
ANALISIS PENGARUH INTENSITAS DAN TIPE PENGGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP *SELF-ESTEEM* MAHASISWA FMIPA UII

Wafiq Rahma Aulia Putri¹, Hanadia Haifa², Edy Widodo³

^{1,2,3} Program Studi Statistika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam,
Universitas Islam Indonesia, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh intensitas dan tipe penggunaan instagram terhadap *self-esteem* mahasiswa dengan *social comparison* sebagai variabel mediator. Pesatnya penggunaan instagram di kalangan mahasiswa menimbulkan kekhawatiran terkait dampaknya terhadap kesejahteraan psikologis, khususnya *self-esteem*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *crosssectional*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dari 119 mahasiswa aktif program sarjana Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Islam Indonesia yang memiliki akun instagram aktif. Analisis data dilakukan menggunakan (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak R. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social comparison* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *self-esteem*, sedangkan intensitas dan tipe penggunaan instagram tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *self-esteem*. Model sturktural mampu menjelaskan 28.4 % variasi *self-esteem*. Temuan ini mengindikasikan bahwa dampak penggunaan isntagram terhadap *self-esteem* tidak sepenuh ditentukan oleh seberapa sering. Penelitian ini menegaskan pentingnya peran *social comparison* dalam menjelaskan pengaruh media sosial berbasis visual terhadap kondisi psikologis mahasiswa.

Kata kunci: instagram, mahasiswa, perbandingan sosial, PLS-SEM, *self-esteem*

ABSTRACT

This study examines the effects of Instagram use intensity and usage type on students' self-esteem, with social comparison as a mediating variable. The increasing prevalence of Instagram use among university students has raised concerns regarding its potential impact on psychological well-being, particularly self-esteem. A quantitative cross-sectional design was employed, with data collected through questionnaires from 119 active undergraduate students of the Faculty of Mathematics and Natural Sciences at Universitas Islam Indonesia who actively use Instagram. Data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with the Partial Least Squares (PLS) approach using R software. The results indicate that social comparison has a significant negative effect on self-esteem, while the intensity and type of Instagram use do not have a significant direct effect on self-esteem. The structural model explains 28.4% of the variance in self-esteem. These findings suggest that the impact of Instagram use on self-esteem is not solely determined by usage frequency and highlight the important role of social comparison in explaining the psychological effects of visual-based social media among university students.

Keywords: *instagram, PLS-SEM, self-esteem, social comparison, students*

1. PENDAHULUAN

Mahasiswa berada pada fase transisi menuju kedewasaan awal yang ditandai dengan proses pembentukan identitas diri. Pada fase ini, individu mulai mengevaluasi nilai personal, tujuan hidup, serta konsep diri yang ingin ditampilkan di lingkungan sosial. Proses tersebut berkaitan erat dengan *self-esteem*, yaitu penilaian individu terhadap nilai dan penghargaan terhadap dirinya sendiri. *Self-esteem* pada mahasiswa bersifat dinamis dan dapat dipengaruhi oleh interaksi sosial serta bagaimana individu memperoleh pengakuan dan penerimaan dari lingkungannya (1).

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara mahasiswa berinteraksi dan membangun citra diri. Media sosial menjadi salah satu sarana utama untuk memperoleh validasi sosial, terutama melalui *platform* berbasis visual seperti Instagram. Instagram memungkinkan pengguna untuk menampilkan kehidupan pribadi, menerima umpan balik dalam bentuk tanda suka dan komentar, serta mengamati kehidupan orang lain. Di Indonesia, Instagram merupakan salah satu platform media sosial dengan jumlah pengguna terbesar, khususnya pada kelompok usia 18–24 tahun yang didominasi oleh mahasiswa (2,3). Tingginya tingkat penggunaan ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki potensi besar dalam memengaruhi kondisi psikologis mahasiswa.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram dapat memengaruhi *self-esteem* pengguna melalui mekanisme perbandingan sosial dan evaluasi diri. Penggunaan media sosial umumnya dibedakan menjadi penggunaan aktif dan penggunaan pasif. Penggunaan aktif mencakup aktivitas seperti mengunggah konten, memberikan komentar, dan menyukai unggahan, sedangkan penggunaan pasif lebih berfokus pada aktivitas melihat atau *scrolling* tanpa interaksi. (4) menyatakan bahwa penggunaan aktif dapat

