PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora
Vol.5, No.6, Oktober 2026

Pengaruh *Self-esteem* terhadap *Self-confidence* pada Mahasiswi Pengguna Instagram di Universitas Muhammadiyah Pontianak

Umi Hafidzah[1], Widya Lestari[2], Kania Khairunnisa[3]
[1,2,3]Universitas Muhammadiyah Pontianak, Indonesia
E-mail: umihfdzh.17@gmail.com[1], widyalestari@unmuhpnk.ac.id[2], kania.khairunnisa@unmuhpnk.ac.id[3]

Article History:
Received: 01 Oktober 2026
Revised: 13 Oktober 2026
Accepted: 27 Oktober 2026

Kata Kunci*: Instagram, Mahasiswa, Media Sosial, Self-confidence, Self-esteem*

Abstract*: Latar Belakang: Instagram menjadi ruang digital untuk menampilkan diri dan berinteraksi sosial, sehingga penilaian sosial di dalamnya dapat berkaitan dengan self-esteem dan self-confidence mahasiswa. Tujuan: Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh self-esteem terhadap self-confidence pada mahasiswi pengguna Instagram di Universitas Muhammadiyah Pontianak. Metode: Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear sederhana. Populasi berjumlah 4.020 mahasiswi aktif dengan sampel 200 responden yang dipilih menggunakan purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan skala self-esteem dan self-confidence serta dianalisis menggunakan SPSS setelah dilakukan uji normalitas dan linearitas. Hasil: Analisis regresi menunjukkan nilai signifikansi <0,001, koefisien regresi 0,758, dan beta terstandarisasi 0,777. Nilai R Square sebesar 0,603 menunjukkan bahwa self-esteem menjelaskan 60,3% variasi self-confidence. Kesimpulan: Self-esteem berpengaruh positif dan signifikan terhadap self-confidence pada mahasiswi pengguna Instagram, sedangkan 39,7% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian.*

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, khususnya di kalangan generasi muda seperti mahasiswa. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi dan pencarian informasi, tetapi juga sebagai ruang untuk menampilkan diri, melakukan aktualisasi diri, dan membangun interaksi sosial. Salah satu media sosial yang banyak digunakan mahasiswa adalah Instagram yang memiliki karakteristik visual melalui fitur unggahan foto dan video serta interaksi berupa suka, komentar, dan tayangan. Fitur tersebut memungkinkan pengguna untuk berinteraksi sekaligus membangun citra diri di hadapan pengguna lain (Anita, 2023). Karakteristik Instagram yang menekankan aspek visual menjadikannya sebagai ruang sosial yang melibatkan proses interaksi, ekspresi diri, dan penilaian sosial dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda (Fauzi, 2024). Mahasiswa umumnya berada pada rentang usia dewasa awal, yaitu 18 sampai 25 tahun (Manulang, 2026). Pada tahap ini, individu diharapkan mampu menjalankan berbagai tugas perkembangan, termasuk membangun hubungan interpersonal yang lebih matang, beradaptasi dengan lingkungan sosial, serta memiliki keyakinan terhadap kemampuan dirinya dalam menghadapi berbagai

tuntutan kehidupan (Hurlock, 1980; Rahmania, 2023).

Penggunaan Instagram pada mahasiswa juga menunjukkan tingginya keterlibatan dalam aktivitas berbagi informasi, membangun relasi, menunjukkan kompetensi diri, serta menampilkan citra personal (Sari, 2026; Sudiran, 2025). Nasution et al. (2022) menunjukkan bahwa mahasiswa menggunakan Instagram dengan berbagai motif, seperti memperoleh informasi, membangun interaksi sosial, serta menampilkan identitas dan aktivitas diri. Tingginya penggunaan Instagram sejalan dengan data NapoleonCat (2025) yang menunjukkan bahwa jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai sekitar 92,6 juta orang atau 32,4% dari total populasi, dengan pengguna perempuan sebesar 53,5% dan laki-laki 46,5%. Kelompok usia yang paling aktif berada pada rentang 18 sampai 34 tahun yang termasuk dalam rentang usia dewasa awal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perempuan dewasa awal merupakan kelompok pengguna Instagram yang cukup dominan dan aktif. Dalam penggunaannya, mahasiswi tidak hanya berbagi informasi dan berinteraksi secara sosial, tetapi juga menampilkan diri di hadapan orang lain melalui unggahan yang dapat memperoleh penilaian sosial berupa suka, komentar, jumlah pengikut, dan tayangan (Andriyani, 2024). Aji dan Muslikah (2025) menunjukkan bahwa penerimaan sosial di Instagram, seperti jumlah suka dan komentar, berhubungan signifikan dengan tingkat kepercayaan diri pengguna, sehingga pengalaman menggunakan Instagram berkaitan dengan bagaimana individu merasa yakin, nyaman, dan mampu menampilkan dirinya di ruang digital.

Permasalahan penelitian terlihat dari kondisi bahwa tidak semua mahasiswi pengguna Instagram memiliki tingkat *self-confidence* yang sama dalam menampilkan diri di ruang digital. Sebagian mahasiswi masih merasa ragu ketika mengunggah foto atau video tanpa menggunakan filter atau pengeditan tertentu dan cenderung hanya membagikan konten yang dianggap menarik secara visual (Rezekina, 2023). Astuti (2023) menunjukkan bahwa sebagian mahasiswi menggunakan filter Instagram untuk meningkatkan penampilan dan rasa percaya diri, sedangkan unggahan tanpa filter dapat menimbulkan kekhawatiran terhadap penilaian orang lain. Banoet et al. (2025) juga menunjukkan bahwa pengguna Instagram pada mahasiswa dengan tingkat kepercayaan diri tertentu cenderung melakukan pengelolaan diri secara selektif dalam mengunggah konten, termasuk menggunakan filter untuk menyesuaikan tampilan visual yang dianggap lebih menarik. Selain itu, sebagian pengguna memilih menggunakan second account dengan audiens yang lebih terbatas agar merasa lebih nyaman dan leluasa dalam menampilkan diri dibandingkan melalui akun utama yang bersifat publik (Redaksi, 2026). Hasibuan et al. (2023) menunjukkan bahwa pengguna second account cenderung membatasi audiens pada orang-orang terdekat dan merasa lebih nyaman dalam menampilkan diri. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa penilaian sosial dan luasnya audiens dapat berkaitan dengan kenyamanan serta keberanian mahasiswi dalam mengekspresikan dirinya di Instagram.

