

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPERCAYAAN DIRI PADA SISWA PEREMPUAN

Anjhalie Nodoro¹, Ni Iluh Ketut Santi² Firsty Oktaria Grahani³

³Fakultas Psikologi Universitas Wijaya Putra

Email: anjhalierusdianto@gmail.com¹, niiluhketutsanti753@gmail.com², oktaria@uwp.ac.id³

Abstract

Self-confidence is an essential psychological aspect for every individual, reflecting one's belief in their ability to face challenges and achieve life goals. This aspect is particularly important during adolescence, a transitional phase from childhood to adulthood. In today's digital era, social media, especially Instagram, has become an inseparable part of adolescents' daily lives. While social media provides a space for self-expression and social interaction, it may also create psychological pressure through mechanisms of social comparison. Therefore, this study aims to examine the influence of social media, particularly Instagram, on the self-confidence of female adolescents and to determine whether the intensity of Instagram use also affects their self-confidence at SMA Negeri 1 Menganti. The findings indicate that Instagram has a significant influence on the self-confidence of female students at SMA Negeri 1 Menganti, although various other factors also contribute to shaping adolescents' self-confidence.

Keyword: *Self confidence, Media Sosial, Instagram, Adolescents*

Abstrak

Kepercayaan diri merupakan aspek psikologis yang esensial bagi setiap individu, kepercayaan diri ini mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya dalam menghadapi tantangan dan meraih tujuan hidup. Kepercayaan diri ini juga merupakan aspek yang penting pada masa remaja karena masa remaja merupakan fase transisi dari anak-anak menuju dewasa. Dalam era digital saat ini, media sosial khususnya instagram telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan remaja. Meskipun media sosial memberikan ruang bagi ekspresi diri dan sosialisasi, juga dapat menimbulkan tekanan psikologis melalui mekanisme perbandingan sosial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial khususnya instagram terhadap kepercayaan diri remaja perempuan dan apakah intensitas penggunaan media sosial instagram juga berpengaruh terhadap kepercayaan diri remaja perempuan di SMA Negeri 1 Menganti. Hasil dari penelitian ini adalah media sosial instagram berpengaruh terhadap kepercayaan diri remaja SMA Negeri 1 Menganti walaupun banyak faktor-faktor lain juga yang dapat mempengaruhi kepercayaan diri remaja.

Kata Kunci: Kepercayaan diri, Media Sosial, *Instagram*, Remaja

PENDAHULUAN

Kepercayaan diri merupakan aspek psikologis esensial yang mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menghadapi tantangan dan meraih tujuan hidup (Kartini, 2019). Pada masa remaja, aspek ini menjadi sangat krusial karena merupakan fase transisi pencarian jati diri dan pengembangan potensi. Namun, fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa banyak remaja, khususnya perempuan, justru mengalami krisis kepercayaan diri. Laporan *Dove Girl Beauty Confidence Report* (2018) mengungkapkan bahwa 7 dari 10 remaja perempuan di Indonesia menghindari aktivitas penting karena merasa tidak percaya diri terhadap penampilan mereka.

Salah satu faktor yang diduga kuat memengaruhi kondisi ini adalah media sosial, khususnya Instagram. Platform ini, dengan 99,9 juta pengguna aktif bulanan di Indonesia (*We Are Social*, 2022), tidak hanya menjadi sarana interaksi tetapi juga ruang yang mempertontonkan standar kecantikan dan kehidupan "ideal". Paparan terus-menerus terhadap konten semacam ini memicu mekanisme perbandingan sosial (*social comparison*) yang dapat berujung pada perasaan tidak cukup, insecure, dan rendah diri (dalam Opsivantoto et al., 2023). Penelitian oleh Oktaviani et al. (2023) dan Suryadi

et al. (2023) konsisten menunjukkan hubungan antara intensitas penggunaan Instagram dengan tingkat kepercayaan diri remaja, meskipun dengan arah pengaruh yang berbeda. Situasi ini diperparah oleh kebiasaan seperti selfie berlebihan dan ketergantungan pada penggunaan efek atau filter untuk terlihat sempurna, yang berpotensi menimbulkan kecemasan dan depresi (Halodoc, 2024; Kumparan.com).