memberikan dampak positif melalui dukungan sosial, sementara penggunaan pasif lebih sering dikaitkan dengan perbandingan sosial yang berdampak negatif terhadap *self-esteem*. Penelitian terdahulu sebagian besar mengkaji hubungan antara durasi penggunaan Instagram dan *self-esteem* menggunakan pendekatan survei dan analisis korelasional. (5) menemukan bahwa semakin lama waktu yang dihabiskan di Instagram, semakin tinggi kecenderungan individu melakukan perbandingan sosial yang berujung pada penurunan *self-esteem*. Namun, banyak penelitian masih memfokuskan pengukuran intensitas penggunaan hanya pada durasi, tanpa mempertimbangkan perbedaan tipe penggunaan aktif dan pasif. Selain itu, hubungan antarvariabel psikologis sering kali dianalisis secara sederhana sehingga belum mampu menjelaskan pengaruh langsung dan tidak langsung secara menyeluruh. Penelitian yang secara spesifik meneliti mahasiswa Indonesia juga masih terbatas.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memandang penting untuk mengkaji hubungan antara intensitas dan tipe penggunaan Instagram terhadap *self-esteem* mahasiswa secara lebih komprehensif. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menganalisis hubungan langsung dan tidak langsung antarvariabel secara simultan. Fokus penelitian diarahkan pada mahasiswa Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Islam Indonesia sebagai kelompok yang berada pada fase pembentukan identitas diri dan memiliki tingkat penggunaan Instagram yang tinggi.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *cross-sectional*, yaitu pengumpulan data pada satu waktu tertentu untuk mengkaji hubungan antara intensitas penggunaan Instagram, tipe penggunaan Instagram,

social comparison, dan *self-esteem* pada mahasiswa. Desain ini dipilih karena sesuai untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel psikologis secara empiris dalam konteks penggunaan media sosial.

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa aktif program sarjana (S1) Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Islam Indonesia. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria: (1) mahasiswa aktif S1 FMIPA UII, (2) memiliki akun Instagram yang aktif minimal enam bulan terakhir, dan (3) bersedia berpartisipasi dalam penelitian.

Jumlah responden yang memenuhi kriteria dan dianalisis dalam penelitian ini adalah 119 mahasiswa. Ukuran sampel tersebut dinilai memadai untuk analisis PLS-SEM, yang tidak menuntut asumsi distribusi normal dan dapat digunakan pada sampel di bawah 200 responden (4).

Penelitian ini melibatkan empat variabel laten. *Self-esteem* berperan sebagai variabel dependen, intensitas penggunaan Instagram dan tipe penggunaan Instagram sebagai variabel independen, serta *social comparison* sebagai variabel mediator. *Self-esteem* diukur menggunakan *Rosenberg SelfEsteem Scale* (RSES) yang terdiri dari 10 item dengan skala Likert 1–4. Intensitas penggunaan Instagram diukur melalui item yang mengadaptasi *Facebook Intensity Scale* (6) yang disesuaikan dengan konteks Instagram. Tipe penggunaan Instagram diukur dengan membedakan aktivitas aktif (posting, komentar, dan *like*) dan pasif (*scrolling* tanpa interaksi). *Social comparison* diukur menggunakan item yang mengacu pada *Iowa–Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM). Seluruh instrumen disajikan dalam bentuk kuesioner daring menggunakan Google Form.

Analisis data dilakukan menggunakan PLS-SEM dengan bantuan perangkat lunak R. Analisis dilakukan melalui dua tahap utama, yaitu evaluasi model

pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

Dalam pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM), model yang digunakan terdiri atas model pengukuran dan model struktural. Model pengukuran menjelaskan hubungan antara variabel laten dan indikator-indikator penyusunnya, yang secara matematis dapat dinyatakan sebagai berikut (4):

$$x = \Lambda_x \xi + \delta \quad (1)$$

$$y = \Lambda_y \eta + \epsilon \quad (2)$$

Selanjutnya, model struktural digunakan untuk menggambarkan hubungan krusial antar variabel laten sesuai dengan kerangka konseptual penelitian, yang dirumuskan sebagai berikut (4):

$$\eta = B\eta + \Gamma\xi + \zeta \quad (3)$$

Keterangan: ξ adalah variabel laten eksogen dan η merupakan variabel laten endogen, sedangkan Λ_x dan Λ_y merepresentasikan matriks factor loading. Simbol δ , ϵ dan ζ menunjukkan *error* pengukuran dan *error* struktural dalam model SEM.

