

Pengaruh Self Image dan Penerimaan Sosial Terhadap Kepercayaan Diri Pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Instagram [The Influence of Self Image and Social Acceptance on Self Confidence in Early Adult Instagram Social Media]

Shelly Kurnia Cahyanti¹⁾, Effy Wardati Maryam²⁾

¹⁾Program Studi Psikologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Psikologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: effywardati@umsida.ac.id

Abstract. *This study aim to determine the influence of self-image and social acceptance on self-confidence among young adults who are active Instagram users. The study employed a quantitative approach using purposive sampling with 272 respondents. Data were collected using scales measuring self-image, social acceptance, and self-confidence. Data analysis was performed using multiple linear regression with the JASP 0.19.1.0 software. The results indicate that self-image and social acceptance simultaneously have a significant effect on self-confidence ($F = 37.985$; $p < 0.001$). The coefficient of determination (R^2) was 0.220. Partially, self-image ($B = 0.208$; $t = 3.784$; $p < 0.001$) and social acceptance ($B = 0.369$; $t = 5.835$; $p < 0.001$) also had a significant effect on self-confidence. Thus, it can be concluded that self-image and social acceptance have a significant effect on self-confidence among young adults who are active Instagram users.*

Keywords - self image; social acceptance; self confidence; early adulthood; instagram

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh self image dan penerimaan sosial terhadap kepercayaan diri pada dewasa awal pengguna aktif Instagram. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling terhadap 272 responden. Data dikumpulkan menggunakan skala self image, penerimaan sosial, dan kepercayaan diri. Analisis data menggunakan linear berganda dengan aplikasi JASP 0.19.1.0. Hasil menunjukkan bahwa self image dan penerimaan sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri ($F = 37,985$; $p < 0,001$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,220. Secara parsial, self image ($B = 0,208$; $t = 3,784$; $p < 0,001$) dan penerimaan sosial ($B = 0,369$; $t = 5,835$; $p < 0,001$) juga berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa self image dan penerimaan sosial berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri pada dewasa awal pengguna aktif Instagram.*

Kata Kunci - citra diri, penerimaan sosial; kepercayaan diri; dewasa awal; instagram

I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital telah mempercepat perkembangan media sosial dalam kehidupan masyarakat. Akses internet memungkinkan individu untuk mendapatkan, mengelola, dan membagikan informasi secara cepat tanpa adanya hambatan geografis maupun waktu. Fenomena ini menunjukkan terjadinya pergeseran pola interaksi sosial, karena media sosial saat ini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, melainkan juga sebagai tempat bagi individu dalam menampilkan identitas diri serta memperoleh penerimaan sosial di dunia maya [1]. Kemajuan teknologi digital telah mengubah dinamika komunikasi dan interaksi sosial dalam masyarakat modern. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga membantu kita memahami diri sendiri dan memperkuat hubungan dengan orang lain. Misalnya, Instagram telah menjadi salah satu media sosial yang sangat terkenal, dan ini menekankan konten visual. Banyak orang di Indonesia yang menggunakan Instagram, yaitu sekitar 98,06 juta orang. Menurut data dari We Are Social pada tahun 2023, jumlah pengguna media sosial di seluruh dunia mencapai 4,76 miliar. Tingginya angka tersebut mengindikasikan bahwa media sosial telah menjadi elemen penting dalam kehidupan masyarakat di berbagai belahan dunia. Meskipun angka ini menunjukkan tingginya tingkat penggunaan media sosial secara global, pertumbuhannya mengalami perlambatan dalam beberapa tahun terakhir, dengan penambahan sekitar 137 juta pengguna baru pada tahun tersebut, atau setara dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 3% [2].

Instagram merupakan platform media sosial yang berfungsi untuk membagikan konten berupa foto dan video. Selain sebagai media berbagi, instagram juga memiliki peran penting sebagai alat komunikasi digital yang memungkinkan terjadinya interaksi sosial antar pengguna [3]. Instagram berfungsi sebagai media komunikasi digital yang memungkinkan individu mengekspresikan diri melalui foto, video, dan teks. Aktivitas didalamnya bersifat interaktif dan partisipatif, dimana pengguna dapat berkomunikasi serta membangun hubungan sosial secara daring. Selain sebagai sarana hiburan, instagram juga menjadi ruang untuk membentuk dan menampilkan citra diri, sehingga

berperan penting dalam proses konstruksi identitas di era digital [4]. Media sosial, khususnya instagram, tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan atau hiburan semata. Interaksi antar pengguna secara virtual dapat membentuk kesan awal maupun penilaian terhadap individu berdasarkan citra diri yang ditampilkan di media sosial. Citra diri tersebut tidak hanya ditunjukkan melalui unggahan foto pribadi, tetapi juga melalui kata-kata motivasi, penampilan bakat, dan cara lain untuk membentuk citra diri di hadapan publik [5]. Berdasarkan data dari *Goodstats.id* (2023), pengguna instagram didominasi oleh kelompok remaja dan dewasa muda, dengan 30,8% berusia 18-24 tahun dan 30.3% lainnya berada pada rentang usia 25-34 tahun [6].

Menurut Hurlock (2001), masa dewasa awal merupakan tahap peralihan dari remaja ke dewasa yang berlangsung pada rentang usia 18 hingga 25 tahun. Pada tahap ini, individu memiliki tugas perkembangan untuk dapat bergabung dan menyesuaikan diri dengan kelompok sosial di lingkungannya. Keberhasilan individu dewasa awal dalam beradaptasi dengan kelompok sosial akan membantu mereka membentuk hubungan sosial yang sehat serta mengembangkan rasa memiliki terhadap kelompok tersebut [7]. Masa dewasa awal merupakan periode perkembangan yang kritis, di mana individu dihadapkan pada berbagai tantangan, tekanan emosional, isolasi sosial, tuntutan komitmen, ketergantungan, penyesuaian diri, serta pengembangan kreativitas [8]. Menurut Pradita (2024), muncul kekhawatiran bahwa realitas yang ditampilkan di Instagram tidak sepenuhnya mencerminkan keadaan yang sesungguhnya. Kondisi tersebut dapat memengaruhi perkembangan diri individu pada masa dewasa awal [9]. Pada masa dewasa awal, pertumbuhan fisik individu umumnya telah mencapai titik optimal, ditandai dengan kondisi tubuh yang matang dan bugar. Pada tahap ini, individu sering kali memiliki dorongan untuk memperhatikan penampilan demi menarik perhatian serta memperoleh penerimaan sosial, khususnya dari lawan jenis. Kecenderungan tersebut berperan dalam pembentukan citra diri, karena penampilan dan daya tarik fisik menjadi aspek penting dalam interaksi sosial [10].

