



HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN KEPERCAYAAN DIRI MAHASISWA PSIKOLOGI KRISTEN IAKN KUPANG ANGKATAN 2025

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE INTENSITY OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA USE AND THE SELF-CONFIDENCE OF CHRISTIAN PSYCHOLOGY STUDENTS AT IAKN KUPANG CLASS OF 2025

Sonia Armeliana Mnir^{1*}, Risna Akdalia Solukh², Hendrik A.E. Lao³

^{1*}Institut Agama Kristen Negeri Kupang, Email: soniaarmeliana@gmail.com

²Institut Agama Kristen Negeri Kupang, Email: risnasolukh@gmail.com

³Institut Agama Kristen Negeri Kupang, Email: hendriklao33@gmail.com

*email koresponden: soniaarmeliana@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.62567/ijosse.v2i2.2806>

Abstrack

Instagram is a social media platform that focuses on sharing photos and videos and is used by users as a means of communicating, expressing themselves, and establishing social interactions in the digital environment., where the intensity of use includes aspects of attention, appreciation, duration and frequency (Umami & Rosidana, 2022), while self-confidence is an individual's belief in one's own abilities which is reflected through an optimistic, objective, responsible and rational attitude (Lauster, in Puji, Aditya & Gismin, 2024). This study aims to examine the relationship between the intensity of Instagram social media use and the self-confidence of Christian Psychology students of IAKN Kupang Class of 2025, which is motivated by a field phenomenon where some students experience decreased self-confidence due to social comparison when seeing posts from friends who appear more accomplished, while others actually feel more confident through self-expression and social validation on Instagram. This study uses a quantitative approach with a correlational design, involving 30 students selected using a total sampling technique, with data collection through a four-choice Likert scale questionnaire. The validity test yielded 34 valid items out of 40, and the reliability test yielded a Cronbach's Alpha value of 0.971, which is considered highly reliable. Data analysis using Pearson Product Moment correlation with SPSS version 20 showed a significance coefficient of 0.000 ($p < 0.01$), indicating a significant, positive, and strong relationship between the two variables. The higher the intensity of Instagram use, the higher the students' self-confidence. This finding is consistent with research by Banoet et al. (2025) from Undana Kupang Psychology, Oktaviani et al. (2023), and Dalila (2022), and implies that Instagram within the IAKN Kupang environment serves as a medium for self-expression and constructive social validation. Therefore, digital literacy programs need to be directed toward fostering healthy and responsible usage patterns.

Keywords: *Instagram, Intensity of Social Media Use, Self-Confidence.*



Abstrak

Instagram merupakan salah satu media sosial yang berfokus pada berbagi foto dan video serta dimanfaatkan pengguna sebagai sarana berkomunikasi, mengekspresikan diri, dan menjalin interaksi sosial di lingkungan digital, dimana intensitas penggunaannya mencakup aspek perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi (Umami & Rosdiana, 2022), sementara kepercayaan diri merupakan keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya yang tercermin melalui sikap optimis, objektif, bertanggung jawab dan rasional (Puji et al., 2024)). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan kepercayaan diri mahasiswa Psikologi Kristen IAKN Kupang Angkatan 2025, yang dilatarbelakangi oleh fenomena lapangan dimana sebagian mahasiswa mengalami penurunan kepercayaan diri akibat social comparison ketika melihat unggahan teman yang tampak lebih berprestasi, sementara sebagian lainnya justru merasa lebih percaya diri melalui ekspresi diri dan validasi sosial di Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional, melibatkan 30 mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik total sampling, dengan pengumpulan data melalui kuesioner skala Likert empat pilihan jawaban. Uji validitas menghasilkan 34 butir valid dari 40 butir, dan uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,971 yang tergolong sangat reliabel. Analisis data menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan bantuan SPSS versi 20 menunjukkan nilai koefisien signifikansi 0,000 ($p < 0,01$), yang berarti terdapat hubungan yang signifikan, positif, dan kuat antara kedua variabel, sehingga semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram maka semakin tinggi pula kepercayaan diri mahasiswa. Temuan ini konsisten dengan penelitian Banoet dkk.(2025) dari Psikologi Undana Kupang, Oktaviani dkk. (2023), dan Dalila (2022), dan mengimplikasikan bahwa Instagram di lingkungan IAKN Kupang berfungsi sebagai media ekspresi diri dan validasi sosial yang konstruktif, sehingga program literasi digital perlu diarahkan pada pembimbingan pola penggunaan yang sehat dan bertanggung jawab.

Kata Kunci: Instagram, Intensitas Penggunaan Media Sosial, Kepercayaan Diri.

1. PENDAHULUAN

Di era teknologi digital yang terus berkembang, media sosial telah menjadi bagian penting bagi kehidupan manusia, khususnya di kalangan generasi muda. Indonesia menjadi salah satu negara dengan total pengguna aktif Instagram terbesar di dunia. Berdasarkan data yang dilaporkan oleh Datareportal dan Napoleon Cat (dalam Oktaviani, Permadi & Suparto, 2023), jumlah pengguna instagram telah mencapai 91 juta dengan kelompok usia 18–24 tahun sebagai pengguna terbesar yakni 32 juta pengguna. Mayoritas pengguna Instagram (52,6%) didominasi oleh perempuan. Angka ini menempatkan Instagram sebagai platform media sosial yang sangat dominan dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa sebagai bagian dari kelompok usia tersebut.

