

Efektivitas *Motivational Posters* Terhadap *Self Esteem* Perempuan

(*Kuasi eksperimen poster @nkcthi terhadap mahasiswa tingkat akhir di Kota Bandung*)

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

SKRIPSI



Oleh:

Almalia Hazna

1601402

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

BANDUNG

2020

Almalia Hazna, 2020

EFEKTIVITAS MOTIVATIONAL POSTERS TERHADAP SELF ESTEEM PEREMPUAN (KUASI EKSPERIMEN POSTER NKCTHI TERHADAP MAHASISWI TINGKAT AKHIR DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ALMALIA HAZNA

**EFEKTIVITAS *MOTIVATIONAL POSTERS* TERHADAP *SELF ESTEEM*
PEREMPUAN**

(Kuasi eksperimen poster @nkcthi terhadap mahasiswa tingkat akhir di Kota Bandung)

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

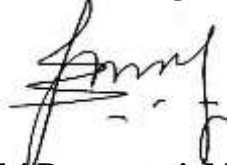
Pembimbing I,



Dr. Ridwan Effendi, M.Ed

NIP. 19620926 198904 1 001

Pembimbing II,



Welsi Damayanti, M.Pd.

NIP. 19821222 200912 2 001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Universitas Pendidikan Indonesia,



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar A, M.Si.

Almalia Hazna, 2020

EFEKTIVITAS MOTIVATIONAL POSTERS TERHADAP SELF ESTEEM PEREMPUAN (KUASI EKSPERIMEN POSTER NKCTHI TERHADAP MAHASISWI TINGKAT AKHIR DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

NIP. 19850717 201404 1 001

**EFEKTIVITAS MOTIVATIONAL POSTERS TERHADAP SELF ESTEEM
PEREMPUAN**

(Kuasi eksperimen poster @nkcthi terhadap mahasiswa tingkat akhir di Kota Bandung)

Oleh

Almalia Hazna

NIM 1601402

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

© Almalia Hazna 2020

Universitas Pendidikan Indonesia

Juli 2020

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang,
fotocopy, atau cara lainnya tanpa seising dari penulis

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi/tesis/disertasi dengan judul *EFEKTIVAS MOTIVATIONAL POSTERS TERHADAP SELF ESTEEM PEREMPUAN* (Kuasi Eksperimen poster @nkcthi terhadap mahasiswi tingkat akhir di Kota Bandung) ini 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 resiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juli 2020

Yang membuat pernyataan,

Almalia Hazna
NIM 1601402

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur saya haturkan kepada Allah SWT atas seluruh rahmat dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga saya dapat menuntaskan penelitian dengan judul “Efektivitas *Motivational Posters* Terhadap *Self Esteem* Perempuan (Kuasi eksperimen poster @nkcthi terhadap mahasiswa tingkat akhir di Kota Bandung)”. Tak lupa juga penulis panjatkan shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan yang baik untuk umatnya.

Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk dapat meraih gelar sarjana dan ketentuan kelulusan untuk setiap mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Sehingga penulis memerlukan saran serta masukan dari berbagai pihak.

Meskipun skripsi ini jauh dari kata sempurna, peneliti berharap apa yang ada pada skripsi ini dapat memberikan manfaat dan dampak positif, baik untuk perkembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang ilmu komunikasi, atau pun untuk kebutuhan ilmu di bidang lainnya.

