

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Citra Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Megan Radinka Putra¹, Ganang Dwi Saputra²

^{1,2} Universitas Mercu Buana, Indonesia

E-mail: meganangkasa2017@gmail.com¹, cmganang@gmail.com²

Article History:

Received: 07 Januari 2026

Revised: 01 Maret 2026

Accepted: 25 Maret 2026

Keywords: Media Sosial, Instagram, Citra Diri, Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Abstract: Perkembangan media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan mahasiswa, termasuk mahasiswa Ilmu Komunikasi yang memiliki intensitas tinggi dalam penggunaan media digital. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi informasi dan hiburan, tetapi juga sebagai media pembentukan citra diri melalui unggahan foto, video, dan interaksi sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap citra diri mahasiswa Ilmu Komunikasi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi sebagai responden, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis statistik untuk melihat hubungan dan pengaruh antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram berpengaruh signifikan terhadap citra diri mahasiswa, baik dalam aspek kepercayaan diri, persepsi diri, maupun cara mahasiswa menampilkan identitasnya di ruang publik digital. Intensitas penggunaan Instagram dan perhatian terhadap umpan balik berupa likes dan komentar turut memengaruhi pembentukan citra diri responden. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram memiliki peran penting dalam membentuk citra diri mahasiswa Ilmu Komunikasi. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi mahasiswa agar lebih bijak dalam menggunakan media sosial serta memahami dampaknya terhadap pembentukan citra diri.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola interaksi sosial masyarakat, khususnya melalui kehadiran media sosial. Media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan pertukaran informasi, tetapi juga sebagai ruang bagi individu untuk mengekspresikan diri dan membangun citra diri. Salah satu platform

media sosial yang paling populer di kalangan mahasiswa adalah Instagram, yang menekankan pada konten visual seperti foto dan video serta interaksi sosial melalui likes, komentar, dan jumlah pengikut.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi merupakan kelompok yang memiliki intensitas tinggi dalam penggunaan media sosial, mengingat bidang keilmuannya berkaitan erat dengan media, pesan, dan audiens. Instagram sering dimanfaatkan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi sebagai sarana personal branding, ekspresi identitas, serta representasi diri di ruang publik digital. Proses tersebut secara tidak langsung berkontribusi pada pembentukan citra diri mahasiswa, yaitu bagaimana individu memandang dan menilai dirinya sendiri berdasarkan persepsi internal maupun respons sosial dari lingkungan digital.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan Instagram memiliki pengaruh terhadap citra diri dan aspek psikologis individu. Lutfiah, Dharta, dan Lubis (2025) menemukan bahwa frekuensi dan durasi penggunaan Instagram berpengaruh signifikan terhadap pembentukan citra diri mahasiswa Ilmu Komunikasi. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa interaksi sosial di Instagram, seperti jumlah likes dan komentar, berperan dalam membentuk persepsi diri mahasiswa. Sejalan dengan itu, Rahma dan Setiasih (2025) menyatakan bahwa intensitas penggunaan Instagram memiliki hubungan yang signifikan dengan self-esteem pada kelompok dewasa awal, yang erat kaitannya dengan konsep citra diri.

Selain itu, penelitian oleh Rizqi Oktaviani, Permadi, dan Suparto (2023) menunjukkan adanya pengaruh intensitas penggunaan Instagram terhadap tingkat kepercayaan diri pengguna. Hal ini memperkuat pandangan bahwa media sosial berperan penting dalam membentuk evaluasi diri individu. Dari perspektif kualitatif, Sari dan Purwanto (2025) mengungkapkan bahwa mahasiswa secara sadar membangun citra diri melalui unggahan konten Instagram untuk menciptakan kesan tertentu di hadapan audiens. Sementara itu, Situmorang dan Hayati (2025) menegaskan bahwa Instagram digunakan sebagai sarana validasi dan representasi diri, di mana pengakuan sosial menjadi faktor penting dalam pembentukan citra diri mahasiswa.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial Instagram memiliki peran yang signifikan dalam pembentukan citra diri mahasiswa, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis lebih lanjut pengaruh penggunaan Instagram terhadap citra diri mahasiswa Ilmu Komunikasi, sehingga dapat memberikan kontribusi teoretis dalam kajian komunikasi serta menjadi bahan refleksi bagi mahasiswa dalam menggunakan media sosial secara lebih bijak dan kritis.

LANDASAN TEORI

1. Media Sosial

Media sosial merupakan platform berbasis internet yang memungkinkan individu untuk berinteraksi, berbagi informasi, serta membangun identitas dan relasi sosial secara daring. Dalam konteks komunikasi modern, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan makna dan citra diri individu.