Tinjauan pustaka

Penggunaan Media Sosial

Media sosial didefinisikan sebagai sarana komunikasi digital yang memungkinkan interaksi, kolaborasi, dan pertukaran informasi (Cross, 2013). Dalam dua dekade terakhir, popularitas platform media sosial telah mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Kelompok demografis utama yang menjadi target dari penggunaan platform ini adalah individu berusia 15 hingga 35 tahun, yang mencakup remaja serta dewasa muda. Di Indonesia, penetrasi internet tertinggi berada pada kelompok usia 13-18 tahun dengan hampir seluruh anggotanya (99,16%) telah terhubung ke internet (APJII, 2022), menjadikan mereka pengguna paling aktif. Instagram, sebagai platform berbasis visual, menjadi wadah yang berpotensi mempengaruhi persepsi diri penggunanya.

Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri adalah sikap seseorang yang ditandai dengan kemampuan menerima kenyataan, mengembangkan kesadaran diri, berpikir positif, mandiri, serta optimis dan bertanggung jawab dalam mencapai tujuannya (Anthony dalam Ghufron, 2017). Individu yang percaya diri tampil dengan keyakinan, berani mengungkapkan pendapat, dan mampu membuat keputusan secara mandiri.

Masa remaja

Masa remaja merupakan tahap pencarian identitas (Erikson, 1968). Remaja perempuan cenderung lebih sensitif terhadap penerimaan sosial dan memiliki kebutuhan kuat untuk menjalin hubungan (Santrock, 2011; Papalia & Feldman, 2012). Media sosial memainkan peran ambivalen dalam proses ini dimana pada satu sisi dapat menjadi ruang ekspresi dan dukungan (Uhls et al., 2017), tetapi di sisi lain dapat mengganggu melalui paparan citra tubuh ideal yang memicu gangguan citra tubuh dan harga diri rendah (Tiggemann & Slater, 2014; Perloff, 2014).

Kerangka teoretis ini menghubungkan intensitas penggunaan Instagram yang memaparkan remaja pada konten yang memicu perbandingan sosial dengan tingkat kepercayaan diri mereka. Yang juga didukung oleh temuan sebelumnya yang konsisten mengenai hubungan negatif antara kedua variabel tersebut (Suryadi et al., 2023; Sharma & Sahu, 2013).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap tingkat kepercayaan diri remaja perempuan di SMA Negeri 1 Menganti. Dengan memahami dinamika ini, diharapkan dapat dirumuskan strategi bijak dalam penggunaan media sosial untuk mendukung kesehatan mental dan perkembangan positif remaja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional prediktif. Pengolahan data menggunakan metode analisis regresi sederhana. Tujuan penelitian ini yaitu melihat hubungan media sosial terhadap kepercayaan diri pada remaja perempuan. Variabel - variabel penelitian ini adalah: 1. Variabel tergantung (DV) : kepercayaan diri, 2. Variabel bebas (1V) : media sosial.

Peneliti mengambil sampel dengan metode *purposive sampling*, yakni teknik pengambilan sampel berdasarkan pada ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang mempunyai sangkut paut dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi (Sugiyono, 2012) dengan kriteria subyek adalah remaja awal berusia 15-17 tahun, berjenis kelamin perempuan, mempunyai akun media sosial instagram sedang menempuh pendidikan di SMA Negeri 1 Menganti, bersedia menjadi responden dan mengisi kuisioner dengan jujur, dengan jumlah populasi 683 siswi SMA perempuan di SMA Negeri 1 Menganti. Untuk sampel

yang digunakan adalah 73 sampel yang merupakan hasil dari perhitungan rumus slovin yaitu dikurangi 10% dari jumlah total populasi.

Peneliti mengukur variabel kepercayaan diri menggunakan skala Kepercayaan diri (SKD) berdasarkan teori (Lauster 1990). Variabel media sosial menggunakan skala media sosial (SKM) (Ajzen 1991). Jumlah item awal pada skala Media Sosial sebanyak 14 item dan Jumlah item awal pada skala kepercayaan diri sebanyak 34 item , Kedua skala berisikan pernyataan *favorable dan unfavorable* disusun sesuai dengan indikator masing-masing aspek. Penelitian ini menggunakan *Skala Likert* yang menggunakan 4 kategori jawaban yaitu *Sangat Setuju (SS)*, *Setuju (S)*, *Tidak Setuju (TS)*, dan *Sangat Tidak Setuju (STS)* untuk menghindari *central tendency effect*, yaitu kondisi ketika responden cenderung menghindari pilihan ekstrem dan lebih memilih kategori jawaban di posisi tengah karena merasa ragu dalam menjawab pernyataan tertentu (Hadi, 1994).