Bandung, Juli 2020,

Almalia Hazna
1601402

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam proses menyelesaikan skripsi yang berjudul “Efektivitas *Motivational Posters* Terhadap *Self Esteem* Perempuan (Kuasi eksperimen poster @nkcthi terhadap mahasiswa tingkat akhir di Kota Bandung)” banyak pihak yang telah membimbing, membantu, dan memberikan motivasi maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi di tengah pandemic COVID-19 saat ini.
2. Kedua orang tua yang telah mendoakan penulis setiap saat serta memberikan dukungan moril dan materil.
3. Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia beserta segenap jajarannya.
4. Dr. Agus Mulyana, M. Hum., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (FPIPS) UPI beserta jajarannya.
5. Dr. Ahmad Fahrul Muchtar A, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UPI beserta jajarannya.
6. Dr. Ridwan Effendi, M.Ed., selaku Dosen Pembimbing I yang telah berkenan membimbing dan memberikan banyak ilmu kepada penulis selama menyusun skripsi.
7. Welsi Damayanti, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II yang telah berkenan membimbing dan memberikan banyak ilmu kepada penulis selama menyusun skripsi.
8. Heni Nuraeni Zaenudin, S.Sos., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang sudah membimbing, membantu, dan mendukung penulis selama menjadi mahasiswa Ilmu Komunikasi UPI.
9. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi UPI serta seluruh staf yang telah memberikan banyak ilmu bermanfaat dan membantu penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi.
10. Leoni Thalita, Mira Fazriani, Ninda MD, Alvin Iqbal, Firdaus Aulia dan Ica Raisa yang sudah menjadi teman yang selalu mendukung, memotivasi, dan membantu penulis saat proses menyelesaikan skripsi.
11. Seluruh teman-teman Kombe 2016 yang telah menemani masa-masa kuliah penulis dengan penuh kebahagiaan.
12. Seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi UPI angkatan 2016 selaku teman seperjuangan selama kuliah di Ilmu Komunikasi UPI.
13. Seluruh teman-teman dan kerabat yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Bandung, Juli 2020,

Almalia Hazna
1601402

ABSTRAK

Motivational posters saat ini menjadi salah satu konten yang dengan mudah ditemui masyarakat pada berbagai platform media sosial. Penelitian ini akan membahas terkait efektivitas *motivational posters* dalam meningkatkan *self esteem* pada perempuan, *motivational posters* yang menjadi subjek penelitian ini merupakan poster dari salah satu akun instagram yaitu akun @nkcthi. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuasi eksperimen dengan melakukan pretes dan postes dan membagi responden menjadi dua kelompok diantaranya kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. Sampel pada penelitian ini adalah 40 mahasiswi tingkat akhir yang berkuliah di Kota Bandung, dengan menggunakan dua uji hipotesis antara lain Uji *Paired Sample T-test* untuk menguji hasil pretes dan postes lalu terdapat Uji *Independent Sample T-test* yang digunakan untuk menguji perbedaan hasil postes antara kedua kelompok. Hasil penelitian ini yaitu *motivational posters* efektif dalam meningkatkan *self esteem* pada perempuan, khususnya mahasiswi tingkat akhir di Kota Bandung, hal ini sesuai dengan olahan data analisis deskriptif dari pretes dan postes pada kedua kelompok yaitu kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, di dukung pula oleh analisis per dimensi yang mengalami peningkatan pada kelompok eksperimen, diantaranya terhadap dimensi *Significance* (keberartian), *Power* (kekuatan), *Competence* (kompetensi), *Virtue* (kebajikan). Selain itu dibuktikan pula dengan hasil Uji *Independent Sample T-test* yaitu Sig (2-tailed) 0.000 lebih kecil dari 0.05.

Kata Kunci: Motivational Posters, Self Esteem, Perempuan, Kuasi Eksperimen, Psikologi Komunikasi, Komunikasi Visual

ABSTRACT

Motivational posters are now a content that people can easily find on various social media platforms. This study will discuss the effectiveness of motivational posters in increasing self-esteem in women, the motivational posters which are the subject of this study are posters from one of the Instagram accounts, namely the @nkcthi account. The method used in this research is quasi-experimental by conducting pretest and posttest and dividing the respondents into two groups including the experimental group and the control group. The sample in this study were 40 final year students studying in the city of Bandung, using two hypothesis tests, including the Paired Sample T-test to test the pretest and posttest results, then there is the Independent Sample T-test which is used to test differences in post-test results between both groups. The results of this study are motivational posters that are effective in increasing self-esteem in women, especially female students in the final year of Bandung, this is in accordance with the descriptive analysis of the pretest and posttest data processed in the two groups, namely the experimental group and the control group. dimensions that have increased in the experimental group, including the dimensions of Significance (meaning), Power (strength), Competence (competence), Virtue (virtue). In addition, it is also evidenced by the results of the Independent Sample T-test, namely Sig (2-tailed) 0.000 less than 0.05.

