
BUANA KOMUNIKASI

Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi
<http://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/buanakomunikasi>

DAMPAK MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPERCAYAAN DIRI ANAK REMAJA

Adristi Naura Syifa¹

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pelita Harapan
adristinaura@yahoo.com

Irwansyah²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia
irwansyah@ui.ac.id

Abstract

Social media makes it easier for individuals to connect with other individuals and be able to reach the world more broadly. One of the social media that attracts attention is Instagram. In recent years, social media has become one of the most popular social media for teenagers to take content (photos or videos). Instagram, which is a digital album for its users, is often used by teenagers to post content that can increase their self-confidence. This article aims to examine how far the impact of Instagram social media can increase adolescent self-confidence. This study uses a qualitative approach with the case study method, and uses data collection techniques, in-depth interviews and documentation studies. Interviews were conducted with 3 adolescent Instagram social media users as the main informants, and the supporting informants were experts, namely psychologists. Documentation studies were conducted by looking at relevant literature regarding the phenomenon of Instagram use by adolescents. The results of the study show that teenagers' self-confidence from the existence of Instagram social media is shown by how many of their posts receive likes. An interesting finding is that teenagers often make selfies an activity that can increase or decrease their self-confidence..

Keywords: *Instagram, Self Confidence, Social media, Selfie*

Abstrak

Media sosial menjadikan individu semakin mudah terkoneksi dengan individu lainnya dan mampu menjangkau dunia secara lebih luas. Salah satu media sosial yang menarik perhatian adalah Instagram. Beberapa tahun terakhir media sosial menjadi salah satu media sosial yang paling populer bagi remaja dalam melakukan aktivitas mengambil sebuah konten (foto atau video). Instagram yang menjadi album digital penggunanya seringkali digunakan remaja untuk memposting konten yang dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka. Artikel ini bertujuan untuk menelaah sejauhmana dampak media sosial Instagram dapat meningkatkan kepercayaan diri remaja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, dan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada remaja pengguna media sosial Instagram sejumlah 3 orang sebagai informan utama, dan informan pendukung merupakan pihak ekspert yaitu Psikolog. Studi dokumentasi dilakukan dengan melihat literatur yang relevan mengenai fenomena penggunaan Instagram oleh remaja. Hasil penelitian menunjukkan sikap kepercayaan diri remaja dari adanya media sosial Instagram ditunjukkan dari seberapa banyak postingan mereka menerima *like*. Temuan menarik adalah remaja seringkali menjadikan selfie sebagai aktivitas yang dapat meningkatkan dan menurunkan kepercayaan diri mereka.

Kata kunci: *Instagram, Kepercayaan Diri, Media sosial, Selfie*

**BUANA
KOMUNIKASI**

Jurnal Penelitian & Studi
Ilmu Komunikasi
Volume 03
Nomor 02
Halaman 102-116
Bandung, Desember 2022

p-ISSN : 2774-2342
e-ISSN : 2774-2202

Tanggal Masuk :
17 Desember 2022
Tanggal Revisi :
19 Desember 2022
Tanggal Diterima :
22 Desember 2022

PENDAHULUAN

Popularitas platform media sosial telah meningkat pesat selama dua dekade terakhir. Kelompok target tertentu dari platform media sosial adalah remaja dan dewasa muda berusia antara 15 hingga 35 tahun. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) baru-baru ini merilis laporan Profil Pengguna Internet 2022, dimana mengungkapkan penetrasi internet Indonesia mencapai 77,02% pada tahun 2021-2022. Berdasarkan usia, penetrasi internet tertinggi berada di kelompok usia 13-18 tahun. Hampir seluruhnya (99,16%) kelompok usia tersebut terhubung ke internet. Selanjutnya, kelompok usia 19-34 tahun memiliki penetrasi internet sebesar 98,64%. Kelompok 35-54 tahun lalu memiliki penetrasi internet sebesar 87,3%.

Media sosial tidak secara eksklusif digunakan untuk bertemu teman baru, tetapi seringkali digunakan bagi remaja berinteraksi dengan teman-teman yang ada. Penelitian Talawar & Kumar (2020) menunjukkan proses komunikasi yang dilakukan di media sosial, menjadikan remaja merasa memiliki hubungan perasaan berdasarkan perolehan informasi tentang apa yang terjadi di kehidupan teman melalui penggunaan media sosial, sehingga menunjukkan remaja memiliki kesempatan untuk menunjukkan kelegaan emosional dan integrasi sosial pada platform media sosial. Manfaat dukungan sosial yang dirasakan oleh remaja melalui situs media sosial dengan meningkatkan dukungan emosional, pengungkapan diri, mengurangi kecemasan sosial dan rasa memiliki.

