

Dampak Jumlah *Followers* Instagram terhadap Kepercayaan Diri Mahasiswa Komunikasi Digital dan Media IPB University

¹Rakan Aufa Hibatullah, ²Wahyu Budi Priatna, ³Rici Tri Harpin Pranata, ⁴Sutisna Riyanto
^{1,2,3,4}IPB University

Alamat Surat

Email: rakanaufa6@gmail.com, wahyupr@apps.ipb.ac.id, ricitriha@apps.ipb.ac.id,
sutisnari@apps.ipb.ac.id

Article History:

Diajukan: 21 Juli 2025; **Direvisi:** 2 Desember 2025; **Accepted:** 5 Mei 2026

ABSTRAK

Perkembangan media sosial, khususnya Instagram, membuat mahasiswa kerap memaknai jumlah pengikut sebagai bentuk penerimaan sosial yang dapat memengaruhi kepercayaan diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara jumlah pengikut Instagram dan tingkat kepercayaan diri mahasiswa IPB University. Pendekatan kuantitatif digunakan melalui survei terhadap 76 responden Program Studi Komunikasi Digital dan Media dengan instrumen kuesioner skala Likert yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Karena data tidak berdistribusi normal, analisis dilakukan menggunakan korelasi Spearman. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan signifikan antara jumlah pengikut Instagram dan kepercayaan diri mahasiswa dengan nilai korelasi 0.704 ($p < 0.001$). Temuan ini menegaskan bahwa jumlah pengikut berperan dalam pembentukan penilaian diri mahasiswa di era digital, sehingga literasi digital menjadi penting untuk dikembangkan.

Kata kunci: Instagram, kepercayaan diri, media sosial, pengikut, validasi sosial

ABSTRACT

The growth of social media, particularly Instagram, has led students to perceive the number of followers as a form of social acceptance that can influence self-confidence. This study aims to examine the relationship between the number of Instagram followers and the level of self-confidence among IPB University students. A quantitative approach was employed through a survey of 76 respondents from the Digital Communication and Media Study Program using a Likert-scale questionnaire that had been tested for validity and reliability. Since the data were not normally distributed, Spearman correlation analysis was applied. The results indicate a strong and significant relationship between the number of Instagram followers and students' self-confidence, with a correlation coefficient of 0.704 ($p < 0.001$). These findings confirm that the number of followers plays a role in shaping students' self-perception in the digital era, highlighting the importance of strengthening digital literacy.

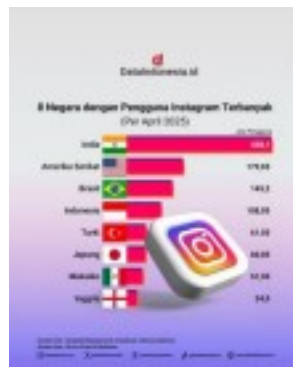
Keywords: Instagram, self-confidence, social media, followers, social validation

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital membawa dampak yang signifikan terhadap kehidupan masyarakat. Aktivitas yang dahulu dilakukan secara tatap muka kini

banyak beralih ke ruang virtual dengan memanfaatkan media sosial. Menurut Siregar dan Rahmawati (2025), media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana pertukaran informasi, tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial, ekspresi diri, hingga pembentukan identitas. Kehadiran berbagai platform seperti Facebook, Twitter, TikTok, dan Instagram memberikan alternatif bagi masyarakat, khususnya generasi muda, untuk menunjukkan eksistensinya di ruang digital.

Dari sekian banyak platform, Instagram menjadi salah satu yang paling populer. Fitur-fitur yang disediakan seperti unggahan foto, video, hingga stories, menjadikan Instagram tidak hanya sekadar media hiburan, tetapi juga ruang untuk membangun citra diri dan memperoleh pengakuan sosial. Di Indonesia, popularitas Instagram dapat dilihat dari jumlah penggunanya yang terus meningkat. Berdasarkan laporan *We Are Social & Meltwater* (2025), jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia telah mencapai lebih dari 100 juta orang, sehingga menempatkan Indonesia sebagai salah satu negara dengan basis pengguna Instagram terbesar di dunia, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Data jumlah pengguna aktif Instagram

Sumber: Unggahan akun Instagram @dataindonesia_id, 2025

Fenomena ini tentu menarik, terutama di kalangan mahasiswa sebagai bagian dari generasi Z yang sangat dekat dengan teknologi digital. Bagi mahasiswa, Instagram tidak hanya digunakan untuk berinteraksi dengan teman sebaya, tetapi juga untuk membentuk identitas, menampilkan pencapaian, bahkan membangun jejaring sosial (Nuraini, 2024). Dalam proses tersebut, jumlah pengikut (*followers*) sering dipersepsikan sebagai bentuk pengakuan sosial dan popularitas di ruang digital. Banyak mahasiswa menilai bahwa semakin besar jumlah pengikut yang mereka miliki, semakin tinggi pula nilai diri yang mereka rasakan. Persepsi inilah yang berpotensi memengaruhi tingkat kepercayaan diri mahasiswa dalam aktivitas sehari-hari, baik di ruang digital maupun dalam kehidupan nyata.

