

Pengaruh Intensi Penggunaan Instagram Terhadap Kepercayaan Diri Pada Remaja Kota Medan

Sabrina Haga Ita Br Ginting¹, Josua Jonathan Alesandro², Gebriel chriswanto Hutaauruk³

¹Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas HKBP Nommensen Medan, Indonesia

²Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas HKBP Nommensen Medan, Indonesia

³Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas HKBP Nommensen Medan, Indonesia

Corresponden E-Mail; sabrina.haga@student.uhn.ac.id

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima: 15 Mei 2026 Direvisi: 20 Juni 2026 Disetujui: 29 Juni 2026 Tersedia Daring: 31 Juli 2026	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensi penggunaan Instagram terhadap kepercayaan diri pada remaja di Kota Medan. Meningkatnya penggunaan Instagram di kalangan remaja menjadikan media sosial ini sebagai salah satu sarana untuk berkomunikasi, memperoleh informasi, mengikuti tren, dan mengekspresikan diri. Perbedaan intensi dalam menggunakan Instagram diduga dapat memengaruhi tingkat kepercayaan diri remaja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear sederhana. Populasi penelitian adalah remaja pengguna aktif Instagram di Kota Medan, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Jumlah responden penelitian sebanyak 235 orang. Pengumpulan data dilakukan menggunakan skala Likert untuk mengukur variabel intensi penggunaan Instagram dan kepercayaan diri. Data dianalisis menggunakan uji regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara intensi penggunaan Instagram terhadap kepercayaan diri pada remaja. Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,185 dengan nilai koefisien determinasi (R ²) sebesar 0,034, yang berarti intensi penggunaan Instagram memberikan kontribusi sebesar 3,4% terhadap kepercayaan diri, sedangkan 96,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Uji ANOVA memperoleh nilai F = 8,267 dengan signifikansi 0,004 (p < 0,05), sedangkan uji t memperoleh nilai t = 2,875 dengan signifikansi 0,004 (p < 0,05). Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 37,971 + 0,112X$, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan intensi penggunaan Instagram diikuti oleh peningkatan kepercayaan diri pada remaja. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima.

Kata Kunci:

Intensi Penggunaan Instagram, Kepercayaan Diri, Remaja, Media Sosial.

ABSTRACT
Keywords: <i>Instagram Usage Intention, Self-Confidence, Adolescents, Social Media.</i> <i>This study aimed to determine the effect of Instagram usage intention on adolescents' self-confidence in Medan City. The increasing use of Instagram among adolescents has made this social media platform a means of communication, information sharing, trend following, and self-expression. Differences in the intention to use Instagram are presumed to influence adolescents' level of self-confidence. This study employed a quantitative approach using simple linear regression analysis. The population consisted of active Instagram users who were adolescents in Medan City, and the sample was selected using a purposive sampling technique. A total of 235 respondents participated in this study. Data were collected using Likert-scale questionnaires to measure Instagram usage intention and self-confidence. The data were analyzed using simple linear regression with the assistance of SPSS software. The results showed that Instagram usage intention had a positive and significant effect on adolescents' self-confidence. The analysis produced a correlation coefficient (R) of 0.185 and a coefficient of determination (R²) of 0.034,</i>

indicating that Instagram usage intention contributed 3.4% to adolescents' self-confidence, while the remaining 96.6% was influenced by other factors outside the scope of this study. The ANOVA test yielded an F-value of 8.267 with a significance value of 0.004 ($p < 0.05$), while the t-test produced a t-value of 2.875 with a significance value of 0.004 ($p < 0.05$). The regression equation obtained was $Y = 37.971 + 0.112X$, indicating that an increase in Instagram usage intention was followed by an increase in adolescents' self-confidence. Therefore, the research hypothesis was accepted.

© 2023
This is an open access article under CC-BY license



1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Kemajuan teknologi yang didukung oleh internet telah mengubah cara individu memperoleh informasi, berkomunikasi, belajar, bekerja, hingga membangun hubungan sosial. Salah satu bentuk perkembangan teknologi yang paling pesat adalah media sosial. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial merupakan sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi Web 2.0 sehingga memungkinkan pengguna untuk menciptakan dan bertukar user-generated content. Sejalan dengan itu, Meike dan Young (2015) menjelaskan bahwa media sosial merupakan media berbasis internet yang memungkinkan penggunanya berpartisipasi, berbagi informasi, berkomunikasi, serta menciptakan berbagai bentuk konten secara interaktif. Kehadiran media sosial telah mengubah pola komunikasi masyarakat menjadi lebih cepat, terbuka, dan tidak lagi dibatasi oleh ruang maupun waktu sehingga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari.