Keywords: Motivational Posters, Self Esteem, Woman, Quasi Exsperimental, Psychology Communication, Visual Communication

Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	I
LEMBAR PERNYATAAN.....	III
KATA PENGANTAR	IV
UCAPAN TERIMA KASIH.....	V
ABSTRAK.....	VI
ABSTRACT.....	VII
Daftar Tabel	XII
Daftar Gambar	XV
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Struktur Organisasi Penulisan Skripsi.....	7
BAB II.....	9
KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Psikologi Komunikasi dan Media Baru	9
2.1.1 Psikologi Komunikasi	9
2.1.2 Media Baru.....	10
2.2 Motivational Posters dalam Media Sosial Instagram.....	11
2.2.1 Konsep Motivational Posters	11
2.2.2 Dimensi <i>Motivational Posters</i>	12
2.2.3 <i>Motivational Posters</i> dalam Media Sosial Instagram.....	12
2.3 Self Esteem	14
2.3.1 Dimensi dan Skala Pengukuran Self Esteem	16
2.3.1.1 Dimensi Self Esteem.....	16
2.3.1.2 Skala The Coopersmith Self Esteem Inventory (CSEI).....	16
2.4 Self Esteem Perempuan	17
2.5 Teori-Teori Rujukan Sebagai Premis Penelitian.....	18
2.5.1 Teori S-O-R	18

2.5.2	Model Komunikasi S-O-R	19
2.5.3	Teori Sosial Kognitif.....	20
2.6	Kerangka Pemikiran.....	22
2.7	Penelitian Terdahulu	23
2.8	Hipotesis Penelitian	34
BAB III		35
METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Desain Penelitian	35
3.1.1	Metode Penelitian	36
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.2.1	Populasi.....	37
3.2.1	Sampel.....	38
3.3	Operasional Variabel dan Paradigma Penelitian.....	39
3.3.1	Variabel Penelitian.....	39
3.3.2	Paradigma Penelitian.....	42
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4.1	Model Eksperimen <i>Motivational Posters</i>	43
3.4.2	Indikator Instrumen Penelitian.....	47
3.5	Teknik Analisis Data.....	51
3.5.1	Uji Hipotesis Penelitian	51
3.5.2	Uji Validitas	52
3.5.3	Uji Reliabilitas	54
3.5.4	Uji Normalitas.....	55
BAB IV		57
TEMUAN DAN PEMBAHASAN		57
4.1	Deskripsi Subjek Penelitian	57
4.2	Karakteristik Responden Penelitian	58
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	58
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas.....	59
4.2.3	Karakteristik Responden Yang Tidak Mengikuti Akun @nkcthi	60
4.2.4	Karakteristik Responden Yang Tidak Mengetahui Akun Instagram @nkcthi.....	61
4.3	Analisis Deskripsi Tanggapan Responden.....	61
4.3.1	Gambaran Hasil Pretes Tingkat Self Esteem Perempuan Kelompok Eksperimen	63