Secara etimologis, kata *Instagram* diambil dari perpaduan kata “Insta” yang terinspirasi dari kamera Polaroid yang menyajikan hasil foto secara instan, dan “Gram” yang berasal dari kata “telegram” yang merepresentasikan kecepatan dalam mengirim informasi (Oktaviani et al., 2023). Sebagai media sosial yang mengutamakan konten visual berupa foto dan video, Instagram memiliki berbagai fitur unggulan seperti *Instagram*, *feed*, *story*, *explore*, *reel*, dan *direct message* yang membuat pengguna aplikasi merasa nyaman dan memiliki kecenderungan untuk berlama-lama dalam aplikasi ini. Dengan kehadiran fitur-fitur tersebut turut mendorong meningkatnya intensitas penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa.



Menurut Pratama dan Rahayu (2022), intensitas merujuk pada suatu aktivitas seseorang yang berhubungan dengan perasaan yang dilakukan secara berulang-ulang, mencakup aspek durasi dan frekuensi. Ditemukan dua alasan utama mengapa mahasiswa dan remaja sering menggunakan Instagram adalah untuk mendapatkan sebuah perhatian (*attention seeking*) selain itu juga untuk menumbuhkan citra positif di hadapan orang lain. Remaja memiliki kecenderungan untuk menunjukkan kesan yang baik ketika berada di media sosial dan berharap orang lain melihat mereka sesuai dengan ekspektasi yang mereka miliki. Hal ini selaras dengan temuan dari *Pew Research Center Study* (2015) terhadap 743 anak remaja di Amerika Serikat yang dimana temuan tersebut mencerminkan bahwa mayoritas remaja berpartisipasi aktif dalam aktivitas berbagi informasi di media sosial demi mendapatkan perhatian bagi diri mereka sendiri (Pratama & Rahayu, 2022)

Kepercayaan diri merupakan aspek psikologis yang sangat penting dalam kehidupan mahasiswa. Menurut Anthony (Oktaviani et al., 2023) kepercayaan diri merupakan karakteristik setiap individu yang mampu menerima kenyataan, mengembangkan kesadaran diri, berpikir positif, memiliki kemandirian, serta mampu memiliki dan mencapai segala sesuatu yang diinginkan. Sementara itu, Lauster (dalam Ghufro, 2017, dikutip dalam (Oktaviani et al., 2023)) mendefinisikan kepercayaan diri sebagai aspek kepribadian yang mencerminkan adanya keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya, sehingga ia tidak mudah terpengaruh dengan orang lain. Individu tersebut cenderung mampu bertindak sesuai dengan kehendaknya sendiri dan memiliki sikap yang optimis dan gembira, serta cukup toleran terhadap situasi maupun orang lain, serta bertanggung jawab atas setiap tindakannya. Adapun Pratama dan Rahayu (2022) menjelaskan bahwa kepercayaan diri merupakan suatu bentuk keyakinan dalam aspek kepribadian yang berperan dalam mengaktualisasikan potensi dan kemampuan individu melalui pemberian penilaian yang positif terhadap diri sendiri maupun lingkungan sekitarnya, maupun situasi yang dihadapi.

Hakim (Oktaviani et al., 2023)) mengidentifikasi Individu yang memiliki kepercayaan diri umumnya menunjukkan sejumlah karakteristik, antara lain mampu mempertahankan ketenangan ketika menghadapi dan menyelesaikan berbagai tugas, memiliki keyakinan terhadap potensi serta kemampuan yang dimiliki, mampu mengelola tekanan atau ketegangan dalam berbagai situasi, serta dapat beradaptasi dan berkomunikasi secara efektif dalam berbagai lingkungan sosial. kondisi, serta memiliki kondisi mental dan fisik yang menunjang penampilan. Sebaliknya, individu yang tidak percaya diri cenderung mudah cemas, memiliki kelemahan dari segi fisik, mental, sosial, maupun ekonomi, serta gugup dan gagap dalam berbicara.

Penggunaan Instagram secara intens terbukti dapat memengaruhi kepercayaan diri melalui berbagai mekanisme psikologis, sebuah penelitian yang dilakukan di lingkungan Universitas Nusa Cendana (UNDANA) Kupang oleh Banoet, Marni, Panis dan Killing (2025) berjudul "*Pengaruh Motivasi Penggunaan Filter Instagram Terhadap Kepercayaan Diri Mahasiswa Program Studi Psikologi Universitas Nusa Cendana*" menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara motif penggunaan filter Instagram, terhadap kepercayaan diri mahasiswa Psikologi Undana angkatan 2020 (nilai sig.=0,00<0,050).



Penelitian ini melibatkan 61 mahasiswa dengan teknik *simple random sampling*. Penelitian tersebut juga mengungkapkan bahwa mahasiswa program studi psikologi Universitas Nusa Cendana menggunakan filter Instagram untuk berbagai motif, antara lain karena ingin terlihat lebih cantik dan percaya diri, lebih estetik, menutupi kekurangan pada wajah, dan mencari pengakuan sosial dan eksistensi di lingkungan mereka. Temuan ini menegaskan bahwa penggunaan fitur Instagram berkaitan erat dengan upaya pembentukan dan pemeliharaan kepercayaan diri mahasiswa, termasuk di wilayah Nusa Tenggara Timur. Penelitian dari Undana ini sangat relevan karena berada dalam konteks geografis dan sosial-budaya yang serupa dengan IAKN Kupang, sehingga memberikan landasan empiris yang kuat untuk penelitian yang akan dilakukan.

