

**PENGARUH JUMLAH FOLLOWERS INSTAGRAM TERHADAP
TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI MAHASISWA JURUSAN ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS HALU OLEO KOTA KENDARI**
**THE INFLUENCE OF THE NUMBER OF INSTAGRAM FOLLOWERS ON THE LEVEL
OF SELF-CONFIDENCE OF STUDENTS MAJORING IN COMMUNICATION
SCIENCE, HALU OLEO UNIVERSITY, KENDARI CITY.**

Aqilah Aliefia Syahrani¹, Syamsuddin Aziz², Muhammad Farid³, Sultan Sahrir⁴

Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia. 1aqilahaliefia93@gmail.com

Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia. 2syamsuddinaziz@unhas.ac.id;

3fariedemsil@yahoo.com; 4sultansahrir23456@gmail.com.

ABSTRACT

The main focus of this study is to explore the influence of the number of Instagram followers in relation to the level of self-confidence of students majoring in Communication Science, Halu Oleo University, Kendari City. With the increasing development of social media, the number of followers is often considered an indicator of popularity that can influence a person's self-confidence. This study applies a quantitative method with an explanatory approach. Data were obtained by distributing questionnaires to 119 respondents selected using a simple random sampling technique. Data analysis was carried out through validity and reliability tests, classical assumption tests, simple linear regression analysis, as well as t-tests and R-tests. The results showed that the number of Instagram followers has a positive and significant effect on students' self-confidence. The resulting regression equation is $Y = 8.061 + 0.748X$, with an R-value of 0.702, indicating a strong correlation between the two variables. The R-squared value of 49.2% indicates that almost half of the variation in students' self-confidence can be explained by the number of Instagram followers, while the rest is influenced by factors outside this research variable. In other words, the more Instagram followers a student has, the higher their self-confidence, both in the digital space and in face-to-face interactions.

Keywords: Instagram Followers; Self-Confidence; Social Media

ABSTRAK

Fokus utama penelitian ini adalah menelusuri pengaruh jumlah followers Instagram dalam kaitannya dengan tingkat kepercayaan diri mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Halu Oleo Kota Kendari. Dengan semakin berkembangnya media sosial, jumlah followers sering dianggap sebagai indikator popularitas yang dapat memengaruhi kepercayaan diri seseorang. Metode kuantitatif diterapkan dengan pendekatan eksplanatori. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 119 responden terpilih menggunakan teknik simple random sampling. Analisis data dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, serta uji t dan uji R. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah pengikut Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan diri mahasiswa. Persamaan regresi yang dihasilkan ialah $Y = 8,061 + 0,748X$, dengan nilai R sebesar 0,702, yang menunjukkan korelasi yang kuat antara kedua variabel. Nilai R kuadrat sebesar 49,2% menunjukkan bahwa hampir separuh variasi kepercayaan diri mahasiswa dapat dijelaskan oleh jumlah pengikut Instagram, sedangkan sisanya bergantung pada faktor diluar penelitian ini. Dengan kata lain, semakin banyak pengikut Instagram yang dimiliki mahasiswa, semakin tinggi pula kepercayaan dirinya, baik di ruang digital maupun dalam interaksi tatap muka.

Kata Kunci : Followers Instagram; Kepercayaan Diri; Media Sosial

PENDAHULUAN

Di era kemajuan teknologi digital, media sosial ialah bagian penting dalam aktivitas sehari-hari, utamanya di kalangan Milenial dan gen Z. Media seperti Instagram, Facebook dan TikTok kini bukan sekedar sarana komunikasi, tetapi telah menjadi ruang bagi pengguna untuk mengekspresikan diri, berbagi momen dan memperluas jejaring sosial. Perkembangan ini telah mengubah pola interaksi dan komunikasi masyarakat secara signifikan yang berdampak pada berbagai aspek kehidupan, termasuk kehidupan psikologis, sosial dan profesional. Instagram adalah platform yang sangat diminati, total satu miliar lebih menggunakannya secara aktif di seluruh dunia. Di Indonesia, Instagram ialah bagian dari platform media yang populer digunakan, terutama di kalangan mahasiswa. Data laporan We Are Social dan Hootsuite tahun 2020, sekitar 79 persen pengguna internet Indonesia aktif menggunakan platform ini. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa Instagram bukan sekedar media hiburan, melainkan juga alat penting bagi mahasiswa untuk membangun citra dan identitas mereka. (Tahani & Sevilla, 2024).