Berbagai penelitian sebelumnya telah menyoroti hubungan penggunaan Instagram dengan aspek psikologis. Evelin dan Adishesa (2022) menemukan bahwa intensitas penggunaan Instagram berhubungan dengan tingkat *self-esteem*. Penelitian lain oleh Setiawan, Sofiah, dan Muslikah (2025) menunjukkan adanya kaitan antara penggunaan filter Instagram, citra tubuh, dan harga diri mahasiswa perempuan. Sementara itu, Syamsu, Lukman, dan Nurdin (2023) meneliti pengaruh umpan balik positif berupa jumlah *likes* terhadap *self-esteem* mahasiswa di Universitas Negeri Makassar. Hasil-hasil tersebut menegaskan bahwa Instagram memiliki peran penting dalam membentuk citra diri maupun kepercayaan diri penggunanya.

Namun demikian, penelitian yang secara khusus menjadikan jumlah *followers* sebagai variabel utama masih relatif jarang ditemukan, karena sebagian besar kajian lebih menekankan pada aspek intensitas penggunaan atau validasi sosial melalui *likes* dan komentar. Padahal, dalam praktiknya, jumlah *followers* kerap dipandang penting oleh pengguna Instagram karena dianggap mencerminkan seberapa besar lingkaran sosial dan tingkat popularitas seseorang di platform digital. Kondisi ini menunjukkan adanya celah penelitian yang relevan untuk dikaji lebih mendalam, khususnya terkait pengaruh jumlah *followers* terhadap kepercayaan diri mahasiswa. Berdasarkan uraian tersebut,

penelitian ini memfokuskan pada pertanyaan apakah terdapat pengaruh jumlah *followers* Instagram terhadap kepercayaan diri mahasiswa IPB University serta seberapa besar pengaruh tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara jumlah *followers* dengan tingkat kepercayaan diri mahasiswa.

Adapun manfaat penelitian ini adalah memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian komunikasi digital dan psikologi komunikasi, khususnya terkait hubungan media sosial dengan kepercayaan diri, serta manfaat praktis berupa wawasan bagi mahasiswa mengenai dampak jumlah *followers* terhadap kepercayaan diri sekaligus menjadi referensi bagi pihak kampus atau organisasi mahasiswa dalam merancang program literasi digital yang lebih sehat.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei karena pendekatan ini memungkinkan pengukuran hubungan antar variabel secara numerik dan pengujian hipotesis melalui analisis statistik. Pendekatan kuantitatif dipilih karena fokus penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh jumlah pengikut Instagram terhadap kepercayaan diri mahasiswa, yang dapat dijelaskan secara objektif melalui data numerik. Populasi penelitian terdiri dari mahasiswa Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi IPB University angkatan 60, yang berjumlah 319 orang. Sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan margin kesalahan (margin of error) 10%, sehingga diperoleh 76 responden. Karena mengingat keterbatasan waktu dan sumber daya, margin kesalahan ini lebih tinggi daripada standar minimal yaitu sebesar 5%, peneliti menilai bahwa penggunaan margin 10% masih valid secara metodologis karena tetap dapat memberikan hasil yang representatif bagi populasi yang diteliti (Sugiyono, 2023). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling, sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih, mengurangi bias, dan meningkatkan representativitas data.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup berbasis skala Likert 1-5 yang disebarakan secara daring menggunakan Google Form. Skala Likert yang digunakan terdiri dari lima opsi jawaban, yaitu: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju. Instrumen penelitian terdiri dari dua variabel, yaitu jumlah pengikut Instagram sebagai variabel independen dan kepercayaan diri sebagai variabel dependen. Kepercayaan diri diukur melalui indikator yang diadaptasi dari teori Bandura (1997) *Social Self-Efficacy*, yang meliputi keberanian untuk mengeluarkan pendapat, tidak takut dipandang buruk oleh orang lain, dan rasa percaya diri yang muncul dari keyakinan terhadap kemampuan diri dalam berinteraksi sosial. Sebelum digunakan, instrumen diuji validitas dengan korelasi Pearson dan reliabilitasnya diuji dengan Cronbach's Alpha, dengan kriteria valid jika r hitung $> r$ tabel dan reliabel jika nilai $\alpha \geq 0,70$. Uji validitas dan reliabilitas ini memastikan kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara konsisten dan akurat.