Senada dengan temuan dari Undana, Oktaviani, Permadi, dan Suprpto (2023) dalam penelitian terhadap 74 mahasiswi FISIP Universitas Pancasakti Tegal juga menegaskan bahwa Instagram sebagai media sosial berbasis foto dan video memungkinkan penggunaannya terutama perempuan untuk membandingkan diri dengan orang lain disekitarnya yang lebih terlihat memiliki kelebihan atau lebih unggul. Jika proses perbandingan sosial (*social comparison*) ini dilakukan secara terus-menerus, pengguna Instagram dapat mengalami gangguan kesehatan mental seperti hilangnya tingkat rasa percaya diri. Hasil analisis uji korelasi *Pearson Product Moment* penelitian ini menemukan nilai korelasi sebesar 0,485 dengan pengaruh sebesar 23,6% dari intensitas penggunaan Instagram terhadap kepercayaan diri.

Pratama dan Rahayu (2022) pada 27 mahasiswa KPI IUQI Bogor juga menemukan hubungan negatif yang signifikan dan kuat ($r = -0,529; sig. = 0.005$), yang berarti semakin rendah intensitas penggunaan Instagram, semakin tinggi kepercayaan diri. Sementara Ramadha (2022) pada 73 mahasiswa Jurusan Manajemen UIN Malang justru menemukan tidak adanya hubungan yang signifikan ($sig. = 0,092$), dengan 55% mahasiswa berada pada tingkat penggunaan Instagram yang sedang dan 88% memiliki kepercayaan diri yang tinggi. Ketidakkonsistensian temuan ini mengindikasikan bahwa hubungan antara intensitas penggunaan Instagram dan kepercayaan diri sangat dipengaruhi oleh konteks, tujuan penggunaan, dan karakteristik populasi yang diteliti.

Mahasiswa Program Studi Psikologi Kristen IAKN Kupang Angkatan 2025 merupakan kelompok yang relevan dan penting untuk dikaji. Sebagai mahasiswa baru yang sedang beradaptasi dengan lingkungan akademik di Kota Kupang, mereka menghadapi tekanan sosial yang tinggi sekaligus terpapar konten Instagram secara intensif. Penelitian dari Undana (Banoet et al., 2025) yang dilakukan pada konteks geografis dan sosial-budaya yang sama di Kota Kupang menjadi bukti nyata bahwa dinamika Instagram dan kepercayaan diri merupakan isu yang relevan dan nyata bagi mahasiswa di kawasan Nusa Tenggara Timur. Namun demikian, sejauh ini belum ada penelitian serupa yang secara spesifik dilakukan pada mahasiswa IAKN Kupang, sehingga penelitian ini menjadi penting untuk mengisi kesenjangan tersebut.

Fenomena penggunaan Instagram yang berdampak pada kepercayaan diri juga dijumpai secara langsung di lingkungan Program Studi Psikologi IAKN Kupang Angkatan 2025. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap beberapa mahasiswa Psikologi IAKN



Angkatan 2025, ditemukan beberapa fenomena yang mengindikasikan adanya keterkaitan antara penggunaan Instagram dengan kepercayaan diri mahasiswa.

Salah satu mahasiswa bernisial IW yang mengaku menggunakan Instagram selama 3-4 jam per hari mengungkapkan bahwa ia kerap merasa rendah diri ketika melihat unggahan teman-temannya di instgaram yang terlihat lebih percaya diri, berprestasi dan memiliki penampilan menarik. Menurutny, *“kalau sudah buka Instagram, terus lihat teman-teman yang hidupnya kelihatan bagus-bagus, jadi merasa diri sendiri kurang.”* Kondisi ini membuatnya enggan untuk tampil aktif di perkuliahan karena merasa tidak sebaik teman-teman yang dilihatnya di Instagram.

Fenomena serupa juga ditemukan pada mahasiswa berinisial SA yang mengungkapkan bahwa ia lebih berani mengekspresikan pendapatnya melalui Instagram daripada di kelas secara langsung. Ia merasa lebih percaya diri ketika berinteraksi melalui media sosial karena tidak harus berhadapan langsung dengan orang lain, sementara itu mahasiswa berinisial M mengaku bahwa jumlah likes dan komentar pada unggahan di Instagram sangat memengaruhi suasana hatinya dan rasa percaya dirinya pada hari tersebut.

Berdasarkan latar belakang, kajian penelitian terdahulu dan fenomena di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara empiris hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan kepercayaan diri mahasiswa Psikologi Kristen IAKN Kupang Angkatan 2025. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu Psikologi, sekaligus menjadi dasar bagi pengembangan program literasi digital dan pendampingan psikologis di lingkungan kampus IAKN Kupang.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya hubungan antara dua variable, sekaligus menentukan arah dan kekuatan hubungan tersebut (Sugiyono, 2022). Penggunaan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini didasarkan pada jenis data yang dikumpulkan, yaitu data berbentuk angka, sehingga dapat diolah dan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menghasilkan kesimpulan yang objektif.

Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yakni variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). variable bebas dalam penelitian ini adalah intensitas penggunaan media sosial Instagram (X), sedangkan variable terikat ialah kepercayaan diri mahasiswa (Y). intensitas penggunaan media sosial Instagram didefinisikan secara operasional sebagai tingkat keserangan dan lamanya waktu yang digunakan mahasiswa dalam mengakses Instagram, yang diukur berdasarkan aspek perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi (Umami & Rosdiana, 2022). Adapun kepercayaan diri didefinisikan secara operasional sebagai keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya yang tercermin melalui sikap optimis, tidak bergantung pada orang lain, bertanggung jawab, objektif, dan rasional (Lauster, dalam Pratama & Rahayu, 2022).