Instagram tidak hanya terbatas pada berbagi konten visual seperti foto dan video, tetapi juga memiliki dampak psikologis dan sosial yang signifikan. Penelitian-penelitian telah menunjukkan bahwa penggunaan Instagram dapat mempengaruhi kepercayaan diri, eksistensi diri, dan bahkan perilaku narsisisme penggunanya. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh (Purnamasari & Agustin, 2019) di Kota Prabumulih analisis data memperlihatkan adanya keterkaitan sikap narsis pada citra diri remaja putri pengguna Instagram. Hal tersebut menjelaskan bahwa penggunaan Instagram dapat mempengaruhi persepsi diri dan perilaku penggunanya. Salah satu fitur utama Instagram yang mempengaruhi penggunanya adalah jumlah followers. Followers dianggap sebagai indikator popularitas dan eksistensi seseorang di media sosial. Penelitian oleh (Wibisono, 2020) di FISIP Unila menemukan bahwa jumlah followers yang tinggi memiliki potensi untuk meningkatkan kepercayaan diri dan memperkuat kehadiran individu di lingkungan sosial para remaja. Hal ini karena followers menjadi bentuk pengakuan sosial yang penting bagi pengguna Instagram.

Rasa percaya diri merupakan komponen psikologis yang memainkan peran krusial dalam kehidupan seseorang. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa aktivitas media sosial dapat memengaruhi kepercayaan diri pengguna. Sebagai contoh, penelitian oleh (Ramadhan et al., 2022) di UIN Malang menemukan bahwa tidak ada hasil yang menunjukkan hubungan signifikan antara intensitas penggunaan Instagram dan kepercayaan diri mahasiswa baru.

Namun, penelitian lain oleh (Fadzilah et al., 2023) di SMK Telkom Jakarta menemukan intensitas penggunaan Instagram berpengaruh positif terhadap eksistensi diri siswa.

Mahasiswa komunikasi termasuk di antara pengguna media sosial paling aktif, terutama di Instagram. Platform ini tidak sebatas berfungsi untuk berkomunikasi dan berbagi pengalaman, melainkan juga untuk memperluas jaringan profesional dan membangun citra diri. Penelitian oleh (Cania & Heryani, 2020) di SMK Plus Pelita Nusantara menemukan bahwa Instagram dapat meningkatkan minat berwirausaha siswa melalui promosi dan penjualan online. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki potensi besar dalam mempengaruhi perilaku dan minat mahasiswa.

Di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi, jumlah pengikut di Instagram dapat menjadi faktor penting dalam membangun rasa percaya diri. Individu dengan banyak pengikut umumnya merasa lebih percaya diri saat berkomunikasi dan membangun hubungan dengan orang lain. Hal ini karena followers dianggap sebagai bentuk pengakuan sosial yang penting bagi pengguna Instagram. Penelitian oleh (Wibisono, 2020) menemukan bahwa jumlah followers yang tinggi memiliki potensi untuk memperkuat kepercayaan diri dan menekankan kehadiran kaum muda di lingkungan sosialnya. Kepercayaan diri dan eksistensi diri merupakan dua konsep yang saling terkait dalam konteks penggunaan media sosial. Kepercayaan diri seseorang dapat memengaruhi kemampuannya untuk mengekspresikan diri dan berinteraksi dengan orang lain, sementara eksistensi diri merupakan hasil dari pengakuan sosial yang diperoleh melalui media sosial. Penelitian oleh (Purnamasari & Agustin, 2019) menemukan bahwa citra diri yang tinggi dapat mendorong munculnya kecenderungan narsisisme pada remaja putri yang aktif menggunakan Instagram. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan Instagram dapat mempengaruhi persepsi diri dan perilaku penggunanya.