Permasalahan tersebut juga terlihat berdasarkan wawancara awal yang dilakukan pada tanggal 22 Januari 2025 terhadap lima mahasiswi pengguna Instagram di Universitas Muhammadiyah Pontianak. Hasil wawancara menunjukkan bahwa seluruh subjek menggunakan Instagram dalam kehidupan sehari-hari untuk kebutuhan akademik, memperoleh informasi, menampilkan diri, dan berinteraksi sosial. Namun, terdapat perbedaan dalam *self-confidence* dan *self-esteem* ketika menampilkan diri di Instagram. Dua dari lima subjek menunjukkan *self-confidence* yang relatif baik karena cukup yakin dalam mengunggah konten dan tidak terlalu terpengaruh oleh jumlah suka maupun komentar. Sebaliknya, tiga subjek lainnya masih sering merasa ragu dalam mengunggah foto atau video, terutama yang berkaitan dengan penampilan diri. Mereka mempertimbangkan secara berulang sebelum mengunggah konten karena khawatir terhadap penilaian sosial pengguna lain. Jumlah suka dan komentar masih dimaknai sebagai bentuk evaluasi terhadap diri sehingga respons yang tidak sesuai harapan dapat berdampak pada

menurunnya rasa percaya diri. Ketiga subjek tersebut juga lebih berhati-hati menggunakan akun utama dan terkadang memilih second account karena merasa lebih nyaman dengan audiens yang terbatas. Beberapa subjek juga mengungkapkan keraguan untuk mengunggah foto atau video tanpa filter maupun pengeditan tertentu. Temuan pada aspek *self-esteem* menunjukkan bahwa tiga dari lima subjek masih cenderung menilai dirinya berdasarkan penerimaan sosial yang diperoleh melalui Instagram, sehingga secara keseluruhan wawancara awal menunjukkan adanya indikasi kerentanan dalam *self-confidence* dan *self-esteem*, khususnya ketika menghadapi evaluasi sosial di ruang digital.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa permasalahan kepercayaan diri mahasiswi dalam menampilkan diri di Instagram diduga tidak terlepas dari bagaimana individu menilai dan memandang dirinya sendiri. Santoso (dalam Ghufron, 2016) menyatakan bahwa tingkat kepercayaan diri seseorang akan dipengaruhi oleh harga diri seseorang. *Self-esteem* merupakan pandangan individu terhadap nilai dirinya atau bagaimana seseorang menilai, mengakui, menghargai, serta menyukai dirinya sendiri (Blascovich & Tomaka, dalam Lumongga, 2016). Individu dengan *self-esteem* yang positif cenderung memiliki penerimaan diri yang lebih baik, sedangkan individu dengan *self-esteem* yang rendah cenderung meragukan nilai dirinya yang dapat tercermin dalam rendahnya kepercayaan diri ketika menampilkan diri di ruang publik digital seperti Instagram. Penelitian Simanjuntak (2021) pada remaja pengguna Instagram menemukan adanya hubungan positif yang signifikan antara *self-esteem* dan *self-confidence*, sedangkan penelitian Solichatun dan Octavian (2021) pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta menemukan adanya hubungan positif yang sangat signifikan antara harga diri dan kepercayaan diri. Meskipun demikian, penelitian terdahulu masih banyak dilakukan pada mahasiswa secara umum atau remaja, sedangkan penelitian yang secara khusus berfokus pada mahasiswi pengguna Instagram masih relatif terbatas. Padahal, mahasiswi berada pada tahap dewasa awal dan aktif menggunakan Instagram sebagai ruang interaksi sosial serta penampilan diri. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh *self-esteem* terhadap *self-confidence* pada mahasiswi pengguna Instagram.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *self-esteem* terhadap *self-confidence* pada mahasiswi pengguna Instagram di Universitas Muhammadiyah Pontianak. Penelitian ini penting dilakukan untuk memahami keterkaitan antara penilaian individu terhadap dirinya sendiri dengan keyakinan dalam menampilkan diri di ruang digital, khususnya ketika mahasiswi menghadapi berbagai bentuk penilaian sosial melalui Instagram. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam kajian psikologi sosial dan media sosial terkait *self-esteem* dan *self-confidence*, sedangkan secara praktis dapat meningkatkan kesadaran mahasiswi mengenai pentingnya *self-esteem* dan *self-confidence* dalam membangun penilaian positif serta keyakinan terhadap kemampuan diri. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus subjek, yaitu mahasiswi pengguna Instagram yang berada pada tahap dewasa awal di Universitas Muhammadiyah Pontianak, sehingga penelitian secara khusus mengkaji pengaruh *self-esteem* terhadap *self-confidence* dalam konteks penggunaan Instagram.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear sederhana. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk memperoleh data yang dapat dianalisis secara statistik mengenai pengaruh *self-esteem* terhadap *self-confidence* pada mahasiswi pengguna Instagram di Universitas Muhammadiyah Pontianak. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *self-esteem* (X), sedangkan variabel terikat adalah *self-confidence* (Y). Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *self-esteem* terhadap *self-confidence* pada subjek penelitian.

Menurut Ghodang (2020), regresi linear sederhana merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara variabel penyebab dan variabel akibat.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan skala psikologi *self-confidence* dan *self-esteem*. Skala *self-confidence* disusun berdasarkan aspek Lauster (dalam Ghufron, 2016), yaitu keyakinan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, serta rasional dan realistis. Setelah dilakukan uji coba, skala *self-confidence* terdiri atas 53 aitem, yaitu 26 aitem favorable dan 27 aitem unfavorable. Skala *self-esteem* disusun berdasarkan dimensi Coopersmith (dalam Rafiola, 2025), yang meliputi penghargaan diri, keyakinan diri, dan keyakinan keberadaan diterima. Skala *self-esteem* terdiri atas 48 aitem, yaitu 24 aitem favorable dan 24 aitem unfavorable.

Validitas instrumen menggunakan content validity atau validitas isi melalui professional judgement dari dosen pembimbing pertama dan dosen pembimbing kedua. Uji reliabilitas dilakukan terhadap skala *self-confidence* dan *self-esteem* menggunakan pendekatan Cronbach's Alpha. Hasil uji reliabilitas menunjukkan koefisien sebesar 0,959 pada skala *self-confidence* dan 0,975 pada skala *self-esteem*, sehingga kedua skala dinyatakan memiliki konsistensi internal yang tinggi dan dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

Teknik analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi yang meliputi uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas dilakukan menggunakan teknik Kolmogorov-Smirnov untuk mengetahui distribusi data, sedangkan uji linearitas digunakan untuk mengetahui pola hubungan antara *self-esteem* dan *self-confidence*. Uji hipotesis dilakukan menggunakan regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh *self-esteem* terhadap *self-confidence*.

Populasi penelitian adalah mahasiswi aktif Universitas Muhammadiyah Pontianak yang berjumlah 4.020 orang. Pemilihan populasi disesuaikan dengan tujuan penelitian karena mahasiswi merupakan kelompok yang berada pada tahap dewasa awal, menggunakan Instagram secara aktif, dan memiliki aktivitas menampilkan diri melalui media sosial. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Azwar (2019), sampel merupakan sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut Sugiyono (2020), ukuran sampel yang layak digunakan dalam penelitian berada pada rentang 30 sampai 500 responden. Berdasarkan kriteria penelitian, sampel yang digunakan berjumlah 200 mahasiswi.