4.3.1.1 Analisis Deskripsi Pretes Tingkat Self Esteem Perempuan Kelompok Eksperimen	63
4.3.1.2 Analisis Deskripsi Pretes Tingkat Self Esteem Perempuan (Kelompok Eksperimen) Dimensi <i>Significance</i>	64
4.3.1.3 Analisis Deskripsi Pretes Tingkat Self Esteem Perempuan (Kelompok Eksperimen) Dimensi <i>Power</i>	65
4.3.1.4 Analisis Deskripsi Pretes Tingkat Self Esteem Perempuan (Kelompok Eksperimen) Dimensi <i>Competence</i>	67
4.3.1.5 Analisis Deskripsi Pretes Tingkat Self Esteem Perempuan (Kelompok Eksperimen) Dimensi <i>Virtue</i>	68
4.3.2 Gambaran Hasil Pretes Tingkat Self Esteem Perempuan Kelompok Kontrol	69
4.3.2.1 Analisis Deskripsi Pretes Tingkat Self Esteem Perempuan Kelompok Kontrol	69
4.3.2.1 Analisis Deskripsi Pretes Tingkat Self Esteem Perempuan (Kelompok Kontrol) Dimensi <i>Significance</i>	70
4.3.2.2 Analisis Deskripsi Pretes Tingkat Self Esteem Perempuan (Kelompok Kontrol) Dimensi <i>Power</i>	72
4.3.2.3 Analisis Deskripsi Pretes Tingkat Self Esteem Perempuan (Kelompok Kontrol) Dimensi <i>Competence</i>	73
4.3.2.3 Analisis Deskripsi Pretes Tingkat Self Esteem Perempuan (Kelompok Kontrol) Dimensi <i>Virtue</i>	74
4.3.3 Gambaran Hasil Postes Tingkat Self Esteem Perempuan Kelompok Eksperimen	76
4.3.3.1 Analisis Deskripsi Postes Tingkat Self Esteem Perempuan Kelompok Eksperimen	76
4.3.3.2 Analisis Deskripsi Postes Tingkat Self Esteem Perempuan (Kelompok Eksperimen) Dimensi <i>Significance</i>	77
4.3.3.3 Analisis Deskripsi Postes Tingkat Self Esteem Perempuan (Kelompok Eksperimen) Dimensi <i>Power</i>	78
4.3.3.4 Analisis Deskripsi Postes Tingkat Self Esteem Perempuan (Kelompok Eksperimen) Dimensi <i>Competence</i>	80
4.3.3.5 Analisis Deskripsi Postes Tingkat Self Esteem Perempuan (Kelompok Eksperimen) Dimensi <i>Virtue</i>	81
4.3.4 Gambaran Hasil Postes Tingkat Self Esteem Perempuan Kelompok Kontrol	82
4.3.4.1 Analisis Deskripsi Tingkat Self Esteem Perempuan (Kelompok Kontrol)	82
4.3.4.2 Analisis Deskripsi Tingkat Self Esteem Perempuan (Kelompok Kontrol) Dimensi <i>Significance</i>	84
4.3.4.3 Analisis Deskripsi Tingkat Self Esteem Perempuan (Kelompok Kontrol) Dimensi <i>Power</i>	85

4.3.4.4 Analisis Deskripsi Tingkat Self Esteem Perempuan (Kelompok Kontrol) Dimensi <i>Competence</i>	86
4.3.4.5 Analisis Deskripsi Tingkat Self Esteem Perempuan (Kelompok Kontrol) Dimensi <i>Virtue</i>	87
4.4 Analisis Data.....	89
4.4.1 Uji Normalitas.....	89
4.4.2 Uji Homogenitas	90
4.4.3 Uji Hipotesis	91
4.4.4 Hasil Uji N-Gain Score.....	93
4.5 Pembahasan.....	95
4.5.1 Hasil Penelitian Kelompok Eksperimen Pada Pretes dan Postes	95
4.5.2 Hasil Penelitian Kelompok Kontrol Pada Pretes dan Postes	96
4.5.3 Hasil Penelitian Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol	97
4.5.4 Pembahasan Hasil Berkaitan dengan Teori.....	98
4.5.4.1 Efektivitas Motivational Posters Terhadap Self Esteem Perempuan	99
BAB V	102
SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	102
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Implikasi	103
5.2.1 Implikasi Teoritis	103
5.2.2 Implikasi Praktis	103
5.3 Rekomendasi.....	104
Daftar Pustaka.....	105
LAMPIRAN.....	110

Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. 1 Model Eksperimen	44
Tabel 3. 2 Indikator Instrumen Penelitian.....	48
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas	55
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	58
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas.....	59
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Yang Tidak Mengikuti Akun @nkcthi.....	60
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Yang Tidak Mengikuti Akun @nkcthi.....	61
Tabel 4. 5 Skor rata-rata, simpangan baku dan interval estimasi skor rata-rata tingkat self esteem perempuan pada aspek umum.....	63
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi pretes tingkat self esteem perempuan kelompok eksperimen.....	64
Tabel 4. 7 Skor rata-rata, simpangan baku dan interval estimasi skor rata-rata pretes tingkat self esteem perempuan kelompok eksperimen pada dimensi <i>significance</i>	64
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi pretes tingkat self esteem perempuan kelompok eksperimen dimensi <i>significance</i>	65
Tabel 4. 9 Skor rata-rata, simpangan baku dan interval estimasi skor rata-rata pretes tingkat self esteem perempuan kelompok eksperimen pada dimensi <i>power</i>	66
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi pretes tingkat self esteem perempuan kelompok eksperimen dimensi <i>power</i>	66
Tabel 4. 11 Skor rata-rata, simpangan baku dan interval estimasi skor rata-rata pretes tingkat self esteem perempuan kelompok eksperimen pada dimensi <i>competence</i>	67
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi pretes tingkat self esteem perempuan kelompok eksperimen dimensi <i>competence</i>	67
Tabel 4. 13 Skor rata-rata, simpangan baku dan interval estimasi skor rata-rata pretes tingkat self esteem perempuan kelompok eksperimen pada dimensi <i>virtue</i>	68
Tabel 4. 14 Distribusi Frekuensi pretes tingkat self esteem perempuan kelompok eksperimen dimensi <i>virtue</i>	69
Tabel 4. 15 Skor rata-rata, simpangan baku dan interval estimasi skor rata-rata pretes tingkat self esteem perempuan kelompok kontrol secara umum.....	70
Tabel 4. 16 Distribusi Frekuensi pretes tingkat self esteem perempuan kelompok kontrol secara umum	70
Tabel 4. 17 Skor rata-rata, simpangan baku dan interval estimasi skor rata-rata pretes tingkat self esteem perempuan kelompok kontrol pada dimensi <i>significance</i>	71
Tabel 4. 18 Distribusi Frekuensi pretes tingkat self esteem perempuan kelompok pada dimensi <i>significance</i>	71
Tabel 4. 19 Skor rata-rata, simpangan baku dan interval estimasi skor rata-rata pretes tingkat self esteem perempuan kelompok kontrol pada dimensi <i>power</i>	72
Tabel 4. 20 Distribusi Frekuensi pretes tingkat self esteem perempuan kelompok kontrol pada dimensi <i>power</i>	73
Tabel 4. 21 Skor rata-rata, simpangan baku dan interval estimasi skor rata-rata pretes tingkat self esteem perempuan kelompok kontrol pada dimensi <i>competence</i>	73