Sementara itu, menurut Lauster (2003) kepercayaan diri merupakan keadaan psikologis dimana seseorang yakin akan kemampuan, potensi, dan evaluasi diri mereka saat menghadapi berbagai situasi. Individu yang memiliki kepercayaan diri akan menunjukkan sikap positif terhadap dirinya, meyakini bahwa ia mampu mencapai tujuan, serta menghadapi tantangan tanpa rasa takut berlebihan [11]. Kepercayaan diri juga tercermin dari cara seseorang berpikir, berbicara, dan bertindak. Individu dengan tingkat kepercayaan diri yang baik biasanya mampu mengambil keputusan dengan tenang, tidak mudah terpengaruh oleh pendapat orang lain, dan tetap bertahan meskipun menghadapi kegagalan. Selain itu, mereka lebih berani mengekspresikan pendapat, mencoba hal baru, dan berinteraksi secara terbuka dengan orang lain. Namun sebaliknya, seseorang dengan kepercayaan diri rendah cenderung ragu terhadap kemampuan dirinya sendiri, mudah cemas, serta takut melakukan kesalahan. Kondisi ini dapat menghambat potensi diri dan perkembangan pribadi. Oleh karena itu, kepercayaan diri menjadi aspek penting dalam perkembangan individu, terutama pada masa dewasa awal, dimana seseorang mulai dituntut untuk mandiri, mengambil keputusan penting, serta menyesuaikan diri dengan berbagai peran sosial baru [12]. Pada masa dewasa awal, terdapat berbagai permasalahan yang dihadapi individu, salah satunya adalah rendahnya tingkat kepercayaan diri [13].

Menurut Santrock (2003) kepercayaan diri seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: penampilan fisik, konsep diri, hubungan dengan orang tua, dan interaksi dengan teman sebaya [14]. Menurut Lauster (1978) kepercayaan diri terdiri dari berbagai aspek penting yang mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya. Aspek-aspek tersebut dijelaskan sebagai berikut: (1) Keyakinan terhadap kemampuan diri, yaitu individu yang memiliki kepercayaan diri akan menunjukkan keyakinan terhadap kemampuan yang dimilikinya. Ia percaya bahwa dirinya mampu menyelesaikan berbagai tugas dan menghadapi tantangan yang muncul. Keyakinan ini membuat individu lebih berani untuk mencoba hal-hal baru serta tidak mudah menyerah ketika menghadapi kesulitan, (2) Optimisme, yaitu individu yang percaya diri memiliki pandangan positif terhadap diri dan masa depannya. Ia yakin bahwa segala sesuatu dapat berjalan baik selama ada usaha. Sikap optimis ini membuat individu tidak mudah putus asa ketika mengalami kegagalan, karena ia memandang kegagalan sebagai bagian dari proses belajar, (3) Objektivitas, yaitu individu yang memiliki kepercayaan diri dapat menilai dirinya sendiri dan orang lain secara realistis. Ia mampu melihat kelebihan maupun kekurangannya dengan jujur tanpa melebih-lebihkan atau merendahkan diri. Selain itu, ia juga dapat menerima kritik dengan sikap terbuka sebagai sarana untuk memperbaiki diri, (4) Tanggung jawab, yaitu individu yang percaya diri bersedia menanggung segala akibat dari tindakan dan keputusan yang diambilnya. Ia tidak cenderung menyalahkan orang lain atas kesalahan sendiri, melainkan menjadikan pengalaman tersebut sebagai pembelajaran untuk menjadi lebih baik di masa mendatang, dan (5) Rasionalitas, yaitu individu yang memiliki kepercayaan diri cenderung berpikir secara logis dan tidak mudah terbawa emosi dalam menghadapi masalah. Ia dapat mengambil keputusan dengan pertimbangan yang matang, serta mampu mengendalikan diri agar tetap tenang dalam situasi sulit [15]. Hasil penelitian Ainun menyimpulkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara penerimaan sosial dan kepercayaan diri pada remaja dari keluarga broken home, di mana peningkatan penerimaan sosial berbanding lurus dengan peningkatan kepercayaan diri individu [16].

Penelitian yang menjelaskan tentang kepercayaan diri pada pengguna Instagram banyak memberikan hasil yang beragam. Penelitian [4] menunjukkan bahwa tidak ada keterkaitan yang signifikan antara tingkat penggunaan Instagram dengan rasa percaya diri pada mahasiswa baru. Temuan tersebut menunjukkan bahwa banyak atau

sedikitnya waktu yang dihabiskan di Instagram tidak berhubungan langsung dengan tingkat percaya diri seseorang. Namun disisi lain, penelitian [17] menunjukkan bahwa Instagram dapat memengaruhi rasa percaya diri para remaja. Rasa percaya diri remaja dipengaruhi oleh interaksi di Instagram, termasuk jumlah *likes* yang berpotensi meningkatkan atau menurunkan rasa percaya diri. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa masih diperlukan penelitian lebih lanjut terkait faktor yang memengaruhi rasa percaya diri di kalangan pengguna Instagram. Berdasarkan perbedaan penelitian yang telah ada, peneliti melakukan survey awal terhadap pengguna aktif Instagram yang berada pada usia dewasa awal dengan mengadaptasi beberapa aitem dari skala kepercayaan diri. Hasil dari survey awal menunjukkan bahwa banyak pengguna Instagram masih merasa ragu mengenai kemampuan yang mereka miliki, kurang percaya dalam menilai diri mereka secara positif, serta mudah terpengaruh oleh reaksi yang diterima di media sosial. Selain itu, beberapa responden juga menyampaikan bahwa mereka masih membandingkan diri mereka dengan pengguna Instagram lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa masalah kepercayaan diri di kalangan pengguna Instagram masih menjadi isu yang perlu dikaji lebih lanjut.