Perkembangan media sosial yang begitu pesat diikuti dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Sejalan dengan itu, DataReportal (2025) menunjukkan bahwa Instagram merupakan salah satu platform media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia. Tingginya jumlah pengguna tersebut menunjukkan bahwa Instagram telah menjadi media yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, khususnya remaja, untuk memperoleh informasi, menjalin komunikasi, mengikuti perkembangan tren, mencari hiburan, hingga mengekspresikan diri. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media berbagi foto dan video, tetapi juga telah menjadi ruang sosial yang berperan dalam kehidupan sehari-hari penggunanya.

Instagram merupakan media sosial berbasis visual yang memungkinkan penggunanya membagikan foto, video, maupun aktivitas sehari-hari melalui berbagai fitur, seperti feed, stories, reels, live, dan direct message. Menurut Oktaviani et al. (2023), Instagram menjadi salah satu media sosial yang banyak diminati karena menyediakan

berbagai fitur yang mudah digunakan untuk memperoleh informasi, membangun relasi sosial, mengikuti perkembangan tren, serta mengekspresikan diri. Selain itu, adanya fitur likes, komentar, dan share memungkinkan pengguna memperoleh umpan balik secara langsung dari pengguna lain. Oleh karena itu, Instagram tidak hanya menjadi media komunikasi, tetapi juga menjadi ruang bagi individu untuk membangun identitas diri serta memperoleh pengakuan sosial.

Popularitas Instagram tidak terlepas dari adanya dorongan atau intensi individu untuk menggunakan media sosial tersebut. Menurut Ajzen (1991), intensi merupakan faktor motivasional yang menunjukkan seberapa besar keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku dan seberapa besar usaha yang akan dilakukan untuk mewujudkan perilaku tersebut. Dengan demikian, penggunaan Instagram tidak terjadi secara spontan, tetapi didahului oleh adanya niat atau keinginan individu untuk menggunakan platform tersebut dalam memenuhi kebutuhan sosial maupun psikologisnya. Hwang dan Cho (2018) menjelaskan bahwa intensi menggunakan Instagram dipengaruhi oleh persepsi mengenai manfaat yang diperoleh, kemudahan penggunaan, kebutuhan akan interaksi sosial, hiburan, pencarian informasi, serta kesempatan untuk mengekspresikan diri. Temuan tersebut menunjukkan bahwa perilaku penggunaan Instagram didasari oleh tujuan tertentu yang ingin dicapai oleh penggunanya.

Remaja merupakan kelompok usia yang paling aktif menggunakan Instagram. Menurut Hurlock (2011), remaja merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak menuju dewasa yang ditandai dengan perubahan fisik, kognitif, emosional, dan sosial. Pada masa ini individu mulai membentuk identitas diri, mengembangkan konsep diri, serta memiliki kebutuhan yang tinggi untuk memperoleh penerimaan dari lingkungan sosial. Santrock (2019) juga menyatakan bahwa masa remaja merupakan periode perkembangan yang ditandai dengan meningkatnya kebutuhan akan penerimaan sosial, pembentukan identitas diri, dan kedekatan dengan kelompok teman sebaya. Karakteristik tersebut menyebabkan remaja menjadi kelompok yang sangat aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana berinteraksi, memperoleh informasi, dan mengekspresikan diri.

Meskipun Instagram telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari remaja di Kota Medan, fenomena terkait kepercayaan diri remaja masih menjadi perhatian. Dalam kehidupan sehari-hari masih ditemukan remaja yang merasa kurang percaya diri ketika membandingkan penampilan, prestasi, maupun gaya hidupnya dengan unggahan pengguna lain di Instagram. Kondisi tersebut terlihat dari kecenderungan remaja yang merasa minder, ragu terhadap kemampuan diri, serta lebih bergantung pada penilaian dan respons orang lain di media sosial. Fenomena ini menunjukkan bahwa penggunaan Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga berkaitan dengan aspek psikologis, khususnya kepercayaan diri. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mengkaji bagaimana intensi penggunaan Instagram berkaitan dengan kepercayaan diri pada remaja di Kota Medan.