Tabel 4. 22 Distribusi Frekuensi pretes tingkat self esteem perempuan kelompok kontrol pada dimensi <i>competence</i>	74
Tabel 4. 23 Skor rata-rata, simpangan baku dan interval estimasi skor rata-rata pretes tingkat self esteem perempuan kelompok kontrol pada dimensi <i>virtue</i>	75
Tabel 4. 24 Distribusi Frekuensi pretes tingkat self esteem perempuan kelompok kontrol pada dimensi <i>virtue</i>	75
Tabel 4. 25 Skor rata-rata, simpangan baku dan interval estimasi skor rata-rata postes tingkat self esteem perempuan kelompok eksperimen secara umum.....	76
Tabel 4. 26 Distribusi Frekuensi postes tingkat self esteem perempuan kelompok eksperimen secara umum.....	77
Tabel 4. 27 Skor rata-rata, simpangan baku dan interval estimasi skor rata-rata postes tingkat self esteem perempuan kelompok eksperimen pada dimensi <i>significance</i>	77
Tabel 4. 28 Distribusi Frekuensi postes tingkat self esteem perempuan kelompok eksperimen pada dimensi <i>significance</i>	78
Tabel 4. 29 Skor rata-rata, simpangan baku dan interval estimasi skor rata-rata postes tingkat self esteem perempuan kelompok eksperimen pada dimensi <i>power</i>	79
Tabel 4. 30 Distribusi Frekuensi postes tingkat self esteem perempuan kelompok eksperimen pada dimensi <i>power</i>	79
Tabel 4. 31 Skor rata-rata, simpangan baku dan interval estimasi skor rata-rata postes tingkat self esteem perempuan kelompok eksperimen pada dimensi <i>competence</i>	80
Tabel 4. 32 Distribusi Frekuensi postes tingkat self esteem perempuan kelompok eksperimen pada dimensi <i>competence</i>	81
Tabel 4. 33 Skor rata-rata, simpangan baku dan interval estimasi skor rata-rata postes tingkat self esteem perempuan kelompok eksperimen pada dimensi <i>virtue</i>	81
Tabel 4. 34 Distribusi Frekuensi postes tingkat self esteem perempuan kelompok eksperimen pada dimensi <i>virtue</i>	82
Tabel 4. 35 Skor rata-rata, simpangan baku dan interval estimasi skor rata-rata postes tingkat self esteem perempuan kelompok kontrol secara umum.....	83
Tabel 4. 36 Distribusi Frekuensi postes tingkat self esteem perempuan kelompok kontrol secara umum.....	83
Tabel 4. 37 Skor rata-rata, simpangan baku dan interval estimasi skor rata-rata postes tingkat self esteem perempuan kelompok kontrol pada dimensi <i>significance</i>	84
Tabel 4. 38 Distribusi Frekuensi postes tingkat self esteem perempuan kelompok kontrol pada dimensi <i>significance</i>	85
Tabel 4. 39 Skor rata-rata, simpangan baku dan interval estimasi skor rata-rata postes tingkat self esteem perempuan kelompok kontrol pada dimensi <i>power</i>	85
Tabel 4. 40 Distribusi Frekuensi postes tingkat self esteem perempuan kelompok kontrol pada dimensi <i>power</i>	86
Tabel 4. 41 Skor rata-rata, simpangan baku dan interval estimasi skor rata-rata postes tingkat self esteem perempuan kelompok kontrol pada dimensi <i>competence</i>	86
Tabel 4. 42 Distribusi Frekuensi postes tingkat self esteem perempuan kelompok kontrol pada dimensi <i>competence</i>	87
Tabel 4. 43 Skor rata-rata, simpangan baku dan interval estimasi skor rata-rata postes tingkat self esteem perempuan kelompok kontrol pada dimensi <i>virtue</i>	88

Tabel 4. 44 Distribusi Frekuensi postes tingkat self esteem perempuan kelompok kontrol pada dimensi virtue.....	88
Tabel 4. 45 Hasil SPSS Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov dan Saphiro Wilk	89
Tabel 4. 46 Hasil SPSS Uji Homogenitas.....	90
Tabel 4. 47 Uji One Way Anova.....	91
Tabel 4. 48 Hasil SPSS Uji Paired Sample Test	92
Tabel 4. 49 Hasil SPSS Uji Independent Sample Test.....	93
Tabel 4. 50 Uji N-Gain Score	93
Tabel 4. 51 Uji T N-Gain Score.....	95

Daftar Gambar

Gambar 2. 1 Model Komunikasi S-O-R	19
Gambar 3. 1 Uji T	52
Gambar 3. 2 Rumus Product Moment Pearson	53
Gambar 4. 1 Poster dan Akun Instagram @nkcthi	57
Gambar 4. 2 Kategori Variabel Distribusi Frekuensi.....	62

Daftar Pustaka

- Ali, M. (2014). *Memahami Riset Perilaku Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Anderson, M. J. (Internet & Technology). Teens, Social Media & Technology 2018. 2018 .
- Angel, B. (2016). *Healing Your Emotional Self*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Arshad, M. S. (2015). Self Esteem & Academic Performance among University Student. *Journal of Education and Practice*, 6(1) ISSN 2222-288X.
- Bandura, A. (2002). Social Cognitive Theory of Mass Communication. *Media Psychology*, 3(3). 265-299.
- Batey, M. H. (2020). Designing Creative Spaces: An Experimental Examination of The Effect of a Nature Poster on Divergent Thinking. *Journal Ergonomics*, 0014-0139.
- Bedrov, A. B. (2018). Improving Self Esteem With Motivational Quotes: Opportunities for Digital Health Technologies for People With Chronic Disorders. *Journal Psychology*, DOI: 10.3389/fpsyg.2018.02126.
- Bergen, Y. (2006). Effects of energy-content labels and motivational posters on sales of sugar-sweetened beverages: stimulating sales of diet drinks among adults study . *JAm Diet Association*, 1866-1869.
- Buchalter, S. (2015). *Raising Self-Esteem in Adults*. London: Jessica Kingsley Publisher.
- Byoung, S. K. (2008). Anger and Stress The Role of Landscape Posters in an Office Setting. *Sage Publications*, 355-381.
- Chae, J. (2017). Explaining Females' Envy Toward Social Media Influencers. *Media Psychology*, 11 (03-09).
- Cheser, C. (2012). Between Image and Information: The iPhone Camera in The History of Photography. *Studying Mobile Media: Cultural Technologies*, 98-117.
- Chul, H. B. (2016). Structural Relationships Between Students' Social Support and Self Esteem, Depression, dan Happiness . *Journal Social Behavior and Personality*, 44(11).
- Civitci, N. &. (2009). Self-esteem as mediator and moderator of the relationship between loneliness and life satisfaction in adolescents. *Personalities and Individual Differences*, 954-958.
- Coopersmith, S. (1967). *The Antecedents of Self Esteem*. San Fransisco: Freeman.

