational study design and a survey method with 400 respondents who are late teenagers aged 18-21 years in the city of Bandung. The results of the study indicate that the motive of retention and sharing moments (X1) has an influence on self-disclosure but in an opposite direction. On the other hand, the motives of social needs (X2) and entertainment and passing time (X3) have a positive and direct influence on self-disclosure. The percentages show that selfie motives (X) have a 99% influence on self-disclosure (Y), which means that retention and sharing moments, social needs, and entertainment and passing time have an impact on self-disclosure, while the remaining 0.1% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Selfie, Selfie motives, Self Disclosure, Social Media, Instagram, Uses and Gratification*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	13
1.3. Tujuan Penelitian	13
4.1. Manfaat Penelitian	14
4.1.1. Segi Teori.....	14
4.1.2. Segi Praktik.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2. 1. Swafoto.....	15
2. 2. Motif	20
2. 3. Motif Swafoto.....	22
2. 4. Keterbukaan Diri	25
2. 5. Media Sosial Instagram	30
2. 6. Remaja.....	33
2. 7. Teori <i>Uses and Gratification</i>	34
2. 8. Hubungan antara Motif Swafoto dengan Keterbukaan Diri.....	40
2. 9. Penelitian Terdahulu.....	41
2. 10. Kerangka Pemikiran	47
2. 11. Paradigma Penelitian	48
2. 12. Hipotesis	48
BAB III METODE PENELITIAN.....	50
3.1. Desain Penelitian	50

3.2. Responden	50
3.3. Populasi dan Sampel.....	51
3.3.1. Populasi	51
3.3.2. Sampel	51
3.4. Instrumen Penelitian	53
3.4.1. Studi Kepustakaan	53
3.4.2. Skala Pengukuran	53
3.4.3. Operasionalisasi Variabel	54
3.4. Prosedur Penelitian	62
3.5. Pengujian Instrumen Penelitian	62
3.5.1. Uji Validitas.....	62
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	64
3.6. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	66
3.6.1. Analisis Data Deskriptif	66
3.6.2. Uji Asumsi Klasik	67
3.6.2.1. Uji Normalitas	67
3.6.2.2. Uji Multikolinearitas	68
3.6.2.3. Uji Heterokedastisitas.....	68
3.6.3. Uji Hipotesis.....	69
3.6.3.1. Uji Korelasi	69
3.6.3.2. Uji T Parsial.....	70
3.6.3.3. Uji F Simultan	71
3.6.3.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
3.6.3.5. Koefisien Determinasi	73
BAB IV PEMBAHASAN.....	74
4.1. Identitas Responden.....	74
4.2. Karakteristik Responden.....	75
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	76
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan Media Sosial Instagram	77

4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Media Sosial Selain Instagram	77
4.3. Analisis Data Deskriptif	79
4.3.1. Analisis Deskripsi Motif Swafoto	80
4.3.2. Analisis Deskripsi <i>Retention and Sharing Moment</i>	81
4.3.3. Analisis Deskripsi <i>Social Needs</i>	82
4.3.4. Analisis Deskripsi <i>Entertainment and Passing of Time</i>	84
4.3.5. Analisis Deskripsi Keterbukaan Diri	85
4.4. Uji Asumsi Klasik	86
4.4.1. Uji Normalitas	87
4.4.2. Uji Multikolinearitas.....	88
4.4.3. Uji Heterokedastisitas.....	89
4.5. Uji Hipotesis	90
4.5.1. Uji Korelasi.....	90
4.5.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	93
4.5.3. Uji T Parsial.....	95
4.5.4. Uji F Simultan	98
4.5.5. Koefisien Determinasi	98
4.6. Pembahasan	99
4.6.1. Pembahasan Pengaruh <i>Retention and Sharing Moment</i> terhadap Keterbukaan Diri di media sosial Instagram.....	99
4.6.2. Pembahasan Pengaruh <i>Social Needs</i> terhadap Keterbukaan Diri di media sosial Instagram	101
4.6.3. Pembahasan Pengaruh <i>Entertainment and Passing of Time</i> terhadap Keterbukaan Diri di media sosial Instagram.....	103
4.6.4. Pembahasan Pengaruh Motif Swafoto terhadap Keterbukaan Diri di media sosial Instagram	104
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....	108
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Implikasi	109
5.2.1. Implikasi Teoritis.....	109
5.2.2. Implikasi Praktis	110