Kepercayaan diri merupakan salah satu aspek psikologis yang berperan penting dalam perkembangan remaja. Kepercayaan diri membantu individu mengenali potensi

yang dimiliki, menerima kelebihan maupun kekurangan diri, serta memiliki keyakinan untuk menghadapi berbagai tantangan dalam kehidupan. Menurut Anthony (dalam Ghufroon, 2017), kepercayaan diri merupakan sikap individu yang mampu menerima dirinya, berpikir positif, bertindak mandiri, serta memiliki keyakinan terhadap kemampuan yang dimiliki. Sejalan dengan itu, Lauster menyatakan bahwa kepercayaan diri merupakan keyakinan seseorang terhadap kemampuan dirinya sehingga mampu bertindak secara mandiri, optimis, bertanggung jawab, berpikir rasional, dan tidak mudah terpengaruh oleh penilaian negatif dari orang lain. Dengan demikian, kepercayaan diri menjadi salah satu modal penting bagi remaja dalam menghadapi berbagai perubahan yang terjadi selama masa perkembangannya.

Pada masa remaja, kepercayaan diri berkembang seiring dengan proses pembentukan identitas diri dan interaksi sosial yang semakin luas. Remaja yang memiliki kepercayaan diri yang baik cenderung mampu mengemukakan pendapat, menjalin hubungan sosial yang sehat, berani mengambil keputusan, serta mampu mengembangkan potensi yang dimilikinya. Sebaliknya, remaja yang memiliki kepercayaan diri rendah cenderung mudah merasa minder, ragu terhadap kemampuan diri, takut menerima penilaian orang lain, dan lebih sering membandingkan dirinya dengan lingkungan sekitar. Oleh karena itu, kepercayaan diri menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan karena berpengaruh terhadap perkembangan sosial maupun psikologis remaja.

Perkembangan teknologi digital menyebabkan pembentukan kepercayaan diri remaja tidak lagi hanya dipengaruhi oleh keluarga, sekolah, dan teman sebaya, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman yang diperoleh melalui media sosial. Instagram memberikan kesempatan kepada remaja untuk membagikan aktivitas sehari-hari, menampilkan identitas diri, memperoleh tanggapan dari pengguna lain, serta membangun hubungan sosial secara daring. Di sisi lain, Instagram juga memperlihatkan berbagai unggahan mengenai penampilan, gaya hidup, prestasi, maupun pengalaman orang lain yang dapat mendorong remaja melakukan perbandingan sosial. Kondisi tersebut dapat memengaruhi cara remaja menilai dirinya sendiri sehingga berdampak terhadap tingkat kepercayaan dirinya.

Penelitian Daulay et al. (2023) menunjukkan bahwa media sosial memiliki dua sisi pengaruh terhadap kepercayaan diri remaja. Di satu sisi, media sosial dapat menjadi sarana untuk memperoleh informasi, mengembangkan kreativitas, memperluas relasi sosial, serta mengekspresikan diri. Namun di sisi lain, penggunaan media sosial yang disertai kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain dapat menimbulkan rasa tidak puas terhadap diri sendiri, perasaan minder, hingga menurunkan kepercayaan diri. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dampak media sosial terhadap kepercayaan diri tidak hanya ditentukan oleh media sosial itu sendiri, tetapi juga oleh tujuan dan cara individu menggunakannya.

Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian Wibisono (2020) yang menjelaskan bahwa Instagram telah menjadi bagian dari kehidupan remaja karena memberikan kesempatan untuk menunjukkan eksistensi diri dan memperoleh pengakuan sosial. Melalui unggahan foto maupun video, remaja berharap mendapatkan respons positif dari

pengguna lain. Respons yang diterima dapat meningkatkan rasa percaya diri, tetapi juga dapat memunculkan keraguan terhadap diri ketika tidak sesuai dengan harapan atau ketika remaja lebih sering membandingkan dirinya dengan pengguna lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengalaman yang diperoleh selama menggunakan Instagram dapat memengaruhi cara remaja memandang dirinya sendiri.

Meskipun demikian, tidak semua remaja menggunakan Instagram dengan tujuan yang sama. Ada remaja yang menggunakan Instagram untuk memperoleh informasi, mencari hiburan, mengikuti perkembangan tren, memperluas hubungan sosial, maupun mengekspresikan diri. Perbedaan tujuan tersebut menunjukkan bahwa sebelum perilaku penggunaan Instagram muncul, terdapat intensi atau niat yang mendasari perilaku tersebut. Ajzen (1991) menjelaskan bahwa intensi merupakan faktor motivasional yang menunjukkan seberapa besar keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku dan seberapa besar usaha yang akan dilakukan untuk mewujudkan perilaku tersebut. Oleh karena itu, intensi menjadi faktor penting yang dapat menjelaskan mengapa seseorang memilih untuk menggunakan Instagram dan bagaimana perilaku tersebut kemudian berkaitan dengan kondisi psikologisnya, termasuk kepercayaan diri.