Populasi dan Sampel

Populasi yang menjadi sasaran dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Psikologi IAKN Kupang angkatan 2025 yang aktif menggunakan Instagram. Teknik penga,bilan sampel yang dugunakan adalah *total sampling* atau sampel jenuh, yaitu seluruh anggota populasi dijadikan sampel penelitian (Sugiono,2022). Total sampling dipilih karena jumlah populasi yang relatif kecil sehingga seluruh anggota populasi dapat terjangkau sebagai responden. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 30 orang mahasiswa Program Studi Psikologi IAKN Kupang Angkatan 2025 yang memenuhi criteria inklusi sebagai berikut: (1) terdaftar sebagai mahasiswa aktif Program Studi Psikologi IAKN Kupang Angkatan 2025, dan (2) merupakan individu yang aktif menggunakan instagram dengan intensitas setidaknya dalam satu bulan terakhir.

Penggunaan 30 responden dalam penelitian ini sejalan dengan pendapat Roscoe (1975, dalam Sugiyono,2022) yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 hingga 500 orang, sehingga jumlah ini sudah memadai untuk keperluan analisis korelasional.

Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner (angket) kepada seluruh responden yang telah memenuhi kriteria penilaian sebanyak 30 responden. Kuesioner terdiri dari dua skala pengukuran, yaitu skala intensitas penggunaan media sosial Instagram dan skala kepercayaan diri, yang keduanya menggunakan format *skala likert* dengan empat pilihan jawaban sebagai berikut:

Pilihan Jawaban	Skor Favorable	Skor Unfavorable
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Empat kategori jawaban dipilih tanpa menyediakan opsi netral agar kecenderungan responden memilih jawaban tengah (*central tendency bias*) dapat diminimalkan. Dengan demikian data yang diperoleh lebih mencerminkan kondisi yang sebenarnya (Sugiyono,2022).

Instrumen Penelitian

Skala intensitas penggunaan media sosial Instagram dissun berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Umami dan Rosdiana (2022), yang meliputi empat aspek yaitu: (1) Perhatian, yakni konsentrasi atau focus individu terhadap penggunaan Instagram; (2) Penghayatan, pemahaman dan penerimaan individu terhadap informs yang diperoleh dari Istagram; (3) Durasi, lamina waktu yang dihabiskan dalam mengakses Instagram setiap harina; dan (4) Frekuensi, seberapa sering individu mengakses Instagram dalam kurun waktu tertentu.

Skala kepercayaan diri disuse berdasarkan aspek ang dikemukakan oleh Lauster yang dikutip dalam Puji, Aditya, dan Gismin (2024), yang terdiri dari lima aspek yaitu;(1) Keyakinan



akan kemampuan diri; (2) optimis; (3) objektif; (4) bertanggung jawab; dan (5) rasional serta realistis, setiap skala terdiri dari pernyataan *favorable dan unfavorable* (Puji, Adita & Gismin, 2024).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas instrumen dilakukan menggunakan *Product Moment Pearson* dengan criteria item valid apabila nilai r hitung $> r$ table pada tara signifikasi 5%. Dengan jumlah responden sebanyak 30 orang, maka nilai r table yang digunakan adalah 0,361. Item pernyataan yang memiliki nilai r hitung $< 0,361$ dinyatakan gugur dan tidak diikutsertakan dalam analisis data lebih lanjut.

Relibilitas instrument diuji menggunakan *Cronbach Alpha* dengan criteria reliable apabila nilai koefisien $\alpha \geq 0,60$ (Sugiyoo, 2022). Nilai koefisien yang semakin mendekati angka 1.00 menunjukkan bahwa konsistensi internal instrument semakin baik. Seluruh proses pengolahan dan analisis data pada penelitian ini menggunakan perangkat lunak SPSS versi 20.

Teknik Analisis Data

Proses analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan dua tahap sebagai berikut:

Pertama, analisis deskriptif untuk menggambarkan tingkat intensitas penggunaan media sosial Instagram dan tingkat kepercayaan diri responden. Kategorisasi dilakukan berdasarkan norma kelompok menggunakan rumus berikut:

Kategori	Rumus
Tinggi	$X > (\text{Mean} + 1 \text{ SD})$
Sedang	$(\text{Mean} - 1 \text{ SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1 \text{ SD})$
Rendah	$X < (\text{Mean} - 1 \text{ SD})$

Kedua, uji hipotesis menggunakan teknik korelasi *Rank Spearman*. Teknik ini dipilih karena termasuk dalam statistic non-parametrik yang tidak mensyaratkan distribusi data normal, sehingga sesuai digunakan pada data ordinal dengan jumlah sampel terbatas (Pratama & Rahayu, 2022). Seluruh proses analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 25.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji hipotesis adalah sebagai berikut: apabila nilai signifikansi (sig, 2-tailed) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variable; sebaliknya apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima, yang berarti tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variable. Kekuatan dan arah hubungan ditafsirkan berdasarkan pedoman koefisien korelasi sebagai berikut:

Nilai Koefisien Korelasi	Interpretasi
0,00 – 0,25	Korelasi sangat lemah
0,26 – 0,50	Korelasi cukup