Evaluasi model pengukuran meliputi uji validitas dan reliabilitas konstruk yang dilakukan secara simultan dalam kerangka SEM. Validitas konvergen dinilai melalui nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE), sedangkan reliabilitas konstruk dievaluasi menggunakan Cronbach's alpha dan *composite reliability*.

Evaluasi model struktural dilakukan dengan menilai koefisien jalur, nilai koefisien determinasi (R^2), serta signifikansi hubungan antar variabel melalui prosedur *bootstrapping*. Pendekatan ini memungkinkan pengujian pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel laten secara simultan, sehingga memberikan gambaran yang komprehensif mengenai hubungan intensitas dan tipe penggunaan Instagram terhadap *selfesteem* mahasiswa.

3. HASIL PENELITIAN

3.1 Nilai Outer Loading Indikator

Tahap awal analisis difokuskan pada evaluasi model pengukuran untuk menilai kualitas indikator dalam merepresentasikan konstruk laten. Hasil pengujian *outer loading* pada **Tabel 1** menunjukkan bahwa konstruk *Social Comparison* memiliki kualitas pengukuran yang paling baik dibandingkan konstruk lainnya. Nilai outer loading indikator pada konstruk ini sebagian besar berada di atas 0.70, yang mengindikasikan bahwa indikator tersebut mampu merefleksikan kecenderungan mahasiswa dalam melakukan perbandingan sosial di Instagram secara konsisten. Pada konstruk *Self-Esteem*, sebagian besar indikator memiliki nilai *outer loading* di atas 0.50, meskipun ditemukan satu indikator dengan nilai negatif dan relatif rendah. Hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut kurang optimal dalam mengukur evaluasi diri responden pada konteks penelitian ini.

Sebaliknya, konstruk Intensitas Penggunaan Instagram dan Tipe Penggunaan Instagram menunjukkan variasi nilai outer loading yang cukup besar, termasuk beberapa indikator dengan nilai rendah hingga negatif. Temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku penggunaan Instagram pada mahasiswa bersifat heterogen dan tidak seluruh indikator mampu merepresentasikan konstruk secara konsisten.

Tabel 1. Nilai outer loading indikator

Konstruk	Outer loading
<i>Self-esteem</i>	0.459–0.724
<i>Social Comparison</i>	0.542–0.911
Intensitas penggunaan instagram	-0.04–0.761

Tipe penggunaan -0.159–0.97

instagram

Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) pada **Tabel 2** menunjukkan bahwa hanya konstruk *Social Comparison* yang memenuhi kriteria validitas konvergen. Rendahnya nilai AVE pada konstruk lainnya mengindikasikan bahwa varians indikator belum sepenuhnya dapat dijelaskan oleh konstruk laten masing-masing. Kondisi ini menunjukkan bahwa konstruk psikologis memiliki stabilitas pengukuran yang lebih baik dibandingkan konstruk perilaku penggunaan media sosial.

Tabel 2. Reliabilitas dan Validitas

Konvergen				
Konstruk	Cronbach's alpha	Composite reliability	AVE	
<i>Selfesteem</i>	0.765	0.822	0.375	
<i>Social comparison</i>	0.864	0.895	0.636	
Intensitas penggunaan Instagram	0.546	0.472	0.324	
Tipe Penggunaan instagram	0.095	0.397	0.491	

3.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil evaluasi model struktural pada **Tabel 3** menunjukkan bahwa konstruk intensitas penggunaan Instagram, tipe penggunaan Instagram, dan *social comparison* secara simultan mampu menjelaskan 28,4% variasi *self-esteem* mahasiswa. Nilai koefisien determinasi ini menunjukkan bahwa *self-esteem* dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari penggunaan media sosial maupun faktor psikologis dan

sosial lainnya di luar model penelitian.

Tabel 1. Koefisien Determinasi (R^2)

Konstruk endogen	R^2
Self-esteem	0.284

3.4 Hasil Uji Jalur Struktural

Pengujian hubungan antar variabel dilakukan menggunakan prosedur *bootstrapping* dengan 5.000 *resampling*. Hasil analisis pada **Tabel 4** menunjukkan bahwa hanya variabel *Social Comparison* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap *Self-Esteem*.

Hubungan tersebut bersifat negatif, yang berarti semakin tinggi kecenderungan mahasiswa membandingkan diri dengan orang lain di Instagram, maka semakin rendah tingkat *self-esteem* yang dimiliki. Sementara itu, intensitas penggunaan Instagram dan tipe penggunaan Instagram tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *self-esteem*.