Hwang dan Cho (2018) menjelaskan bahwa intensi penggunaan Instagram dipengaruhi oleh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kebutuhan untuk berinteraksi, memperoleh hiburan, mendapatkan informasi, dan mengekspresikan diri. Selain itu, Baker dan White (2010) juga menjelaskan bahwa intensi merupakan prediktor yang penting dalam menjelaskan perilaku penggunaan media sosial pada remaja. Berdasarkan kedua penelitian tersebut, dapat dipahami bahwa perilaku penggunaan Instagram didahului oleh adanya dorongan psikologis atau niat yang kuat. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya berfokus pada seberapa sering Instagram digunakan, tetapi lebih menekankan pada mengapa remaja memiliki keinginan untuk menggunakan Instagram, karena intensi tersebut diduga memiliki pengaruh terhadap kepercayaan diri.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa remaja memiliki intensi yang cukup tinggi dalam menggunakan Instagram sebagai media untuk memperoleh informasi, mengikuti perkembangan tren, mencari hiburan, menjalin interaksi sosial, dan mengekspresikan diri. Tingginya keinginan untuk mengakses Instagram setiap hari menunjukkan bahwa platform tersebut telah menjadi bagian dari aktivitas rutin remaja. Namun, pengalaman yang diperoleh selama menggunakan Instagram memberikan dampak yang berbeda terhadap kepercayaan diri. Sebagian remaja merasa lebih percaya diri ketika memperoleh respons positif berupa tanda suka, komentar, atau dukungan dari pengguna lain. Sebaliknya, sebagian remaja mengaku sering membandingkan penampilan, gaya hidup, maupun pencapaian mereka dengan pengguna lain sehingga menimbulkan perasaan minder, kurang yakin terhadap kemampuan diri, dan menurunkan kepercayaan diri. Hasil wawancara ini menunjukkan bahwa intensi penggunaan Instagram tidak hanya berkaitan dengan frekuensi penggunaan media sosial, tetapi juga berpotensi memengaruhi kondisi psikologis remaja, khususnya kepercayaan diri. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh intensi penggunaan Instagram terhadap kepercayaan diri pada remaja menjadi penting

untuk dilakukan guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara kedua variabel tersebut.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian korelasional. Desain korelasional dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensi penggunaan Instagram dengan kepercayaan diri pada remaja. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan regresi linear sederhana untuk mengetahui besarnya hubungan dan kontribusi variabel intensi penggunaan Instagram terhadap kepercayaan diri.

Subjek penelitian merupakan individu atau kelompok yang akan diteliti untuk menjawab pertanyaan penelitian yang sudah dibuat oleh peneliti. Ketika seorang peneliti ingin memahami perilaku, sikap, pengalaman, atau kondisi tertentu, maka subjek penelitian adalah orang yang memiliki informasi tersebut. Dan yang menjadi subjek penelitiannya adalah remaja yang aktif menggunakan media sosial instagram.

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan akan ditarik kesimpulannya. Populasi bukanlah orangnya, tetapi objek atau benda yang lain serta populasi juga bukan hanya mengatakan jumlah saja melainkan dapat meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh suatu subyek tersebut (Sugiyono, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah remaja.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena tidak semua remaja memiliki karakteristik yang relevan dengan penelitian, sehingga hanya responden yang memenuhi kriteria tertentu yang dilibatkan. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini meliputi: (1) remaja berusia 13–18 tahun; (2) berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan; dan (3) aktif menggunakan media sosial Instagram. Dengan menggunakan purposive sampling, diharapkan data yang diperoleh benar-benar berasal dari responden yang sesuai dengan fokus penelitian. Namun demikian, karena teknik ini termasuk non-probability sampling, hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan kepada seluruh populasi remaja di Kota Medan, melainkan hanya berlaku pada karakteristik responden yang menjadi sampel penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala psikologi. Skala psikologi merupakan serangkaian item yang digunakan guna untuk mengungkapkan suatu atribut psikologi (Supratiknya, 2015). Dalam penyebaran skala ini nanti akan digunakan melalui google form. Skala yang digunakan peneliti dalam pengumpulan datanya adalah skala Likert. Skala Likert merupakan teknik pengukuran data dimana responden diminta untuk memilih salah satu jawaban sesuai karakteristik dirinya dengan cara memberi pilihan jawaban antara kesetujuan atau tidak kesetujuan dalam masing-masing pernyataan (Noor, 2011).