Analisis data dilakukan dengan regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh jumlah pengikut Instagram terhadap kepercayaan diri mahasiswa. Persamaan regresi yang digunakan adalah $Y = a + bX + e$, di mana Y merupakan kepercayaan diri, X jumlah pengikut Instagram, a konstanta, b koefisien regresi, dan e error. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t pada taraf signifikansi 5% untuk menentukan apakah jumlah pengikut Instagram berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri mahasiswa. Seluruh prosedur penelitian dilaksanakan sesuai prinsip etika penelitian, termasuk menjaga kerahasiaan identitas responden dan memastikan partisipasi dilakukan secara sukarela (American Psychological Association [APA], 2020). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran deskriptif mengenai hubungan antara jumlah pengikut Instagram dan kepercayaan diri, tetapi juga menguji secara empiris kekuatan pengaruh tersebut, sehingga hasilnya dapat digunakan sebagai dasar bagi penelitian lanjutan maupun rekomendasi pengembangan program terkait komunikasi digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian kuantitatif berjudul "Pengaruh antara Jumlah Pengikut di Instagram terhadap Kepercayaan Diri Mahasiswa" bertujuan untuk mengetahui sejauh mana jumlah pengikut di Instagram (variabel X) berpengaruh terhadap kepercayaan diri mahasiswa (variabel Y). Penelitian ini menggunakan metode survei dengan penyebaran kuesioner kepada 76 responden mahasiswa IPB University yang aktif menggunakan media sosial Instagram. Variabel X dalam penelitian ini adalah jumlah pengikut di akun Instagram responden, sedangkan variabel Y adalah tingkat kepercayaan diri mahasiswa yang diukur melalui enam pernyataan dalam kuesioner. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, serta uji korelasi non-parametrik Spearman Rank dan uji t sebagai tahap akhir untuk melihat pengaruh antarvariabel. Melalui serangkaian analisis tersebut, penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan sejauh mana jumlah pengikut di Instagram dapat memengaruhi tingkat kepercayaan diri mahasiswa, khususnya dalam konteks kehidupan sosial dan akademik mereka.

3.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Hasil uji validitas

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X1	0.804	0.413	Valid
X2	0.468	0.413	Valid
X3	0.720	0.413	Valid
X4	0.768	0.413	Valid
X5	0.793	0.413	Valid
X6	0.803	0.413	Valid
Y1	0.639	0.413	Valid
Y2	0.614	0.413	Valid
Y3	0.716	0.413	Valid
Y4	0.455	0.413	Valid
Y5	0.537	0.413	Valid
Y6	0.561	0.413	Valid

Sumber: Hasil olah data peneliti SPSS 29, 2025

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh pernyataan terbukti valid karena memiliki nilai r-hitung yang melebihi r-tabel (yaitu 0.413 untuk $n=21$ pada tingkat signifikansi 5%). Oleh karena itu, seluruh item layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
X	.897	6
Y	.819	6

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, nilai Cronbach's Alpha untuk variabel X sebesar 0.897 dan untuk variabel Y sebesar 0.819. Kedua nilai tersebut lebih besar dari batas minimum 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini reliabel. Artinya, kuesioner yang digunakan konsisten dalam mengukur jumlah pengikut di Instagram serta tingkat kepercayaan diri mahasiswa.

Karena kedua variabel telah terbukti memiliki reliabilitas yang baik, tahap berikutnya adalah memeriksa normalitas data untuk mengevaluasi kelayakan penggunaan analisis parametrik pada penelitian ini.

3.2 Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil uji normalitas

Variabel	Sig. Kolmogorov-Smirnov	Sig. Shapiro-Wilk
X	< 0.001	< 0.001
Y	< 0.001	< 0.001

Sumber: Hasil olah data peneliti SPSS 29, 2025

Uji normalitas dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki nilai signifikansi < 0.001. Pada variabel XTotal diperoleh nilai $p < 0.001$ baik pada uji Kolmogorov-Smirnov maupun Shapiro-Wilk, demikian pula pada variabel YTotal yang juga menunjukkan nilai $p < 0.001$. Karena seluruh nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data pada kedua variabel tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil tersebut, data dinyatakan tidak berdistribusi normal sehingga analisis hubungan antar variabel tidak dapat menggunakan uji parametrik. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan korelasi Spearman's sebagai metode alternatif untuk menguji hubungan antara XTotal dan YTotal.