Self image (*citra diri*) adalah cara individu menilai dirinya sendiri, termasuk cara mereka memandang kemampuan, tampilan fisik, serta sifat-sifat pribadinya. Pembentukan gambaran diri terjadi secara perlahan melalui proses yang terus berlangsung sepanjang hidup seseorang. Proses itu dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti cara orang tua mengasuh anak, lingkungan sosial di sekitar, pengalaman yang dialami seseorang, serta kecenderungan untuk fokus pada sifat atau ciri tertentu yang dianggap penting atau bermakna bagi dirinya sendiri. Melalui interaksi dengan lingkungan dan pengalaman yang dialami, seseorang membangun persepsi mengenai siapa dirinya, bagaimana ia dilihat oleh orang lain, serta bagaimana ia ingin menampilkan dirinya dihadapan masyarakat [18]. Menurut Sirgy (1997) citra diri merupakan upaya seseorang dalam menampilkan dan mempresentasikan dirinya kepada orang lain sesuai dengan apa yang ingin ia tunjukkan atau citrakan. Melalui citra diri, individu berusaha membentuk kesan tertentu di hadapan orang lain agar sesuai dengan harapan, nilai, atau identitas yang ingin ia bangun. Dengan demikian, citra diri tidak sekedar mencerminkan persepsi individu terhadap dirinya sendiri, tetapi juga berkaitan dengan keinginan untuk diterima dan dipandang positif oleh lingkungan sosial [19]. Citra diri yang positif dapat membantu individu menilai dirinya secara objektif, meningkatkan rasa percaya diri, ketidakberhargaan, serta kesulitan dalam beradaptasi secara sosial. Pada era media sosial, khususnya Instagram, proses pembentukan citra diri menjadi semakin kompleks karena individu dapat mengonstruksi identitas dirinya melalui berbagai bentuk konten yang dibagikan. Aktivitas tersebut tidak hanya menjadi media ekspresi diri, tetapi juga sarana untuk memperoleh pengakuan dan penerimaan sosial. Oleh karena itu, citra diri memiliki kontribusi yang penting terhadap kepercayaan diri dan kesejahteraan psikologis, terutama pada individu dewasa awal yang sedang berada pada tahap pembentukan identitas diri dan sosial.

Menurut Teori Khun, menjelaskan *self image* dijelaskan sebagai gambaran atau persepsi individu terhadap dirinya sendiri, baik dari segi fisik, sosial, maupun psikologis. Kondisi tersebut berkaitan dengan proses penyesuaian diri dan penyesuaian sosial dalam membentuk penilaian terhadap individu. Citra diri juga dapat dimaknai sebagai bentuk kesadaran individu dalam memandang dirinya sendiri, serta mencakup penilaian dan pendapat individu mengenai siapa dirinya dan bagaimana ia ingin dilihat oleh orang lain. Menurut Teori Khun, citra diri terdiri atas 4 aspek, yaitu : (1) deskripsi fisik, yaitu gambaran objektif mengenai kondisi fisik individu yang dapat memiliki kesamaan dengan orang lain, (2) deskripsi sosial, yang menggambarkan peran dan keberadaan individu dalam lingkungan sosialnya, di mana perilaku seseorang dipengaruhi oleh peran sosial yang dijalankannya serta ekspektasi dari orang lain terhadap peran tersebut, (3) deskripsi sifat pribadi, yaitu hasil dari tanggapan individu terhadap rangsangan lingkungan yang membentuk predisposisi dan cara individu menghadapi situasi tertentu, (4) deskripsi eksistensial, yang mencerminkan kesadaran individu terhadap keberadaannya di dunia dan makna eksistensinya sebagai bagian dari kehidupan [20]. Berdasarkan penelitian Agustiani, menunjukkan bahwa *self image* memiliki hubungan yang signifikan dengan kepercayaan diri, dengan nilai $t = 16.388$ dan $p = 0.000$ ($p < 0.05$). Kontribusi *self image* terhadap kepercayaan diri mencapai 44,9%, menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat dan bermakna [21]. Temuan penelitian terdahulu oleh Selviana dan Yulinar (2022) menunjukkan bahwa *self image* dan penerimaan sosial memiliki hubungan yang signifikan dengan kepercayaan diri remaja yang mengunggah foto selfie di media sosial Instagram [22].

Penerimaan sosial adalah bagaimana kita merasa diterima, dihargai, dan diakui oleh orang di sekitar kita. Ketika kita menggunakan Instagram, kita bisa melihat bagaimana kita diterima oleh orang lain melalui beberapa hal, seperti *likes*, komentar, dan *followers* [23]. Menurut Hurlock (2007) penerimaan sosial mengacu pada situasi ketika individu merasakan adanya pengakuan dan penerimaan dari kelompok sosialnya, serta memiliki hubungan interpersonal yang positif dan hangat dengan anggota kelompok tersebut. Dengan demikian, penerimaan sosial mencerminkan adanya ikatan emosional dan perasaan diterima yang dimiliki individu terhadap lingkungan sosial tempat ia berinteraksi. merupakan kondisi di mana seseorang merasa diakui, diterima, serta memiliki hubungan yang dekat dan hangat dengan [22].

Dalam konteks perkembangan psikologis, penerimaan sosial sangat berpengaruh terhadap kesejahteraan emosional, pembentukan harga diri, dan peningkatan kepercayaan diri individu. Jika individu mendapatkan penerimaan dari lingkungan sosialnya, maka mereka cenderung mengembangkan persepsi diri yang positif. Mereka

juga merasa dihargai dan mampu menyesuaikan diri dengan baik terhadap norma dan ekspektasi sosial. Sebaliknya, jika individu tidak mendapatkan penerimaan sosial atau bahkan mengalami penolakan dari kelompok, maka risiko munculnya perasaan rendah diri menjadi lebih tinggi. Mereka juga cenderung mengisolasi diri dan mengalami kesulitan dalam menjalin relasi interpersonal yang sehat. Penerimaan sosial memiliki peran penting dalam membentuk kepercayaan diri dan harga diri individu. Dalam perspektif psikologi sosial, tingkat penerimaan sosial yang tinggi dapat meningkatkan rasa aman dan rasa memiliki (*sense of belonging*), yang pada gilirannya memperkuat identitas diri dan kepercayaan diri individu. Oleh karena itu, penerimaan sosial tidak hanya menjadi aspek penting dalam hubungan sosial, tetapi juga berkontribusi dalam pembentukan citra diri serta keseimbangan psikologis di era digital.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa *self image* dan penerimaan sosial memiliki peran penting dalam membentuk tingkat kepercayaan diri pada dewasa awal pengguna instagram. Individu dengan citra diri yang positif dan merasa diterima oleh orang lain cenderung lebih percaya diri dalam mengekspresikan diri mereka, baik itu di media sosial atau dalam kehidupan sehari-hari. Dari penjelasan tentang fenomena dan teori yang ada, bisa dilihat bahwa media sosial seperti instagram memegang peranan penting dalam membentuk citra diri dan bagaimana individu diterima secara sosial. Dengan mengunggah foto, membagikan cerita, dan berinteraksi dengan orang lain di instagram, seseorang tidak hanya menunjukkan diri mereka, tetapi juga mencoba membangun gambaran tentang bagaimana mereka ingin dilihat dan diterima oleh orang lain.