Kriteria responden dalam penelitian ini meliputi mahasiswi aktif Universitas Muhammadiyah Pontianak, berjenis kelamin perempuan, berusia 18 sampai 25 tahun, merupakan pengguna aktif Instagram, dan memiliki kebiasaan memposting konten di Instagram. Karakteristik tersebut disesuaikan dengan fokus penelitian mengenai pengaruh *self-esteem* terhadap *self-confidence* pada mahasiswi pengguna Instagram.

Prosedur penelitian diawali dengan penyusunan alat ukur *self-confidence* dan *self-esteem* berdasarkan aspek dan dimensi yang telah ditetapkan. Skala *self-confidence* disusun berdasarkan aspek Lauster (dalam Ghufron, 2016), sedangkan skala *self-esteem* disusun berdasarkan dimensi Coopersmith (dalam Rafiola, 2025). Setelah penyusunan instrumen, peneliti melakukan persiapan perizinan penelitian dan validasi alat ukur melalui professional judgement dari dosen pembimbing pertama dan kedua.

Tahap berikutnya adalah uji coba alat ukur yang dilakukan pada tanggal 4 sampai 5 Agustus 2026 terhadap 30 responden. Uji coba menggunakan Google Form dengan instrumen yang terdiri dari 60 aitem *self-confidence* dan 48 aitem *self-esteem*. Data hasil uji coba kemudian ditabulasi dan dianalisis menggunakan SPSS untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen. Setelah proses tersebut selesai, dilakukan penomoran ulang aitem yang digunakan dalam penelitian.

Pelaksanaan penelitian dilakukan pada tanggal 7 sampai 13 Agustus 2026 dengan menggunakan Google Form. Pengumpulan data dilakukan secara daring dengan menyebarkan tautan kuesioner kepada calon responden yang memenuhi kriteria penelitian. Pada bagian awal kuesioner dicantumkan informasi mengenai tujuan penelitian, kriteria responden, petunjuk pengisian, dan persetujuan responden. Penyebaran kuesioner juga dilakukan melalui bantuan teman pada grup angkatan dan grup kelas di Universitas Muhammadiyah Pontianak. Google Form dibatasi hingga 200 respons dan ditutup setelah jumlah responden terpenuhi. Data yang terkumpul kemudian ditabulasi dan dianalisis menggunakan SPSS sesuai dengan teknik analisis yang telah ditetapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Orientasi Kancah

Sebelum memulai penelitian, peneliti terlebih dahulu menentukan kancah atau tempat penelitian untuk mengetahui gambaran umum mengenai kondisi lokasi penelitian serta kesesuaian karakteristik subjek dengan tujuan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Pontianak dengan menetapkan mahasiswi aktif Universitas Muhammadiyah Pontianak yang berusia 18-25 tahun, aktif menggunakan media sosial Instagram, serta memiliki kebiasaan memposting konten di Instagram sebagai subjek penelitian. Kota Pontianak merupakan ibu kota Provinsi Kalimantan Barat yang dikenal sebagai pusat pemerintahan, pendidikan, perdagangan, dan jasa. Sebagai kota yang memiliki perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang cukup pesat, masyarakat, khususnya kalangan mahasiswa, memiliki akses yang mudah terhadap internet dan media sosial. Kemudahan tersebut menjadikan media sosial, terutama Instagram, sebagai salah satu platform yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk berkomunikasi, berbagi informasi, maupun mengekspresikan diri.

Universitas Muhammadiyah Pontianak merupakan salah satu perguruan tinggi swasta di Kota Pontianak yang memiliki mahasiswa dari berbagai program studi dan latar belakang. Sebagai institusi pendidikan tinggi, Universitas Muhammadiyah Pontianak memiliki mahasiswi yang berada pada rentang usia dewasa awal, yaitu 18-25 tahun. Pada tahap perkembangan ini, individu cenderung aktif menggunakan media sosial sebagai sarana membangun relasi sosial, menampilkan identitas diri, serta membagikan berbagai aktivitas dan pengalaman pribadi. Peneliti memilih mahasiswi Universitas Muhammadiyah Pontianak sebagai subjek penelitian karena karakteristiknya sesuai dengan tujuan penelitian. Selain berada pada rentang usia dewasa awal, mahasiswi juga merupakan pengguna aktif media sosial Instagram dan memiliki kebiasaan memposting konten pada akun Instagram mereka. Aktivitas tersebut menjadikan kelompok ini relevan untuk diteliti karena memberikan gambaran mengenai perilaku penggunaan Instagram yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Berdasarkan karakteristik lingkungan akademik tersebut, mahasiswi Universitas Muhammadiyah Pontianak memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian ini. Sebagai kelompok usia dewasa awal, mahasiswi merupakan pengguna aktif Instagram yang memanfaatkan platform tersebut untuk memperoleh informasi, berinteraksi, dan menampilkan diri. Aktivitas tersebut berkaitan dengan bagaimana mahasiswi menilai dirinya (*self-esteem*) serta keyakinannya dalam menampilkan diri (*self-confidence*). Penilaian sosial yang diperoleh melalui fitur seperti jumlah suka dan komentar dapat memengaruhi *self-esteem* dan *self-confidence* mahasiswi. Berdasarkan fenomena tersebut menjadikan mahasiswi Universitas Muhammadiyah Pontianak dipandang sebagai populasi yang relevan untuk mengkaji pengaruh *self-esteem* terhadap *self-confidence* pada pengguna Instagram. Karakteristik populasi penelitian ini disesuaikan dengan

tujuan penelitian, yaitu mahasiswi yang terdaftar sebagai mahasiswa aktif di Universitas Muhammadiyah Pontianak, berjenis kelamin perempuan, berusia 18-25 tahun, merupakan pengguna aktif Instagram, serta memiliki kebiasaan memposting konten di Instagram. Berdasarkan data akademik Universitas Muhammadiyah Pontianak, populasi dalam penelitian ini berjumlah 4.020 mahasiswi, dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 200 mahasiswi.