Skala Likert terdiri 4 kategori pemilihan jawaban yang dipisahkan menjadi pernyataan favorable dan unfavorable, yaitu Sangat setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Distribusi skor jawaban responden dapat diuraikan sebagai berikut: Skala yang digunakan adalah skala media sosial dan skala kepercayaan diri.

Tabel 1. Kriteria Penilaian Skala Likert “Intensi penggunaan instagram”

Pilihan Jawaban	Favorable	Unfavorable
SS	4	1
S	3	2
TS	2	3
STS	1	4

Tabel 2. Kriteria Penilaian Skala Likert “Kepercayaan diri”

Pilihan Jawaban	Favorable	Unfavorable
SS	4	1
S	3	2
TS	2	3
STS	1	4

3. Hasil dan Pembahasan

Subjek dalam penelitian ini adalah remaja yang di kota medan yang berjumlah 235 orang, baik laki-laki maupun perempuan. Melalui skala yang telah disebarkan kepada subjek diperoleh gambaran subjek penelitian berdasarkan usia, dan jenis kelamin. Berdasarkan jenis kelamin, dapat diketahui bahwa subjek penelitian yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 180 orang (76,6%), sedangkan subjek penelitian yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 55 orang (23,4%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas subjek dalam penelitian ini adalah perempuan, yaitu sebanyak 180 responden atau 76,6% dari total 235 responden, sedangkan responden laki-laki berjumlah 55 orang atau 23,4%.

Tabel 3. Sebaran Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Perempuan	180	76,6
Laki-laki	55	23,4
Total	235	100

Berdasarkan usia, dapat diketahui bahwa subjek penelitian berusia 13 tahun sebanyak 23 orang (9,8%), 14 tahun sebanyak 23 orang (9,8%), 15 tahun sebanyak 28 orang (11,9%), 16 tahun sebanyak 50 orang (21,3%), 17 tahun sebanyak 52 orang (22,1%), dan 18 tahun sebanyak 59 orang (25,1%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas subjek dalam penelitian ini berusia 18 tahun, yaitu sebanyak 59 responden (25,1%), sedangkan jumlah responden paling sedikit terdapat pada kelompok usia 13 tahun dan 14 tahun, masing-masing sebanyak 23 responden (9,8%).

Tabel 4. Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
13 Tahun	23	9,8
14 Tahun	23	9,8
15 Tahun	28	11,9
16 Tahun	50	21,3
17 Tahun	52	22,1
18 Tahun	59	25,1
Total	235	100

Berdasarkan lama penggunaan Instagram, dapat diketahui bahwa subjek penelitian yang menggunakan Instagram kurang dari 1 jam sebanyak 69 orang (29,4%), 1–3 jam sebanyak 97 orang (41,3%), 3–5 jam sebanyak 43 orang (18,3%), dan lebih dari 5 jam sebanyak 26 orang (11,1%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas subjek dalam penelitian ini menggunakan Instagram selama 1–3 jam per hari, yaitu sebanyak 97 responden (41,3%). Sementara itu, kategori dengan jumlah responden paling sedikit adalah penggunaan Instagram lebih dari 5 jam per hari, yaitu sebanyak 26 responden (11,1%).

Tabel 5. Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Lama Penggunaan Instagram

Lama Penggunaan Instagram	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
<1Jam	69	29,4
1-3 Jam	97	41,3
3-5 Jam	43	18,3
>5 Jam	26	11,1
Total	235	100

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data memiliki distribusi yang normal. Uji ini digunakan untuk menguji asumsi bahwa data yang diambil dari populasi berasal dari sebaran normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS 20.0 for Windows dengan teknik uji Kolmogorov–Smirnov. jika nilai signifikansi (p) > 0,05, maka data dinyatakan terdistribusi normal, sedangkan jika nilai p < 0,05, maka data dinyatakan tidak terdistribusi normal.

Tabel 6. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Intensi	Kepercayand iri
N		235	235
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	51.4809	43.7489
	Std. Deviation	9.22572	5.59387
Most Extreme Differences	Absolute	.071	.088
	Positive	.071	.072
	Negative	-.054	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		1.082	1.348
Asymp. Sig. (2-tailed)		.192	.053

Berdasarkan hasil uji, diperoleh nilai signifikansi (sig. 2-tailed) untuk variabel intensi penggunaan instagram sebesar 0,192, dan untuk variabel kepercayaan diri sebesar 0,053. Kedua nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data pada kedua variabel, yaitu intensi penggunaan instagram dan kepercayaan diri, terdistribusi normal.

Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel intensi penggunaan instagram dan kepercayaan diri memiliki hubungan yang linear atau tidak. Uji asumsi linearitas dilakukan dengan bantuan SPSS for Windows 20.0. Syarat dan ketentuan uji linearitas dalam penelitian ini adalah jika linearity memiliki Sig. < 0.05 , maka hubungan linear signifikan begitu sebaliknya jika linearity memiliki Sig. > 0.05 , maka tidak ada hubungan linear yang signifikan. Hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Uji Linearitas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepercayandiri * intensi	Between Groups	(Combined)	2068.624	41	50.454	1.854	.003
		Linearity	250.889	1	250.889	9.217	.003
		Deviation from Linearity	1817.734	40	45.443	1.669	.012
	Within Groups		5253.564	193	27.221		
	Total		7322.187	234			

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi Deviation from Linearity sebesar 0,012. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,012 < 0,05$), maka hubungan antara variabel intensi penggunaan media sosial Instagram dengan kepercayaan diri tidak memenuhi asumsi linearitas atau tidak bersifat linear.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana dengan menggunakan program software SPSS for windows 20. Analisis data yang bertujuan untuk melihat “Pengaruh intensi penggunaan instagram terhadap kepercayaan diri pada remaja”. Data yang diuji terlebih dahulu memenuhi asumsi normalitas dan juga linearitas. Hasil data dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 8. Uji Hipotesis

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.185 ^a	.034	.030	5.50899
a. Predictors: (Constant), intensi				

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana yang dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS Statistics, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,185. Nilai tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara intensi penggunaan Instagram dengan kepercayaan diri. Selanjutnya, diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0,034, yang berarti bahwa variabel intensi penggunaan Instagram mampu memberikan kontribusi atau pengaruh sebesar 3,4% terhadap variasi kepercayaan diri pada remaja. Sementara itu, 96,6% variasi kepercayaan diri dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	250.889	1	250.889	8.267	.004 ^b
	Residual	7071.298	233	30.349		
	Total	7322.187	234			
a. Dependent Variable: kepercayaan						
b. Predictors: (Constant), intensi						

Berdasarkan hasil uji ANOVA diperoleh nilai $F = 8,267$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini signifikan, sehingga variabel intensi penggunaan instagram secara statistik berpengaruh terhadap kepercayaan diri pada remaja. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dinilai layak untuk menjelaskan hubungan antara kedua variabel penelitian.

Tabel 10. Coefficients

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37.971	2.041		18.600	.000
	intensi	.112	.039	.185	2.875	.004

a. Dependent Variable: kepercayaan

Berdasarkan tabel Coefficients, diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 37,971 dan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,112. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 37,971 + 0,112X$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada intensi penggunaan Instagram akan diikuti dengan peningkatan skor kepercayaan diri sebesar 0,112 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Tanda positif pada koefisien regresi menunjukkan adanya hubungan yang searah antara intensi penggunaan Instagram dengan kepercayaan diri, yaitu semakin tinggi intensi penggunaan Instagram, maka semakin tinggi pula kepercayaan diri pada remaja.

Hasil uji parsial menunjukkan nilai $t = 2,875$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 ($p < 0,05$). Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara intensi penggunaan Instagram terhadap kepercayaan diri pada remaja.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi intensi penggunaan Instagram, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan diri pada remaja. Temuan ini menunjukkan adanya hubungan positif antara kedua variabel, namun tidak dapat diartikan bahwa penggunaan Instagram secara langsung menyebabkan peningkatan kepercayaan diri. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram dapat menjadi media yang mendukung perkembangan kepercayaan diri apabila digunakan untuk memperoleh informasi, mengembangkan kemampuan, membangun relasi sosial, serta mengekspresikan diri secara positif. Sebaliknya, penggunaan yang disertai kecenderungan membandingkan diri dengan pengguna lain dapat memengaruhi cara remaja menilai dirinya sendiri. Oleh karena itu, dampak Instagram terhadap kepercayaan diri bergantung pada tujuan dan cara penggunaannya.