Penelitian mutakhir menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam memengaruhi aspek psikologis pengguna, termasuk persepsi diri dan harga diri. Studi oleh Kuss dan Griffiths (2021) menegaskan bahwa penggunaan media sosial yang intens dapat berdampak pada kesejahteraan psikologis, tergantung pada pola penggunaan dan tujuan penggunaannya. Media sosial menjadi arena penting bagi individu, khususnya mahasiswa, untuk mengekspresikan diri dan membangun identitas sosial.

2. Instagram sebagai Media Sosial Visual

Instagram merupakan media sosial berbasis visual yang memungkinkan pengguna membagikan foto, video, serta melakukan interaksi sosial melalui fitur like, komentar, dan followers. Karakter visual Instagram menjadikannya platform yang kuat dalam membentuk persepsi dan citra diri penggunanya.

Penelitian oleh Sheldon dan Bryant (2020) menunjukkan bahwa Instagram banyak digunakan untuk tujuan presentasi diri (self-presentation) dan pencarian pengakuan sosial. Konten visual yang ditampilkan sering kali merupakan representasi diri yang telah diseleksi dan dikurasi, sehingga menampilkan versi ideal dari diri pengguna.

Studi nasional terbaru oleh Reslaj Journal (2025) juga menemukan bahwa mahasiswa menggunakan Instagram sebagai sarana membangun citra diri positif di hadapan publik, khususnya melalui unggahan yang mencerminkan gaya hidup, prestasi, dan penampilan.

3. Penggunaan Media Sosial Instagram

Penggunaan media sosial dapat dilihat dari beberapa indikator, antara lain frekuensi penggunaan, durasi penggunaan, intensitas interaksi, serta tujuan penggunaan. McQuail (2020) menyebutkan bahwa intensitas penggunaan media berpengaruh terhadap cara individu memaknai pesan dan membentuk persepsi sosial.

Penelitian empiris oleh Chua dan Chang (2021) menyatakan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram, semakin besar keterlibatan pengguna dalam aktivitas perbandingan sosial dan pencarian validasi sosial. Hal ini menjadi penting dalam konteks mahasiswa Ilmu Komunikasi yang memiliki tingkat literasi media dan kesadaran citra yang relatif tinggi.

4. Citra Diri (Self-Image)

Citra diri merupakan gambaran individu mengenai dirinya sendiri, baik secara fisik, psikologis, maupun sosial. Citra diri terbentuk melalui proses interaksi sosial dan umpan balik dari lingkungan sekitar.

Menurut Burns (2020), citra diri tidak bersifat tetap, melainkan dinamis dan dapat berubah seiring dengan pengalaman sosial individu. Penelitian terbaru oleh Lugas Jurnal Komunikasi (2025) menunjukkan bahwa paparan konten Instagram secara terus-menerus dapat memengaruhi cara mahasiswa menilai dirinya, baik dari segi penampilan, kepercayaan diri, maupun penerimaan sosial.

5. Teori Presentasi Diri (Self-Presentation Theory)

Teori presentasi diri menjelaskan bagaimana individu berusaha menampilkan kesan tertentu kepada orang lain. Dalam konteks media sosial, teori ini relevan untuk menjelaskan perilaku pengguna dalam mengelola konten yang diunggah.

Penelitian oleh Chua dan Chang (2021) menunjukkan bahwa pengguna Instagram secara sadar mengatur foto, caption, dan aktivitas daring untuk menciptakan citra diri yang diinginkan. Hal ini diperkuat oleh studi Noken Journal (2025) yang menemukan bahwa mahasiswa cenderung menampilkan sisi ideal dirinya di Instagram sebagai bentuk strategi presentasi diri.

6. Teori Perbandingan Sosial (Social Comparison Theory)

Teori perbandingan sosial menjelaskan kecenderungan individu untuk menilai diri mereka dengan membandingkan diri dengan orang lain. Media sosial memperluas ruang perbandingan sosial karena pengguna terus-menerus terpapar pada kehidupan, pencapaian, dan penampilan

orang lain.

Studi terkini oleh Taylor dan Armes (2024) menemukan bahwa perbandingan sosial di Instagram, khususnya perbandingan ke atas (upward social comparison), memiliki hubungan signifikan dengan penurunan self-esteem dan body-esteem. Penelitian lain yang dipublikasikan dalam JMIR (2024) juga menunjukkan bahwa durasi penggunaan Instagram berkorelasi dengan meningkatnya self-criticism, yang berkontribusi terhadap pembentukan citra diri negatif.