2. Persiapan Penelitian

a. Skala *Self-Confindence*

Tabel 1. Blueprint Skala self-confindence sebelum Uji Coba

No.	Aspek	Indikator	item		Total	Bobot
			Fav	Unfav		
1.	Keyakinan kemampuan diri	a. Bersikap positif terhadap dirinya	1, 5, 9	2, 6, 10	12	20%
		b. Bersungguh-sungguh melakukan sesuatu	3, 7, 11	4, 8, 12		
2.	Optimis	a. Berpikir positif terhadap diri dan situasi	13, 17, 21	14, 18, 22	12	20%
		b. Memiliki harapan baik terhadap hasil	15, 19, 23	16, 20, 24		
3.	Objektif	a. Menilai berdasarkan fakta	25, 29, 33	26, 30, 34	12	20%
		b. Berpikir logis tanpa subjektivitas	27, 31, 35	28, 32, 36		
4.	Bertanggung jawab	a. Bersedia menanggung segala sesuatu	37, 41, 45	38, 42, 46	12	20%
		b. Menerima konsekuensinya	39, 43, 47	40, 44, 48		
5.	Rasional dan realistis	a. Mampu menganalisis suatu masalah	49, 53, 57	50, 54, 58	12	20%
		b. Menggunakan pemikiran yang masuk akal	51, 55, 59	52, 56, 60		
			30	30	60	100%

b. Skala *Self-esteem*

Tabel 2. Blueprint Skala *Self-esteem* sebelum Uji Coba

No.	Aspek	Indikator	item		Total	Bobot
			Fav	Unfav		
1.	Penghargaan diri	a. Mengapresiasi usaha diri sendiri	1, 11, 23, 35	2, 12, 24, 36	16	33,33%
		b. Memberi apresiasi positif pada lingkungan	3, 13, 25, 37	4, 14, 26, 38		
2.	Keyakinan diri	a. Sikap positif pada usaha diri sendiri	5, 15, 27, 39	6, 16, 28, 40	16	33,33%
		b. Memaksimalkan proses dibandingkan hasil	7, 17, 29, 41	8, 18, 30, 42		
3.	Keyakinan keberadaan diterima	a. Mudah beradaptasi	9, 19, 31, 43	10, 20, 32, 44	16	33,33%
		b. Memberi pengaruh positif	21, 33, 45, 47	22, 34, 46, 48		
			24	24	48	100%

c. Persiapan Perizinan

Peneliti terlebih dahulu mengurus surat izin penelitian sebagai persyaratan dalam pelaksanaan penelitian. Surat izin penelitian tersebut dikeluarkan oleh Fakultas Ilmu Kesehatan dan Psikologi Universitas Muhammadiyah Pontianak dengan Nomor: 855/II.3.AU.15/A/2026. Surat izin tersebut digunakan sebagai permohonan izin untuk melaksanakan penelitian di Universitas Muhammadiyah Pontianak. Permohonan izin yang digunakan dalam penelitian ini dimuat dalam google form dalam bentuk lembar persetujuan (informed consent) yang berisi informasi mengenai penelitian, prosedur penelitian, dan keterangan kesediaan mengenai kesediaan responden.

d. Uji Coba Alat Ukur

Sebelum penelitian dilaksanakan, peneliti melakukan uji coba alat ukur yang terdiri dari 60 aitem *self-confidence* dan 48 aitem *self-esteem* pada 30 responden. Pengambilan data dilakukan pada 4 sampai 5 Agustus 2026 menggunakan Google Form. Calon responden dihubungi secara langsung hingga diperoleh 30 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Sebelum mengisi kuesioner, responden memperoleh informasi mengenai tujuan penelitian, kriteria responden, prosedur pengisian, dan kerahasiaan data. Data yang terkumpul kemudian ditabulasi ke dalam Excel dan dianalisis menggunakan SPSS untuk menguji validitas dan reliabilitas alat ukur. Blueprint skala *self-confidence* setelah uji coba ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Blueprint Skala *Self-confidence* Setelah Uji Coba

No.	Aspek	Indikator	Aitem		Total	Bobot
			Fav	Unfav		
1.	Keyakinan kemampuan diri	a. Bersikap positif terhadap dirinya	1, (5), 9	2, (6), (10)	12	20%
		b. Bersungguh-sungguh melakukan sesuatu	(3), (7), 11	4, 8, 12		
2.	Optimis	a. Berpikir positif terhadap diri dan situasi	13, 17, 21	14, 18, 22	12	20%
		b. Memiliki harapan baik terhadap hasil	15, 19, 23	16, 20, 24		
3.	Objektif	a. Menilai berdasarkan fakta	(25), 29, 33	26, 30, (34)	12	20%
		b. Berpikir logis tanpa subjektivitas	27, 31, 35	28, 32, 36		
4.	Bertanggung jawab	a. Bersedia menanggung segala sesuatu	37, 41, 45	38, 42, 46	12	20%
		b. Menerima konsekuensinya	39, 43, 47	40, 44, 48		
5.	Rasional dan realistis	a. Mampu menganalisis suatu masalah	49, 53, 57	50, 54, 58	12	20%
		b. Menggunakan pemikiran yang masuk akal	51, 55, 59	52, 56, 60		
			30	30	60	100%

Setelah melakukan uji coba alat ukur skala *self-confidence*, terdapat aitem dengan pergerakan rit dari 0,027 (Y25) sampai 0,816 (Y53). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan batas minimal koefisien validitas aitem sebesar 0,30, sehingga aitem yang memiliki rit di bawah 0,30 dinyatakan tidak memenuhi kriteria validitas dan digugurkan. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui aitem awal yang berjumlah 60 aitem gugur sebanyak 7 aitem dan didapatkan 53 jumlah aitem akhir sebagai aitem alat ukur penelitian. Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan penyusunan ulang sebaran penomoran aitem akhir pada skala *self-esteem*.

Tabel 4. *Blueprint* Skala *Self-esteem* Setelah Uji Coba

No.	Aspek	Indikator	Aitem		Total	Bobot
			Fav	Unfav		
1.	Penghargaan diri	a. Mengapresiasi usaha diri sendiri	1, 11, 23, 35	2, 12, 24, 36	16	33,33%
		b. Memberi apresiasi positif pada lingkungan	3, 13, 25, 37	4, 14, 26, 38		
2.	Keyakinan diri	a. Sikap positif pada usaha diri sendiri	5, 15, 27, 39	6, 16, 28, 40	16	33,33%
		b. Memaksimalkan proses dibandingkan hasil	7, 17, 29, 41	8, 18, 30, 42		
3.	Keyakinan keberadaan diterima	a. Mudah beradaptasi	9, 19, 31, 43	10, 20, 32, 44	16	33,33%
		b. Memberi pengaruh positif	21, 33, 45, 47	22, 34, 46, 48		
			24	24	48	100%

Blueprint skala *self-esteem* setelah uji coba ditunjukkan melalui tabel 8. Setelah melakukan uji coba alat ukur skala *self-esteem*, terdapat aitem dengan pergerakan rit 0,459 (X43) sampai 0,871 (X22 dan X40). Maka didapat sebanyak 0 aitem gugur dan 48 aitem akhir yang akan digunakan sebagai aitem alat ukur dalam pelaksanaan penelitian. Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan penyusunan ulang penomoran aitem akhir pada skala *self-esteem.*

