

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Globalisasi merupakan era dimana terjadi perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat. Proses yang berlangsung sejak tahun 1980-an telah memberikan banyak kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu hasil dari perkembangan teknologi adalah internet. Sistem internet yang saling terkoneksi memberikan sejumlah informasi yang dapat ditelusuri oleh penggunanya. Hal ini tentunya akan memudahkan pengguna internet dalam mencari informasi yang dibutuhkan. Internet juga menyediakan media yang memberikan kemudahan pengguna mempresentasikan diri dan saling berinteraksi dalam waktu yang singkat tanpa terbatas oleh jarak. Media ini disebut dengan istilah jejaring sosial atau media sosial.¹

Bentuk dari media sosial yang digunakan sangat beragam dan cara menggunakan atau mendapatkan aplikasi media sosial sangatlah mudah, hanya dengan mengunduh atau membuka situs media sosial yang ingin digunakan. Selain *instagram*, terdapat media sosial lainnya yang juga banyak diakses oleh remaja seperti, *facebook*, *twitter*, *tumblr*, *path*, *blog*, dan lain sebagainya. Salah satu media sosial yang populer adalah *instagram*. Minat media sosial *instagram* ini terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, hal ini sesuai dengan data yang dikutip dari *cnnindonesia.com* pada tahun 2016 pengguna aktif *instagram* di dunia

¹ Laela Suhartanti, *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Narcissistic Personality Disorder Pada Pengguna Instagram Di SMA N 1 Seyegan*, Skripsi, Jurusan Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta. 2016.

mengalami peningkatan. Setiap bulannya, lebih dari 500 juta orang memakai *Instagram* dan setiap harinya 300 juta menggunakan layanan *instagram*. Komunitas *instagram* bertambah lebih dari dua kali lipat selama 2 tahun terakhir.² Sumber lain mengungkapkan bahwa data pengguna media sosial perhari di dunia pada tahun 2016 yang menempati urutan pertama ialah *facebook* dengan intensitas login sebesar 70% perhari, *instagram* berada di urutan kedua dengan intensitas login 59% perhari, dan disusul *twitter* di urutan ketiga dengan intensitas login 38% perhari.³ Sementara itu, di Indonesia pengguna aktif *instagram* memiliki 22 juta pengguna. Angka tersebut diyakini akan terus meningkat.⁴

Media sosial *instagram* terhitung masih baru namun jumlah penggunanya terus meningkat pesat setiap tahunnya, *instagram* berdiri sejak tahun 2012 sedangkan media sosial *facebook* sudah berdiri sejak tahun 2004. Jadi, sangat wajar pengguna media sosial *facebook* lebih banyak dibanding *instagram*. Namun, media sosial *instagram* ini terus mengalami peningkatan pengguna yang sangat pesat setiap tahunnya dibandingkan dengan media sosial seperti *path*, *twitter*, *tumblr*, *blog*, dan lain sebagainya.

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbasis foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto atau video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk ke akun *instagram*

² <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia/> diakses pada tanggal 05 Februari 2017 pukul 20.10 WITA.

³ <http://sygmainnovation.com/2016/11/28/infografis-data-dan-fakta-terbaru-sosial-media-tahun-2016/> diakses pada tanggal 05 Juni 2017 pukul 20.58 WITA.

⁴ <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia/> diakses pada tanggal 05 Februari 2017 pukul 20.10 WITA.

pribadi.⁵ Selain sebagai media dalam bertukar informasi dan berkomunikasi, sistem sosial pada *instagram* juga dapat dijadikan sebagai media untuk memperluas hubungan sosial penggunanya. Pengguna *instagram* dapat menelusuri siapa saja yang menggunakan media sosial tersebut, menjadi pengikut pada akun pengguna lain (*following*), atau memiliki pengikut pada *instagram* milik pribadi (*follower*). Proses interaksi antar sesama pengguna *instagram* dapat terjalin melalui pemberian tanda suka (*like*) dan komentar pada setiap foto atau video yang diunggah oleh pengguna lainnya.⁶