Masa dewasa awal merupakan tahap perkembangan yang penuh tantangan, di mana individu mulai mencari kestabilan dalam aspek sosial, emosional, dan profesional. Pada fase ini, kepercayaan diri menjadi salah satu aspek psikologis penting yang menentukan kemampuan individu dalam mengambil keputusan, menjalin hubungan sosial, serta menyesuaikan diri terhadap berbagai tuntutan kehidupan. Namun, paparan terhadap standar ideal yang banyak ditampilkan di media sosial dapat memengaruhi cara individu memandang dirinya (*self image*) serta sejauh mana ia merasa diterima oleh lingkungan sosialnya (penerimaan sosial). Kondisi tersebut menunjukkan perlunya pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana *self image* dan penerimaan sosial memengaruhi kepercayaan diri, khususnya pada individu dewasa awal yang aktif menggunakan media sosial instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *self image* dan penerimaan sosial terhadap kepercayaan diri pada individu dewasa awal berusia 18–25 tahun yang aktif menggunakan media sosial instagram. Fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana persepsi individu terhadap dirinya sendiri (*self image*) serta tingkat penerimaan sosial dari lingkungan sekitar berkontribusi terhadap pembentukan kepercayaan diri di era digital yang diwarnai dengan tuntutan pencitraan.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif untuk menguji pengaruh *self image* dan penerimaan sosial terhadap kepercayaan diri pada dewasa awal pengguna media sosial Instagram. Penelitian ini terdiri atas dua jenis variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *self image* dan penerimaan sosial, sedangkan variabel terikatnya adalah kepercayaan diri. Variabel *self image* dan penerimaan sosial diyakini memengaruhi kepercayaan seseorang.

Populasi yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah individu yang berada di fase dewasa awal, yaitu mereka yang berusia antara 18 hingga 25 tahun dan tinggal di Jawa Timur. Menurut data dari Badan Pusat Statistik Jawa Timur, diperkirakan ada sekitar 4 hingga 5 juta orang dengan usia tersebut di Jawa Timur. Perkiraan jumlah populasi ini diambil karena data menunjukkan jumlah orang dewasa awal di Jawa Timur. Oleh karena itu, untuk menentukan jumlah sampel penelitian digunakan tabel Isaac dan Michael dengan taraf kesalahan 10%, yang menghasilkan kebutuhan sampel minimum sebanyak 272 responden. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* melalui pendekatan *purposive sampling*, yaitu memilih responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian [24]. Kriteria tersebut meliputi : individu berusia 18–25 tahun, aktif menggunakan media sosial instagram minimal selama satu tahun, berdomisili Jawa Timur, serta bersedia menjadi partisipan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner atau angket yang disusun dengan skala Likert dengan empat pilihan jawaban, yaitu *Sangat Setuju (SS)*, *Setuju (S)*, *Tidak Setuju (TS)*, dan *Sangat Tidak Setuju (STS)*. Pada item pernyataan yang bersifat positif, responden akan diberikan skor sesuai dengan tingkat kesesuaian jawaban, yaitu skor 4 untuk pilihan “sangat setuju”, skor 3 untuk “setuju”, skor 2 untuk “tidak setuju”, dan skor 1 untuk “sangat tidak setuju”. Namun sebaliknya, jika item pernyataan bersifat *unfavourable*, sistem penilaian dilakukan secara terbalik, di mana skor 4 untuk pilihan “sangat tidak setuju”, skor 3 untuk “tidak setuju”, skor 2 untuk “setuju”, dan skor 1 untuk “sangat setuju”. Penggunaan skor terbalik dimaksudkan untuk menjaga akurasi interpretasi hasil serta mengurangi bias dalam pengukuran sikap responden. Sementara itu, skala *self image* diadopsi dari penelitian Maghvirani yang mengacu pada teori Manford Kuhn, mengenai persepsi dan penilaian individu terhadap dirinya sendiri. Skala ini terdiri dari empat aspek, yaitu 1) deskripsi fisik, 2) deskripsi sosial, 3) deskripsi karakter pribadi, dan 4) deskripsi eksistensial. Nilai Cronbach’s Alpha sebesar 0,835 lebih besar dari 0,05, sehingga instrumen penelitian dianggap reliabel [20]. Skala penerimaan sosial yang digunakan dalam studi ini diadopsi dari *Social*

Acceptance Scale for Inclusive Education yang dikembangkan oleh Unal dan Yel. Alat ukur ini dirancang melalui proses penyusunan poin-poin berdasar pada studi pendahuluan, penilaian ahli, dan validitas konstruk menggunakan Analisis Faktor Eksploratori (EFA) dan Analisis Faktor Konfirmatori (CFA). Reliabilitas skala penerimaan sosial menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,94 [25]. Skala kepercayaan diri dalam penelitian ini diadopsi dari penelitian Syam dan Amri, berdasarkan aspek-aspek kepercayaan diri yang dikemukakan oleh Lauster, yang meliputi keyakinan akan kemampuan diri, sikap optimis, objektivitas, tanggung jawab, dan rasionalitas. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,821, yang berarti skala ini memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dan dapat dinyatakan reliabel untuk digunakan dalam penelitian [15].