- Creswell, J. W. (2014). *Research design qualitative, quantitative, and mixed methods approaches 4th edition*. California: SAGE Publications, inc.
- Denziger, K. (1990). *Constructing the Subject, Historical of Psychology Research*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Diener, E. E. (1985). The Satisfaction with Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49 (71-75).
- Dimiyanti, M. (1994). *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: Depdikbud.
- Dion, N. A. (2016). The Effect of Instagram on Self-Esteem and Life Satisfaction. *Digital Commons at Salem State University*, 91.
- Duro, L. E. (2019). How Does the Visual Aesthetics of Positively-Framed Messages Impact Their Motivational Capacity? *Conference Paper*, DOI: 10.1145/3335082.3335085.
- Feng, K. J. (2015). The Relationships Among Gratitude, Self Esteem, Social Support and Life Satisfaction Among Undergraduate Students. *Journal of Happiness Studies*, 15 (2). DOI 10.1007/s10902-014-9519-2.
- Frey, B. S. (2002). What Can Economists Learn from Happiness Research? *Journal of Economic Literature*, 40 (402-435).
- Frisch, M. B. (2006). Quality of Therapy: Applying a Life Satisfaction Approach to Positive Psychology and Cognitive Therapy. *American Psychological Association*.
- Gastelum, Z. N. (2013). State-of-the-art of social media analytics research.
- Griggs, A. (2009). *Sejarah Sosial Media (Dari Gutenberg Sampai Internet)*. Jakarta.
- Hawi, S. N. (2017). The Relations Among Social Media Addiction, Self Esteem, and Life Satisfaction in University Students. *Social Science Computer Review*, 35 (576-586).
- Huebner, E. (1991). Initial development of the Students' Life Satisfaction Scale. *School Psychology International*, (12) 231-240.
- Ikachoi, D. H. (2015). Self-Esteem as a Mediator between Social Media and Communication Skills: A Case Study of Undergraduate Students at St. Augustine University of Tanzania, Mwanza Campus. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2250-3153.
- Jan, M. S. (2017). Impact of Social Media on Self-Esteem. *European Scientific Journal*, 13 (1857-7881).
- Junco, R. (2014). *Engaging Students Through Social Media: Evidence-based Practices For Use in Student Affairs*. San Francisco: CA: Jossey-Bass.