Penulis juga menambahkan bahwa selain itu, terdapat pembaruan fitur-fitur tambahan yang semakin membuat pengguna akun *instagram* suka berlama-lama menggunakan aplikasi ini, yaitu pengguna *instagram* dapat membuat cerita yang ingin dipublikasikan kepada teman-teman atau pengikutnya dimana pengguna akun *instagram* tersebut berada atau apa yang sedang dilakukan oleh pengguna akun *instagram* tersebut. Kemudian terdapat fitur yang sangat populer dikalangan remaja saat ini ialah fitur *live*, yaitu pengguna *instagram* dapat menayangkan secara langsung kegiatan-kegiatan yang sedang dilakukannya dan pengikut akun *instagram* tersebut dapat memberi komentar langsung kepada pengguna yang sedang menggunakan fitur *live* tersebut.

Menurut hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016, pengguna internet di Indonesia berdasarkan usia yang

⁵ Yasundari, *Hubungan Penggunaan Instagram dengan Motivasi Wirausaha Pebisnis Daring (Online) Dalam Meningkatkan Produktivitas*, Jurnal Kajian Komunikasi, volume 4, No 2, Desember 2016, 209.

⁶ Laela Suhartanti, *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Narcissistic Personality Disorder Pada Pengguna Instagram Di SMA N 1 Seyegan*, Skripsi, Jurusan Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta.

menempati urutan pertama yaitu usia 25-34 tahun dengan 75,8%, diurutan kedua yaitu usia 10-24 tahun dengan 75,5%, dan disusul diurutan ketiga yaitu usia 35-44 tahun dengan 54,7%. Jadi, usia remaja menempati di urutan kedua pengguna internet di Indonesia.⁷

Remaja dengan ketertarikan dan rasa ingin tahu yang tinggi mendorongnya untuk mencoba fitur yang tersedia pada aplikasi media sosial *instagram*. Menurut Sri Rumini dan Siti Sundari masa remaja adalah peralihan dari masa anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek atau fungsi untuk memasuki masa dewasa.⁸ Sedangkan, menurut Mubin dan Ani Cahyadi masa remaja merupakan suatu masa yang sangat menentukan karena pada masa ini seseorang banyak mengalami perubahan, baik secara fisik maupun psikis. Rentang waktu usia remaja ini biasanya dibedakan atas tiga fase, yaitu 12 – 14 tahun = fase pra-remaja, 14 – 18 tahun = fase remaja, dan 18 – 21 tahun = fase remaja akhir.⁹

Pada usia remaja inilah banyak cara yang dilakukannya untuk mendapatkan identitas diri demi mendapatkan pengakuan dari orang lain. Ada yang melakukan eksistensi diri dengan cara yang positif dan ada juga dengan cara yang negatif. Salah satu cara yang dilakukan oleh remaja untuk menunjukkan eksistensi dirinya adalah dengan mengunggah foto diri di media sosial *instagram*. Remaja akan mengunggah foto diri (*selfie*) atau video yang menarik tentang dirinya pada media sosial *instagram* dengan disertai judul atau status yang bersifat memperkuat

⁷ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2016. dalam <https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>.

⁸ Sri Rumini dan Siti Sundari, *Perkembangan Anak dan Remaja*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), 53.

⁹ Mubin dan Ani Cahyadi, *Psikologi Perkembangan*, (Ciputat: Quantum Teaching, 2006), 103 dan 106.

karakter foto yang diunggahnya. Biasanya remaja membuat judul pada fotonya dengan semenarik mungkin agar dapat memikat pengguna lain untuk memberikan komentar positif atau meninggalkan tanda “like” pada foto tersebut.¹⁰

Sebagian ada juga remaja yang sering menggunakan fitur *live* agar pengguna lain dapat melihat secara langsung kegiatan-kegiatan yang sedang dilakukannya saat itu. Tindakan mengunggah foto, video atau *live* dengan intensitas yang semakin sering akan mengganggu tercapainya perkembangan diri yang optimal. Remaja akan mengalami kecenderungan untuk mengunggah foto atau video demi mendapatkan perhatian dari orang lain. Menurut penulis tindakan yang dilakukan oleh remaja tersebut menunjukkan sikap bangga diri.