Di Universitas Halu Oleo Kendari, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi merupakan salah satu kelompok yang sangat aktif dalam menggunakan Instagram. Mereka menggunakan Instagram untuk berbagai keperluan, termasuk berkomunikasi, berbagi pengalaman, dan membangun jaringan profesional. Penelitian-penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa penggunaan Instagram dapat mempengaruhi kepercayaan diri dan eksistensi diri penggunanya. Oleh sebab itu, alasan utama penelitian ini dilakukan untuk mengukur sejauh mana jumlah followers Instagram mempengaruhi tingkat kepercayaan diri mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Halu Oleo Kendari. Jumlah followers Instagram dapat menjadi faktor penting yang mempengaruhi kepercayaan diri mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi. Followers dianggap sebagai bentuk pengakuan sosial yang penting bagi pengguna Instagram. Penelitian oleh (Wibisono, 2020) menemukan bahwa jumlah followers yang tinggi mampu

meningkatkan kepercayaan diri sekaligus dan memperkuat posisi sosial remaja di lingkungannya. Hal ini karena followers menjadi bentuk pengakuan sosial yang penting bagi pengguna Instagram.

Kepercayaan diri berperan signifikan dalam mempengaruhi perilaku sosial seseorang di media sosial. Sejumlah penelitian telah menunjukkan bahwa kepercayaan diri seseorang memainkan peran penting dalam kemampuan mereka untuk mengekspresikan diri dan berinteraksi secara sosial. Sebagai contoh, penelitian oleh (Ramadhan et al., 2022) di UIN Malang menemukan bahwa tidak adanya korelasi pada intensitas penggunaan Instagram terhadap kepercayaan diri mahasiswa tahun pertama. Namun, penelitian lain oleh (Fadzilah et al., 2023) di SMK Telkom Jakarta menemukan bahwa intens

Penelitian ini penting dilakukan karena penggunaan media sosial, khususnya Instagram, ialah bagian tak terpisahkan dari rutinitas mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi. Dengan jumlah followers yang sering dijadikan tolok ukur popularitas dan eksistensi, perlu diteliti lebih lanjut apakah jumlah followers benar-benar memiliki pengaruh terhadap tingkat kepercayaan diri mahasiswa. Hal ini penting mengingat kepercayaan diri memiliki dampak besar dalam kehidupan akademik, sosial, dan profesional mahasiswa. Tidak hanya itu, hasil penelitian ini dapat menjadi informasi baru bagi mahasiswa dalam memahami bagaimana penggunaan media sosial dapat memengaruhi psikologi mereka serta memberikan saran bagi mereka dalam mengelola interaksi digital dengan lebih sehat dan bijak. Adapun rumusan masalahnya yaitu Bagaimana pengaruh jumlah followers Instagram terhadap tingkat kepercayaan diri mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Halu Oleo Kendari?

METODE

Pendekatan eksplanatori ialah bagian dari metode kuantitatif yang diterapkan dalam penelitian ini (Berlianti et al., 2024) untuk mengkaji pengaruh jumlah followers Instagram terhadap tingkat kepercayaan diri mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Halu Oleo Kendari. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur hipotesis kausalitas antara variabel jumlah followers Instagram (variabel independen) dengan tingkat kepercayaan diri mahasiswa (variabel dependen). Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran dan analisis statistik yang objektif, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan direplikasi. Populasi penelitian ini mencakup seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Halu Oleo Kendari. Sebanyak 119 adalah total sampel responden menggunakan teknik simple random sampling (Indrawan & Jalilah, 2021). Waktu pelaksanaan dilakukan mulai dari November 2024 hingga Januari 2025.

Data dilakukan diperoleh melalui kuesioner online yang mengukur tingkat kepercayaan diri mahasiswa dan jumlah followers Instagram mereka. Instrumen kuesioner dalam penelitian ini memanfaatkan skala Likert untuk mengukur tingkat kepercayaan diri responden, sementara jumlah followers diambil langsung dari profil Instagram masing-masing responden. Validitas dan reliabilitas instrumen diuji melalui teknik content validity dan Cronbach's alpha, dengan nilai alpha minimal 0.70 untuk dianggap reliabel. Data penelitian dianalisis menggunakan metode regresi sederhana guna mengetahui pengaruh jumlah followers terhadap kepercayaan diri. Selain itu, pengujian signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel dependen dilakukan melalui uji t, sementara uji R diterapkan untuk menguji seberapa besar variabilitas kepercayaan diri yang dapat dijelaskan oleh jumlah followers. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik meliputi normalitas, multikolinearitas, serta heteroskedastisitas diuji untuk meyakinkan validitas serta kelayakan model regresi secara statistik. (Syahrizal & Jailani, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Tabel 1. Deskripsi Responden