Penggunaan situs media sosial tidak hanya menyediakan cara baru untuk tetap terhubung teman dan keluarga, mencari teman baru, dan berbagi serta bertukar ide, gambar, dan informasi, itu juga menciptakan jalan bagi remaja untuk mengeksplorasi diri mereka (Faizal et al., 2022). Penggunaan platform media sosial yang cukup populer adalah Instagram. Instagram menjadi salah satu platform media sosial terbesar di dunia pada saat ini. Menurut data We Are Social, pengguna aktif bulanan Instagram di seluruh dunia mencapai 1,45 miliar orang pada April 2022. Indonesia memiliki 99,9 juta pengguna aktif bulanan Instagram pada April 2022. Jumlah itu merupakan yang terbesar keempat di dunia, di bawah India, Amerika Serikat, dan Brasil.

Platform Instagram memungkinkan pengguna membuat profil, memposting gambar dan memperbarui atau berkomunikasi dengan pengguna platform lain tentang apa yang mereka lakukan, dengan dengan siapa mereka atau bagaimana perasaan mereka. Jelas, platform media sosial memiliki nilai yang besar membangun dan menjaga kontak dengan orang lain melalui Internet. Tapi selain menjaga kontak, platform media sosial sedang banyak dikritik karena efek buruk penggunaannya terhadap orang-orang kesehatan mental. Menurut Zurafa & Dewi (2021) diidentifikasi dampak media sosial misalnya timbulnya depresi, stres, kesepian, *cyberbullying* sebagai faktor yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi kesehatan mental pengguna media sosial. Terutama remaja dan dewasa muda yang terkena dampak buruk dari sosial penggunaan media pada kesehatan mental karena mereka menggunakan platform ini untuk waktu yang cukup lama dalam kehidupan sehari-hari mereka (Jiang & Ngien, 2020).

Masa remaja merupakan masa perkembangan yang unik dan merupakan peralihan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa. Masa remaja adalah masa rekonstruksi yang ditandai dengan perubahan biologis, kognitif, sosial, dan emosional yang signifikan pada individu. Perubahan cara remaja berinteraksi sosial telah membuat interaksi tatap muka kurang menonjol dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi masa kini memungkinkan remaja untuk berinteraksi sosial dengan satu sama lain dengan menghubungkan melalui berbagai media sosial. Seiring penggunaan media sosial Instagram terus meningkat dan membentuk serta mengubah interaksi teman sebaya antara remaja. Platform media sosial Instagram

memberi remaja berbagai peluang untuk terlibat dalam kreativitas individu dan kolektif, mengekspresikan ide secara kreatif melalui gambar dan video (Faizal et al., 2022).

Dampak media sosial Instagram pada remaja telah dimulai terlihat pada hubungan antara sosial dalam penggunaan media berkenaan dengan aspek psikologis (Adilah et al., 2018). Kepercayaan diri remaja dipengaruhi dan dipengaruhi oleh teman sebaya dan mereka mencari persetujuan mereka dengan berbagai cara.

Salah satu konsep khusus yang mempengaruhi kesehatan mental pengguna media sosial, disebutkan dalam berbagai penelitian, adalah menyebabkan timbulnya sikap percaya diri. Kepercayaan diri dikembangkan berdasarkan pengalaman masa lalu orang yang membuatnya relatif stabil dalam diri seseorang. Namun, emosi yang dialami sesaat juga dapat memengaruhi tingkat kepercayaan diri orang saat ini (Hasan & Tiwari, 2018). Selain itu, penelitian yang menilai kepercayaan diri dalam konteks kesehatan mental dan media sosial sekaligus menjadi titik waktu bersifat *cross-sectional*, sehingga hanya memberikan wawasan pada tingkat antar orang (Ma, 2022). Adanya hubungan antara media sosial dan kepercayaan diri diukur dari kerentanan individu dengan mengacu pada studi terbaru menilai efek orang dalam orang tertentu.

Penggunaan media sosial telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, dengan salah satu aktivitas paling populer bagi kaum muda adalah mengambil, berbagi, dan menjelajahi foto diri digital, yang dikenal sebagai selfie. Namun, penelitian baru-baru ini mulai menyelidiki selfie, dan sedikit yang diketahui tentang praktik selfie pada remaja, atau hubungan antara praktik ini dengan kesejahteraan dan kepercayaan diri (Murray, 2020).