0,51 – 0.75	Korelasi kuat
0,76 – 0,99	Korelasi sangat kuat
1,00	Korelasi sempurna

Nilai koefisien korelasi yang positif menunjukkan hubungan yang searah, artinya semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram maka semakin tinggi pula Kepercayaan diri. Sebaliknya, nilai koefisien korelasi yang negative menunjukkan hubungan yang berlawanan arah, artinya semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram maka semakin rendah kepercayaan diri mahasiswa Prodi Psikologi IAKN Kupang Angkatan 2025 (Pratama & Rahayu, 2022)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

a. Deskripsi Variabel Penelitian

Sebanyak 30 responden digunakan dalam penelitian ini, yaitu mahasiswa Psikologi Kristen IAKN Kupang Angkatan 2025. Data penelitian diambil dari kuesioner yang disebarikan kepada responden.

Tabel 1. Uji Validitas Deskripsi Variabel X dan Y

Descriptives			Statistic	Std. Error
Intesista s Penggu naan sosial Media Instagra m	Mean		61.6000	2.78403
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	55.9060	
		Upper Bound	67.2940	
	5% Trimmed Mean		61.4444	
	Median		61.5000	
	Variance		232.524	
	Std. Deviation		15.24874	
	Minimum		32.00	
	Maximum		95.00	
	Range		63.00	
	Interquartile Range		21.00	
	Skewness		.081	.427
	Kurtosis		-.317	.833
Keperca yaan Diri Mahasis wa	Mean		61.3000	2.56329
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	56.0575	
		Upper Bound	66.5425	
	5% Trimmed Mean		61.4815	
	Median		62.5000	
	Variance		197.114	
	Std. Deviation		14.03972	
	Minimum		30.00	



Maximum	87.00
Range	57.00
Interquartile Range	15.00
Skewness	-.121 .427
Kurtosis	-.250 .833

Dari hasil analisis deskriptif untuk variabel intensitas penggunaan media sosial Instagram (X) dapat dijelaskan bahwa variabel ini memiliki skor terendah (minimum) sebesar 32 dan skor tertinggi (maksimum) sebesar 95, dengan range sebesar 63. Rata-rata skor jawaban responden adalah 61,60 dengan standard deviasi 15,24874 dan varians 232,524. Nilai skewness sebesar 0.081 menunjukkan bahwa sebaran data variabel intensitas penggunaan Instagram cenderung simetris dan mendekati distribusi normal, sehingga dapat dikatakan bahwa persepsi responden terhadap intensitas penggunaan Instagram tersebar secara merata pada kategori sedang hingga tinggi.

Dari hasil analisis deskriptif untuk variabel kepercayaan diri mahasiswa (Y) dapat dijelaskan bahwa variabel ini memiliki skor terendah (minimum) sebesar 30 dan skor tertinggi (maksimum) sebesar 87, dengan range sebesar 57. Rata-rata skor jawaban responden 61.30 dengan standard deviasi 14,03972 dan varians 197,114. Nilai skewness sebesar -0,121 menunjukkan bahwa sebaran data variabel kepercayaan diri mahasiswa juga cenderung simetris dan mendekati distribusi normal. Hal ini mengindikasikan bahwa data kedua variabel layak dianalisis lebih lanjut menggunakan teknik statistik parametrik, yaitu uji korelasi Pearson Product Moment.

b. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Tabel 2. Uji Validitas

Butir Aitem	R-tabel	Rhitung	Keterangan
B1	.361	.378	Valid
B2	.361	.712	Valid
B3	.361	.503	Valid
B4	.361	.439	Valid
B5	.361	.612	Valid
B6	.361	.474	Valid
B7	.361	.535	Valid
B8	.361	.568	Valid
B9	.361	.696	Valid
B10	.361	.620	Valid
B11	.361	.482	Valid
B12	.361	.646	Valid
B13	.361	.480	Valid
B14	.361	.588	Valid
B15	.361	.488	Valid
B16	.361	.542	Valid
B17	.361	.642	Valid
B18	.361	.558	Valid
B19	.361	.662	Valid



B20	.361	.327	Tidak valid
B21	.361	.471	Valid
B22	.361	.163	Tidak valid
B23	.361	.389	Valid
B24	.361	.449	Valid
B25	.361	.414	Valid
B26	.361	.597	Valid
B27	.361	.486	Valid
B28	.361	.415	Valid
B29	.361	.413	Valid
B30	.361	.307	Tidak valid
B31	.361	.476	Valid
B32	.361	.489	Valid
B33	.361	.239	Tidak valid
B34	.361	.495	Valid
B35	.361	.252	Tidak valid
B36	.361	.387	Valid
B37	.361	.400	Valid
B38	.361	.476	Valid
B39	.361	.515	Valid
B40	.361	.316	Tidak valid

Berdasarkan tabel uji validitas instrument diatas, dari 40 butir pernyataan yang diuji dengan membandingkan r-hitung terhadap nilai r-tabel pada $N=30$ dengan taraf signifikansi 5% ($r\text{-tabel} = 0.361$), diperoleh hasil bahwa 34 butir dinyatakan valid karena nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel, sedangkan 6 butir dinyatakan tidak valid, yaitu B20 (0.327), B22 (0.163), B30(0.307), B33(0.239), B35 (0.252), DAN B40 (0.316), karena itu nilai r-hitung berada dibawah r-tabel. Dengan demikian, keenam butir yang tidka valid terebut digugurkan dan tidak diikutsertakan dalam perhitungan skor total variabel maupun pada uji korelasi yang dipersyaratkan dalam penelitian ini, sehingga hanya 34 butir valid yang digunakan sebagai instruen pengumpulan data.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.971	40