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik regresi berganda. Penggunaan teknik tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh *self image* dan penerimaan sosial terhadap kepercayaan diri serta mengidentifikasi besarnya sumbangan kedua variabel independen terhadap variabel dependen. Data yang terkumpul kemudian dianalisis sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Proses analisis dibantu oleh perangkat lunak JASP versi 0.19.1.0 yang digunakan untuk melakukan pengujian statistik dan menafsirkan hasil regresi sebagai landasan dalam menarik kesimpulan penelitian.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

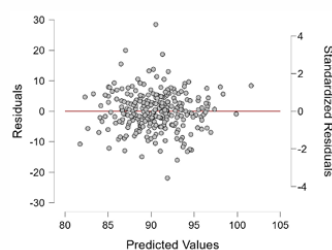
A. Hasil Uji Normalitas

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas Data (Shapiro Wilk)

<i>Descriptive Statistics</i>	
<i>Self Image-Penerimaan Sosial-Kepercayaan Diri</i>	
Shapiro-Wilk	0.996
P-value of Shapiro-Wilk	0.629

Hasil uji normalitas menggunakan metode Shapiro-Wilk menunjukkan distribusi normal pada data penelitian. Nilai p-value sebesar 0,629 menunjukkan bahwa lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 ($p > 0,05$). Dengan demikian, asumsi normalitas pada data telah terpenuhi. sehingga penelitian ini dapat menggunakan metode analisis statistik parametrik

Uji Linearitas



Gambar 1 Uji Linearitas

Dari hasil uji linearitas menggunakan grafik sebaran residu, tampak bahwa titik-titiknya tersebar secara acak di sekitar garis nol dan tidak membentuk pola tertentu. Ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang tidak lurus antara variabel bebas dan variabel terikat. Dengan demikian, model regresi yang digunakan sudah memenuhi syarat linearitas. Dengan demikian, *self image* dan penerimaan sosial dapat dianalisis lebih lanjut untuk menguji pengaruhnya terhadap kepercayaan diri melalui regresi berganda.

Uji Hipotesis Berdasakan ANOVA

Tabel 2 Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F/ANOVA)

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
M ₁	Regression	2910.112	2	1455.056	37.985	< .001
	Residual	10304.267	269	38.306		
	Total	13214.379	271			

Note. M₁ includes *Self Image*, *Penerimaan Sosial*

Note. The intercept model is omitted, as no meaningful information can be shown.

Hasil uji regresi linear berganda melalui analisis ANOVA (Uji F) menunjukkan bahwa *self image* dan penerimaan sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri. Nilai F sebesar 37,985 dengan tingkat signifikansi $p < 0,001$ mengindikasikan bahwa model regresi yang dibangun signifikan. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *self image* dan penerimaan sosial secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri.

Hasil Sumbangan Efektif

Tabel 3 Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary - Kepercayaan Diri

Model	R	R ²	Adjusted R ²	RMSE
M ₀	0.000	0.000	0.000	6.983
M ₁	0.469	0.220	0.214	6.189

Note. M₁ includes *Self Image*, *Penerimaan Sosial*

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,220. Temuan ini mengindikasikan bahwa *self image* dan penerimaan sosial secara bersama-sama mampu menjelaskan 22,0% variasi kepercayaan diri. Adapun 78,0% variasi kepercayaan diri lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Hasil Koefisien Regresi Berganda

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda (Uji t/Koefisien Regresi)

Coefficients

		Unstandardized	Standard Error	Standardized	t	p	Collinearity Statistics	
Model							Tolerance	VIF
M ₀	(Intercept)	90.577	0.423		213.927	< .001		
M ₁	(Intercept)	44.426	5.328		8.338	< .001		
	<i>Self Image</i>	0.208	0.055	0.220	3.784	< .001	0.857	1.167
	<i>Penerimaan Sosial</i>	0.369	0.063	0.339	5.835	< .001	0.857	1.167

Hasil uji regresi linear berganda pada tabel *Coefficients* menunjukkan bahwa *self image* dan penerimaan sosial berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi masing-masing variabel yang berada di bawah taraf signifikansi 0,05 ($p < 0,001$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *self image* dan penerimaan sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin positif *self image* yang dimiliki individu dan semakin baik penerimaan sosial yang diterimanya, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan dirinya.

B. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa data memenuhi asumsi analisis regresi berganda, uji normalitas dengan metode Shapiro-Wilk menunjukkan hasil signifikansi sebesar 0,629 ($p > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi kriteria untuk dianalisis menggunakan teknik statistik parametrik. Uji linearitas melalui pengamatan sebaran residual memperlihatkan pola titik yang menyebar secara acak disekitar garis horizontal nol tanpa menunjukkan pola tertentu, sehingga model regresi memenuhi asumsi linearitas. Analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa *self image* dan penerimaan sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri, yang ditunjukkan melalui hasil uji ANOVA dengan nilai F sebesar 37,985 dengan tingkat signifikansi $p < 0,001$.

Model regresi memiliki nilai koefisien determinasi ($R^2 = 0,220$), yang mengindikasikan bahwa *self image* dan penerimaan sosial, berkontribusi sebesar 22,02% terhadap variabilitas kepercayaan diri, Sementara 77,98% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil uji koefisien regresi parsial menunjukkan bahwa kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri, dimana *self image* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,208 dengan nilai $t = 3,784$ dan $p < 0,001$, sedangkan penerimaan sosial memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,369 dengan nilai $t = 5,835$ dan $p < 0,001$. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *self image* dan penerimaan sosial, baik secara simultan maupun parsial, memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan diri pada dewasa awal pengguna instagram.

Pada masa dewasa awal, individu sedang berada pada fase perkembangan yang ditandai dengan pencarian identitas, penentuan arah hidup, serta pencapaian kemandirian emosional dan sosial. Santrock (2003) menekankan bahwa dewasa awal merupakan periode sensitif terhadap pengaruh lingkungan sosial karena individu masih berupaya membangun kompetensi personal dan status sosial dalam lingkungan pergaulan [26]. Dalam konteks tersebut, Instagram menjadi platform yang memungkinkan individu menampilkan diri melalui foto, video, serta narasi digital yang mencerminkan citra diri ideal, sehingga respon sosial dari pengguna lain dapat memengaruhi persepsi diri dan tingkat kepercayaan diri. Media sosial bukan hanya digunakan sebagai sarana pertukaran informasi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan identitas diri dan validasi sosial di era digital [27].

Instagram sebagai media berbasis visual memberi ruang bagi individu untuk menunjukkan versi terbaik dirinya melalui unggahan foto, gaya hidup, filter estetika, serta aktivitas digital lainnya. Hal ini sejalan dengan teori *self-presentation* Goffman yang menyatakan bahwa individu cenderung mengatur citra diri agar sesuai dengan ekspektasi sosial [28]. Ketika individu merasa bahwa citra dirinya sesuai dengan nilai ideal yang ia harapkan atau sesuai dengan standar sosial yang ditampilkan di Instagram, maka kepercayaan diri pun meningkat. Namun, apabila terdapat kesenjangan antara gambaran diri yang ideal dengan kenyataan, dapat muncul perasaan kurang mampu, insecure, atau rendah diri. Temuan penelitian ini juga menguatkan penelitian Agustiani (2023) dan Selviana & Yulinar (2022) yang menyatakan bahwa citra diri berpengaruh signifikan dengan pembentukan kepercayaan diri pada pengguna media sosial [22].