Kategori	Variabel	Frekuensi	(%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	42	35.3
	Perempuan	77	64.7
Usia	<20 tahun	31	26.1
	20-22 tahun	76	63.9
	23-25 tahun	12	10.1
Semester	Semester 1-3	19	16.0
	Semester 4-6	48	40.3
	Semester 7-8	49	41.2
	Semester di atas 8	3	2.5
Jumlah Followers Instagram	<500	54	45.4
	500-1000	31	26.1
	1001-5000	33	27.7
	>5000	1	0.8
Frekuensi Penggunaan Instagram per Hari	<1 jam	42	35.3
	1-3 jam	50	42.0
	3-5 jam	16	13.4
	>5 jam	11	9.2

Sumber: Data diolah di SPSS 25 tahun 2025

Tabel tersebut, presentase responden berjenis kelamin perempuan sebanyak (64,7%) yang berada pada kelompok usia 20-22 tahun (63,9%). Sebagian besar mahasiswa berada di semester 4-6 (40,3%) dan 7-8 (41,2%), menunjukkan bahwa responden umumnya telah memiliki pengalaman yang cukup dalam penggunaan media sosial, khususnya Instagram. Dari segi jumlah pengikut (*followers*), mayoritas mahasiswa memiliki kurang dari 500 pengikut (45,4%), sedangkan hanya 0,8% yang memiliki lebih dari 5000 pengikut. Selain itu, dalam hal

frekuensi penggunaan Instagram, sebagian besar responden mengakses platform ini selama 1-3 jam per hari (42,0%), diikuti oleh mereka yang menggunakannya kurang dari 1 jam (35,3%). Data ini memberikan gambaran bahwa kebanyakan mahasiswa memiliki jumlah pengikut yang relatif rendah dan menggunakan Instagram dengan durasi yang cukup terkendali, sehingga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan diri mereka. Hal ini selaras dengan asumsi bahwa semakin banyak *followers*, seseorang cenderung merasa lebih percaya diri karena mendapatkan lebih banyak interaksi sosial serta validasi dari orang lain di platform media sosial.

Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Ket
Jumlah Followers Instagram (X)	X1	0,193	0,1786	Valid
	X2	0,373	0,1786	Valid
	X3	0,45	0,1786	Valid
	X4	0,209	0,1786	Valid
	X5	0,283	0,1786	Valid
	X6	0,192	0,1786	Valid
	X7	0,191	0,1786	Valid
	X8	0,448	0,1786	Valid
	X9	0,441	0,1786	Valid
	X10	0,199	0,1786	Valid
	X11	0,198	0,1786	Valid
	Total	1	0,1786	Valid
Tingkat Kepercayaan Diri Mahasiswa (Y)	Y1	549	0,1786	Valid
	Y2	705	0,1786	Valid
	Y3	574	0,1786	Valid
	Y4	807	0,1786	Valid
	Y5	675	0,1786	Valid
	Y6	704	0,1786	Valid
	Y7	731	0,1786	Valid
	Y8	821	0,1786	Valid
	Y9	838	0,1786	Valid
	Y10	802	0,1786	Valid
	Y11	559	0,1786	Valid
	Total	1	0,1786	Valid

Sumber: Data diolah di SPSS 25 tahun 2025

Uji validitas pada tabel tersebut menunjukkan seluruh item pada variabel jumlah followers Instagram (X) dan tingkat kepercayaan diri mahasiswa (Y) memiliki nilai *r-hitung* yang lebih besar dari *r-tabel* (0,1786). Dengan demikian, seluruh item dinyatakan valid. Hasil ini menjelaskan bahwa instrumen yang digunakan mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten. Oleh karena itu, data yang diperoleh dapat diandalkan untuk menganalisis hubungan antara jumlah followers Instagram dan tingkat kepercayaan diri mahasiswa dengan lebih valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Pertanyaan
Jumlah Followers Instagram (X)	881	11
Tingkat Kepercayaan Diri Mahasiswa (Y)	898	11

Sumber: Data diolah di SPSS 25 tahun 2025

Pengujian realibilitas pada tabel memperlihatkan nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh yakni 0,881 untuk variabel jumlah followers Instagram (X) dan 0,898 untuk variabel tingkat kepercayaan diri mahasiswa (Y). Nilai tersebut melebihi standar minimal realibilitas 0,7, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Artinya, kuesioner yang digunakan memiliki konsistensi internal yang tinggi dalam mengukur variabel penelitian secara stabil serta dapat dipercaya untuk analisis lebih lanjut. Dengan demikian, data yang diperoleh dapat dipercaya untuk dianalisis lebih lanjut guna memahami hubungan antara jumlah followers Instagram dan tingkat kepercayaan diri mahasiswa.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 4. Tabel Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Statistik	Nilai
N	119
Mean	39.01
Std. Deviation	7.555
Test Statistic	0.067
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.200