Penelitian ini akan menelaah dampak media sosial khususnya Instagram terhadap kepercayaan diri anak remaja. Adanya beragam fitur dan manfaat dari Instagram tidak hanya menjadi sarana untuk membangun jejaring sosial, sarana berkreativitas, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun keterampilan sikap salah satunya kepercayaan diri. Instagram hanyalah salah satu dari banyak platform sosial yang terbukti memiliki dampak psikologis salah satunya berkaitan dengan membangun sikap kepercayaan diri pada remaja sebagai bagian dari realitas kehidupan mereka. Instagram diketahui memiliki dampak yang sangat signifikan dimana remaja seringkali membuat mengonsumsi konten yang dinilai dapat meningkatkan sikap kepercayaan diri. Selain itu, pada penelitian ini akan ditelaah tentang bagaimana aktivitas di media sosial menjadi bagian dari aktivitas interaksionisme simbolik yang dapat berkontribusi pada proses pembentukan kepercayaan diri.

LITERATUR

Media Sosial

Istilah media sosial pertama kali digunakan pada tahun 1994 dan segera setelah itu, platform media sosial pertama dikembangkan dan diluncurkan (Madianou & Miller, 2013). Sejak saat itu, platform ini digunakan untuk berinteraksi dan terhubung dengan orang lain, namun, media sosial bergeser dari hanya berinteraksi dengan pengguna lain menjadi berbagi konten dengan mereka. Berbeda dengan Wolf et al., (2018) yang mendefinisikan media sosial sebagai media yang memungkinkan pembuatan dan visibilitas profil hubungan antar pengguna, menyediakan fungsionalitas untuk berbagi, hubungan, grup, percakapan, dan profil. Media sosial menjadi bagian dari seperangkat teknologi informasi dan komunikasi yang memudahkan aktivitas interaksi dan jaringan. Kaplan & Mazurek (2018) mengklasifikasikan platform media sosial berdasarkan fungsinya, yaitu (1) Blog dan situs mikroblog (mis. Twitter, Tumblr); (2) Situs jejaring sosial (misalnya Facebook, MySpace); (3) Komunitas konten (misalnya YouTube, Daily Motion, Pinterest, Instagram, Flickr, Vine); (4) Proyek kolaboratif (mis. Wikipedia); (5) Dunia permainan virtual (mis. World of Warcraft); dan (6) Dunia sosial virtual (misalnya Second Life, Farmville).

Media sosial tidak dapat terlepas perkembangan teknologi Web 2.0 yang memainkan peran penting dalam pengembangan dan adopsi media sosial. Menurut Marshall & Rahmat (2019) media sosial mengacu pada platform yang menggunakan internet dan memberikan pengaruh dalam membangun konektivitas jaringan yang luas. Dalam hal ini sosial media mengacu pada serangkaian teknologi dan ideologi yang memungkinkan dan mendorong pembuatan konten kaya media di internet. Dalam Web 2.0 berakar pada ideologi bersifat *open source*, di mana pengguna berkolaborasi secara bebas menggunakan alat secara gratis, dan berbagi pekerjaan dan informasi mereka satu sama lain. Sebagai sistem informasi, media sosial dibangun di atas seperangkat (tersedia) internet, teknologi komunikasi dan komputasi, serta seperangkat keyakinan ideologis tentang bagaimana informasi harus dibuat (Wolf et al., 2018).

Instagram

Instagram adalah platform media sosial, di mana pengguna dapat mengunggah dan berbagi foto dan video dari perangkat seluler mereka (Faizal et al., 2022). Setiap pengguna dapat mengakses Instagram dengan mengunduh aplikasi ke perangkat seluler mereka untuk melakukan aktivitas membentuk jejaring sosial sampai memposting konten tertentu baik foto maupun video. Instagram menjadi platform populer yang menjadikan pengguna untuk mengambil, mengunggah, dan mengedit foto dan video. Instagram juga memiliki jejaring sosial layanan di mana pengguna dapat membagikan konten kepada pengikut atau lingkaran orang, seperti atau komentar di postingan orang lain.

Instagram diluncurkan pada bulan Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, saat ini muncul bukan lagi hanya platform posting foto yang ditujukan pada remaja, tetapi dalam bisnis Instagram dianggap memiliki *branding* dapat menghasilkan keterlibatan pengikut yang tinggi. Pada Januari 2011, Instagram menambahkan penggunaan tagar untuk membantu pengguna menemukan foto dan satu sama lain. *Hashtag* bisa didefinisikan sebagai kata atau frase yang diawali dengan tanda hash atau pound (#) dan digunakan untuk mengidentifikasi pesan pada topik tertentu (Bashari & Fazl-Ersi, 2020). Pada Desember 2013, Instagram juga menambahkan Direct yang memungkinkan pengguna untuk kirim foto ke orang tertentu langsung dari aplikasi sebagai layanan perpesanan (Agustin & Ayu, 2021).

Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri menjadi salah satu konstruk yang sering diteliti dalam kaitannya dengan kesehatan mental yang kaitannya dengan psikologi klinis. Secara umum, kepercayaan diri mewakili sejauh mana seseorang memegang evaluasi diri positif atau negatif dan terkait dengan keyakinan tentang kemampuan atau keterampilan sendiri dan hubungan sosialnya (Adilah et al., 2018). Adanya perbedaan antara keinginan menjadi sukses di bidang-bidang penting dan kualitas kinerja yang dirasakan menunjukkan apakah kepercayaan diri tinggi atau rendah. Secara tidak langsung kepercayaan diri berbicara mengenai sikap positif atau negatif terhadap diri yang bertahan melintasi waktu dan situasi (Jan et al., 2017).

Pada remaja sebuah kepercayaan diri dinilai penting sebagai bagian dari menjalani proses pengembangan identitas selama suatu waktu, di mana umpan balik pada diri cenderung mempengaruhi kepercayaan diri. Valkenburg et al., (2021) mengemukakan bahwa dari sudut pandang perkembangan kognitif, muncul kemampuan kognitif di seluruh proses pengembangan memungkinkan individu untuk membangun generalisasi tingkat tinggi tentang diri dan untuk mengembangkan konsep nilai sebagai pribadi. Berbeda dengan Francis & Adams, (2019) yang lebih melihat aspek kepercayaan diri sebagai bagian dari konstruksi sosial dan mengaitkan pendapat orang lain sebagai yang berperan membentuk diri melalui interaksi sosial.

Pengalaman sosialisasi dimana seorang individu yang terlibat memiliki potensi untuk sangat mempengaruhi valensi atribut diri mengarah pada evaluasi positif dan negatif. Konsep kepercayaan diri dimana internalisasi pendapat orang lain yang signifikan bekerja untuk menginformasikan tingkat kepercayaan diri muncul (Hasan & Tiwari, 2018). Berbicara konstruksi diri sangat tinggi tergantung pada internalisasi pendapat orang lain, itu bisa berubah menjadi ciptaan dari diri palsu yang tidak otentik untuk pengalaman sejati seseorang. Kepercayaan diri menjadi bentuk penilaian terhadap keseluruhan pikiran dan perasaan tentang bagaimana seorang individu merujuk pada dirinya sendiri.

Selfie

Penting untuk memahami bagaimana budaya visual memengaruhi masyarakat, dimana budaya visual dapat digambarkan sebagai gambar di televisi, majalah, atau di perangkat seluler yang merasuki kehidupan kita sehari-hari. Perkembangan teknologi khususnya telah memainkan peran penting dalam membentuk budaya visual, karena situs jejaring sosial adalah gambar visual (Murray, 2020). Budaya visual terus-menerus membentuk kembali identitas pribadi dan hubungan individu dengan individu lainnya, sehingga dapat dianggap sebagai pertemuan transformasional, mengubah jalan masuk secara luas.

Selfie disebut sebagai objek jaringan digital, karena diambil dan diunggah media sosial dengan maksud untuk berjejaring dengan teman sebaya (Tiidenberg, 2018). Namun selfie tidak harus dibagikan ke situs jejaring media sosial, dimana seringkali sebuah gambar dapat disimpan untuk tujuan memori dan tidak diposting di media sosial untuk diperlihatkan kepada semua orang, meskipun itu masih selfie. Selfie yang diposting dinilai memiliki empat fungsi sosial utama, yaitu untuk menangkap ingatan, menjaga hubungan, mengekspresikan diri, dan secara visual berkomunikasi dengan pengguna lainnya.

Saat ini selfie menjadi sangat populer dan menjadi media baru untuk ekspresi diri. Melakukan selfie pada awalnya adalah kesenangan dan tanpa disadari menghabiskan waktu, namun lambat laun hal ini menjadi kebiasaan dan memicu kecanduan secara perlahan (Windarwati et al., 2021). Selfie dilakukan untuk mencairkan suasana dan merasa bahagia, sehingga bertujuan sebagai sarana menemukan daya tarik fisik individu, untuk mendapatkan penerimaan dan persetujuan sosial, serta untuk meningkatkan kepercayaan diri individu, dan untuk meningkatkan harga diri mereka.