Dalam Islam, sikap bangga dengan diri sendiri disebut dengan *ujub*. Menurut Kahar Masyhur, *ujub* yaitu seseorang yang terpengaruh oleh kekuatan dan kelebihan diri sendiri, ia sajalah yang merasa pandai dan tidak pernah salah.¹¹ Sedangkan menurut Sayyid Muhammad Nuh, *ujub* atau bangga diri adalah merasa bahagia dengan pujian manusia sehingga yang bersangkutan merasa dirinya melebihi orang lain, baik pujian itu terhadap pekerjaannya yang terpuji ataupun tidak terpuji menurut agama. Apabila ia merasa melebihi orang lain dan meremehkan orang lain serta merasa sombong, maka ia termasuk orang yang bangga diri.¹² Abdul Mujib juga berpendapat bahwa kepribadian membanggakan diri (*Ujub*) adalah sikap dan perilaku congkak dan menganggap besar diri sendiri

¹⁰ Laela Suhartanti, *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Narcissistic Personality Disorder Pada Pengguna Instagram Di SMA N 1 Seyegan*, Skripsi, Jurusan Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta.

¹¹ Kahar Masyhur, *Membina Moral dan Akhlak*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1994), 360.

¹² Sayyid Muhammad Nuh, *Menggapai Rida Ilahi*, terj. Darmanto dan Abdul Wadud, (Jakarta: Lentera Basritama, 1999), 80.

tanpa dibarengi kemampuan yang memadai, sehingga merasa dirinya paling besar, padahal keadaan sebenarnya kecil. Sekalipun seseorang memiliki kelebihan yang patut dibanggakan dibanding orang lain, tetapi tidak boleh disikapi secara congkak, karena belum tentu ia memiliki kelebihan di dalam aspek yang lain, apalagi kelebihan itu semata-mata anugrah dari Allah SWT.¹³ Senada dengan itu, Imam Al-Ghazali menerangkan bahwa hakikat *ujub* adalah kesombongan yang dihasilkan di dalam batin dengan bayangan kesempurnaan berupa ilmu dan perbuatan. Jika ia takut akan kehilangannya, maka ia tidak akan bersikap *ujub*. Jika ia senang karena keberadaannya sebagai kenikmatan Allah, maka ini bukanlah *ujub*, melainkan kegembiraan terhadap karunia Allah SWT. Namun, kalau ia memandangnya sebagai suatu sifat yang tidak akan hilang dan tidak memandang kepada yang memberikan kenikmatan (Allah), melainkan memandangnya sebagai sifat dirinya sendiri, maka ini adalah *ujub* dan termasuk yang membinasakan.¹⁴

Sumber dari perbuatan *ujub* ini adalah bangga diri, sombong, dan persepsi diri. Secara bertahap semua itu berefek pada memuji diri sendiri, yang pada akhirnya bisa menjadi kesombongan dan merasa lebih unggul dari orang lain.¹⁵ Allah SWT melarang manusia untuk bersikap *ujub*, dalam firmanNya Q.S Luqman/3: 18 yang berbunyi:

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ

¹³ Abdul Mujib, *Kepribadian Dalam Psikologi Islam*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006), 379.

¹⁴ Al-Ghazali, *Mutiara Ihya Ulumuddin*, terj. Irwan Kurniawan, (Bandung: Mizan, 2008), 309.

¹⁵ Said Husain Husaini, *Bertuhan dalam Pusaran Zaman*, (Jakarta: Citra, 2013), 419.

Artinya: “Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri.”