Penilaian terhadap tingkat kepercayaan diri dilakukan dengan metode skoring yang setara dengan teknik pemberian skor pada skala intensitas penggunaan media sosial. Nilai total yang dihasilkan dari pengisian skala ini merepresentasikan level kepercayaan diri yang dimiliki oleh responden. Skor yang tinggi mengindikasikan bahwa individu memiliki rasa percaya diri yang tinggi. Sebaliknya, apabila skor yang diperoleh rendah, hal tersebut menunjukkan bahwa individu memiliki tingkat kepercayaan diri yang rendah.

HASIL

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilaksanakan pada 06-13 Juni 2025 menggunakan kuesioner melalui google form. Terdapat 73 siswa perempuan dengan rentang usia 15-18 tahun yang 97,3% sudah menggunakan media sosial *instagram* lebih dari 1 tahun dan 2,75 kurang dari 1 tahun dengan penggunaan waktu 29,7% kurang dari 1 jam, 48,6% 1-2 jam, 18,9% 3-4 jam dan 2,85 lebih dari 5 jam. Pengolahan data dari kuesioner yang telah dikumpulkan kemudian melalui serangkaian prosedur analisis statistik, meliputi uji validitas product moment untuk menilai sejauh mana item dalam kuesioner mampu mengukur konstruk yang dimaksud, uji reliabilitas untuk mengevaluasi konsistensi internal instrumen, serta uji linearitas dan normalitas guna memenuhi asumsi dalam analisis inferensial. Selanjutnya, dilakukan pula analisis regresi untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan terikat. Seluruh pengujian ini diterapkan pada data yang diperoleh dari remaja perempuan di SMA Negeri 1 Menganti yang menjadi responden.

Berdasarkan hasil uji Validitas pada skala intensitas penggunaan Media Sosial memiliki 14 item yang diajukan pada 73 responden dan 14 aitem variabel tersebut dinyatakan valid karena semua aitem tersebut lebih dari R hitung 235.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Intensitas Penggunaan Media Sosial

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,383	0,235	Valid
2	0,425	0,235	Valid
3	0,585	0,235	Valid
4	0,408	0,235	Valid
5	0,411	0,235	Valid
6	0,479	0,235	Valid
7	0,591	0,235	Valid
8	0,622	0,235	Valid
9	0,580	0,235	Valid
10	0,600	0,235	Valid
11	0,612	0,235	Valid
12	0,531	0,235	Valid
13	0,634	0,235	Valid
14	0,647	0,235	Valid

Sedangkan pada skala Kepercayaan Diri memiliki 34 item yang diajukan pada 73 responden. Diperoleh 2 aitem yang gugur atau Tidak Valid dan 32 aitem Valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kepercayaan Diri

NO	R Hitung	R tabel	Keterangan
1	0,339	0,235	Valid
2	0,499	0,235	Valid
3	0,261	0,235	Valid
4	0,555	0,235	Valid
5	0,198	0,235	tidak valid
6	0,669	0,235	Valid
7	0,409	0,235	Valid
8	0,497	0,235	Valid
9	0,647	0,235	Valid
10	0,518	0,235	Valid
11	0,48	0,235	valid
12	0,506	0,235	valid
13	0,481	0,235	valid
14	0,558	0,235	valid
15	0,675	0,235	valid
16	0,472	0,235	valid
17	0,703	0,235	valid
18	0,524	0,235	valid
19	0,621	0,235	valid
20	0,538	0,235	valid
21	0,705	0,235	valid
22	0,577	0,235	valid
23	0,323	0,235	valid
24	0,672	0,235	valid
25	0,499	0,235	valid
26	0,639	0,235	valid
27	0,463	0,235	valid
28	0,598	0,235	valid
29	0,428	0,235	valid
30	0,25	0,235	valid
31	0,445	0,235	Valid
32	0,059	0,235	tidak valid
33	0,688	0,235	Valid
34	0,569	0,235	Valid

Berdasarkan uji reliabilitas skala intensitas penggunaan media sosial *instagram* diperoleh hasil N of Items (banyaknya item atau butir pertanyaan angket) ada 14 buah item dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,904.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Intensitas Penggunaan Media Sosial

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.904	14

Karena nilai Cronbach's Alpha $0,904 > 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa ke-14 atau semua item pertanyaan angket untuk variabel intensitas penggunaan media sosial *instagram* reliabel sedangkan

pada variabel kepercayaan diri terdapat 32 item dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,915 > 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa ke-32 item tersebut reliabel.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Diri

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.915	32

Pada hasil uji linearitas diperoleh bahwa nilai deviation from linearity signifikansinya adalah $0,634 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel intensitas penggunaan media sosial dengan variabel kepercayaan diri.