Teori Interaksionisme Simbolik

Teori interaksionisme simbolik mengasumsikan bahwa orang menanggapi unsur-unsur lingkungannya sesuai dengan makna subyektif yang mereka lekatkan pada unsur-unsur tersebut, seperti makna yang diciptakan dan dimodifikasi melalui interaksi sosial yang melibatkan komunikasi simbolik dengan orang lain (Rasmussen, 2019). Interaksionisme simbolik adalah kerangka teoritis yang menggambarkan bagaimana masyarakat diciptakan dan dipelihara melalui tindakan individu yang berulang-ulang. Secara sederhana, orang-orang dalam masyarakat memahami dunia sosial mereka melalui komunikasi sebagai pertukaran makna melalui bahasa dan simbol.

Alih-alih membahas bagaimana institusi secara objektif mendefinisikan dan memengaruhi individu, interaksionisme simbolik memperhatikan sudut pandang subjektif individu ini dan bagaimana mereka memahami dunia dari perspektif mereka sendiri (Chen et al., 2020). Struktur objektif masyarakat kurang penting dalam pandangan interaksionis simbolik daripada bagaimana interaksi subyektif, berulang, dan bermakna antara individu menciptakan masyarakat. Dengan demikian, masyarakat dianggap terkonstruksi secara sosial melalui interpretasi manusia.

Menurut Chen et al., (2020) orang pertama yang menulis tentang prinsip-prinsip yang mendasari interaksionisme simbolik adalah George Herbert Mead (1934). Mead, seorang filsuf Amerika, berpendapat bahwa orang mengembangkan citra diri mereka melalui interaksi dengan orang lain. Secara khusus, Mead berkonsentrasi pada bahasa dan bentuk pembicaraan lain yang terjadi antar individu. Konsep diri menjadi bagian dari kepribadian seseorang yang melibatkan kesadaran diri dan citra diri yang berasal dari pengalaman sosial. Selanjutnya Charles Horton Cooley (1902) menggunakan istilah *looking-glass self* untuk menyampaikan gagasan bahwa pengetahuan seseorang tentang konsep dirinya sangat ditentukan oleh reaksi orang lain di sekitarnya. Orang lain dengan demikian bertindak sebagai cermin sehingga kita dapat menilai diri kita sendiri dengan melihat ke dalamnya (Quist-Adade, 2019). Seorang individu dapat menanggapi pendapat orang lain tentang dirinya, dan menginternalisasi pendapat dan perasaan orang lain tentang dirinya.

Teori interaksionisme simbolik memiliki fokusnya pada hubungan manusia, khususnya antar individu dalam suatu komunitas atau masyarakat. Dengan demikian orang menggunakan bahasa dan simbol sebagai sarana komunikasi untuk membuat kehidupan yang bermakna maka “pertukaran komunikasi”. Makna melalui bahasa dan simbol, dipercaya sebagai jalan masuk dimana orang memahami dunia sosial mereka. Perspektif ini melihat orang sebagai aktif membentuk dunia sosial daripada sekadar ditindaklanjuti, atau teori yang berpusat pada perilaku dan makna yang kita peroleh dari interaksi atau lingkungan kita, terutama melalui penggunaan bahasa dan simbol. Hal itu ada hubungannya dengan cara kita membaca makna, cara kita belajar serta berinteraksi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pemilihan metode studi kasus dalam penelitian ini karena studi kasus merupakan penelitian untuk mengidentifikasi suatu isu atau masalah (Bouvier & Rasmussen, 2022). Penggunaan studi kasus menjadi metode interpretative sebagai metode inkuiri menggunakan epistemologi positivis dan ontologi. Menurut Yin (2013) studi kasus merupakan pendekatan kualitatif yang mirip dengan metode etnografi, dimana perbedaan terletak dari lama waktunya dan bentuk bukti pengamatan. Pada studi kasus penelitian berupa penyelidikan empiris yang menyelidiki fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata, terutama ketika batas-batas antara fenomena dan konteks tidak didefinisikan secara jelas.

Penggunaan metode studi kasus dalam penelitian ini akan memungkinkan penyelidikan untuk dampak media sosial Instagram pada kepercayaan diri remaja yang secara holistik dan bermakna melihat aspek peristiwa kehidupan nyata. Oleh karena itu, pendekatan studi kasus sangat berguna dalam situasi yang kontekstual, dimana kondisi peristiwa dampak media sosial Instagram pada kepercayaan diri remaja, yang dipelajari sangat kritis dan di mana peneliti tidak memiliki kontrol atas peristiwa saat mereka terungkap. Studi kasus dianggap sebagai strategi penelitian dampak media sosial Instagram pada kepercayaan diri remaja, yang mencakup proses untuk mengumpulkan dan menganalisis data, diarahkan dengan jelas dari asumsi teoritis yang dinyatakan. Selanjutnya, data harus dikumpulkan dari berbagai sumber dan integritasnya harus dipastikan (Hennell et al., 2019).

Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam, dimana beberapa informan diberikan serangkaian pertanyaan yang membahas topik penelitian. Informan penelitian yang terlibat adalah remaja pengguna media sosial Instagram sejumlah 3 orang sebagai informan utama, dan informan pendukung merupakan pihak ekspert yaitu Psikolog. Pertama, data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan proses coding, dan dikelompokkan berdasarkan tema dan subtema dari setiap pertanyaan yang ditemukan dalam

pada saat wawancara. Selanjutnya data harus diurutkan, dikelompokkan ke dalam definisi untuk membentuk tema yang mampu berfokus menjawab pertanyaan penelitian. Di tahap selanjutnya, data yang terkumpul akan disusun kembali melalui metode penyajian dari data. Data yang disajikan mungkin disusun dalam bentuk teks dengan paragraph, proses penyajian data dilakukan untuk membuat data yang disajikan dalam laporan penelitian lebih koheren dan lebih mudah dipahami. Terakhir, kesimpulan akan diambil dari hasil yang disampaikan, dimana proses ini dilakukan setelah data diurutkan dengan tepat untuk menemukan makna dari data yang dikumpulkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan Sosial Media Instagram oleh Remaja

Teknologi adalah kebutuhan pokok yang luar biasa di zaman sekarang ini, terutama yang semakin meningkat penggunaan media sosial. Teknologi telah mengubah tidak hanya cara kita hidup, tetapi juga cara kita berkomunikasi, tetapi baik positif maupun negatif dalam sikap dan hubungan dengan orang dari usia yang berbeda hidup dalam masyarakat. Penggunaan media sosial pada remaja terjadi seringkali ketika remaja secara tidak sengaja terpapar media karena orang lain menggunakannya di sekitar mereka, ini disebut paparan latar belakang atau pasif (Valkenburg et al., 2021). Salah satu manfaat teknologi yang paling signifikan yang mendorong berbagi pengetahuan di antara manusia adalah media sosial. Orang sekarang bisa dengan mudah berkomunikasi dengan rekan-rekan mereka dengan mengirim dan menerima pesan, sebuah konsep yang dikenal sebagai komunikasi interpersonal.

Konvergensi platform sosial dan teknologi telah sangat meningkatkan proses komunikasi, meskipun ada dampak positif dan negatif dari media sosial terhadap remaja. Remaja yang memanfaatkan dari peningkatan komunikasi, interaksi sosial, dan kemampuan teknologi. Media sosial menjadi media yang paling interaktif atau platform yang memungkinkan seseorang untuk berkomunikasi dalam sifat digital. Ini artinya berbeda dari media bersifat tradisional (seperti televisi), di mana pengguna dapat mengakses dan membuat konten. Pengaruh penggunaan media sosial dalam berbagai bentuknya, pada remaja, jika dikaitkan dengan teori kognitif sosial. Dalam hal ini penggunaan media sosial dengan teori kognitif sosial adalah menjadi wadah melihat hubungan sosial yang mempengaruhi perilaku remaja, serta bagaimana remaja belajar melalui panutan dan persahabatan yang mereka kembangkan dengan karakter media itu sendiri (Kulbi, 2020). Media sosial memungkinkan individu untuk membuat profil elektronik pribadi. Secara langsung ini memungkinkan pengguna untuk meninggalkan jejak mereka, dengan kehadiran kepada orang lain di situs melalui posting, daftar teman, dan menjadi bagian kelompok tertentu, serta melakukan pengamatan terhadap kehidupan orang lain. Hal memenuhi kebutuhan remaja untuk mengekspresikan keyakinan dan emosi mereka (Dhingra & Parashar, 2022). Hal ini menandakan remaja sedang melakukan diversifikasi media sosial mereka melalui media sosial, yang memungkinkan mereka untuk berinteraksi dengan kelompok orang yang sama atau berbeda, dikenal atau tidak dikenal, di berbagai platform.

Remaja menggunakan beberapa situs media sosial setiap hari yang memungkinkan mereka mengunggah dan menyebarkan berbagai jenis informasi tentang diri mereka sendiri. Seringkali remaja menghabiskan lebih dari setengahnya waktu *online* mereka menggunakan situs media sosial (Bailey et al., 2020). Saat memposting di platform media sosial, remaja memiliki kendali atas apa yang mereka bagikan dan dapat dengan hati-hati memilih informasi apa yang akan diajukan sambil tetap lebih intrinsik. Sebagian besar remaja yang menggunakan media sosial mengakui bahwa orang dapat menunjukkan sisi yang berbeda diri mereka di media sosial yang tidak dapat mereka tampilkan secara *offline*.