7. Hubungan Penggunaan Instagram dengan Citra Diri Mahasiswa

Berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa penggunaan Instagram memiliki pengaruh terhadap citra diri mahasiswa. Intensitas penggunaan, interaksi sosial, serta perbandingan sosial menjadi faktor utama yang memediasi hubungan tersebut.

Penelitian oleh Prologia (2024) dan Reslaj Journal (2025) menunjukkan bahwa penggunaan Instagram berpengaruh signifikan terhadap kesesuaian dan pembentukan citra diri mahasiswa. Bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana pembentukan identitas, personal branding, dan eksistensi sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap citra diri mahasiswa Ilmu Komunikasi. Metode penelitian yang digunakan adalah survei, dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi yang aktif dan menggunakan media sosial Instagram. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria responden merupakan mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi, memiliki akun Instagram, dan menggunakan Instagram secara aktif. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan kebutuhan analisis statistik dan keterwakilan populasi.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah penggunaan media sosial Instagram, sedangkan variabel dependen adalah citra diri mahasiswa. Penggunaan Instagram diukur melalui indikator frekuensi penggunaan, durasi penggunaan, intensitas interaksi, dan tujuan penggunaan. Sementara itu, citra diri diukur melalui indikator persepsi terhadap diri, kepercayaan diri, penerimaan sosial, dan harga diri.

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang disusun menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan kelayakan alat ukur.

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban. Selanjutnya, dilakukan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap citra diri mahasiswa. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t pada tingkat signifikansi 0,05.

Alur penelitian dimulai dari identifikasi masalah, studi literatur, penentuan variabel, penyusunan dan pengujian instrumen, pengumpulan data, analisis data, hingga penarikan kesimpulan. Alur tersebut disajikan dalam bentuk diagram alur (flowchart) untuk memperjelas tahapan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 100 mahasiswa Ilmu Komunikasi sebagai responden. Sebagian

besar responden merupakan pengguna aktif Instagram dengan rata-rata penggunaan 2–4 jam per hari.

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Durasi Penggunaan Instagram

Durasi Penggunaan Instagram	Jumlah (orang)	Persentase (%)
< 1 jam	8	8
1–2 jam	26	26
2–4 jam	41	41
> 4 jam	25	25
Total	100	100

Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa mayoritas mahasiswa menggunakan Instagram selama 2–4 jam per hari, sehingga intensitas penggunaan Instagram dapat dikategorikan tinggi.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen penelitian terdiri dari dua variabel:

- X = Penggunaan Media Sosial Instagram
- Y = Citra Diri Mahasiswa

Seluruh butir pernyataan dinyatakan valid karena nilai r -hitung > r -tabel (0,196 pada $N=100$).

Nilai Cronbach Alpha = 0,892 sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Hasil Analisis Regresi Linier

Ringkasan data statistik:

$R = 0,687$

$R^2 = 0,472$

$Sig = 0,000 < 0,05$

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Variabel	Koefisien (B)	t-hitung	Sig.
Konstanta	12,314	—	—
Penggunaan Instagram (X)	0,652	8,743	0,000

Persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 12,314 + 0,652 X$$

Artinya, setiap peningkatan 1 unit skor penggunaan Instagram akan meningkatkan 0,652 poin citra diri mahasiswa.

Perhitungan Pengaruh (Koefisien Determinasi)

$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,472 \times 100 \% = 47,2\%$$

Hasil ini menunjukkan bahwa:

- 47,2% citra diri mahasiswa dipengaruhi oleh penggunaan Instagram
- 52,8% dipengaruhi oleh faktor lain (lingkungan, kepribadian, keluarga, dan media lain)

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap citra diri mahasiswa Ilmu Komunikasi. Semakin tinggi intensitas penggunaan, semakin kuat kecenderungan mahasiswa:

1. membangun personal branding
2. melakukan pengelolaan tampilan diri (self-presentation)
3. memilih konten untuk membentuk persepsi orang lain

Temuan ini sejalan dengan teori Goffman tentang Dramaturgi, bahwa individu akan mengatur penampilan diri di “panggung depan” (front stage) seperti media sosial untuk membentuk impresi.

Selain itu, hasil ini mendukung penelitian terbaru yang menyatakan bahwa:

- Instagram mempengaruhi pembentukan identitas diri digital
- adanya kebutuhan mendapatkan pengakuan sosial melalui like, komentar, dan followers
- citra diri tidak hanya bersifat nyata tetapi juga dikonstruksi secara simbolik di media sosial

Namun, masih terdapat 52,8% variabel lain di luar penggunaan Instagram yang berpengaruh terhadap citra diri, seperti kepercayaan diri, pola asuh keluarga, pengalaman organisasi, serta lingkungan pergaulan.