5.3 Rekomendasi	110
DAFTAR PUSTAKA	112
DAFTAR LAMPIRAN.....	119
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	120
Lampiran 2 Data Responden	126
Lampiran 3 Tanggapan Responden	136
Lampiran 4 Data Validitas dan Reliabilitas.....	148
Lampiran 5 Analisis Data Deskriptif.....	158
Lampiran 6 Hasil Olah Data	160
Lampiran 7 Hasil Turnitin	163

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Kriteria Bobot Nilai Pernyataan.....	53
Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel	54
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 3.4. Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 3.5. Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 3.6. Kriteria Kategorisasi	66
Tabel 3.7. Distribusi Frekuensi	67
Tabel 3.8. Tingkatan Korelasi.....	70
Tabel 4. 1. Sebaran responden berdasarkan Jenis Kelamin	75
Tabel 4. 2. Sebaran responden berdasarkan Pekerjaan	76
Tabel 4. 3. Waktu Penggunaan Media Sosial Instagram	77
Tabel 4. 4. Penggunaan Media Sosial selain Instagram.....	78
Tabel 4. 5. Skor Rata-rata, Simpangan Baku, dan Interval Estimasi Skor Rata-rata Motif Swafoto	80
Tabel 4. 6. Distribusi Frekuensi Motif Swafoto.....	81
Tabel 4. 7. Skor Rata-Rata, Simpangan Baku, dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Retention and Sharing Moment	81
Tabel 4. 8. Distribusi Frekuensi Retention and Sharing Moment.....	82
Tabel 4. 9. Skor Rata-Rata, Simpangan Baku, dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Social Needs.....	83
Tabel 4. 10. Distribusi Frekuensi Social Needs	83
Tabel 4. 11. Skor Rata-Rata, Simpangan Baku, dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Entertainment and Passing of Time	84
Tabel 4. 12. Distribusi Frekuensi Entertainment and Passing of Time.....	85
Tabel 4. 13. Skor Rata-Rata, Simpangan Baku, dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Keterbukaan Diri.....	85
Tabel 4. 14. Distribusi Frekuensi Keterbukaan Diri	86
Tabel 4. 15. Hasil Uji Asumsi Klasik	87
Tabel 4. 16. Pedoman Koefisien Korelasi.....	91
Tabel 4. 17. Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment.....	91
Tabel 4. 18. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Berpikir	47
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	48
Gambar 4. 1. P-Plot Uji Normalitas	88
Gambar 4. 2. Grafik Scatterplot	89
Gambar 4. 3. Grafik Hasil Uji T Parsial.....	97

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Aswaja Pressindo*. Aswaja Pressindo.
- Aminah, D. S. D. (2014). *Pengaruh Pencarian Informasi Melalui @infoimunisasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. Universitas Padjajaran.
- Annur, C. M. (2020). *Berapa Usia Mayoritas Pengguna Media Sosial di Indonesia? / Databoks*. databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/berapa-usia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-indonesia>
- Ansyari, S., & Hidayat, D. (2021). Terpeleset Saat Swafoto di Atas Batu, 2 Remaja Asal Bandung Tewas. *viva.co.id*.
- Apodaca, J. (2017). *True-self and the uses and gratifications of Instagram among college-aged females*. University of Nevada, Las Vega.
- Azis, M. R. Al, & Irwansyah. (2021). FENOMENA SELF-DISCLOSURE DALAM PENGGUNAAN (Studi Deskriptif pada Akun Selebgram). *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, 3(1), 120–130.
<https://doi.org/https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.189>
- Budiarto, D. S. (2019). Panduan riset kuantitatif: trik publikasi bagi pemula. *UPY Press*, 1–61.
- Chakraborty, S., & Das, P. (2019). Uses and Gratifications of Photo-sharing Using Instagram. *NOLEGEIN Journal of Global Marketing*, 2(1), 6–12.
- Darmawan, D. D. (2013). *Metode penelitian kuantitatif / Deni Darmawan ; editor, Pipih Latifah / OPAC Perpustakaan Nasional RI*. (P. Latifah (ed.)). Remaja Rosdakarya.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian pendekatan kuantitatif* (Toman Sony Tambunan (ed.); Nomor August). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Desokey, H. F. A. (2021). Psychological motives underlying selfie behavior among Egyptian college Students. *International Research Journal of Science*,