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Pengujian validitas aitem alat ukur penelitian menggunakan content validity (validitas isi), aitem alat ukur penelitian telah teruji oleh professional judgement yaitu dosen pembimbing pertama dan dosen pembimbing kedua. Hasil uji validitas yang dilakukan menunjukan hasil bahwa aitem alat ukur penelitian layak digunakan untuk uji coba setelah melewati tahap validasi yang dilakukan oleh validator pertama pada tanggal 3 Agustus 2026 dan validator kedua pada tanggal 6 Agustus 2026.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Skala *Self-confidence*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,959	53

Sedangkan hasil uji reliabilitas pada variabel *self-esteem* (X) menggunakan teknik reliabilitas dengan pendekatan Cronbach's Alpha menghasilkan nilai koefisien reliabilitas sebesar ,975. Nilai tersebut menunjukkan bahwa skala *Self-esteem* memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat tinggi, sehingga setiap aitem dalam skala mampu mengukur konstruk *self-esteem* secara konsisten. Dengan demikian, sebanyak 48 aitem yang telah dianalisis dinyatakan reliabel atau memiliki tingkat keandalan yang baik untuk digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian. Hasil uji reliabilitas pada skala *self-esteem* ditunjukkan melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Skala *Self-esteem*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,975	48

e. Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian dilakukan setelah tabulasi data uji reliabilitas menggunakan SPSS dan penomoran ulang aitem blueprint. Penelitian dilaksanakan pada 7 sampai 13 Agustus 2026 terhadap 200 mahasiswi pengguna aktif Instagram di Universitas Muhammadiyah Pontianak melalui Google Form https://forms.gle/Yf7KsqkZHTzfXbde8. .

Pengumpulan data dilakukan secara daring dengan menyebarkan tautan kuesioner melalui grup angkatan dan kelas dengan bantuan teman. Sebelum pengisian, responden memperoleh informasi mengenai tujuan penelitian, kriteria responden, dan petunjuk pengisian. Google Form dibatasi hingga 200 respons dan otomatis ditutup setelah jumlah tersebut terpenuhi.

1) Skala *Self-confidence*

Tabel 7. Blueprint Skala Penelitian *Self-confidence* Dengan Nomor Baru

No.	Aspek	Indikator	Aitem		Total	Bobot
			Fav	Unfav		
1.	Keyakinan kemampuan diri	a. Bersikap positif terhadap dirinya	1, 9	2	7	13%
		b. Bersungguh-sungguh melakukan sesuatu	11	4, 8, 12		
2.	Optimis	a. Berpikir positif terhadap diri dan situasi	13, 17, 21	14, 18, 22	12	22,64%
		b. Memiliki harapan baik terhadap hasil	15, 19, 23	16, 20, 24		
3.	Objektif	a. Menilai berdasarkan fakta	29, 33	26, 30	10	18,87%
		b. Berpikir logis tanpa subjektivitas	27, 31, 35	28, 32, 36		
4.	Bertanggung jawab	a. Bersedia menanggung segala sesuatu	37, 41, 45	38, 42, 46	12	22,64%
		b. Menerima konsekuensinya	39, 43, 47	40, 44, 48		
5.	Rasional dan realistis	a. Mampu menganalisis suatu masalah	49, 53, 57	50, 54, 58	12	22,64%
		b. Menggunakan pemikiran yang masuk akal	51, 55, 59	52, 56, 60		
			26	27	53	100%

2) Skala *Self-esteem*

Tabel 8. Blueprint Skala Penelitian *Self-esteem* Dengan Nomor Baru

No.	Aspek	Indikator	Aitem		Total	Bobot
			Fav	Unfav		
1.	Penghargaan diri	a. Mengapresiasi usaha diri sendiri	1, 11, 23, 35	2, 12, 24, 36	16	33,33%
		b. Memberi apresiasi positif pada lingkungan	3, 13, 25, 37	4, 14, 26, 38		
2.	Keyakinan diri	a. Sikap positif pada usaha diri sendiri	5, 15, 27, 39	6, 16, 28, 40	16	33,33%
		b. Memaksimalkan proses dibandingkan hasil	7, 17, 29, 41	8, 18, 30, 42		
3.	Keyakinan keberadaan diterima	a. Mudah beradaptasi	9, 19, 31, 43	10, 20, 32, 44	16	33,33%
		b. Memberi pengaruh positif	21, 33, 45, 47	22, 34, 46, 48		
			24	24	48	100%

4. Analisis Hasil Penelitian

a. Kategorisasi Tiap Variabel

Tabel 9. Deskripsi Data Hipotetik dan Empirik Penelitian Variabel *Self-confidence*

Data	Skor Minimun	Skor Maksimum	Mean	SD
Self Confidence	53	212	132,5	26,5
Self Esteem	67	203	141,15	26,231

Tabel 10. Deskripsi Data Hipotetik dan Empirik Penelitian Variabel *Self-esteem*

Data	Skor Minimun	Skor Maksimum	Mean	SD
Self Confidence	48	192	120	24
Self Esteem	68	192	135,43	26,888

Berdasarkan analisis deskriptif terhadap 200 responden, *Self-confidence* memiliki skor empirik minimum 67, maksimum 203, mean 141,15, dan standar deviasi 26,231. Sementara itu, *Self-esteem* memiliki skor minimum 68, maksimum 192, mean 135,43, dan standar deviasi 26,888.

Skor hipotetik dihitung berdasarkan rentang skor 1 sampai 4 pada setiap aitem. *Self-confidence* yang terdiri dari 53 aitem memiliki skor hipotetik minimum 53 dan maksimum 212, dengan mean hipotetik 132,5 dan standar deviasi 26,5. Sementara itu, *Self-esteem* yang terdiri dari 48 aitem memiliki skor minimum 48 dan maksimum 192, dengan mean hipotetik 120 dan standar deviasi 24. Skor hipotetik tersebut digunakan sebagai dasar penyusunan kategorisasi tingkat *Self-confidence* dan *Self-esteem* ke dalam kategori rendah, sedang, dan tinggi.

Tabel 11. Norma Kategorisasi

Norma	Kategorisasi
X<M - SD	Rendah
M – SD ≤ X ≤ M + SD	Sedang
X > M + SD	Tinggi

Penentuan kategorisasi di lakukan menggunakan nilai mean hipotetik (M) dan standar deviasi (SD). Skor yang berada di bawah M-SD masuk kategori rendah, skor antara M-SD sampai M+SD masuk kategori sedang, dan skor di atas M+SD masuk kategori tinggi. Selanjutnya, persentase setiap kategori di hitung dengan cara jumlah responden yang terdapat di masing-masing kategori tersebut selanjutnya di kali 100, kemudian di bagi dengan jumlah seluruh responden.