Interpretasi Hasil

Berdasarkan keseluruhan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa:

- a. mahasiswa Ilmu Komunikasi merupakan pengguna aktif Instagram
- b. Instagram digunakan sebagai media untuk:
 - membangun citra akademik
 - menampilkan aktivitas perkuliahan
 - mempromosikan karya dan kreativitas
- c. citra diri mahasiswa terbentuk melalui unggahan foto, caption, story, reels, serta interaksi dengan pengguna lain

Dengan demikian, media sosial Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat pembentukan citra diri pada mahasiswa Ilmu Komunikasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap citra diri mahasiswa Ilmu Komunikasi, dapat disimpulkan bahwa penggunaan Instagram memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembentukan citra diri mahasiswa. Semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram, semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk membangun, mengatur, dan menampilkan citra diri sesuai dengan identitas yang ingin dikonstruksikan di ruang digital.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi menggunakan Instagram tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media untuk menunjukkan kompetensi akademik, aktivitas perkuliahan, karya kreativitas, hingga personal branding. Hal ini sejalan dengan teori dramaturgi yang menyatakan bahwa individu melakukan pengelolaan diri pada “panggung depan” untuk membentuk impresi tertentu di hadapan orang lain. Citra diri yang ditampilkan melalui unggahan foto, video, caption,

story, dan interaksi sosial di Instagram membentuk persepsi publik terhadap diri mahasiswa.

Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan Instagram memberikan kontribusi sebesar 47,2% terhadap citra diri mahasiswa, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti kepercayaan diri, lingkungan keluarga, pengalaman organisasi, budaya kampus, dan media sosial lainnya. Dengan demikian, Instagram menjadi salah satu variabel penting dalam konstruksi citra diri mahasiswa pada era digital.

DAFTAR REFERENSI

- Lutfiah, C., Dharta, F. Y., & Lubis, F. O. (2025). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap pembentukan citra diri mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa Karawang. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i12.4910>
- Rahma, L. M. J., & Setiasih, S. (2025). The impact of social media usage intensity on self-esteem: Survey on emerging adulthood of Instagram user. *KONSELI: Jurnal Bimbingan dan Konseling*. <https://doi.org/10.24042/konseli.v8i1.8313>
- Rizqi Oktaviani, D., Permadi, D., & Suparto, D. (2023). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap tingkat kepercayaan diri. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 1(1), 67–79. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i1.976>
- Situmorang, W., & Hayati, R. (2025). Media sosial Instagram sebagai bentuk validasi dan representasi diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(1), 111–118. <https://doi.org/10.33369/jsn.9.1.111-118>
- Sari, D. N., & Purwanto, D. (2025). Konstruksi citra diri dalam postingan Instagram pada mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret Surakarta. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(2). <https://doi.org/10.33506/jn.v10i2.3814>
- Taylor & Armes (2024) – Social comparison on Instagram, and its relationship with self-esteem and body-esteem
- Rejeki, S., Komalawati, E., & Indriyanti, P. (2020). Penggunaan Instagram terhadap citra diri mahasiswa. *LUGAS Jurnal Komunikasi*. Penelitian kuantitatif ini menemukan hubungan positif antara penggunaan Instagram dan self-image mahasiswa (X terhadap Y).
- Lutfiah, C., Yuni Dharta, F., & Oktariani Lubis, F. (2025). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap pembentukan citra diri mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa Karawang. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*. Hasilnya menunjukkan penggunaan Instagram berpengaruh positif 53,3% terhadap self-image mahasiswa.
- Setiawan, R.P., Sofiah, D., & Muslikah, E. (2025). Self-esteem pada pengguna filter Instagram di kalangan mahasiswa perempuan ditinjau dari perspektif body image. *JIWA: Jurnal Psikologi Indonesia*. Menemukan hubungan positif signifikan antara body image dan self-esteem pengguna Instagram.
- Rahma, L.M.J., & Setiasih, S. (2025). The impact of social media usage intensity on self-esteem: survey on emerging adulthood of Instagram user. *KONSELI : Jurnal Bimbingan dan Konseling*. Studi ini mengeksplorasi hubungan intensitas penggunaan Instagram dengan self-esteem pada mahasiswa dewasa awal.
- Shila K. Nayenggita & Made S. Adishesa (2025). Social comparison as mediator: Does Instagram intensity predict self-esteem? *Journal of Educational, Health and Community Psychology*. Penelitian kuantitatif yang meneliti peran perbandingan sosial dalam hubungan intensitas Instagram dengan self-esteem.