- Technology, Education, and Managemen*, 1(1), 35–43.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.5195632> 35
- Effendi, R., & Rouf, M. F. (2018). Generasi Swafoto. *Pikiran Rakyat*, 22.
- Etgar, S., & Amichai-hamburger, Y. (2017). Not All Selfies Took Alike : Distinct Selfie Motivations Are Related to Different Personality Characteristics. *Frontiers in Psychology*, 8(May), 1–10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00842>
- Fatmawati, W. (2019). *Duh, Penelitian Ungkap Unggah Foto Selfie Membangun Citra Diri yang Minus*. akurat.co. <https://akurat.co/duh-penelitian-ungkap-unggah-foto-selfie-membangun-citra-diri-yang-minus>
- Fitriani, Rustan, A. S., & Zulfah. (2017). PENGARUH FOTO SELFIE TERHADAP KONSEP DIRI (STUDI KASUS MAHASISWA JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI STAIN PAREPARE). *KOMUNIDA : Media Komunikasi dan Dakwah*, 7(2), 183–202. <https://doi.org/10.35905/KOMUNIDA.V7I2.479>
- Freitas, D. (2017). *The Happiness Effect*.
- Gewati, M. (2016). Hasil Riset... Pribadi “Extrover” dan “Eksibisionis” Penggemar Berat “Selfie”! Halaman all - Kompas.com. *Kompas.com*.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Usilawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, S. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Nomor March). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hidayat. (2017). 82 Persen Orang Tak Suka Lihat Foto Selfie di Media Sosial - Tekno Liputan6.com. *liputan6*.
- Hooti, M. I. A. Al. (2014). *What Motivates People to Take Selfies and What Do Others Think of It ?* Sultan Qaboos University What.
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Usu Press 2018.
- Ibrahim, A., Alang, Asrul, H., Madi, Baharuddin, Ahmad, M. A., & Darmawati. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN* (M. S. Dr. H. Ilyas Ismail, M.Pd. (ed.)). GUNADARMA ILMU.
- Ikhsan, R., & Pranata, L. (2018). Motif Selfie di Kalangan Mahasiswa (Studi Fenomenologi pada Grup Instagram UNP Cantik. *Sosioglobal: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi*, 2(2), 1–9.

- Irianto, P. (2015). *HUBUNGAN PERILAKU SELFIE DENGAN KEPERCAYAAN DIRI (Studi Pada Siswi SMAN 7 Malang Pengguna Aktif Media Sosial Instagram) - UMM Institutional Repository*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Janie, D. N. A. (2012). STATISTIK DESKRIPTIF & REGRESI LINIER BERGANDA DENGAN SPSS. In *Semarang University Press* (Nomor April 2012).
- Jemadu, L., & Prastya, D. (2022). Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022. *suara.com*.
- Karimi, L., Khodabandelou, R., Ehsani, M., & Ahmad, M. (2014). Applying the Uses and Gratifications Theory to Compare Higher Education Students ' Motivation for Using Social Networking Sites : Experiences from Iran , Malaysia , United Kingdom , and South Africa. *CONTEMPORARY EDUCATIONAL TECHNOLOGY*, 5(1), 53–72.
- Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Kenshanahan, A. (2018). Riset: Beda Media Sosial, Beda Karakter Penggunanya | *kumparan.com*. *Kumparan*.
- Kusnendi. (2017). *Handout Statistika Penelitian dan Analisis Data dalam Penelitian Non Eksperimen Model Regresi Persamaan Tunggal*. Universitas Kuningan.
- Lestari, L. M., Gelgel, N. M. R. A. G., & Pradipta, D. A. (2020). Motif Mengunggah Foto Selfie ke Dalam Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja SMAN 1 Denpasar. *E-Jurnal Medium*, 1(1), 1–9.
- Mahdi, M. I. (2022). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. *DataIndonesia.id*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Manfaat, B. (2018). Analisis Data Kuantitatif. *Pengkajian Dalam Pendidikan*, 1(December), 462. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.31212.82566>
- Mehrad, J., & Tajer, P. (2016). Uses and Gratification Theory in Connection with Knowledge and Information Science: A Proposed Conceptual Model.