1) Variabel *Self-confidence*

Tabel 12. Kategorisasi *Self-confidence* (Y)

Kategori	Norma Interval	Frekuensi (%)	Persentase
Rendah	X < 106	21	10,50%
Sedang	106 ≤ X ≤ 156	120	60,00%
Tinggi	X > 159	59	29,50%
Total		**200**	**100%**

Berdasarkan hasil kategorisasi *Self-confidence* (Y), diketahui bahwa tingkat *Self-confidence* pada responden menunjukkan variasi pada setiap kategori. Sebanyak 21 responden (10,50%) berada pada kategori rendah, 120 responden (60,00%) berada pada

kategori sedang, dan 59 responden (29,50%) berada pada kategori tinggi. Dengan demikian, kategori yang memiliki persentase terbesar berada pada kategori sedang, yaitu sebesar 60,00%.

2) Variabel *Self-esteem*

Tabel 13. Kategorisasi *Self-esteem* (X)

Kategori	Norma Interval	Frekuensi (%)	Persentase
Rendah	X < 96	14	7,00%
Sedang	96 ≤ X ≤ 144	111	55,50%
Tinggi	X > 144	75	37,50%
Total		**200**	**100%**

Berdasarkan hasil kategorisasi *Self-esteem* (X), diketahui bahwa tingkat *Self-esteem* pada responden menunjukkan variasi pada setiap kategori. Sebanyak 14 responden (7,00%) berada pada kategori rendah, 111 responden (55,50%) berada pada kategori sedang, dan 75 responden (37,50%) berada pada kategori tinggi. Dengan demikian, kategori yang memiliki persentase terbesar berada pada kategori sedang, yaitu sebesar 55,50%.

5. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Tabel 14. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Self_Confidence	Self_Esteem
Test Statistic	,058	,061
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]	,200[d]	,068

Berdasarkan Tabel 14, nilai signifikansi uji normalitas pada variabel *Self-confidence* sebesar 0,200 dan variabel *Self-esteem* sebesar 0,068 (p > 0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data pada kedua variabel berdistribusi normal. Menurut Azwar (2019), data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, sedangkan apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam penelitian ini telah terpenuhi sehingga analisis dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

b. Uji Linearitas

Tabel 15. Uji Linearitas

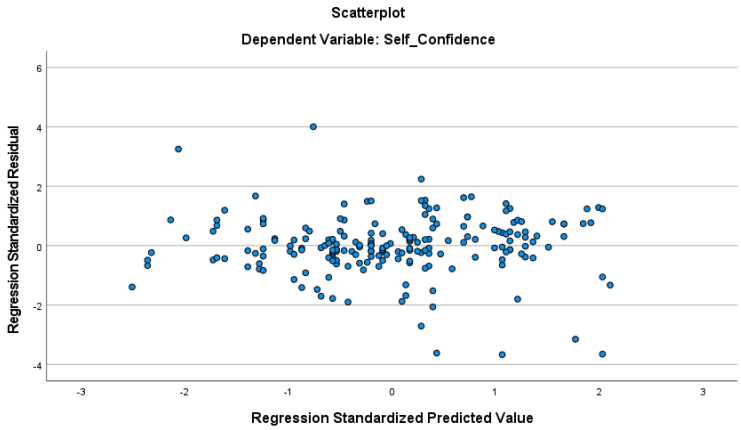
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Self_Confidence * Self_Esteem	Between Groups	(Combined)	108112,642	79	1368,514	5,700	,000
		Linearity	82571,224	1	82571,224	343,926	,000
		Deviation from Linearity	25541,418	78	327,454	1,364	,063
	Within Groups		28810,153	120	240,085		
	Total		136922,795	199			

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel tersebut, diperoleh nilai signifikansi (Sig.) pada Deviation from Linearity sebesar 0,063. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 (0,063 > 0,05),

sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel *Self-esteem* (X) dengan *Self-confidence* (Y) bersifat linear. Dengan demikian, asumsi linearitas dalam penelitian ini telah terpenuhi sehingga analisis dapat dilanjutkan menggunakan uji regresi linear sederhana.

c. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik scatterplot, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu. Titik-titik juga tidak menunjukkan pola mengerucut, melebar, maupun bergelombang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi. Dengan demikian, asumsi heteroskedastisitas terpenuhi sehingga model regresi yang digunakan dalam penelitian mengenai pengaruh *Self-esteem* terhadap *Self-confidence* dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

6. Uji Hipotesis

Tabel 16. Uji Hipotesis

Model	Sumber Variasi	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	82571,224	1	82571,224	300,803	<0,001
	Residual	54351,571	198	274,503	–	–
	Total	136922,795	199	–	–	–

Berdasarkan hasil uji ANOVA pada tabel tersebut, diperoleh nilai F sebesar 300,803 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar <0,001. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (<0,001 < 0,05), maka model regresi yang digunakan signifikan. Dengan demikian, *Self-esteem* berpengaruh secara signifikan terhadap *Self-confidence* pada responden penelitian. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa *Self-esteem* berpengaruh terhadap *Self-confidence* dapat diterima. Nilai Standard Error of the Estimate sebesar 16,568 menunjukkan tingkat kesalahan prediksi model regresi dalam memperkirakan skor *Self-confidence*. Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,603, yang berarti bahwa *Self-esteem* mampu menjelaskan sebesar 60,3% variasi *Self-confidence*, sedangkan 39,7% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selain itu, nilai koefisien regresi *Self-esteem* sebesar 0,758 menunjukkan arah pengaruh yang positif, sehingga semakin tinggi *Self-esteem*, maka semakin tinggi pula *Self-confidence*.

Tabel 17. Hasil Analisis Uji Regresi Linear Sederhana Diperoleh Dengan Persamaan Regresi

Model	Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	38,540	6,031	–	6,391	<0,001
	Self Esteem	0,758	0,044	0,777	17,344	<0,001

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,758 dengan nilai signifikansi sebesar <0,001. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 (<0,001 < 0,05), sehingga menunjukkan bahwa *Self-esteem* berpengaruh secara signifikan terhadap *Self-confidence* pada responden penelitian. Persamaan regresi yang diperoleh yaitu Y = 38,540 + 0,758X. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada *Self-esteem* akan diikuti oleh peningkatan *Self-confidence* sebesar 0,758 satuan.

Nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,758 bernilai positif, yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara *Self-esteem* dan *Self-confidence* adalah positif atau searah. Artinya, semakin tinggi *Self-esteem*, maka skor *Self-confidence* cenderung meningkat sebesar 0,758 satuan. Karena nilai signifikansi sebesar <0,001 < 0,05, hubungan tersebut signifikan secara statistik. Selain itu, nilai koefisien beta terstandarisasi (β) sebesar 0,777 menunjukkan bahwa *Self-esteem* memiliki arah hubungan positif dengan kekuatan hubungan yang kuat terhadap *Self-confidence*.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *self-esteem* terhadap *self-confidence* pada mahasiswi pengguna Instagram di Universitas Muhammadiyah Pontianak. Hasil regresi linear sederhana menunjukkan nilai signifikansi <0,001 < 0,05, sehingga H_a diterima. *Self-esteem* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *self-confidence*, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,758 dan koefisien beta sebesar 0,777. Nilai R Square sebesar 0,603 menunjukkan bahwa *self-esteem* memberikan kontribusi sebesar 60,3% terhadap *self-confidence*, sedangkan 39,7% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

Hasil tersebut sejalan dengan Aprilliana (2023) yang menemukan bahwa harga diri berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri. Temuan serupa juga ditunjukkan Rahayu dan Sugiarti (2023), dengan kontribusi harga diri sebesar 50% terhadap kepercayaan diri. Hal ini sesuai dengan pendapat Santoso (dalam Ghufron, 2016) bahwa tingkat harga diri dapat memengaruhi tingkat kepercayaan diri. Meskipun demikian, *self-esteem* bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi *self-confidence*. Jeniawaty (2024) menyebutkan adanya faktor internal dan eksternal, seperti konsep diri, kondisi fisik, pengalaman hidup, pendidikan, serta lingkungan. Hal ini didukung Umarta dan Mangundjaya (2023) yang menemukan kontribusi konsep diri sebesar 23,2% terhadap kepercayaan diri serta Hapasari dan Primastuti (2014) yang menunjukkan kontribusi dukungan teman sebaya sebesar 27%.

Berdasarkan kategorisasi, sebagian besar responden memiliki *self-confidence* pada kategori sedang, yaitu 60% atau 120 responden, sedangkan 10,50% berada pada kategori rendah dan 29,50% pada kategori tinggi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden telah memiliki keyakinan terhadap dirinya, tetapi belum sepenuhnya berkembang secara optimal. Hal ini sejalan dengan Putri dan Yusra (2025) yang menemukan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki *self-confidence* sedang. Pada variabel *self-esteem*, sebanyak 55,50% atau 111 responden berada pada kategori sedang, 7% pada kategori rendah, dan 37,50% pada kategori tinggi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden telah memiliki penghargaan dan penilaian terhadap dirinya, tetapi keyakinan terhadap diri dan penerimaan sosial belum sepenuhnya kuat.

Analisis butir *self-confidence* menunjukkan bahwa pada aspek optimis, responden cenderung

mampu menjadikan pencapaian orang lain di Instagram sebagai dorongan untuk berkembang. Pada aspek objektif, responden memahami bahwa foto atau video di Instagram tidak selalu menggambarkan keadaan sebenarnya karena dapat dipengaruhi filter, pengeditan, dan pemilihan momen. Namun, sebagian responden masih mempertimbangkan jumlah suka dalam menilai daya tarik dirinya. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa responden telah mampu memandang konten Instagram secara lebih objektif, meskipun respons sosial masih menjadi salah satu pertimbangan dalam menilai diri.

Pada variabel *self-esteem*, analisis butir menunjukkan bahwa responden memiliki penghargaan terhadap hasil usaha dan ekspresi dirinya melalui Instagram. Hal tersebut terlihat dari tingginya skor pada pernyataan mengenai rasa bangga terhadap foto yang diunggah. Sementara itu, pada aspek keyakinan keberadaan diterima, responden cenderung tidak menganggap bahwa unggahannya kurang mampu menginspirasi orang lain, tetapi sebagian masih belum sepenuhnya yakin bahwa unggahannya memberikan kesan positif bagi orang lain. Temuan tersebut menunjukkan adanya penghargaan terhadap diri, meskipun keyakinan terhadap penerimaan sosial belum sepenuhnya kuat.

Secara keseluruhan, *self-esteem* berperan dalam meningkatkan *self-confidence* pada mahasiswi pengguna Instagram. Responden yang memiliki penghargaan dan penilaian positif terhadap dirinya cenderung memiliki keyakinan yang lebih kuat dalam menampilkan dan mengekspresikan diri. Hal ini sejalan dengan Saifuddin (2024) dan Budi (2024) yang menekankan pentingnya harga diri positif dan penghargaan terhadap diri dalam membangun kepercayaan diri. Kondisi tersebut relevan dengan karakteristik responden sebagai individu pada tahap dewasa awal yang memiliki tuntutan untuk membangun hubungan sosial, mengembangkan kemampuan diri, dan memperoleh keyakinan terhadap kemampuan yang dimiliki (Rahmania, 2023).

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena responden hanya mencakup mahasiswi pengguna Instagram di Universitas Muhammadiyah Pontianak sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan pada populasi yang lebih luas. Penelitian juga hanya melibatkan *self-esteem* sebagai variabel pengaruh, sedangkan 39,7% variasi *self-confidence* dijelaskan oleh faktor lain. Selain itu, pengumpulan data dilakukan secara daring sehingga peneliti tidak dapat mengawasi kondisi responden secara langsung saat mengisi kuesioner.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 200 mahasiswi pengguna Instagram di Universitas Muhammadiyah Pontianak, dapat disimpulkan bahwa *self-esteem* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *self-confidence*. Hasil regresi linear sederhana menunjukkan nilai signifikansi <0,001 dengan koefisien regresi sebesar 0,758 dan koefisien beta sebesar 0,777. Nilai R Square sebesar 0,603 menunjukkan bahwa *self-esteem* memberikan kontribusi sebesar 60,3% terhadap *self-confidence*, sedangkan 39,7% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian. Secara deskriptif, sebagian besar responden berada pada kategori sedang, baik pada *self-confidence* sebesar 60,00% maupun *self-esteem* sebesar 55,50%. Temuan ini menunjukkan bahwa penghargaan dan penilaian positif terhadap diri berkaitan dengan keyakinan mahasiswi dalam menampilkan dan mengekspresikan dirinya melalui Instagram.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena subjek hanya berasal dari mahasiswi pengguna Instagram di Universitas Muhammadiyah Pontianak sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan pada populasi yang lebih luas. Penelitian juga hanya menguji *self-esteem* sebagai variabel yang memengaruhi *self-confidence*, sedangkan masih terdapat 39,7% variasi yang dapat dijelaskan oleh faktor lain, seperti konsep diri, kondisi fisik, pengalaman hidup, pendidikan, lingkungan, dan dukungan sosial. Selain itu, pengumpulan data dilakukan secara daring sehingga

peneliti tidak dapat mengawasi kondisi responden secara langsung. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan populasi yang lebih beragam, mempertimbangkan variabel lain yang berkaitan dengan *self-confidence*, serta menggunakan metode pengumpulan data yang memungkinkan pengamatan lebih mendalam. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan bagi mahasiswi untuk meningkatkan penghargaan dan penerimaan terhadap diri sehingga dapat mendukung keyakinan dalam menampilkan diri dan berinteraksi di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Aji, I. S., & Muslikah. (2025). Hubungan antara body image dan penerimaan sosial terhadap kepercayaan diri pengguna Instagram mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Pendidikan dan Psikologi Universitas Negeri Semarang. *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora, 5*(2), 668–678. https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v5i2.5979

Alfani, A. D., & Setyandari, A. (2023). Pengaruh harga diri terhadap perilaku asertif mahasiswa Manggarai yang kuliah di Yogyakarta. *Solution: Journal of Counseling and Personal Development, 5*(2), 58–66.