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas

		ANOVA Table					
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Kepercayaan Diri *	Between Groups (Combined)	2552.650	19	134.350	1.125	.355	
	Intensitas Penggunaan Media Sosial	720.765	1	720.765	6.035	.017	
	Linearity Deviation from Linearity	1831.885	18	101.771	.852	.634	
Within Groups		6329.679	53	119.428			
Total		8882.329	72				

Dari hasil analisis regresi, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,015 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima hipotesis nol (H_0) diartikan tidak ada pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan instagram terhadap kepercayaan diri siswa perempuan SMA Negeri 1 menganti, Sedangkan Hipotesis Alternatif (H_a) diartikan terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan instagram terhadap kepercayaan diri siswa perempuan SMA Negeri 1 menganti. Yang berarti terdapat pengaruh antara intensitas penggunaan Instagram terhadap kepercayaan diri perempuan SMA Negeri 1 Menganti. Pada hasil analisis juga diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,285 dan koefisien determinasi sebesar 0,081 yang berarti intensitas penggunaan Instagram memberikan kontribusi sebesar 8,1% terhadap kepercayaan diri sedangkan 91,9% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.285 ^a	.081	.068	10.722

a. Predictors: (Constant), Media Sosial

b. Dependent Variable: Kepercayaan Diri

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	64.408	9.863		6.530	.000
Media Sosial	.641	.256	.285	2.504	.015

a. Dependent Variable: Kepercayaan Diri

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Oktaviani et al. (2023) yang menyatakan bahwa intensitas penggunaan Instagram berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri, meskipun besarnya pengaruh dapat bervariasi antar populasi. Dalam konteks penelitian ini, hal tersebut memperkuat bahwa aktivitas di media sosial, khususnya Instagram, memiliki keterkaitan yang nyata terhadap aspek psikologis remaja. Namun, ketika dilihat dari nilai korelasi *pearson product moment* sebesar 0,285, hubungan antara kedua variabel tersebut berada pada kategori lemah namun signifikan (rentang 0,200–0,399) dengan distribusi normal. Ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat pengaruh yang nyata, besar pengaruh atau kekuatan hubungan tidak terlalu tinggi. Artinya, masih terdapat faktor-faktor lain yang kemungkinan lebih dominan dalam memengaruhi tingkat kepercayaan diri remaja.

Tabel 7. Hasil Uji Korelasi Product Moment

		Intensitas Penggunaan Media Sosial	Kepercayaan Diri
Intensitas Penggunaan Media Sosial	Pearson Correlation	1	.285*
	Sig. (2-tailed)		.015
	N	73	73
Kepercayaan Diri	Pearson Correlation	.285*	1
	Sig. (2-tailed)	.015	
	N	73	73

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		73
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	10.64683297
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.098
	Negative	-.103
Kolmogorov-Smirnov Z		.876
Asymp. Sig. (2-tailed)		.426

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram, sebagai platform media sosial yang sangat visual, berfungsi sebagai arena modifikasi diri (*self-commodification*) di mana remaja mengonstruksi dan menilai identitas mereka. Pengaruhnya terhadap kepercayaan diri remaja dapat dijelaskan melalui beberapa teori.

Pada Mekanisme *Social Comparison Theory* (dalam Opsivantoto et al., 2023) menjadi fondasi utama untuk memahami dinamika ini. Remaja, dalam pencarian jati diri, secara alamiah melakukan perbandingan. Namun, di Instagram, perbandingan ini hampir selalu bersifat *upward social comparison* (perbandingan ke atas), yaitu membandingkan diri dengan orang yang dianggap lebih unggul dalam hal penampilan, gaya hidup, dan popularitas yang diukur melalui *likes* dan komentar. Lingkungan Instagram yang terkurasi dan penuh dengan "*highlight reel*" ini menciptakan standar kecantikan yang tidak realistis. Akibatnya, seperti yang diamati pada siswi yang enggan mengunggah foto tanpa filter, mereka yang merasa tidak mampu mencapai standar tersebut mengalami penurunan kepercayaan diri. Sebaliknya, bagi segelintir remaja yang berhasil mendekati standar itu, validasi sosial yang mereka terapkan dapat memunculkan kepercayaan diri yang bersifat sementara dan ekstrinsik.