- International Journal of Information Science and Management*, 14(2), 1–14.
- Merlin, & Fitriani, D. R. (2019). Pengaruh Motif Selfie Terhadap Keterbukaan Diri Generasi Milenial. *MediaTor*, 12(2), 199–211. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.29313/mediator.v12i2.5037>
- Mustofa, A. (2018). TRAGIS! Selfie Latar Ombak, Dihajar Ombak Besar, Turis Lokal Meninggal. *Jawapos*.
- Nindariati, L. (2019). *Kepuasan Komunitas Fans BTS Riau Terhadap Tayangan Billboard Music Awards 2018 di NET TV - Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Repository*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ningrum, D. W. (2014). Inilah Daftar 20 Kota Paling Seflie di Dunia - Tekno Liputan6.com. *Liputan 6*.
- Nurdiana, R. Y. W. (2018). *HUBUNGAN NARSISME DAN PERILAKU SELFIE (SELF- POTRAIT SHARING) PADA MAHASISWA. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG*.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara. (2017). *Dasar-Dasar Statistika Penelitian* (Vol. 4, Nomor 1). SIBUKU MEDIA.
- Oktavianti, M. A. (2018). *INSTAGRAM STORIES SEBAGAI MEDIA KETERBUKAAN DIRI MAHASISWI ILMU KOMUNIKASI UINSA. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA*.
- Perdana, P. P. (2015). Mahasiswa Celaka Saat Selfie, Bandung Pindahkan Kabel - Nasional Tempo.co. *Tempo.co*.
- Phua, J., Jin, S. V., & Kim, J. J. (2017). Uses and Gratifications of Social Networking Sites for Bridging and Bonding Social Capital: A Comparison of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat. *Computers in Human Behavior*, 1–30. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.041>
- Pittman, M., & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in Human Behavior*, 62, 155–167. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.084>
- Purnomo, A. W., & Handayani, S. W. E. (2021). FENOMENA FOTO SELFIE DAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai

- Fenomena Selfie di Media Sosial Instagram di Kalangan Pegawai Gramedia Hartono Mall Solo Baru). *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 19(2), 121–128.
- Rahardjo, W., Qomariyah, N., Hermita, M., Suhatri, R. J., Marwan, M. A., & Andriani, I. (2020). ONLINE ADOLESCENT ' S SELF-DISCLOSURE AS SOCIAL MEDIA USERS : THE ROLE OF EXTRAVERSION PERSONALITY , PERCEPTION OF PRIVACY RISK , CONVENIENCE OF RELATIONSHIP MAINTENANCE , AND SELF-PRESENTATION. *Jurnal Psikologi*, 19(3), 219–232.
- Ramadhan, A., Hatuwe, M., & Nurliah. (2017). *Motif Foto Selfie Di Instagram Pada Siswa Sma Negeri 1 Kota Samarinda*. 6(1), 379–390.
- Ramadhan, A. S. (2021). Selfie Berujung Maut, Seorang Perempuan di Bandung Tewas Tertabrak Kereta Api - Suara Jabar. *Suarajabar.id*.
- Rizkyarini, A., & Annisa, R. (2020). OPINI: Privasi dan Pengungkapan Diri Remaja di Media Sosial-(Bagian II) - Harianjogja.com. *Harian Jogja*.
- Rosyidah, U. (2016). *MOTIF KOMUNIKASI PELAKU SELFIE MAHASISWA PRODI ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2012 FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN SUNAN AMPEL SURABAYA - Digilib UIN Sunan Ampel Surabaya*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Rumaisa, Arianti, R., & Anshori, H. (2015). *Hubungan Minat Selfie Terhadap Kecenderungan Gangguan Kepribadian Narsistik Pada Siswa - Siswi di SMPN 7 Kelas VIII Banjarmasin*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ANTASARI.
- Sagiyanto, A., & Ardiyanti, N. (2018). Keterbukaan Diri melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada Anggota Galeri Quote). *Nyimak Journal of Communication*, 2(1), 81–94.
- Sari, M. P., & Muktiyo, W. (2018). Keterbukaan Diri(Self-Disclosure) Di Media Social (Studi Korelasi Aktivitas Menggunakan Media Sosial Instagram Dengan Keterbukaan Diri (Keterbukaan Diri) Pada Anggota Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia Shollahuddin Al-Ayyubi UNS). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1–15.
- Soranzo, A. (2021). *Selfie culture: what your choice of camera angle says about you -*