Tabel 4. Hasil Uji Jalur Struktural

Hubungan	Koefisien jalur	Keputusan
Intensitas dan Selfesteem	0.287	Tidak signifikan
Tipe penggunaan dan Self-Esteem	-0.116	Tidak signifikan
Social Comparison dan SelfEsteem	-0.438	Signifikan

3.5 Hasil Uji Jalur Struktural

Analisis ukuran efek pada **Tabel 5** menunjukkan bahwa *Social Comparison* memiliki kontribusi yang paling besar

1.2 Reliabilitas dan Validitas Konvergen

Selanjutnya dilakukan evaluasi reliabilitas dan validitas konvergen. Hasil analisis pada **Tabel 2** menunjukkan bahwa konstruk *Social Comparison* dan *Self-Esteem* memenuhi kriteria reliabilitas internal, yang ditunjukkan oleh nilai Cronbach's Alpha dan

terhadap perubahan *self-esteem* dibandingkan variabel lainnya, dengan ukuran efek kategori sedang. Sebaliknya, intensitas dan tipe penggunaan Instagram memiliki ukuran efek kecil hingga sangat kecil. **Tabel 5. Ukuran Efek (f^2)**

Jalur	f^2	Interpretasi
Intensitas IG → Self-Esteem	0.079	Kecil
Tipe Penggunaan → SelfEsteem	0.013	Sangat kecil
Social Comparison → SelfEsteem	0.214	Sedang

4. PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penurunan *self-esteem* mahasiswa tidak ditentukan oleh seberapa sering Instagram digunakan, melainkan oleh kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain saat menggunakan *platform* tersebut. Temuan ini sejalan dengan teori *social comparison* yang dikemukakan oleh (7), yang menyatakan bahwa individu secara alami terdorong untuk mengevaluasi dirinya melalui perbandingan dengan orang lain. Dalam konteks Instagram, paparan konten *idealized* memperkuat kecenderungan *upward comparison* yang berdampak negatif pada evaluasi diri.

Temuan ini konsisten dengan penelitian (5) yang menemukan bahwa

Composite Reliability di atas 0,70. Namun demikian, konstruk *Intensitas Penggunaan Instagram* dan *Tipe Penggunaan Instagram* memiliki nilai reliabilitas yang relatif rendah, yang mengindikasikan adanya inkonsistensi internal antar indicator.

hubungan antara penggunaan Instagram dan *self-esteem* dimediasi oleh proses perbandingan sosial. Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung temuan (8) yang menunjukkan peran penting *social comparison* dalam menjelaskan pengaruh penggunaan Instagram terhadap *self-esteem*.

Sejumlah penelitian lain juga memperkuat temuan tersebut. Penelitian (10) melaporkan bahwa intensitas *upward comparison* pada Instagram berkaitan dengan penurunan *self-esteem* meskipun durasi penggunaan media sosial tidak terlalu tinggi. Penelitian (11) menunjukkan bahwa perbandingan sosial yang berfokus pada penampilan fisik di Instagram mengakibatkan penurunan *body image* yang pada akhirnya menurunkan *self-esteem*. Selanjutnya, penelitian (12) menegaskan bahwa kualitas proses kognitif berupa evaluasi diri terhadap standar ideal di media sosial memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan frekuensi penggunaan *platform* itu sendiri. Penelitian (13) menemukan bahwa paparan unggahan mengenai keberhasilan teman sebaya, baik dalam aspek akademik maupun sosial, dapat memicu perasaan *inferior* dan berkontribusi pada penurunan *self-esteem*. Selain itu, penelitian (14) menunjukkan bahwa *social comparison* berperan sebagai mediator kuat antara penggunaan media sosial dan kesejahteraan psikologis secara umum. Hal ini diperkuat oleh penelitian (15) yang menemukan bahwa individu dengan kecenderungan tinggi melakukan *social comparison* lebih rentan mengalami *self-esteem* rendah meskipun intensitas penggunaan Instagram relatif rendah.