Berdasarkan tabel uji reliabilitas instrument diatas, diperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar 0,971 untuk 40 item. Nilai tersebut berada jauh diatas batas minimal 0,60 yang umum digunakan sebagai standar reliabilitas, bahkan tergolong dalam kategori sangat reliable ($>0,90$). Dengan demikian, instrument yang digunakan dalam penelitian ini memiliki konsistensi internal yang sangat tinggi dan layak digunakan sebagai alat ukur untuk mengumpulkan data mengenai intensitas penggunaan media sosial Instagram dan kepercayaan diri mahasiswa.



Uji Korelasi

Tabel 4. Uji Korelasi

Correlations			
		x	Y
Intensitas penggunaan media sosial Instgaram	Pearson Correlation	1	.658**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	30	30
Kepercayaan diri mahasiswa	Pearson Correlation	.658*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Berdasarkan hasil penelitian mengenai hubungan intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan kepercayaan diri mahasiswa Psikologi Kristen IAKN Kupang Angkatan 2025, diperoleh nilai koefisien korelasi r sebesar 0,658 dengan nilai signifikansi (sig.2-tailed) sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari taraf signifikansi 0,01, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara keduanya, sehingga hipotesis penelitian (H_a) diterima dan H_0 ditolak.

Nilai koefisien korelasi sebesar 0,658 menunjukkan arah hubungan yang positif dengan tingkat keeratan hubungan yang kuat (berada pada interval 0,60-0,799 menurut pedoman interpretasi koefisien korelasi Sugiyono). Artinya, semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial Instagram pada mahasiswa, maka semakin tinggi pula kepercayaan diri yang dimiliki, dan sebaliknya.

Pembahasan

penelitian ini mengkaji hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan kepercayaan diri mahasiswa Psikologi Kristen IAKN Kupang Angkatan 2025. Berdasarkan hasil uji korelasi *Pearson Product Moment* yang dilakukan terhadap 30 responden, diperoleh nilai koefisien korelasi r sebesar 0,658 dengan nilai signifikansi (sig.2-tailed) sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,01, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, ditemukan hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan instagram dengan kepercayaan diri mahasiswa Psikologi Kristen IAKN Kupang Angkatan 2025, dengan arah hubungan yang positif dan tingkat keeratan yang kuat ($r = 0,658$ berada pada interval 0,60 – 0,799).

Temuan arahan hubungan yang positif dalam penelitian ini berarti semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial Instagram mahasiswa, semakin tinggi pula kepercayaan diri yang dimiliki. Hal ini sejalan dengan fenomena yang ditemukan pada mahasiswa berinisial SA dalam wawancara awal penelitian, yang mengungkapkan bahwa ia lebih berani mengekspresikan pendapatnya melalui Instagram daripada secara langsung dikelas karena merasa lebih percaya diri ketika berinteraksi melalui media sosial tanpa harus berhadapan langsung dengan orang lain, hal ini mencerminkan bagaimana Instagram berfungsi sebagai ruang yang aman bagi sebagian mahasiswa untuk membangun dan mengekspresikan kepercayaan diri mereka. Temuan ini sejalan dengan penelitian Oktaviani, Permadi, dan



Suprpto (2023) pada 74 mahasiswa FISIP Universitas Pancasakti Tegal yang juga menemukan arah hubungan positif antara intensitas penggunaan Instagram dengan kepercayaan diri ($r = 0,485$). Penelitian tersebut menjelaskan bahwa Instagram memungkinkan penggunaannya untuk mengekspresikan diri, mendapatkan umpan balik positif berupa likes dan komentar, serta membangun jaringan sosial yang secara kumulatif dapat memperkuat rasa percaya diri. Sejalan dengan itu, penelitian Banoet, Marni, Panis, Dan Kiling (2025) dari Program Studi Psikologi Universitas Nusa Cendana Kupang juga menemukan pengaruh positif yang signifikan antara motif penggunaan filter Instagram terhadap kepercayaan diri mahasiswa Psikologi Undana ($\text{Sig.} = 0,000$). Konsistensi arah hubungan yang positif antara penelitian ini dengan temuan dari Undana memberikan indikasi kuat bahwa di konteks mahasiswa Psikologi di Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur, Instagram cenderung berfungsi sebagai instrument mendukung kepercayaan diri mahasiswa.

Penelitian yang dilakukan Suryadi, Manangkot, dkk (2023) pada siswa SMA Kristen Harapan Denpasar, menggunakan pendekatan kuantitatif *cross-sectional* juga menemukan hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan kepercayaan diri. Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial dapat menjadi wadah bagi individu untuk memperoleh dukungan sosial, membangun relasi, dan mendapatkan pengakuan dari lingkungan yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kepercayaan diri. Temuan serupa dikuatkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Situmorang dan Hayati (2025) yang menemukan bahwa Instagram berperan sebagai media validasi diri dan representasi identitas sosial bagi penggunaannya, dimana respons positif yang diterima melalui platform ini turut membentuk keyakinan individu terhadap kemampuan dan nilai dirinya (Situmorang & Hayati, 2025).