Andini, N. M. (2025, December). *Fenomena overthinking di era media sosial: Penyebab dan cara mengelolanya*. Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya.

Andriyani, H. T., Nurdin, A., & Sunarto. (2024). *Kreativitas dalam berdakwah: Menginspirasi lewat potret instan*. Penerbit Adab.

Anasti, R., Anasta, L., Harnovinsah, & Oktris, L. (2023). *Sukses menyelesaikan skripsi dengan metode penelitian kuantitatif dan analisis data SPSS*. Salemba Empat.

Anita, S. B. (2023). *Entrepreneurship communication*. Prenada Media.

Aprilliana, V. (2023). *Pengaruh harga diri dan dukungan teman sebaya terhadap kepercayaan diri pada remaja awal di MTs Islamiyah Attanwir Talun Sumberjo Bojonegoro* [Skripsi sarjana, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang]. Walisongo Institutional Repository.

Astuti, E. D. (2023). *Motif kognitif penggunaan filter Instagram di kalangan mahasiswi Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta* [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta]. UMS ETD-db.

Azwar, S. (2019). *Metode penelitian*. Pustaka Pelajar.

Azwar, S. (2021). *Penyusunan skala psikologi* (Edisi ke-3). Pustaka Pelajar.

Banoet, D., Marni, Panis, M. P., & Kiling, I. Y. (2025). Pengaruh motif penggunaan filter Instagram terhadap kepercayaan diri mahasiswa Program Studi Psikologi Universitas Nusa Cendana. *Jurnal Kesehatan Republik Indonesia, 2*(4), 142–154.

Budi, P. (2024). *Menyembuhkan diri melalui inner child: Menciptakan keseimbangan dan ketenangan dalam hidup Anda*. Penerbit Andi.

Busro, M. (2018). *Teori-teori manajemen sumber daya manusia*. Prenada Media.

Fauzi, A. A., Sekarsari, L. A., Nurhadi, M., & Suryani, T. (2024). *Buzz marketing: Strategi dan seni mengelola konsumen di media sosial*. Deepublish.

Ghodang, H., & Hantono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif: Konsep dasar & aplikasi analisis regresi dan jalur dengan SPSS*. PT Penerbit Mitra Grup.

Ghufron, M. N., & Risnawita, R. (2016). *Teori-teori psikologi*. Ar-Ruzz Media.

Hapasari, A., & Primastuti, E. (2014). Kepercayaan diri mahasiswi Papua ditinjau dari dukungan teman sebaya. *Psikodimensia, 13*(1), 60–72.

Hasibuan, W. L., Azhar, A. A., & Rozi, F. (2023). Penggunaan second account Instagram sebagai self disclosure di kalangan mahasiswa UINSU. *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni (JISHS), 1*(4), 760–762.

Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan* (Istiwidayanti & Soedjarwo, Penerj.; Edisi ke-5). Erlangga.

Jeniawaty, S., Safinatunnaja, B., Wanti, D., Sumarni, & Nurcahyanti, F. D. (2024). *Buku ajar komunikasi efektif dalam praktik kebidanan*. PT Nuansa Fajar Cemerlang.

Kusumawardhani, R., & Astuti, N. D. (2024). *Pengantar statistika dan analisis dengan SPSS*. CV Ruang Tentor.

Lestari, D. S., Anggraini, M., Sani, N., & Utari, E. M. (2025). Hubungan tindakan bullying dan self-esteem dengan kepercayaan diri pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Malahayati Angkatan 2022. *Jurnal Ilmu Kedokteran dan Kesehatan, 12*(6), 1276–1282.

Lumongga, N. (2016). *Depresi: Tinjauan psikologis*. Kencana.

Manulang, P. H., & Sugiarti. (2026). *Kesepian dan kecemasan sosial pada mahasiswa: Teori, riset dan implikasi*. Penerbit KBM Indonesia.

NapoleonCat. (2025, January). *Instagram users in Indonesia*.

Nasution, D. A., Salmaniah, N. S., & Barus, R. K. I. (2022). Motif dan kepuasan penggunaan media sosial Instagram terhadap mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Medan Area. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi (JIPIKOM), 4*(1), 24–33. https://doi.org/10.31289/jipikom.v4i1.1148

Putri, S. A., & Yusra, Z. (2025). Studi deskriptif kepercayaan diri mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal, 6*(5), 7907–7914. https://doi.org/10.54373/imeij.v6i5.3888

Rafiola. (2025). *Praktik konseling: Faktor-faktor determinan yang memengaruhi efikasi akademik siswa*. Penerbit Andi.

Rahayu, E. E., & Sugiarti, L. R. (2023). Pengaruh harga diri terhadap sikap penerimaan guru sekolah inklusi dengan kepercayaan diri sebagai variabel intervening. *Jurnal Psikologi: Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan, 10*(2), 351–365. https://doi.org/10.35891/jip.v10i2.3002

Rahmania, T. (2023). *Psikologi perkembangan*. Sada Kurnia Pustaka.

Redaksi. (2026, June 23). *Mengapa feed Instagram Gen Z semakin sepi*. Kepri.co.id.

Rezekina, P. (2023, June 7). *5 alasan banyak orang khawatir saat ingin posting sesuatu di Instagram*. IDN Times.

Saifuddin, A. (2024). *Psikologi umum lanjutan*. Kencana.

Sari, U. M., Santosa, B., Afrinaldi, & Hartati, S. (2023). Hubungan self-esteem dengan self-confidence siswa di MTsN 5 Solok Selatan. *Jurnal Pendidikan Tambusai, 7*(3), 25775–25781. https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.10745

Sari, W. P., & Rusdi, F. (Eds.). (2026). *Komunikasi dan kebudayaan di era akal imitasi: Identitas, kreativitas, dan keberlanjutan*. Gramedia Pustaka Utama.

Simanjuntak, R. E. (2021). *Hubungan antara harga diri dengan kepercayaan diri pada remaja pengguna media sosial Instagram siswa kelas XI SMA Budi Murni 2 Medan* [Skripsi, Universitas Medan Area]. Repository Universitas Medan Area.

Solichatun, Z. (2024). *Hubungan self-esteem dan body image terhadap kepercayaan diri mahasiswa* [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta]. UMS ETD-db. https://eprints.ums.ac.id/113832/

Sudiran. (2025). *Monograf meningkatkan keterampilan membaca bahasa Inggris melalui Instagram*. Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang.

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Umarta, S. A., & Mangundjaya, W. L. (2023). Pengaruh konsep diri terhadap tingkat kepercayaan diri pada mahasiswa. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1*(8), 269–278.