Sumber: Data diolah di SPSS 25 tahun 2025

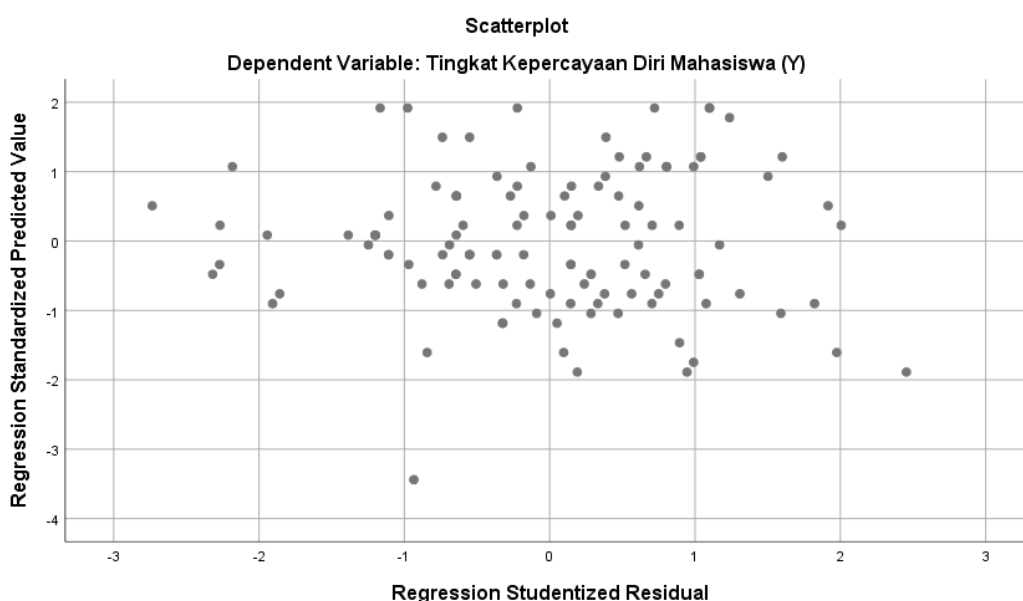
Pengujian normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) ialah 0,200. Nilai ini melebihi batas signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data mengenai tingkat kepercayaan diri mahasiswa mengikuti distribusi normal. Sehingga, asumsi normalitas telah terpenuhi dan metode analisis statistik parametrik dapat diterapkan dengan tepat untuk menguji hubungan antara jumlah pengikut Instagram dan tingkat kepercayaan diri mahasiswa.

Tabel 5. Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Jumlah Followers Instagram (X)	1.000	1.000

Sumber: Data diolah di SPSS 25 tahun 2025

Hasil pengujian multikolinearitas memperoleh nilai *Tolerance* sebesar 1.000 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1.000. Karena angka toleransi berada di atas 0,1 dan VIF berada di bawah 10, maka dinyatakan jika model regresi tidak mengalami masalah multikolinearitas.. Dengan demikian, variabel independen dalam penelitian ini, yaitu jumlah pengikut Instagram, tidak menunjukkan adanya korelasi linear yang kuat dengan variabel lain, sehingga model regresi yang digunakan dapat diinterpretasikan secara akurat dan andal.



Sumber: SPSS 25 tahun 2025

Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan scatterplot hasil analisis regresi penelitian ini, titik-titik data terlihat menyebar secara acak tanpa membentuk pola khusus. Hal tersebut menjelaskan bahwa asumsi homoskedastisitas terpenuhi, sehingga varians residual konstan pada setiap level variabel independen. Berdasarkan asumsi ini, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dianggap sebagai metode yang valid dan tepat untuk menganalisis hubungan antara jumlah pengikut Instagram dan kepercayaan diri mahasiswa.

