

ABSTRAK

Abdurrahman, 1301451499. *Hubungan Penggunaan Instagram Terhadap Kepribadian Ujub Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin.* Jurusan Psikologi Islam, Fakultas Ushuluddin & Humaniora, 2017, Pembimbing: (1) Dr. Muhammad Zainal Abidin, M.Ag (2) Imadduddin, MA.

Kata Kunci: Penggunaan *Instagram*, Kepribadian *Ujub*, Mahasiswa.

Penggunaan media sosial saat ini tidak dapat dilepaskan dari kegiatan masyarakat modern khususnya pada remaja. Percepatan informasi menjadi dampak yang harus dimanfaatkan oleh remaja saat ini, salah satu bentuk pemanfaatan tersebut adalah menggunakan media sosial dengan tepat dan bijak. Media sosial yang ramai digunakan remaja saat ini ialah *instagram*. Walaupun *instagram* hanya memfasilitasi penggunanya untuk mengunggah photo atau video beserta fitur penunjangnya, namun *instagram* dapat memenuhi kebutuhan para penggunanya untuk mengekspresikan diri penggunanya melalui photo atau video yang diunggahnya. Dengan memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh *instagram*, maka akan muncul potensi kepribadian *ujub* pada pengguna *instagram*. Permasalahan dalam yang diteliti dalam penelitian ini adalah hubungan penggunaan *instagram* terhadap kepribadian *ujub* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini ada 2 yakni penggunaan *instagram* (X) dan kepribadian *ujub* (Y). Alat pengumpulan data berupa skala model *Likert*. Skala penggunaan *instagram* yang terdiri dari 45 item dan skala kepribadian *ujub* 24 item ini sudah di uji kevalidannya dan kereliabilitasnya, dengan nilai reliabel 0,925 untuk skala penggunaan *instagram* dan 0,723 untuk skala kepribadian *ujub*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan *proportional sampling*, dengan jumlah subjek sebanyak 200 mahasiswa. Analisis data menggunakan uji korelasi dengan bantuan *software SPSS for Windows 22.0*.

Hasil data kuantitatif menunjukkan bahwa penggunaan *instagram* berada di kategori sedang dengan persentase 55% dan kepribadian *ujub* berada di kategori sedang yaitu dengan persentase 58%. Berdasarkan hasil analisis uji korelasi dengan menggunakan teknik *Pearson Product Moment* didapat nilai r hitung sebesar 0,310 dengan p value 0,000 sementara nilai r tabel pada taraf signifikansi 5% dengan N 200 sebesar 0,138 karena nilai r hitung yang didapat ($0,310 < \text{nilai } r \text{ tabel (sig 5\%; } N 200 = 0,138)$) ($p \text{ value} < 0,05$), hal ini menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara penggunaan *instagram* dengan kepribadian *ujub*.