Penerimaan sosial memberikan kontribusi terbesar terhadap kepercayaan diri. Hal ini menunjukkan bahwa bagi pengguna Instagram pada usia dewasa awal, validasi sosial menjadi aspek penting dalam menilai harga diri, sebagaimana dijelaskan dalam teori Hurlock mengenai kebutuhan penerimaan sosial sebagai faktor pembentuk identitas dan stabilitas emosional. Fenomena ini relevan dengan karakteristik perkembangan dewasa awal, di mana individu sedang membangun relasi sosial baru, memperluas jaringan pertemanan, mencari afiliasi kelompok, dan mengonstruksi citra diri publik [29]. Interaksi digital seperti *likes*, komentar positif, jumlah pengikut, dan keterlibatan audiens (*engagement*) menjadi indikator status sosial modern yang kemudian memengaruhi kepercayaan diri individu [17]. Pada kondisi tertentu, fitur statistik interaksi di Instagram dapat menjadi sumber motivasi tetapi juga pemicu tekanan sosial (*social pressure*) karena munculnya kecenderungan untuk mengukur nilai diri berdasarkan respons orang lain. Temuan ini relevan dengan penelitian sebelumnya seperti Kartika (2024) yang menyimpulkan bahwa penerimaan sosial memiliki hubungan signifikan dengan kepercayaan diri pada pengguna media sosial [16].

Analisis regresi menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara *self image* dan kepercayaan diri. Ini menunjukkan bahwa individu dewasa awal dengan pandangan positif tentang diri mereka biasanya memiliki tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi. Seseorang yang memiliki *self image* positif cenderung lebih menerima kelebihan dan kekurangan dirinya, sehingga percaya diri terhadap kemampuannya. Sebaliknya, gambaran diri yang negatif dapat memicu keraguan terhadap kemampuan diri, perasaan tidak berharga, dan kecenderungan untuk membandingkan diri dengan orang lain. Dalam dunia Instagram, melihat standar ideal yang ditampilkan oleh orang lain dapat memengaruhi

cara seseorang mengevaluasi dirinya. Ketika individu berhasil mempertahankan citra diri yang positif di era sosial digital, kepercayaan dirinya cenderung meningkat.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kepercayaan diri pada individu dewasa awal dipengaruhi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti citra diri, akan tetapi juga oleh faktor eksternal yang berasal dari lingkungan sosial, yaitu penerimaan sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut saling berhubungan dan tidak bisa dipisahkan dalam proses pembentukan kepercayaan diri. Dengan kata lain, penerimaan dari lingkungan sosial dapat memperkuat kepercayaan diri individu melalui persepsi positif terhadap diri sendiri. Penelitian ini memiliki implikasi signifikan dalam psikologi perkembangan, psikologi sosial, dan studi perilaku digital, khususnya dalam memahami dinamika psikologis yang dialami oleh individu dewasa awal saat menggunakan media sosial. Temuan bahwa penerimaan sosial memiliki pengaruh yang lebih dominan dengan kepercayaan diri dibandingkan *self image* menunjukkan bahwa kepercayaan diri pada dewasa awal masih sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal berupa respons sosial, baik dalam bentuk *likes*, komentar, maupun interaksi digital lainnya.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penerimaan sosial berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri dan memiliki kontribusi yang lebih besar dibandingkan *self image*. Temuan ini menunjukkan bahwa di awal masa dewasa, penilaian dan respons sosial dari lingkungan tetap memiliki peranan penting dalam membentuk kepercayaan diri. Penggunaan Instagram dapat mencerminkan penerimaan sosial melalui berbagai interaksi, seperti jumlah pengikut, *like*, komentar positif, dan keterlibatan pengguna lain dengan unggahan yang dibagikan. Mereka yang merasa diterima dan dihargai oleh sosialnya cenderung mengembangkan rasa memiliki, rasa berharga, serta keyakinan yang lebih tinggi terhadap diri mereka. Sebaliknya, kurangnya penerimaan sosial dapat memunculkan rasa rendah diri dan keraguan terhadap kemampuan diri. Oleh karena itu, penelitian ini mendukung konsep bahwa media sosial saat ini telah menjadi bagian dari ekosistem psikososial yang memiliki peran signifikan dalam pembentukan identitas personal. Implikasi praktis dari penelitian ini yaitu, bisa menjadi landasan untuk mengembangkan program literasi digital yang lebih komprehensif.

Program ini tidak hanya mengajarkan tentang cara menggunakan media sosial dengan baik, tetapi juga membantu orang mengembangkan kemampuan untuk mengontrol emosi mereka, meningkatkan kesadaran diri, dan membangun ketahanan psikologis. Dengan demikian, mereka bisa lebih siap menghadapi tekanan sosial di dunia digital. Selain itu, hasil penelitian ini juga bisa bermanfaat bagi konselor, psikolog, dan pendidik. Mereka bisa menggunakan temuan ini sebagai acuan untuk merancang program intervensi yang efektif. Program ini bisa membantu orang mengelola citra diri mereka, meningkatkan kepercayaan diri, dan menggunakan media sosial dengan cara yang sehat dan seimbang. Dengan demikian, diharapkan orang bisa menggunakan media sosial dengan lebih bijak dan tidak terlalu terpengaruh oleh tekanan sosial di ruang digital. Secara teoretis, penelitian ini memperkuat literatur mengenai pengaruh *self image*, dan penerimaan sosial, terhadap kepercayaan diri pada masa dewasa awal dalam konteks perkembangan teknologi digital yang semakin memperluas ruang interaksi sosial individu.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang harus diperhatikan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan untuk penelitian di masa depan. Pertama, penelitian ini menerapkan metode survei dengan teknik purposive sampling, yang berarti sampel terbatas pada individu dewasa awal pengguna Instagram di Jawa Timur. Generalisasi hasil pun perlu dilakukan dengan penuh kehati-hatian. Kedua, pengukuran variabel dilakukan dengan instrumen skala psikologis yang mengandalkan self-report, sehingga berpotensi terjadi bias respons, seperti kecenderungan untuk menjawab secara sosial atau ketidakakuratan dalam menilai diri sendiri. Ketiga, penelitian ini hanya mengkaji dua variabel prediktor, yaitu *self image* dan penerimaan sosial, sementara hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar variasi kepercayaan diri (78,0%) dapat dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, seperti harga diri, pola asuh, perbandingan sosial, intensitas penggunaan media sosial, dan faktor kepribadian. Keempat, karakteristik penggunaan Instagram oleh responden tidak dianalisis secara mendalam, sehingga aspek seperti frekuensi penggunaan, motif penggunaan, atau jenis konten yang dikonsumsi belum terhubung secara langsung dengan pembentukan kepercayaan diri. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut dengan menggunakan pendekatan mixed-method, perbandingan antar kelompok usia, atau memperluas ke platform media sosial lainnya disarankan untuk memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan diskusi yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa citra diri dan penerimaan sosial memiliki pengaruh besar terhadap kepercayaan diri individu dewasa awal yang aktif menggunakan media sosial Instagram. Dari hasil uji regresi, kita dapat melihat bahwa kedua variabel ini secara bersamaan mempengaruhi sekitar 22,0% pembentukan kepercayaan diri. Penerimaan sosial memiliki dampak yang lebih besar dibandingkan citra diri. Ini berarti bahwa bagaimana orang lain menerima kita di media sosial memiliki peran penting dalam membentuk kepercayaan diri kita, terutama bagi mereka yang aktif menggunakan Instagram. Ini menunjukkan bahwa kepercayaan diri pada individu dewasa awal tidak hanya dipengaruhi oleh persepsi internal mengenai citra diri, tetapi juga sangat bergantung pada validasi eksternal yang diterima dari lingkungan sosial di dunia digital.