Fenomena ini selaras dengan konsep *Looking-Glass Self* (Cooley dalam Prisgunanto, 2015), yang menyatakan bahwa konsep diri individu dibentuk oleh persepsinya terhadap penilaian orang lain. Di Instagram, "cermin" ini dimanifestasikan melalui metrics seperti jumlah *like*, komentar, dan pengikut. Proses validasi sosial ini menjadi pengukur harga diri (*self-worth*) yang berbahaya. Siswi yang melakukan banyak selfie untuk hasil yang "sempurna" pada dasarnya sedang mencari konfirmasi dari "cermin" digital tersebut. Ketika validasi tidak sesuai harapan, atau ketika membandingkan dengan unggahan orang lain yang lebih "sukses", munculah perasaan tidak percaya diri. Hal ini memperkuat laporan Dove (2018) dan UNICEF (2023) bahwa tekanan terhadap penampilan fisik adalah penyebab utama penurunan kepercayaan diri.

Kecenderungan untuk menampilkan diri yang terbaik dan tersaring ini mengarah pada konsep *Impression Management* (Goffman, dalam Abror et al., 2020). Remaja memainkan "peran" di atas "panggung" Instagram, di mana kehidupan mereka adalah pertunjukan (*performance*). Filter dan efek adalah bagian dari "properti" yang digunakan untuk menciptakan kesan tertentu. Perilaku ini, jika konstan, dapat menimbulkan ketegangan antara diri yang asli (*authentic self*) dan diri yang ditampilkan (*curated self*). Konflik ini menghambat pembentukan kepercayaan diri sejati yang digambarkan oleh Anthony (dalam Ghufroon, 2017), karena kepercayaan diri yang terbangun sangat bergantung pada penerimaan audiens terhadap "pertunjukan" tersebut, bukan pada kesadaran dan penerimaan terhadap diri yang utuh.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Instagram menciptakan sebuah ekosistem yang memfasilitasi perbandingan sosial ke atas (*Social Comparison Theory*), di mana umpan balik dari orang lain (*Looking-Glass Self*) menjadi validator utama bagi identitas remaja, yang pada akhirnya mendorong strategi pengelolaan kesan (*Impression Management*) yang intens. Teori-teori ini saling berkaitan dan menjelaskan mengapa paparan media sosial visual seperti Instagram berpotensi besar mengaburkan penilaian diri yang objektif dan menghambat perkembangan kepercayaan diri yang sehat dan otentik pada remaja.

SIMPULAN

Dari hasil data menunjukkan bahwa Instagram berperan dalam membentuk persepsi diri remaja melalui mekanisme perbandingan sosial dan validasi eksternal. Remaja perempuan di SMA Negeri 1 Menganti cenderung terpengaruh oleh jumlah *likes*, komentar, serta standar kecantikan yang ditampilkan di Instagram. Hal ini dapat berdampak positif atau negatif tergantung pada persepsi individu terhadap dirinya sendiri dan lingkungannya. Faktor lain di luar penggunaan Instagram juga kemungkinan besar berkontribusi terhadap pembentukan kepercayaan diri. Mengingat kekuatan hubungan yang lemah, masih terdapat variabel-variabel lain yang belum diteliti dan turut

memengaruhi tingkat kepercayaan diri remaja, seperti dukungan keluarga, hubungan pertemanan, dan pengalaman personal lainnya.

