

Peran Intensi Penggunaan *Instagram* terhadap Pengelolaan Kesan di *Instagram* pada Mahasiswa dengan Jenis Kelamin sebagai Moderator

Pitaloka Husnul Khotimah
12/329360/PS/06262

Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran intensi penggunaan *Instagram* terhadap pengelolaan kesan di *Instagram* dengan jenis kelamin sebagai moderator. Subjek penelitian adalah 216 (laki-laki 89, perempuan 127) mahasiswa Universitas Gadjah Mada yang berusia 18-25 tahun, memiliki akun *Instagram* pribadi, dan aktif menggunakan *Instagram*. Penelitian ini menggunakan dua skala: skala pengelolaan kesan di *Instagram* dan skala intensi penggunaan *Instagram*. Data penelitian dianalisis menggunakan analisis regresi linier. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat peran positif yang signifikan dari intensi penggunaan *Instagram* terhadap pengelolaan kesan di *Instagram* ($R^2=0,194$). Lebih lanjut, peran intensi penggunaan *Instagram* terhadap pengelolaan kesan di *Instagram* pada mahasiswa tidak dimoderatori jenis kelamin. Tidak ada perbedaan pada peran intensi penggunaan *Instagram* terhadap pengelolaan kesan di *Instagram* antara laki-laki ($R^2=0,175$) dan perempuan ($R^2=0,194$) dengan skor $Z=-0,201$ ($p>0,05$). Di samping itu, ditemukan bahwa tingkat pengelolaan kesan di *Instagram* pada perempuan lebih tinggi daripada laki-laki ($t=-3,125$, $p=0,002$). Tidak ada perbedaan yang signifikan pada intensi penggunaan *Instagram* antara laki-laki dan perempuan ($t=-1,809$, $p=0,083$).

Kata kunci: pengelolaan kesan di *Instagram*, intensi penggunaan *Instagram*, jenis kelamin, mahasiswa

*The Role of Intention to Use Instagram toward Impression Management on Instagram
In College Student with Gender as Moderator*

Pitaloka Husnul Khotimah
12/329360/PS/06262

Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the role of intention to use Instagram toward impression management on Instagram in college student with gender as moderator. Subjects were 216 (male 89, female 127) Gadjah Mada University students aged 18-25 years old, who had personal Instagram account, and actively used Instagram. This study used two scales to collect data: impression management on Instagram scale and intention to use Instagram scale. Data was analyzed using linear regression analysis. Results showed that there was a significant positive role from intention to use Instagram toward impression management on Instagram ($R^2=0,194$). Furthermore, the role of intention to use Instagram toward impression management on Instagram in college student was not moderated by gender. There was no difference in the role of intention to use Instagram toward impression management in Instagram between men ($R^2=0,175$) and women ($R^2=0,194$) with $Z=-0,201$ ($p>005$). In addition, it was found that the level of impression management on Instagram was significantly higher in women than men ($t=-3,125$, $p=0,002$). There was no significant difference in intention to use Instagram between men and women ($t=-1,809$, $p=0,083$).

Key words: impression management on Instagram, intention to use Instagram, gender, college student