Dalam konteks perkembangan psikososial, temuan ini memperkuat pemahaman bahwa tahap dewasa awal masih rentan terhadap penilaian sosial dan memerlukan pengakuan dari lingkungan sebagai bagian dari proses pembentukan identitas diri. Berdasarkan analisis data dan diskusi yang telah dilakukan, kita dapat menyimpulkan bahwa citra diri dan penerimaan sosial memiliki pengaruh besar terhadap kepercayaan diri orang dewasa muda yang sering menggunakan Instagram. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa kedua variabel ini bersama-sama mempengaruhi 22,0% kepercayaan diri. Penerimaan sosial ternyata memiliki dampak lebih besar daripada citra diri dalam membentuk kepercayaan diri. Dengan demikian, kita bisa lihat bahwa penerimaan sosial dan citra diri memainkan peran penting dalam membentuk kepercayaan diri individu dewasa awal yang aktif di Instagram.

Secara praktis, penelitian ini menyimpulkan bahwa cara untuk meningkatkan rasa percaya diri pada individu dewasa awal dapat dilakukan dengan memperkuat citra diri dan membangun lingkungan sosial yang mendukung, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Pengguna Instagram diharapkan dapat membangun hubungan yang saling mendukung, sementara itu para praktisi psikologi, pendidik, dan orang tua bisa memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai dasar untuk merancang program yang bertujuan untuk meningkatkan rasa percaya diri pada individu dewasa awal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada pimpinan Universitas Muhammadiyah Sidoarjo atas izin yang diberikan untuk melakukan penelitian. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan yang telah bersedia menjadi responden yang berkontribusi pada kelancaran penelitian ini.

REFERENSI

- [1] A. Yusanda, R. Darmastuti, and G. N. Huwae, "STRATEGI PERSONAL BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana)," *Scriptura*, vol. 11, no. 1, pp. 41–52, 2021, doi: <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52>.
- [2] SIMON KEMP, "The Changing World of Digital In 2023." [Online]. Available: <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023-2/>
- [3] F. Nur Laili, I. F. Sholichah, and P. Amelasasih, "Pengaruh Body Image Terhadap Kepercayaan Diri pada Wanita Pengguna Media Sosial Instagram," *Wacana Psikokultural J. Ilm. Psikol.*, vol. 2, no. 1, pp. 43–51, 2024, doi: <https://doi.org/10.24246/jwp.v2i1.13733>.
- [4] P. C. Ramadhan, A. M. Rosdiana, and B. A. Karima, "Apakah Intensitas Penggunaan Instagram Berhubungan Dengan Kepercayaan Diri: Analisis Korelasi Pada Mahasiswa Baru," *J. Psikol. Malahayati*, vol. 4, no. 2, pp. 175–185, 2022, doi: <https://doi.org/10.33024/jpm.v4i2.6925>.
- [5] N. S. L. Tobing, R. Hayati, and H. Sitorus, "Platform Instagram Sebagai Media Pembentuk Citra Diri Virtual Pada Mahasiswa," *J. Ilmu Sos. dan Ilmu Polit.*, vol. 5, no. 1, pp. 47–53, 2023, doi: <https://doi.org/10.56552/jisipol.v5i1.112> Platform.
- [6] S. C. Merida, Y. V. Yuliana, and F. A. Tasya, "Analisis Deskriptif: Self Esteem Pengguna Instagram Ditinjau dari Profil Demografis," *J. Ilm. Wahana Pendidik.*, vol. 10, no. 12, pp. 825–834, 2024, doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.12588038>.
- [7] R. Muharram, C. I. Zahara, and I. Amalia, "Hubungan Body Image dengan Kecemasan Sosial Pada Dewasa Awal," *J. Psikol. Terap.*, vol. 3, no. 2, p. 56, 2023, doi: [10.29103/jpt.v3i2.8880](https://doi.org/10.29103/jpt.v3i2.8880).
- [8] A. N. Damiyati et al., "Tingkat Kesejahteraan Psikologis pada Dewasa Awal," *MARAS J. Penelit. Multidisiplin*, vol. 2, no. 3, pp. 1297–1305, 2024, doi: <https://doi.org/10.60126/maras.v2i3.366>.
- [9] D. D. Praditia, "Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Konstruksi Realitas Sosial pada Komunitas Mahasiswa Untirta," *El-Mujtama J. Pengabd. Masy.*, vol. 4, no. 1, pp. 163–169, 2024, doi: <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i1.1172>.
- [10] A. A. Putri and U. Subroto, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Body Dissatisfaction Pada Wanita Dewasa Awal," *J. Soc. Econ. Res.*, vol. 5, no. 2, pp. 1533–1545, 2023, doi: <https://doi.org/10.54783/jsr.v5i2.247>.
- [11] N. Azhari, W. Hidayat, and M. M. Suherman, "Pengembangan Media Podcast Terhadap Kepercayaan Diri Siswa Smp Mutiara 4 Bandung," *FOKUS (Kajian Bimbing. Konseling dalam Pendidikan)*, vol. 6, no. 2, pp. 133–141, 2023, doi: <https://doi.org/10.22460/fokus.v6i2.11350>.
- [12] F. F. Al Fahmi et al., "Meningkatkan Kepercayaan Diri Mahasiswa Melalui Public Speaking di Ranah Akademik dan Profesional," *Malewa J. Multidiscip. Educ. Res.*, vol. 3, no. 1, pp. 30–43, 2025, doi: <https://doi.org/10.61683/jome.v3i1.217>.
- [13] A. B. Nggiku, S. V. Tangduil, N. B. Sari, E. B. Marbun, and R. Hura, "Pemenuhan Kebutuhan Penghargaan Diri Menurut Teori Maslow Dan Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Diri Orang Dewasa Awal," vol. 5, no.