Nilai koefisien korelasi sebesar 0,658 merupakan kekuatan hubungan yang tergolong kuat. Hasil penelitian ini lebih kuat dibandingkan temuan Oktaviani dkk. (2023) dengan nilai $r = 0,485$ yang tergolong korelasi cukup. Kekuatan hubungan yang kuat ini mengindikasikan bahwa Instagram memiliki peran yang signifikan dalam membentuk kepercayaan diri mahasiswa. Hal ini sejalan dengan penelitian yang diterbitkan dalam J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah (Sari & Purwanto, 2025) yang menemukan bahwa penggunaan Instagram berpengaruh signifikan terhadap citra diri mahasiswa, mencakup aspek kepercayaan diri, persepsi diri, dan cara mahasiswa menampilkan dirinya di lingkungan sosial. Penelitian Dalila (2022) pada mahasiswa juga menemukan hubungan positif yang signifikan antara intensitas penggunaan Instagram dengan harga diri menggunakan uji Spearman's Rho yang mengindikasikan bahwa semakin aktif seseorang menggunakan Instagram, semakin positif pula penilaian mereka terhadap diri sendiri (Dalila, 2022).

Konteks mahasiswa Psikologi Kristen IAKN Kupang Angkatan 2025 perlu dipertimbangkan dalam menafsirkan temuan ini. Sebagai mahasiswa yang berada di lingkungan institusi berbasis kekristenan, nilai-nilai komunitas, persaudaraan, dan saling mendukung satu sama lain sangat kenatal dalam keseharian mereka. Instagram dalam konteks ini kemungkinan besar digunakan bukan semata-mata sebagai ajang pamer, melainkan sebagai media untuk berbagi momen kebersamaan, kegiatan rohani, dan prestasi akademik yang mendapat respons



positif dari sesama mahasiswa dalam komunitas yang sama. Kondisi ini mendukung temuan bahwa penggunaan Instagram yang intens justru berhubungan positif dengan kepercayaan diri, karena validasi sosial yang diperoleh bersifat hangat dan mendukung. Temuan ini selaras dengan pandangan Puji, Aditya, dan Gismin (2024) yang menegaskan bahwa kepercayaan diri merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan pengalaman penerimaan dari orang-orang disekitarnya.

Di sisi lain, fenomena yang dialami mahasiswa berinisial IW perlu diperhatikan sebagai pengecualian yang menarik, IW yang menggunakan Instagram 3-4 jam per hari mengaku kerap merasa rendah diri ketika melihat unggahan teman-temannya yang terlihat percaya diri, berprestasi, dan memiliki penampilan menarik, sampai membuatnya merasa rendah diri. Perilaku IW menunjukkan mekanisme *social comparison* (perbandingan sosial) yang dideskripsikan oleh Hakim (2005, dalam Oktaviani dkk.,2023): individu yang tidak percaya diri cenderung mudah cemas dan memiliki kelemahan dalam menyesuaikan diri. Namun secara statistik, fenomena seperti ini tidak mendominasi keseluruhan data 30 responden, sebab hasil korelasi menunjukkan hubungan positif yang kuat. Artinya, secara keseluruhan mayoritas mahasiswa justru mengalami peningkatan kepercayaan diri seiring meningkatnya intensitas penggunaan Instagram, walaupun pengalaman individual seperti IW tetap perlu mendapat perhatian dalam layanan konseling kampus.

Meskipun demikian, temuan penelitian ini sangat kontras dengan hasil penelitian Pratama dan Rahayu (2022) yang menemukan hubungan negatif antara intensitas penggunaan Instagram dengan kepercayaan diri ($r = -0,529$) pada mahasiswa KPI IUQI Bogor. Perbedaan arah hubungan ini dapat dijelaskan melalui perbedaan karakteristik populasi dan tujuan penggunaan Instagram. Dalam penelitiannya, responden cenderung menggunakan Instagram sebagai media untuk mendapatkan perhatian dan membangun citra, yang memunculkan proses perbandingan sosial yang berujung pada penurunan kepercayaan diri. Sebaliknya, dalam penelitian ini, mahasiswa Psikologi Kristen IAKN Kupang kemungkinan lebih menggunakan Instagram sebagai sarana ekspresi diri yang positif dan pemeliharaan hubungan sosial dalam komunitas kampus. Temuan ini juga berbeda dengan hasil penelitian Ramadhan (2022) yang tidak menemukan hubungan signifikan ($\text{Sig.} = 0,092$) pada mahasiswa Manajemen UIN Malang, yang menjelaskan bahwa tujuan penggunaan Instagram pada mahasiswa tersebut lebih berorientasi pada kebutuhan informasi daripada validasi sosial. Inkonsistensi temuan antar penelitian ini memperkuat argument bahwa hubungan antara intensitas penggunaan Instagram dan kepercayaan diri sangat bersifat kontekstual, dipengaruhi oleh latar belakang institusi, budaya kampus, tujuan penggunaan, dan karakteristik psikologis responden.