3.3 Uji Korelasi

Berdasarkan hasil uji normalitas yang menunjukkan bahwa kedua variabel tidak berdistribusi normal, analisis hubungan dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji korelasi Spearman's. Pemilihan metode ini didasarkan pada karakteristik Spearman yang merupakan teknik korelasi non-parametrik, sehingga lebih tepat digunakan untuk data yang tidak memenuhi asumsi normalitas serta mampu mengukur hubungan monotonik antar variabel.

Tabel 4. Hasil uji korelasi

N	Koefisien Korelasi	P-Value	Pernyataan
76	0.704	$p < 0.001$	kuat, positif, signifikan

Sumber: Hasil olah data peneliti SPSS 29, 2025

Hasil uji korelasi Spearman menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara variabel XTotal dan YTotal, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.704 dan nilai signifikansi $p < 0.001$. Nilai p yang lebih kecil dari 0.05 menandakan bahwa hubungan tersebut signifikan secara statistik. Dengan jumlah responden sebanyak 76 orang, hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai pada variabel XTotal, maka semakin tinggi pula nilai pada variabel YTotal.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jumlah pengikut di Instagram memiliki hubungan yang kuat dan signifikan dengan tingkat kepercayaan diri mahasiswa IPB University. Temuan ini menguatkan asumsi awal dalam latar belakang bahwa media sosial, khususnya Instagram, tidak hanya berfungsi sebagai ruang hiburan, tetapi juga sebagai arena pembentukan identitas dan validasi sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa aktivitas di Instagram, baik melalui interaksi maupun respons sosial, dapat memengaruhi aspek psikologis pengguna, termasuk self-esteem dan kepercayaan diri. Melalui serangkaian uji statistik mulai dari validitas, reliabilitas, normalitas, hingga korelasi, penelitian ini menunjukkan bahwa jumlah followers dapat menjadi salah satu faktor yang turut membentuk persepsi diri mahasiswa, terutama dalam interaksi sosial di lingkungan kampus maupun ruang digital. Temuan ini tidak hanya menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian, tetapi juga memberikan gambaran

bahwa kehadiran media sosial semakin melekat dalam kehidupan mahasiswa dan berpotensi memengaruhi cara mereka menilai diri sendiri. Dengan demikian, hasil ini dapat menjadi landasan bagi penelitian lanjutan maupun bagi institusi pendidikan dalam merancang program literasi digital agar mahasiswa mampu menggunakan media sosial secara lebih sehat dan bijaksana.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa jumlah pengikut di Instagram memiliki hubungan yang kuat dan positif dengan tingkat kepercayaan diri mahasiswa IPB University. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji korelasi Spearman dengan nilai sebesar 0.704, yang berarti semakin banyak pengikut yang dimiliki mahasiswa, semakin tinggi pula rasa percaya diri yang mereka rasakan. Temuan ini menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media berbagi konten, tetapi juga berperan dalam proses pembentukan penilaian diri mahasiswa di era digital.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa diharapkan dapat menggunakan media sosial secara lebih bijak dan tidak menjadikan jumlah pengikut sebagai satu-satunya ukuran nilai diri.
2. Pihak perguruan tinggi disarankan untuk memperkuat program literasi digital dan kesehatan mental guna membantu mahasiswa membangun kepercayaan diri yang lebih sehat.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji variabel lain, seperti intensitas penggunaan media sosial atau bentuk interaksi digital, agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

5. DAFTAR PUSTAKA

- American Psychological Association. (2020). *Publication manual of the American Psychological Association* (7th ed.). <https://doi.org/10.1037/0000165-000>
- Evelin, A., & Adishesa, A. (2022). Hubungan intensitas penggunaan Instagram dengan *self-esteem* pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 18(2), 145-156.
- Nuraini, M. (2024). Pola penggunaan media sosial untuk pembelajaran mandiri mahasiswa. *Jurnal Teknologi Informasi*, 5(1), 44-53.
- Setiawan, R., Sofiah, S., & Muslikah, M. (2025). Penggunaan filter Instagram, citra tubuh, dan harga diri mahasiswa perempuan. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(1), 23-34.
- Siregar, R., & Rahmawati, A. (2025). Pengaruh media sosial terhadap gaya komunikasi mahasiswa. *Jurnal Publish*, 7(1), 12-22. <https://centralpublisher.co.id/jurnalcentralpublisher/index.php/Publish/article/view/529>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syamsu, R., Lukman, H., & Nurdin, A. (2023). Pengaruh umpan balik positif di media sosial terhadap *self-esteem* mahasiswa Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Psikologi Sosial*, 11(3), 201-210.
- We Are Social & Meltwater. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>