Adapun Nabi Muhammad SAW bersabda:

ثَلَاثٌ مُهْلِكَاتٍ : شُحُّ مَطَاعٍ وَهَوَى مُتَّبَعٌ وَإِعْجَابُ الْمَرْءِ بِنَفْسِهِ

Artinya: “Tiga hal yang membinasakan, yaitu: kikir yang ditaati, hawa nafsu yang diikuti, dan kekaguman seseorang pada dirinya.” (HR. Ath-Thabrani).

Jadi, penulis menyimpulkan pengertian *ujub* secara ringkas adalah ketika seseorang merasa bangga bahwa dirinya memiliki kelebihan tertentu yang tidak dimiliki oleh orang lain dan tidak memandang nikmat yang diberikan oleh Allah SWT.

Menurut KF salah satu Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin yang memiliki pengikut cukup banyak hingga mencapai 14,3 ribu pengikut saat diajukan beberapa pertanyaan mengenai perasaan dia setelah mengunggah foto dirinya ke akun *instagram* miliknya dan mengetahui banyak pengikutnya yang meninggalkan tanda “like” serta memberikan komentar positif mengenai foto diri yang diunggahnya, mengatakan bahwa:

“Wajar saya senang, saya menyisipkan pelajaran didalamnya atau untuk memberikan motivasi untuk orang, agar orang yang mengikuti *instagram* saya tidak rugi.”¹⁶

Sikap yang diungkapkan salah satu responden dapat dijadikan tanda bahwa, adanya perasaan bangga ketika mereka mengunggah foto dirinya ke

¹⁶ KF, Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin, Wawancara pribadi, 06 Juli 2017 pukul 20.40 WITA.

instagram dan mengetahui banyak pengguna lain yang meninggalkan tanda “*like*” serta memberikan komentar positif dikolom komentar foto tersebut.

Berangkat dari permasalahan di atas, maka penulis tertarik meneliti tentang “**Hubungan Penggunaan *Instagram* Terhadap Kepribadian *Ujub* Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis merumuskan masalah penulisan ini sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat penggunaan *instagram* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin ?
2. Bagaimana tingkat kepribadian *ujub* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin ?
3. Apakah ada dan seberapa tinggi hubungan tingkat penggunaan *instagram* terhadap kepribadian *ujub* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan bagaimana tingkat penggunaan *instagram* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin.
2. Mendeskripsikan bagaimana tingkat kepribadian *ujub* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin.

3. Mendeskripsikan apakah ada dan seberapa tinggi hubungan tingkat penggunaan *instagram* terhadap kepribadian *ujub* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

Dengan dilakukan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis berupa:

1. Manfaat secara teoritis penelitian ini bermanfaat sebagai bahan informasi pengembangan Psikologi Islam khususnya kepribadian Islam dan memperkaya khazanah keilmuan dalam penelitian hubungan tingkat penggunaan *instagram* terhadap kepribadian *ujub* pada mahasiswa.
2. Manfaat secara praktis, antara lain:
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan bagi pembaca agar lebih memahami hubungan tingkat penggunaan *instagram* terhadap kepribadian *ujub* pada mahasiswa.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman masyarakat pada umumnya tentang hubungan tingkat penggunaan *instagram* terhadap kepribadian *ujub* pada mahasiswa.

E. Definisi Operasional

Agar permasalahan dalam penulisan ini tidak bersifat bias dan ambigu, maka penulis mengoperasikan beberapa definisi yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Definisi operasional adalah suatu definisi yang mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati. Proses perubahan definisi konseptual yang lebih menekankan kriteria

hipotetik menjadi definisi operasional disebut dengan operasionalisasi variabel penelitian, yang dibuat berdasarkan cara kerja variabel yang bersangkutan yaitu apa yang menjadi sifat dinamika manusia yang diperlihatkan dalam bentuk perilaku yang nyata dan dapat diamati yang berkaitan dengan tipe atau keadaan orang yang bersangkutan.¹⁷

1. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia penggunaan diartikan sebagai proses, cara perbuatan memakai sesuatu, pemakaian.¹⁸ Dalam penelitian ini penggunaan adalah pemakaian pada fitur-fitur yang ada pada *instagram* terhadap kecenderungan kepribadian *ujub*. Penggunaan *instagram* pada penelitian ini diukur dengan menggunakan teori *uses and gratifications* (kegunaan dan kepuasan), Herbert Blumer dan Elihu Katz yang memperkenalkan Teori *uses and gratifications* beroperasi dalam beberapa cara salah satunya adalah kebutuhan khalayak yang terdiri dari kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integratif personal, kebutuhan integratif sosial, dan kebutuhan pelepasan.¹⁹
2. Imam Al-Ghazali menjelaskan penyebab dari orang bersifat *ujub*, yaitu; pertama, *ujub* akan fisik, kecantikan, ketampanan, bentuk tubuh, kesehatan, kekuatan tubuh, serta memiliki suara yang bagus. Kedua, *ujub* dengan ilmu, akal pikiran, kepintaran tentang hal-hal kepentingan agama maupun dunia.

¹⁷ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), 74-75.

¹⁸ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Bahasa Indonesia Untuk Pelajar* (Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2011), 148.

¹⁹ Nuruddin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007). 194-195.

Ketiga, *ujub* dengan pangkat atau jabatan yang dimilikinya. Keempat, *ujub* dengan harta kekayaannya. Kelima, *ujub* dengan keturunan mulia (keturunan bangsawan), seperti kebanggaan orang-orang keturunan Bani Hasyim (keturunan Nabi SAW) sehingga sebagian dari mereka menyangka bahwa ia terlepas (dari bahaya), disebabkan mereka keturunan Bani Hasyim.²⁰

Adapun orang yang *ujub* itu tertipu dengan nafsunya sendiri, pikirannya merasa aman dari azab Allah dan merasa mendapatkan tempat dan kedudukan disisi Allah SWT. Selain itu, orang yang memiliki sifat *ujub* merasa akan mendapatkan pahala karena amal perbuatannya. Orang yang *ujub* itu dia akan minta untuk dipuji, disanjung dan dibesarkan. Kemudian, bahaya dari orang yang *ujub* dia tidak akan mendengarkan nasihat dari orang lain dan bahkan dia akan memandang orang lain tersebut dengan pandangan yang hina dan salah.²¹

Penulis menyimpulkan kepribadian *ujub* ialah sifat yang dimiliki seseorang dengan membanggakan apa yang ada pada dirinya, dan menganggap dirinya memiliki kelebihan dari orang lain.

F. Penelitian Terdahulu

Dari penelusuran yang dilakukan, penulis menemukan kemiripan karya ilmiah yang dapat dijadikan sebagai rujukan penelitian terdahulu, yaitu:

1. Lia Ratnasari Pujiningtyas, Hubungan Penggunaan Media Sosial Dengan Perilaku Seks Siswa SMP di Surakarta, Program Studi Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Pada

²⁰ Al-Ghazali, *Ihya' Al-Ghazali*, jilid 5, terj. Ismail Jakub, (Semarang: Faizan, t.th), 571-581.

²¹ Al-Ghazali, *Ihya Ulumuddin*, (Indonesia: Maktabah Dar Ihya Al-Kutubi Al-Arabiah, t.th), 359-360.

penelitian ini tidak ada hubungan antara penggunaan media sosial dengan perilaku seks siswa SMP di Surakarta. Penelitian Lia Ratnasari Pujiningtyas ini mengambil sampel siswa SMP di Surakarta dan jenis penelitian yang digunakannya yaitu penelitian *observational* dengan rancangan penelitian *cross-sectional* dengan jumlah sampel 122 siswa. Sedangkan, pada penelitian penulis mengambil sampel mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin dan menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini dilakukan pada tahun 2014.