Uji Hipotesis

Tabel 6. Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel	B	Std. Error
(Konstanta)	8.061	2.946
Jumlah Followers Instagram (X)	0.748	0.070

Sumber: Data diolah di SPSS 25 tahun 2025

Berdasarkan analisis regresi linear sederhana yang dilakukan menghasilkan persamaan regresi $Y = 8.061 + 0.748X$. Koefisien regresi yakni 0.748 mengindikasikan jika setiap peningkatan satu satuan pada jumlah followers Instagram berpengaruh terhadap peningkatan tingkat kepercayaan diri mahasiswa sebesar 0.748 satuan. Dengan demikian, jumlah followers Instagram memiliki hubungan positif dengan tingkat kepercayaan diri mahasiswa, di mana semakin banyak jumlah followers, semakin tinggi tingkat kepercayaan diri yang dimiliki.

Tabel 7. Uji-t

Variabel	t	Sig.
Konstanta	2.736	0.007
Jumlah Followers Instagram (X)	10.655	0.000

Sumber: Data diolah di SPSS 25 tahun 2025

Hasil uji-t, nilai t hitung adalah 10,655 dan tingkat signifikansi 0,000. Sebab tingkat signifikansi ini di bawah 0,05, maka disimpulkan bahwa jumlah pengikut Instagram berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri siswa. Dengan kata lain, semakin banyak jumlah pengikut, semakin tinggi pula kepercayaan diri siswa.

Tabel 8. Uji-R

Model	R	R-Square	Adjusted R-Square
1	0.702	0.492	0.488

Sumber: Data diolah di SPSS 25 tahun 2025

Hasil pengujian pada tabel tersebut memperoleh nilai R sebesar 0,702, yang mengindikasikan adanya korelasi kuat antara jumlah followers Instagram dan kepercayaan diri mahasiswa. Nilai R-Square sebesar 0,492 berarti 49,2% variabilitas kepercayaan diri mahasiswa dapat dijelaskan oleh jumlah followers Instagram, sementara 50,8% sisanya disebabkan oleh variabel lain yang tidak menjadi bagian dari kajian ini.

Analisis regresi linier sederhana menunjukkan adanya korelasi signifikan antara jumlah pengikut Instagram (X) dan kepercayaan diri siswa (Y). Koefisien regresi dengan nilai 0,748 menandakan bahwa setiap kenaikan satu unit jumlah pengikut Instagram berpotensi meningkatkan kepercayaan diri siswa yakni 0,748 unit. Lebih lanjut, dengan nilai t hitung 10,655 dan signifikansi 0,000 dari uji t, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara dua variabel tersebut signifikan secara statistik. Semakin banyak pengikut yang dimiliki siswa di Instagram, semakin percaya diri mereka ketika berinteraksi sosial dan menyampaikan ekspresi diri.

Hasil uji R menandakan bahwa nilai R yakni 0,702, menjelaskan adanya korelasi yang kuat pada jumlah followers Instagram dengan tingkat kepercayaan diri mahasiswa. Angka R Square sebesar 0.492 menjelaskan bahwa sebanyak 49.2% variasi dalam tingkat kepercayaan diri mahasiswa dapat dijelaskan oleh jumlah followers Instagram, sedangkan 50,8%

disebabkan oleh variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini. Temuan dari hasil penelitian terdahulu (Febriana, 2024), menjelaskan bahwa *body image* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri perempuan pengguna media sosial Instagram, dengan kontribusi sebesar 12% terhadap variabel kepercayaan diri di medsos Instagram. Artinya, semakin tinggi kepercayaan diri mereka di medsos Instagram.