- DIY Photography*. Photography. <https://www.diyphotography.net/selfie-culture-what-your-choice-of-camera-angle-says-about-you/>
- Sung, Y., Lee, J. A., Kim, E., & Choi, S. M. (2016). Why we post selfies: Understanding motivations for posting pictures of oneself. *Personality and Individual Differences*, 97, 260–265. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.03.032>
- Supiandi, A. (2021). Remaja Tenggelam saat Selfie di Sungai Citarum Bandung Ditemukan Meninggal. *iNewsJabar.id*.
- Tarakçı, H. N., & Yeniçıktı, T. N. (2016). *Instagram in the contex of uses and gratifications approach: Selcuk university example*.
- Tresa, N. A. (2020). *PERILAKU SELFIE PADA TENTARA NASIONAL INDONESIA (TNI) DI KODAM II SRIWIJAYA PALEMBANG - Repository UIN Raden Fatah Palembang*. UIN Raden Fatah Palembang.
- Trillo, T., Hallinan, B., Green, A., Kim, B., Mizoroki, S., Scharlach, R., Park, P. H., Frosh, P., & Shifman, L. (2023). “I love this photo , I can feel their hearts !” How users across the world evaluate social media portraiture. *Journal of Communication*, 00(February), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.1093/joc/jqad009>
- Ucu, K. R. (2015). “Bukan Selfie, tapi Swafoto” | Republika Online. *REPUBLIKA*.
- Vaate, A. J. D. (Nadia. B. de, Veldhuis, J., Alleva, J. M., Konijn, E. A., & van Hugten, C. H. M. (2018). Show your best self(ie): An exploratory study on selfie-related motivations and behavior in emerging adulthood. *Telematics and Informatics*, 35(5), 1392–1407. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.03.010>
- Williamson, P., Stohlman, T., & Polinsky, H. (2017). Me, My “Selfie” and I: A Survey of Self-disclosure Motivations on Social Media. *IAFOR Journal of Cultural Studies*, 2(2), 71–85.
- Wisnuwardani, D. P. (2017). Mengenal Selfitis, Kebiasaan Selfie yang Termasuk Gangguan Mental - Health Liputan6.com. *Liputan6*.
- Yanuar. (2015). Wisatawan Bandung Tewas Usai Selfie di Pantai Baron - News Liputan6.com. *liputan6*.
- Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linier Berganda. In *Universitas Udayana*.

- Yusup, Febrinawati. (2018). UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN KUANTITATIF. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23.
- Yusup, Febrinawati. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23. <https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>
- Yz-zahra, F. A., & Hasfi, N. (2018). Studi Fenomenologi Online Keterbukaan Diri melalui Instagram Story. *Interaksi Online*, 7(1), 56–67.
- Zappavigna, M. (2016). Social media photography: construing subjectivity in Instagram images. *Visual Communication*, 15(3), 271–292. <https://doi.org/10.1177/1470357216643220>