Rendahnya nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa kepercayaan diri merupakan konstruk psikologis yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, bukan hanya intensi penggunaan Instagram. Faktor-faktor tersebut dapat meliputi dukungan keluarga, hubungan dengan teman sebaya, pola asuh orang tua, pengalaman sosial, kondisi psikologis individu, prestasi akademik, citra tubuh (body image), serta karakteristik kepribadian. Oleh karena itu, meskipun intensi penggunaan Instagram memiliki hubungan yang signifikan dengan kepercayaan diri, pengaruh praktisnya relatif kecil dan tidak dapat dijadikan sebagai faktor utama dalam menjelaskan tingkat kepercayaan diri remaja.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat hubungan positif yang signifikan antara intensi penggunaan Instagram dengan kepercayaan diri pada remaja di Kota Medan. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima. Namun, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,034 menunjukkan bahwa intensi penggunaan Instagram hanya mampu menjelaskan 3,4% variasi kepercayaan diri. Sementara itu, 96,6% variasi kepercayaan diri dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun intensi penggunaan Instagram memiliki hubungan yang signifikan dengan kepercayaan diri, kontribusinya relatif kecil sehingga kepercayaan diri remaja lebih banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Berdasarkan hasil analisis aspek, pada variabel intensi penggunaan media sosial Instagram, aspek Willingness to Try dan Effort Planned menunjukkan bahwa responden memiliki keinginan serta kesediaan untuk menggunakan Instagram sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Sementara itu, pada variabel kepercayaan diri, aspek optimis, objektif, dan bertanggung jawab menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki keyakinan terhadap kemampuan dirinya, mampu menilai dirinya secara realistis, serta bertanggung jawab terhadap setiap keputusan dan tindakan yang dilakukan.

Berdasarkan analisis aspek variabel, pada variabel intensi penggunaan media sosial Instagram, aspek Willingness to Try dan Effort Planned menunjukkan bahwa responden memiliki keinginan serta kesediaan untuk menggunakan Instagram sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Sementara itu, pada variabel kepercayaan diri, aspek optimis, objektif, dan bertanggung jawab menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki keyakinan terhadap kemampuan dirinya, mampu menilai diri secara realistis, serta bertanggung jawab terhadap keputusan dan tindakan yang dilakukan dan berdasarkan karakteristik responden, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan dan sebagian besar berusia 18 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pada penelitian ini, Instagram lebih banyak digunakan oleh remaja perempuan serta oleh remaja pada usia 18 tahun, yang merupakan masa remaja akhir ketika kebutuhan untuk berinteraksi, memperluas relasi sosial, dan memanfaatkan media digital cenderung lebih tinggi. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa intensi penggunaan media sosial Instagram merupakan salah satu faktor yang berhubungan dengan kepercayaan diri pada remaja di Kota Medan. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan Instagram yang dimanfaatkan secara positif dapat mendukung komunikasi, memperluas relasi sosial, serta menjadi salah satu faktor yang berkaitan dengan kepercayaan diri remaja.

Daftar Pustaka

- Abidah, A., Aziz, A., Psikologi, P. S., Pendidikan, F. I., & Yogyakarta, U. N. (2020). *Acta Psychologia*. 2, 92–107.
- APJII. (2024). Survei penetrasi & perilaku pengguna internet Indonesia 2024. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Abidah, I. M., & Maryam, E. W. (2024). *Intensitas Penggunaan Media Sosial, Loneliness, dan Insecure Pada Remaja*. 11, 193–210.
- Adishesa, M. S. (2020). *Hubungan Intensitas Penggunaan Instagram dan Self-Esteem pada* ISIHMOR: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, Vol. 4 No. 3 Juli 2026 | 1160