- 1, pp. 10–18, 2023, doi: <https://doi.org/10.71361/gjtm.v13i1.103>.
- [14] A. I. Widyana and R. B. Sarwono, “Peran Konsep Diri Dalam Membentuk Kepercayaan Diri Mahasiswa,” *Solut. J. Couns. Pers. Dev.*, vol. 5, no. 1, pp. 26–32, 2023, doi: <https://doi.org/10.24071/sol.v5i1.6945>.
- [15] Meisyarah, “Hubungan Antara Pola Asuh Otoriter Dengan Kepercayaan Diri Remaja Generasi Z di Kelurahan Kota Matsum 1 Medan,” Universitas Medan Area, 2023.
- [16] A. Kartika, “Pengaruh Penerimaan Sosial Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Dari Keluarga Broken Home Di Perumahan BTN Cendrawasih Permai Perawang Barat,” no. 6975, pp. 20–25, 2024, [Online]. Available: [https://repository.uin-suska.ac.id/82008/1/SKRIPSI GABUNGAN.pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/82008/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf)
- [17] A. N. Syifa and Irwansyah, “DAMPAK MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPERCAYAAN DIRI ANAK REMAJA,” *J. Penelit. dan Stud. Ilmu Komun.*, vol. 03, no. 02, pp. 102–116, 2022.
- [18] F. N. Laela, “Analisis Perilaku Modeling pada KPop Idols terhadap Self Image Remaja,” *J. Bimbing. dan Konseling Islam*, vol. 12, no. 1, pp. 104–110, 2022, doi: <https://doi.org/10.29080/jbki.2022.12.1.104-110>.
- [19] A. S. Ella, D. Didit, M. Rahayu, and R. Abdul, “Pengaruh Citra Diri, Kepribadian Merek, dan Kelompok Acuan terhadap Kualitas Hubungan Merek,” *J. Trends Econ. Account. Res.*, vol. 2, no. 3, pp. 80–85, 2022.
- [20] R. C. Maghvirani, “PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP SELF IMAGE DI LINGKUNGAN PENDIDIKAN SMKN 2 KOTA BATU,” 2022. [Online]. Available: <http://etheses.uin-malang.ac.id/40431/3/18410088.pdf>
- [21] Agustiani and U. Putri, “Pengaruh citra diri (self image) terhadap kepercayaan diri pada mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati Bandung pengguna make-up,” 2023. [Online]. Available: <https://digilib.uinsgd.ac.id/65690/>
- [22] Selviana and S. Yulinar, “Pengaruh Self Image dan Penerimaan Sosial terhadap Kepercayaan Diri Remaja yang Mengunggah Foto Selfie di Media Sosial Instagram,” *J. IKRA-ITH Hum.*, vol. 6, no. 1, pp. 37–45, 2022, [Online]. Available: <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/download/1483/1209>
- [23] Istna Slavi Aji and Muslikah Muslikah, “Hubungan antara Body Image dan Penerimaan Sosial terhadap Kepercayaan Diri Pengguna Instagram Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Pendidikan dan Psikologi Universitas Negeri Semarang,” *Khatulistiwa J. Pendidik. dan Sos. Hum.*, vol. 5, no. 2, pp. 668–678, 2025, doi: <https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v5i2.5979>.
- [24] Ulva Putri Ramadani, Raudhotul Muthmainnah, Nisa Ulhilma, Azzah Wazabirah, Rully Hidayatullah, and H. Harmonedi, “Strategi Penentuan Populasi dan Sampel dalam Penelitian Pendidikan: Antara Validitas dan Representativitas,” *J. QOSIM J. Pendidik. Sos. Hum.*, vol. 3, no. 2, pp. 574–585, 2025, doi: <https://doi.org/10.61104/jq.v3i2.1021>.
- [25] R. Ünal and S. Yel, “Development of a social acceptance scale for inclusive education,” *Univers. J. Educ. Res.*, vol. 7, no. 10, pp. 2187–2198, 2019, doi: <https://doi.org/10.13189/ujer.2019.071017>.
- [26] E. Y. Siregar, E. M. Nababan, E. R. Ginting, B. A. Nainggolan, D. L. Ritonga, and D. Nababan, “PERLUNYA PEMBINAAN TERHADAP DEWASA AWAL DALAM MENGHADAPI TUGAS PERKEMBANGANYA,” *J. Pendidik. Agama Katekese dan Pastor.*, vol. 1, pp. 16–22, 2022, [Online]. Available: <https://ejurnal.stpkat.ac.id/index.php/lumen/article/view/39/47>
- [27] R. Fitrianti and A. A. Hanaf, “Representasi Identitas Remaja Melalui Budaya Tren di Media Sosial identitas , namun masih terbatas yang secara khusus mengkaji hubungan antara budaya tren,” *J. Ilmu Sos. dan Hum.*, vol. 3, pp. 287–297, 2025, doi: <https://doi.org/10.62383/wissen.v3i3.1073>.
- [28] A. F. Prasetya, “Penggunaan Second Account Instagram Bagi Self-Presentation Mahasiswa,” *J. Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, pp. 3046–4560, 2025, [Online]. Available: <https://jicnusantara.com/index.php/jicn/article/view/4392%0Ahttps://jicnusantara.com/index.php/jicn/article/download/4392/4437>
- [29] J. M. Bintang, “PENGARUH SOSIAL MEDIA PADA MASA DEWASA AWAL,” 2023. doi: <https://doi.org/10.36088/pensa.v5i3.4345>.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.