Akibat dampak perkembangan media sebagian besar remaja beralih dari televisi ke platform sosial yang bersifat digital. Tidak dapat dipungkiri daya hidup remaja saat ini dipengaruhi oleh media sosial, yang membantu mereka membangun jaringan global. Sangat mudah untuk membangun koneksi dengan siapa pun dengan menunjukkan profil seseorang di platform media sosial. Media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk saling berkomunikasi dengan semua orang melalui perpesanan, dengan berbagi foto dan video dengan rekan-rekan mereka, dan informasi dapat dibagi dengan cepat dan rendah biaya (Kaplan & Mazurek, 2018). Meskipun remaja mempertimbangkan kemampuan untuk berbagi bagian dari diri mereka di media sosial yang mereka rasakan berbagi yang tidak nyaman secara pribadi sebagai aspek positif dari media sosial, banyak di antaranya sama remaja merasa orang kurang autentik dan nyata di media sosial daripada saat *offline*. Seiring lanskap interaksi sosial yang terus berubah dan media sosial terus menjadi bagian sentral dari bagaimana remaja berkomunikasi, pasti ada dampak positif dan negatif. Eksplorasi dampak penggunaan media sosial pada remaja diarahkan untuk memahami bagaimana kepercayaan diri yang berkembang dari kelompok usia ini dipengaruhi oleh penggunaan media sosial mereka (Zurafa & Dewi, 2021).

Media Sosial menjadi platform yang dimanfaatkan untuk berdiskusi mengenai sebuah topik. Mereka dapat mengkomunikasikan pendapat dan perasaan mereka dengan teman sebayanya melalui media sosial. Ketika remaja tumbuh, mereka menjadi bingung tentang apa yang bisa mereka capai, dan menerima rekomendasi tentang cara menangani tantangan dalam hidup mereka. Media sosial yang digunakan oleh remaja juga rentan terhadap *cyberbullying*. Hal ini berdampak negatif pada kesehatan mental remaja, sehingga media sosial dianggap kurang aman dan adanya risiko bahwa informasi pribadi akan disalahgunakan oleh pihak ketiga.

Aktivitas di Sosial Media Instagram Remaja dalam Membentuk Kepercayaan Diri

Berbagai macam teknologi yang diciptakan oleh manusia memiliki fungsi untuk mempermudah kehidupan manusia itu sendiri. Media sosial di era globalisasi dimanfaatkan oleh kalangan remaja di Indonesia, sebagai kewajiban yang menurut para remaja harus dimiliki dan berpengaruh pada kehidupan generasi masa kini. Saat ini, media sosial sudah berperan menjadi bagian dari kehidupan manusia, seperti ruang lingkup pendidikan, baik secara akademik maupun sebagai bahan obrolan para remaja. Tidak bisa dipungkiri, kehadiran media sosial memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap seorang remaja. Media sosial ketika mereka membutuhkan hiburan, dimana seringkali media sosial dapat mengatasi kesepian yang dialami karena kurangnya komunikasi langsung dengan orang lain.

Banyak remaja saat ini cenderung bermain media sosial tanpa menyadari bahwa tidak akan ada lagi interaksi sosial diantara mereka, yang secara tidak langsung mereka diperbudak terus menerus oleh hadirnya media sosial (Yohanna, 2020). Remaja yang baru-baru ini memiliki kecenderungan hiperaktif di dunia maya melalui platform media sosial sering memamerkan gaya hidup mereka sehari-hari yang tidak ingin terlihat ketinggalan zaman. Menurut Neil Postman teknologi memunculkan budaya *technopoly*, dimana ketika seorang individu mendewakan teknologi dan teknologi untuk mengatur seluruh kehidupan manusia (Gamaleri, 2019). Hal ini diperlihatkan dalam beberapa perilaku remaja yang cenderung menjadikan media sosial sebagai salah satu komponen penting dalam kehidupannya, seperti aktivitas yang harus dibagikan ke dalam media sosial. Media sosial telah menjadi salah satu kebutuhan primer masyarakat.

Penggunaan media sosial di kalangan remaja telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu komponen penting dari media sosial, mencakup aktivitas umpan balik yang diterima penggunaannya seperti komentar, *like*, dan *share* atas konten yang telah ditampilkan di media sosial. Bagi remaja media sosial dapat memberikan kemampuan untuk

memposting gambar dan video dari mana saja, kapan saja. Dengan hubungan konstan dengan teman sebaya melalui media sosial, remaja mulai membutuhkan orang lain untuk merasa diakui. Orang yang memposting konten selfie dinilai dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka, yang terjadi melalui jumlah *like* yang diterima pada konten foto mereka (Adilah et al., 2018).