- Remaja (Instagram Use and Self-Esteem among Adolescents). 11(1), 26–36.*
- Adristi Naura, dan I. (2022). *Buana komunikasi*. 102–116.
- Adywibowo, I. P. (2012). Pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap kepercayaan diri remaja awal. *Jurnal Psikologi*.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Alhabash, S., & Ma, M. (2022). *A Tale of Four Platforms : Motivations and Uses of Facebook , Twitter , Instagram , and Snapchat Among College Students ?* <https://doi.org/10.1177/2056305117691544>
- Angelish, B. D. (2003). *Percaya Diri*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Annisa Arumaiyah dauly, Iman Sahroni, indah suci F. dan I. A. (2023). *Jurnal bimbingan dan konseling*. 96–102.
- Anthony, R. (2009). *Rahasia Puncak Percaya Diri Total*. Mitra Sejati.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Ed. Revisi). Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2016). *No Title Berkenalan Dengan Teori Respon Aitem*. Buletin Psikologi. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/bpsi.13166>
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215.
- Baker, R. K., & White, K. M. (2010). Predicting adolescents' use of social networking sites from an extended theory of planned behaviour perspective.
- Collantes, L. H., Saputro, N. A., Akmaluddin, R., Liliana, S. A., Umam, Y. K., & Harviansyah, Y. R. (2021). Psychological effects of using Instagram: Its effects on anxiety, self-confidence, and body image. *Journal of International Conference Proceedings*, 4(1), 414–421.
- Evelin, & Adishesa, M. S. (2018). Hubungan intensitas penggunaan Instagram dengan self-esteem pada remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi Mindset*, 9(2).
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38–45.
- Ghufron, M. N., & Risnawita, S. R. (2020). *Teori-Teori Psikologi* (3rd ed.). AR-RUZZ MEDIA.
- Hidayah, N., Johar, M., & Hasbullah, M. (2024). *Intensity of Instagram Use , Social Comparison and Self-Esteem among Public University Students in Klang Valley*. 14(8), 2815–2829. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v14-i8/22410>
- Hurlock, E. B. (1980). *Developmental psychology: A life-span approach* (5th ed.). McGraw-Hill.
- Hwang, H. S., & Cho, J. (2018). Why Instagram? Intention to continue using Instagram among Korean college students.
- Kindangen, A. D., Lumapow, H. R., & Kapahang, G. L. (2023). *Pengaruh Intensitas*

Penggunaan Media Sosial. September, 419–425.

- Kramer, A. D. I., Guillory, J. E., & Hancock, J. T. (2014). Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 111(29), 10779–10784. <https://doi.org/10.1073/pnas.1412469111>
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2022). *Social Networking Sites and Addiction : Ten Lessons Learned*. <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>
- Lauster, P. (2002). *Tes kepribadian*. Bumi Aksara.
- Lauster, P. (2002). *The Personality Test*. London: Pan Books.
- Lewis, J. (2008). The Impact of Social Media on Self-Esteem. *Journal of Social Psychology*, 45(2), 123–135.
- Livianty, S., & Darmawi, Y. (2024). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap kepercayaan diri remaja. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 1–10.
- Mardatillah. (2010). *Pengembangan Diri*. Madani.
- Martinez, A., Browne, L. J., & Knee, C. R. (2024). Conceptualizing Social Media Contingent Self-Esteem: Associations Between Echo Chambers, Contingent Self-Esteem, and Problematic Social Media Use.
- Octavia, R. R., Hutty, J., Malau, P., Atrizka, D., & Remaja, A. (2020). *Intensitas Penggunaan Media Sosial ditinjau dari Kebutuhan Afiliasi Pada Siswa-Siswi Kelas XI SMA Panca Budi Medan Intensity Of Social Media Usage Viewed From Affiliation Needs On Students Of Class XI at Sma Panca Budi Medan Pada hakikatnya di dalam diri* . 1(3), 182–189.
- Oktaviani, R., Permadi, D., & Suparto, D. (2023). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Tingkat Kepercayaan Diri. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 67–79.
- Park, Y., Ha, R., & Hwang, H. S. (2019). A study on factors that influence university students' intention on continuous usage of Instagram using the Theory of Planned Behavior and SNS literacy: Focusing on differences among user groups. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 33(3), 80–107.
- Rahayu, G. P. dan N. O. (2021). *Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Tingkat Kepercayaan Diri Pada Mahasiswa Kpi Iuqi Bogor Galih Pratama , Nurul Octavia Rahayu Institut Ummul Quro Al-Islami Bogor*. 1(1), 1–6.
- Savira, S. R. N. hidayati dan S. I. (2022). *Hubungan Antara Konsep Diri Dan Kepercayaan Diri Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Moderator Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya*. 1–11.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supratiknya, A. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif & Kualitatif dalam Psikologi*. Universitas Sanata Dharma.
- Taylor, J., & Armes, G. (2024). Social comparison on Instagram , and its relationship with self - esteem and body - esteem. *Discover Psychology*. <https://doi.org/10.1007/s44202-024-00241-3>
- Tenis. (2018). Pengaruh Media Sosial terhadap Kepercayaan Diri Remaja. *Jurnal Psikologi*, 10(2), 120–130.

Wibisono, D. (2022). *Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Eksistensi Diri Remaja (Studi Pada Mahasiswa di Lingkungan FISIP UNILA) PENDAHULUAN Perkembangan dunia dewasa ini semakin cepat dengan adanya globalisasi Globalisasi inilah yang membawa masyarakat kepada era yang b. 22(2), 145–164.*