2. Zaim Qashmal, Hubungan Penggunaan Media Sosial *Instagram* Terhadap Pembentukan Citra Diri, Program Studi Humas/*Public Relations*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung. Pada penelitian ini terdapat hubungan antara penggunaan media sosial *instagram* berdasarkan kebutuhan kognitif, kebutuhan pribadi secara integratif, kebutuhan sosial, pelepasan ketegangan terhadap pembentukan cita diri. Pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling*, sedangkan penulis menggunakan teknik *quota sampling*. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian penulis ialah menggunakan alat ukur yang sama yaitu teori *uses and gratification*. Penelitian Zaim Qashmal dilakukan pada tahun 2015.
3. Melisa Setyawan, Hubungan Antara Durasi Penggunaan Media Sosial Dengan Kestabilan Emosi Pada Pengguna Media Sosial Usia Dewasa Awal, Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Pada penelitian ini terdapat hubungan negatif dan signifikan antara durasi penggunaan media sosial dengan kestabilan emosi pengguna media sosial

awal. Durasi penggunaan media sosial memberikan sumbangan efektif sebesar 9.8% terhadap perubahan kestabilan emosi pengguna media sosial usia dewasa awal, ini mengindikasikan bahwa ada variabel-variabel lain di luar variabel bebas yang dapat memberikan kontribusi terhadap perubahan kestabilan emosi pada individu dewasa awal. Penelitian Melisa Setyawan ini mengambil sampel penulisan yang menggunakan media sosial *Facebook*, *Instagram*, *Line*, dan *Twitter*, dan berusia 18 hingga 40 tahun. Sedangkan pada penelitian penulis hanya mengambil sampel yang memiliki media sosial *instagram* dan berstatus sebagai mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin. Penelitian ini dilakukan sejak tanggal 21-27 Desember 2015.

G. Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan dalam penelitian, sampai terbukti data yang terkumpul.²² Berdasarkan pada uraian latar belakang sebelumnya, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Hipotesis alternatif (H_a)
 - a. Ada hubungan yang signifikan antara penggunaan *instagram* dengan kepribadian *ujub*.
 - b. Ada sumbangan yang diberikan variabel penggunaan *instagram* terhadap kepribadian *ujub*.
2. Hipotesis nol (H_0)

²²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penulisan: Suatu Pendekatan Praktek*, Cet. Ke-12 (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), 64.

- a. Tidak ada hubungan yang signifikan antara penggunaan *instagram* dengan kepribadian *ujub*.
- b. Tidak ada sumbangan yang diberikan variabel penggunaan *instagram* terhadap kepribadian *ujub*.

H. Sistematika Penulisan

Dalam rangka mempermudah penulisan penelitian ini maka disusun dengan sistematika penulisan yang terbagi menjadi lima bab, yaitu:

1. Bab pertama yaitu pendahuluan, penulis memaparkan dari latar belakang masalah dengan mengemukakan beberapa alasan untuk penelitian terkait tema. Setelah itu dipertegas dengan rumusan masalah, tujuan dan signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, hipotesis penelitian serta sistematika penulisan.
2. Bab kedua yaitu landasan teori yang akan menjelaskan terkait masing-masing variabel penelitian. Seperti pengertian media sosial *Instagram*, pengertian *ujub*, faktor-faktor penyebab *ujub*, dampak negatif sikap *ujub*, dan pengertian fase remaja akhir.
3. Bab ketiga yaitu penjabaran metode penelitian yang berisi jenis penelitian yang dilakukan, lokasi, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, validitas dan reliabilitas, teknik pengolahan dan analisis data.
4. Bab keempat yaitu berisi pembahasan tentang laporan hasil penelitian, gambaran umum lokasi penelitian, karakteristik subjek penelitian, hasil uji validitas dan reliabilitas, pelaksanaan penelitian, analisis deskripsi data hasil

penelitian, hasil uji hipotesa, dan pembahasan yang terkait dengan masalah dalam penelitian ini.

5. Bab kelima yaitu bab terakhir dalam penelitian ini. Berisikan dari penulis yang akan memberikan kesimpulan dan saran sebagai penutup dari pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian ini.