Penelitian oleh (Sa'adah & Mahmud, 2019) juga menunjukkan jika penggunaan Instagram, efikasi diri, dan motivasi berwirausaha memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Temuan ini memperlihatkan memperlihatkan penggunaan Instagram dapat meningkatkan motivasi berwirausaha, yang selanjutnya berkontribusi pada peningkatan minat berwirausaha. Dengan demikian, baik hasil analisis regresi dalam penelitian maupun literatur review yang ditinjau menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari penggunaan Instagram, *body image*, efikasi diri, motivasi berwirausaha, dan minat berwirausaha. Kepercayaan diri tersebut kemudian berperan dalam membentuk motivasi dan minat berwirausaha kalangan mahasiswa.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara jumlah followers Instagram dan tingkat kepercayaan diri mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Halu Oleo Kota Kendari. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa setiap peningkatan jumlah followers Instagram berkontribusi pada peningkatan tingkat kepercayaan diri mahasiswa sebesar 0.748 satuan. Uji t memberikan nilai signifikansi 0.000, yang berarti bahwa jumlah followers Instagram memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan diri mahasiswa. Selain itu, nilai R yakni 0.702 menjelaskan adanya korelasi yang kuat antara dua variabel, dengan nilai R Square sebesar 49.2%, yang mengindikasikan bahwa jumlah followers Instagram menjelaskan hampir setengah dari variabilitas tingkat kepercayaan diri mahasiswa. Sisanya, 50.8%, bergantung pada faktor-faktor di luar fokus penelitian ini. Secara keseluruhan, temuan ini menyatakan bahwa banyaknya jumlah followers yang dimiliki mahasiswa, maka berpotensi meningkatkan kepercayaan diri mereka, baik dalam berinteraksi di media sosial dan kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizqi, S., Mayasari, M., & Nurkinan, N. (2024). Pengelolaan Konten Media Sosial pada Akun Instagram@ indozone. id Dalam Upaya Meningkatkan Followers Instagram. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(2), 488–494.
- Berlianti, D. F., Abid, A. Al, & Ruby, A. C. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah untuk Analisis Data. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 1861–1864.

- Cania, N., & Heryani, R. D. (2020). Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Peserta Didik Di Smk Plus Pelita Nusantara. *Research and Development Journal of Education*, 1(1), 91. <https://doi.org/10.30998/rdje.v1i1.7562>
- Fadzilah, I. N., Nurul Bahriyah, E., Maharul, R., & Faaroek, S. A. (2023). Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Eksistensi Diri Pada Siswa-Siswi Smk Telkom Jakarta. *Jurnal CommLine*, 08(02), 110.
- Febriana, S. R. (2024). Pengaruh Body Image terhadap Kepercayaan Diri pada Mahasiswa. *Indonesian Journal of Business Innovation*, 1(1), 369–381. <https://doi.org/10.24246/jwp.v2i1.13733>
- Ghufron, M. N., & Risnawati, R. (2017). Teori-teori psikologi cetakan III. In *Yogyakarta: Ar-ruzz media*.
- Indrawan, D., & Jalilah, S. R. (2021). Metode Kombinasi/Campuran Bentuk Integrasi Dalam Penelitian. *Jurnal Studi Guru Dan Pembelajaran*, 4(3), 735–739. <https://doi.org/10.30605/jsdp.4.3.2021.1452>
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V., Miquel, S., Bigné, E., & Cámara, D. (2000). Introducción al marketing. In *USA: Pearson Prentice Hall*.
- Purnamasari, A., & Agustin, V. (2019). Hubungan Citra Diri Dengan Perilaku Narsisisme Pada Remaja Putri Pengguna Instagram Di Kota Prabumulih. *Psibernetika*, 11(2), 115–132. <https://doi.org/10.30813/psibernetika.v11i2.1438>
- Rahayuningdyah, E. (2016). Upaya Meningkatkan Kepercayaan Diri Melalui Layanan Konseling Kelompok Pada Siswa Kelas VIII D Di SMP Negeri 3 Ngrambe. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 1(2), 1–11.
- Ramadhan, P. C., Rosdiana, A. M., & Karima, B. A. (2022). Apakah Intensitas Penggunaan Instagram Berhubungan Dengan Kepercayaan Diri: Analisis Korelasi Pada Mahasiswa Baru. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 4(2), 175–185. <https://doi.org/10.33024/jpm.v4i2.6925>
- Sa'adah, L., & Mahmud, A. (2019). Pengaruh Penggunaan Instagram Dan Efikasi Diri Melalui Motivasi Berwirausaha Terhadap Intensi Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*, 8(1), 18–32.
- Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 13–23. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.49>
- Tahani, D. H., & Sevilla, V. (2024). Pengaruh Pemanfaatan Akun Instagram @ menjadimanusia . id Terhadap Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers. *GLOBAL KOMUNIKA*, 7(2), 1–16.
- Wibisono, D. (2020). PENGARUH PENGGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP EKSISTENSI DIRI REMAJA (Studi Pada Mahasiswa di Lingkungan FISIP UNILA). *SOSIOLOGI: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial Dan Budaya*, 22(2), 145–164. <https://doi.org/10.23960/sosiologi.v22i2.65>