SARAN

Berdasarkan simpulan penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan yakni bagi remaja perempuan khususnya siswa perempuan SMA Negeri 1 Menganti, penting untuk meningkatkan literasi digital dan kesadaran diri dalam menggunakan media sosial, karena diharapkan mampu menggunakan Instagram secara bijak, tidak menjadikan validasi sosial seperti likes dan komentar sebagai satu-satunya tolok ukur nilai diri sebaliknya fokus dapat dialihkan pada pengembangan identitas yang otentik dan berbasis pada potensi nyata. Selanjutnya bagi orang tua, diharapkan dapat menjalin komunikasi yang terbuka dengan anak, memantau penggunaan media sosial secara bijak, serta menjadi teladan dalam membangun citra diri positif dan realistis. Untuk sekolah sendiri terlebih bagi guru Bimbingan dan Konseling (BK), diharapkan dapat memberikan edukasi dan pendampingan tentang dampak psikologis dari media sosial serta membantu siswa membangun kepercayaan diri yang sehat melalui program-program pengembangan diri, seperti pelatihan public speaking, diskusi kelompok, atau konseling individual.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih penulis kepada Fakultas Psikologi Universitas Wijaya Putra yang telah memfasilitasi penelitian ini, serta kepada pihak penyelenggara kegiatan PSGESI UWP yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melaksanakan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Rizki Oktaviani, Didi Permadi, Diryo Suparto. (2023). Volume 1. *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Tingkat Kepercayaan Diri*.
- Syifa, A. N. (2022). Volume 03. *Dampak Media Sosial Instagram Terhadap Kepercayaan Diri Anak Remaja*, 02.
- Sanci Ranjani, Taty Fauzi. (2018). *Pengaruh media sosial terhadap kepercayaan diri siswa dalam pergaulan di Sekolah Menengah Atas Azharyah Palembang*.
- Putu Maya Ratih Suryadi, Meril Valentine Manangkot, Made Oka Ari Kamayani, Ni Putu Emy Darma Yanti. 2023. *Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Kepercayaan Diri Siswa*. Community of Publishing in Nursing (coping), 11(4)
- Adawiyah, D. P. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *14*(2), 123–135.
- Kartini, A. (2019). *Psikologi Perkembangan Remaja*. Refika Aditama.
- Prisgunanto, I. (2015). Pengaruh Sosial Media Terhadap Tingkat Kepercayaan Bergaul Siswa. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, *18*(1), 77–88.
- Santrock, J. W. (2011). *Adolescence* (14th ed.). McGraw-Hill.
- Sharma, M., & Sahu, M. (2013). Social networking sites and its impact on youth. *International Journal of Behavioral Social and Movement Sciences*, *2*(3), 1–8.
- Suryadi, P. M., Manangkot, M. V., Kamayani, M. O. A., & Yanti, N. P. E. D. (2023). Hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan kepercayaan diri siswa. *Coping: Community of Publishing in Nursing*, *11*(4), 450–458.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2014). NetTweens: The internet and body image concerns in preteenage girls. *Journal of Early Adolescence*, *34*(5), 606–620.
- Uhls, Y. T., Ellison, N. B., & Subrahmanyam, K. (2017). Benefits and costs of social media in adolescence. *Pediatrics*, *140*(Supplement 2), S67–S70.
- UNICEF. (2023). *The impact of social media on the mental health of adolescents*. Diakses dari <https://www.unicef.org>
- Abror, M., Nurhasan, R., & Sari, I. T. P. (2020). Impression Management Pengguna Media Sosial Instagram. *Journal of Knowledge Management*, 14(2), 71–82.

- Bangsa, M. O., Santi, D. E., & Kusumandari, R. (2023). Kepercayaan diri pada remaja: Menguji peranan perbandingan sosial dan ketidakpuasan tubuh. *INNER: Journal of Psychological Research*, 3(1), 107–116.
- Prisgunanto, I. (2015). Pengaruh sosial media terhadap tingkat kepercayaan bergaul siswa. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 19(2), 101–112.
- Tampubolon, H. L. B., & Rorong, M. J. (2023). Pengaruh terpaan konten media sosial Instagram terhadap karakter pribadi remaja SMAN 5 Batam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 14(1), 1–8.
- Cantika, N. L. (2023, Oktober 10). *Pengaruh media sosial terhadap kepercayaan diri dan identitas diri*. Kumparan. <https://m.kumparan.com/cantika-nazmi-laila/pengaruh-media-sosial-terhadap-kepercayaan-diri-dan-identitas-diri-24620VZCfC8>
- Kumparan. (2023, September 15). *Kebiasaan foto pakai filter bisa ganggu kesehatan mental, benarkah?* <https://m.kumparan.com/generasi-milenial/kebiasaan-foto-pakai-filter-bisa-gangu-kesehatan-mental-benarkah-1yaw6gPb0T4>
- Liputan6. (2018, November 15). *Kepercayaan diri remaja perempuan Indonesia masih rendah, apa solusinya?* <https://www.liputan6.com/health/read/3468992/kepercayaan-diri-remaja-perempuan-indonesia-masih-rendah-apa-solusinya>
- Pratama, A. A. (2022, Juni 10). *Pengguna internet di Indonesia tembus 210 juta pada 2022*. Kompas. <https://tekno.kompas.com/read/2022/06/10/19350007/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022?page=all>