

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Instagram Sebagai Media Komunikasi dalam Menampilkan Citra Diri PERHUMAS Muda Medan”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana mahasiswa yang tergabung dalam organisasi PERHUMAS Muda Medan membentuk citra diri mereka di media sosial Instagram serta mengetahui citra diri apa yang ditampilkan anggota PERHUMAS Muda Medan di media sosial Instagram pribadi nya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teori dan konsep yaitu komunikasi, komunikasi massa, *new media*, media sosial, Instagram, citra diri dan teori konstruksi sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu: observasi, wawancara mendalam, dan studi kepustakaan serta keabsahan data melalui triangulasi mode terhadap 6 informan yaitu anggota PERHUMAS Medan yang merupakan pengurus dan dipilih secara sengaja oleh peneliti sesuai dengan tujuan dan kebutuhan penelitian dengan menggunakan Teknik *Purposive Sampling*. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa pembentukan citra diri anggota PERHUMAS Muda Medan adalah dengan mengunggah kegiatan yang berkenaan dengan keperhumasan dan diskusi di media sosial Instagram yang dilakukan secara terus-menerus dan berkelanjutan serta anggota PERHUMAS Muda Medan mencitrakan diri mereka yang sebenar-benarnya dengan segala unggahan dan pemanfaatan fitur yang tersedia di media sosial instagram seperti *feed*, *instastory*, *explore* serta pelabelan diri masing-masing informan yang dituangkan melalui media sosial instagram nya dan menjadikan tagline PERHUMAS “Indonesia Bicara Baik” sebagai acuan dalam berfikir, berbicara atau menulis dan bertindak”.

**Kata kunci : Citra diri, PERHUMAS Muda Medan, Instagram.**

## ***ABSTRACT***

*This research is entitled " Instagram As A Communication Medium In Displaying The Self-Image Of Perhumas Muda Medan ". The purpose of this study is to find out the Medan young public relations build their self-image on social media Instagram and what self-image is displayed on their Instagram. Researchers used several theories and concepts, namely communication, mass communication, new media, social media, Instagram, self-image and social construction theory. This research uses a qualitative method with a constructivist approach, and the data collection techniques used are: observation, in-depth interviews, and literature study as well as data validity through triangulation mode on 6 informants, namely Medan young public relations especially those who are administrators in this organization which were chosen arbitrarily by researchers according to with the intention of. and research needs using the Purposive Sampling Technique. The result of this research indicates that the process of forming the self-image of Medan young public relations is through uploading activities about adventure and environmental studies on social media Instagram which is carried out continuously and sustainably. They also display an image of themselves as a real they are with all uploads and use of the features on Instagram such as feeds, instastory, explore, and self-labeling of each informant which is poured through their Instagram social media and makes the PR tagline "Indonesia speaks well" as a reference in thinking, speaking or writing and acting.*

***Keywords:*** ***Self-image, Medan young public relations, Instagram.***