Hasil uji validitas instrumen menunjukkan bahwa dari 40 butir pernyataan, sebanyak 34 butir dinyatakan valid dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,361), sementara 6 butir gugur. Nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,971 menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat tinggi, jauh melampaui batas minimum 0,60 (Sugiyono,2022). Hal ini membuktikan bahwa instrumen yang digunakan memiliki konsistensi internal yang sangat baik sehingga hasil analisis korelasi yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara statistik. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pemahaman tentang



peran Instagram dalam kehidupan psikologis mahasiswa di lingkungan institusi keagamaan Kristen di wilayah Indonesia Timur, sekaligus membuka peluang untuk pengembangan program literasi digital yang berorientasi pada penguatan kepercayaan diri mahasiswa secara konstruktif.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 30 mahasiswa Psikologi Kristen IAKN Kupang Angkatan 2025, diperoleh kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan kepercayaan diri mahasiswa dengan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,658 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,01$). Arah hubungan yang positif yang positif dan kuat menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial Instagram mahasiswa, maka semakin tinggi pula kepercayaan diri yang dimiliki.

Temuan ini terkonfirmasi oleh fenomena yang dijumpai di lapangan. Mahasiswa berinisial SA yang mengungkapkan bahwa dirinya lebih berani mengekspresikan pendapatnya melalui Instagram dibandingkan secara langsung di kelas, serta mahasiswa M yang merasakan peningkatan kepercayaan diri ketika mendapatkan banyak likes dan komentar positif pada unggahannya, hal ini mencerminkan mekanisme validasi sosial dan ekspresi diri yang konstruktif melalui Instagram. Hal ini sejalan dengan penelitian Banoet, Marni, Panis, dan Killing (2025) dari Psikologi Undana Kupang, Oktaviani, Permadi, Dan Suparto (2023), serta Dalila (2022) yang seluruhnya menemukan hubungan positif antara penggunaan Instagram dan Kepercayaan diri di lingkungan IAKN Kupang yang bercorak kekristenan dengan nilai-nilai komunitas dan persaudaraan yang kuat, Instagram terbukti lebih banyak berfungsi sebagai media ekspresi diri, pemeliharaan hubungan sosial, dan perolehan dukungan yang berkontribusi positif terhadap kepercayaan diri mahasiswa.

Meskipun demikian, fenomena yang dialami mahasiswa berinisial IW yang merasa rendah diri setelah melihat unggahan teman-teman di Instagram yang terlihat lebih percaya diri dan berprestasi, menunjukkan bahwa mekanisme social comparison tetap berlangsung pada sebagian individu meskipun tidak mendominasi hasil penelitian secara keseluruhan. Kondisi ini perlu mendapat perhatian serius melalui pengembangan layanan konseling berbasis literasi digital di lingkungan kampus IAKN Kupang, yang diarahkan bukan pada pembatasan penggunaan Instagram, melainkan pada pembimbingan pola penggunaan yang sehat dan bertanggung jawab. Penelitian lanjutan dengan sampel yang lebih besar serta eksplorasi variabel moderator seperti tujuan penggunaan dan jenis konten Instagram disarankan untuk memperkuat dan memperluas temuan ini.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Banoet, D., Marni., Panis, M. P., & Kiling, I. Y. (2025). Pengaruh Motif Penggunaan Filter Instagram Terhadap Kepercayaan Diri Mahasiswa Program Studi Psikologi Universitas Nusa Cendana. *Jurnal Kesehatan Republik Indonesia*, 2(4), 142–154. <https://jurnal.intekom.id/index.php/jkri/article/view/1175>



- Dalila, N. (2022). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Harga Diri. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 4(2), 68–79. <https://ejournalmalahayati.ac.id/index.php/PSIKOLOGI/article/view/3769>
- Misroji & Syarifah. (2024). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Akhlak Mahasiswa. *El-Hikmah: Jurnal Kajian dan Penelitian Pendidikan Islam*, 20(11). <https://jurnal.alhikmah.ac.id/index.php/elhikmah/article/view/206>
- Oktaviani, R. D., Permadi, D., & Suparto, D. (2023). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Tingkat Kepercayaan Diri. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 1(1), 67–79. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i1.976>
- Pratama, G. & Rahayu, N. O. (2022). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Tingkat Kepercayaan Diri pada Mahasiswa KPI IUQI Bogor. *At Tawasul: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1(1). <https://jurnal.iuqibogor.ac.id/index.php/at-tawasul/article/view/105>
- Puji, G. A. K., Aditya, A. M., & Gismin, S. S. (2024). Pengaruh Kepercayaan Diri (Self Confidence) Terhadap Perilaku Asertif Pada Mahasiswa Di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi Karakter*, 4(1). <https://journal.unibos.ac.id/jpk/article/view/3712>
- Ramadhan, P. C. (2022). Apakah Intensitas Penggunaan Instagram Berhubungan Dengan Kepercayaan Diri: Analisis Korelasi Pada Mahasiswa Baru. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 4(2), 80–92. <https://ejournalmalahayati.ac.id/index.php/PSIKOLOGI/article/view/6925>
- Sari, D. N. & Purwanto, D. (2025). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Citra Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*. <https://al-haramjournal.id/index.php/J-CEKI/article/view/14926>
- Situmorang, W. & Hayati, R. (2025). Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi dan Representasi Diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(1), 111–118. <https://doi.org/10.33369/jsn.9.1.111-118>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadi, P. M. R., Manangkot, M. V., Kamayani, M. O. A., & Yanti, N. P. E. D. (2023). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Kepercayaan Diri Siswa. *Coping: Community of Publishing in Nursing*, 11(4), 310–320. <https://doi.org/10.24843/coping.2023.v11.i04.p08>
- Umami, M. & Rosdiana, A. M. (2022). Intensitas Bermedia Sosial dan Self Awareness Pada Remaja. *Jurnal Psikologi: Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, 9(1), 133–145. <https://doi.org/10.35891/jip.v9i1.2674>