Perbedaan hasil dengan penelitian (9), yang menyatakan bahwa intensitas penggunaan Instagram berpengaruh langsung terhadap *self-esteem*, diduga disebabkan oleh perbedaan pendekatan analisis yang digunakan. Pada penelitian ini, variabel-variabel psikologis seperti *social comparison* dimasukkan secara simultan dalam model struktural, sehingga peran mediasi menjadi lebih

terlihat. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa bukan durasi atau frekuensi penggunaan Instagram yang paling menentukan, melainkan bagaimana individu memaknai dan memproses informasi yang ditemuinya, khususnya melalui mekanisme *social comparison*.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *self-esteem* mahasiswa tidak ditentukan oleh seberapa sering atau bagaimana tipe penggunaan Instagram dilakukan, melainkan lebih dipengaruhi oleh kecenderungan individu dalam melakukan *social comparison* selama menggunakan platform tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa dampak media sosial terhadap kesejahteraan psikologis tidak bersifat langsung, tetapi bekerja melalui proses kognitif dan evaluatif yang menyertai interaksi pengguna dengan konten media sosial. Secara teoretis, penelitian ini memperkuat relevansi teori *social comparison* dalam konteks penggunaan media sosial visual seperti Instagram, serta memberikan kontribusi empiris melalui penerapan *Structural Equation Modeling* dalam menguji hubungan antarvariabel psikologis.

6. SARAN

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan faktor moderasi seperti jenis konten yang dikonsumsi, tingkat literasi digital, serta kondisi psikologis individu agar pemahaman mengenai dampak media sosial menjadi lebih komprehensif. Secara praktis, temuan ini mengindikasikan pentingnya intervensi edukatif yang berfokus pada pengelolaan proses perbandingan sosial dalam penggunaan media sosial. Refleksi dari pelaksanaan penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan analisis yang menekankan mekanisme psikologis internal memberikan pemahaman yang lebih mendalam dibandingkan sekadar

mengukur intensitas penggunaan media sosial semata.

DAFTAR PUSTAKA

1. da Costa S, Darmawan D, Isaac A de J. Self-identity formation and social perception of individuals through interaction on social media in a digital world. *J Soc Sci Stud.* 2022;2(2):273-278.
2. Kemp S. Digital 2025: Indonesia. DataReportal; 25 Feb 2025.
3. NapoleonCat. Instagram users in Indonesia. March 2025. Available from: <https://stats.napoleoncat.com/instagram-users-in-indonesia/2025/03/>.
4. Hair JF, Black WC, Babin BJ, Anderson RE. Multivariate data analysis. 8th ed. Boston: Cengage Learning; 2019.
5. Alfonso-Fuertes I, Alvarez-Mon MA, Sanchez Del Hoyo R, Ortega M, Alvarez-Mon M, Molina-Ruiz RM. Time spent on Instagram and body image, self-esteem, and physical comparison among young adults in Spain: observational study.
6. Ellison NB, Steinfield C, Lampe C. The benefits of Facebook "friends". *J Comput Mediat Commun.* 2007;12(4):1143-1168.
7. Festinger L. A Theory of social comparison processes. *Hum Relat.* 1954;7(2):117-140.
8. Nayenggita SK, Adishesa MS. Social comparison as mediator: does Instagram intensity predict self-esteem? *J Educ Health Community Psychol.* 2021;10(1):104-117.
9. Sekarlangit MC, Ridjab DA, Suryani E, Juliawati VDJ. Impact of Instagram usage intensity on self-esteem among preclinical medical students. *Althea Med J.* 2022;9(2):111-116.
10. Hasanati U, Aviani YI. Hubungan social comparison dengan selfesteem pada pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Tambusai.* 2025;4(3):721–730.
11. Taylor J, Armes G. Social comparison on Instagram, and its relationship with self-esteem and body-esteem. *Discov Psychol.* 2024;4:126. Available from: <https://doi.org/10.1007/s44202-024-00241-3>.
12. Harfiani VA, Putri DF. Self-esteem remaja pengguna Instagram di Bandar Lampung ditinjau dari social comparison. *Indones J Behav Stud.* 2023;3(2):84-93. Available from: <https://doi.org/10.19109/ijobs.v3i2.19060>.
13. The Relationship Between Social Comparison and Self-Esteem Among Late Adolescent Instagram Users. *Adv Soc Sci Educ Humanit Res (Atlantis Press).* 2021;527–532.
14. Dirmayanti S, Setiasih S. Role of social media uses and social comparison on self-esteem. *Jurnal Psikologi Tabularasa.* 2025.
15. Social comparison as a predictor of self-esteem amongst Instagramusing students during the COVID-19 pandemic. *KnE Social Sciences.* 2023;4(15):8203.