- Justman, S. (2005). *Fool's Paradise: The Unreal World of Pop Psychology*. Chicago.
- Kircaburun, K. (2016). Self-Esteem, Daily Internet Use and Social Media Addiction as Predictors of Depression among Turkish Adolescents. *Journal of Education and Practice.*, 7 (64-72).
- Krisyanto, R. (2010). *Teknik Praktek Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Persada Media Group.
- Leavy, P. (2017). *Research Design : Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Art Based, and Community-Based Participatory Research Approaches*. New York: A Division of Guilford Publications, Inc. .
- Liebert, M. A. (2014). Online Social Networking and Mental Health. *Journal Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17 (10).
- Little Jhon, S. W., & Foss, K. A. (2014). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Littlejohn, S. w., & Foss, K. A. (2014). *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Littlejohn, S. w. (2014). *Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mahmud. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan* . Bandung: Pustaka Setia.
- Martikainer, L. (2012). The Family Environment in Adolescence as a Predictor of Life Satisfaction in Adulthood . *Psychology of Life Satisfaction*, 2(19).
- Mauboy, Y. K. (2019). Hubungan Antara Dukungan Sosial dengan Self Esteem Pekerja Seks Komersial yang Direhabilitasi. *Jurnal Psikologi Konseling*, 14(1).
- Moksnes, U. K. (2013). Self-esteem and life satisfaction in adolescents gender and age as potential moderators. *Quality Life Reaserch*.
- Mruk, C. J. (2006). *Self-Esteem Research, Theory, and Practice*. . New York: Springer Publishing Company, In .
- Muijs, D. (2014). *Doing Quantitative Research in Education with SPSS*. London: Oliverd.
- Muralidhara, P. M. (2018). #Health Selfies: Exploration of Health Topics on Instagram. *Public Health Survei*, 4 (2).
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Octoveria, d. (2019). Capturing Zeitgeist On Cyber Literature: A Case of @NKCTHI ON Instagram. *Jurnal Ilmu Sastra*, 7 (2): 2503-4642.
- Potard, C. (2020). Self-Esteem Inventory (Coopersmith). *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*, 265-279.

- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengolahan Data & Analisis Data*. Yogyakarta: PT Anak Hebat Indonesia.
- Rahman, A. A. (2013). *Psikologi Sosial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rehman, A. A. (2016). An Introduction to Research Paradigms. *International Journal of Educational Investigations*, 3(8) ISSN: 2410-3446. .
- Salehi, M. T. (2015). The Relationship Between Self esteem and Sexual Self-concept in People With Physical-motor Disabilities. *Iranian Red Crescent Medical Journal*, (17).
- Santarossa, S. W. (2017). #SocialMedia: Exploring the Relationship of Social Networking Sites on Body Image, Self-Esteem, and Eating Disorders. *Social Media + Society*, 1-10.
- Santosa, S. (2010). *Teori- Teori Psikologi Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Schmitt, D. P. (2005). Simultaneous administration of the Rosenberg Self-Esteem Scale in 53 nations: Exploring the universal and culture-specific features of global self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 623-642.
- Sheldon, P. B. (2016). Instagram: Motives for Its Use and Relationship to Narcissism and Contextual Age . *Computers in Human Behavior*, 58 (89-97).
- Shin, D. C. (1978). Avowed happiness as an overall assessment of the quality of life. *Social Indicators Research*, 5 (475–492).
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tafarodi, R. S. (2010). Self- Liking and Self- Competence as Dimensions of Global Self-Esteem: Initial Validation of Measure. *Journal of Personality Assasement*, 65(2). DOI: 10.1207/s15327752jpa65028.
- Tay, D. (2016). Methapor Construction in Online Motivational Posters. *Journal of Pragmatics*, 112 (97-112).
- Taylor, P. d. (1997). *Social Psychology*. New Jersey: Prentice Hall.
- Ting, H. W. (2015). Beliefs about the use of Instagram: an exploratory study. *Journal of Business and Innovation*, 2 (15-31).
- Vivienne, S. a. (2013). The remediation of the personal photograph and the politics of self-representation in digital storytelling. *Journal of Material Culture* , 18: 279–298.
- White, H. &. (2014). *Quasi Experimental Design and Methods, Methodological Briefs: Impact Evaluation 8. Florance:* . Flornce: UNICEF Office of Research.

- Wijayanti, d. (2016). Penerapan Pendekatan Saintifik Berbantuan Media Poster Dapat Meningkatkan Keterampilan Berbicara dalam Bahasa Indonesia Tema Cita-Citaku. *E-Journal PGSD Pendidikan Ganesha*, 4 (1): 1-9.
- Zappavigna, M. (2016). Social Media Photography: Construing Subjectivity in Instagram Images. *Visual Communication Article*, 15(3) 271-292.
- Zulkarnain. (Psikologi dan Komunikasi Massa). Psikologi dan Komunikasi Massa. *Tasomuh*, 45-58.