Jenis umpan balik yang diterima remaja di profil media sosial memengaruhi mereka kepercayaan diri secara negatif atau positif. Adanya umpan balik positif pada profil meningkatkan kepercayaan diri remaja, sedangkan umpan balik negatif menurunkan kepercayaan diri mereka (Bailey et al., 2020). Remaja yang memposting selfie bertujuan untuk mendapatkan pengakuan sosial, serta untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka, yang terjadi melalui jumlah *like* yang diterima ketika memposting konten selfie di media sosial Instagram mereka. Ketika remaja yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi, mereka kecil kemungkinannya untuk membiarkan jumlah *like* atau komentar yang lebih sedikit memengaruhi atau mengganggu mereka. Menurut Jan et al., (2017) remaja dengan kepercayaan diri yang rendah seringkali mengambil lebih sedikit konten selfie di media sosial Instagramnya dibandingkan dengan orang dengan kepercayaan diri tinggi.

Instagram juga memungkinkan pengguna memposting banyak gambar untuk dilihat orang lain. Remaja seringkali dapat memposting gambar untuk mendapatkan perhatian. Namun, jika pengguna Instagram tidak menerima perhatian yang mereka inginkan, itu menurunkan citra tubuh dan kepercayaan diri mereka. Selain itu, ada berbagai alasan dan motivasi mengapa orang memposting gambar diri mereka sendiri, atau dikenal sebagai selfie. Menurut Lim et al., (2021) motivasi untuk penggunaan Instagram adalah untuk meningkatkan citra diri dan untuk mendapatkan pengakuan sosial, jadi individu mungkin lebih cenderung hanya memajang foto diri mereka saat cara berpakaian tertentu dengan tujuan menyempurnakan gambar agar terlihat bagus.

Teori lain tentang motivasi berfoto selfie melibatkan kebutuhan akan popularitas, dengan kata lain melakukan hal-hal tertentu agar terlihat populer (Talawar & Kumar, 2020). Perilaku selfie sendiri memungkinkan penggunaannya untuk memenuhi kebutuhan presentasi diri tanpa merasa narsis. Remaja memposting gambar dan video selfie seringkali memiliki maksud berkaitan dengan cara mereka untuk menarik perhatian dalam bentuk *like* dan komentar.

Dampak Selfie Pada Kepercayaan Diri Remaja

Saat ini selfie memiliki fungsi komunikatif karena sekali dibagikan ke media sosial, yang kemudian menjadi gambar berbentuk percakapan, karena sekarang dipindahkan dari ruang pribadi perangkat seluler seseorang ke ruang publik jejaring sosial. Selfie, yang setelah diunggah ke situs jejaring sosial dapat menciptakan peluang bagi *selfie-taker* untuk menjadi anggota dunia *online* (Murray, 2020). Ketika menjadi anggota dunia *online*, selfie tidak hanya memungkinkan ekspresi diri, tapi juga penciptaan identitas baru yang merupakan aspek penting terutama bagi remaja. Berbagi dan bertukar gambar pribadi di media sosial sangat penting bagi remaja saat ini sebagai bukti dalam mempertahankan hubungan *offline* dan *online* dan dengan demikian dianggap berfokus pada hubungan (Tiidenberg, 2018). Selfie tidak hanya mengomunikasikan kehadiran visual, tetapi juga memungkinkan individu lain untuk melakukannya komentar secara tekstual pada selfie. Hal ini adalah interaksi dua arah dan terjadi secara *real time*. Selfie juga dinilai dapat membantu mempertahankan dan memperluas koneksi sosial *online* para remaja, karena selfie mengarah ke manfaat tertentu seperti kolaborasi, jaringan, kreativitas, dan komunikasi

Tahap perkembangan remaja seringkali dihantui dengan perasaan mencoba-coba dan menjadikan mereka mencoba menyesuaikan diri ke dalam masyarakat untuk menemukan tempat mereka. Bagi remaja hal tersebut dilakukan agar mereka disukai dan diterima,

terutama oleh lingkungan mereka. Pada gilirannya, kepercayaan diri remaja akan terbentuk secara tidak langsung seiring dengan proses validasi individu lain sebagai sebuah pengakuan sosial (Ma, 2022). Remaja yang melakukan selfie, disebabkan karena semakin banyaknya jumlah *like* dan komentar yang positif sebagai umpan timbal balik dari apa yang mereka terima, semakin baik perasaan mereka tentang diri mereka sendiri.

Selfie tidak selalu berdampak negatif, yang mana juga dapat memiliki dampak positif pada kepercayaan diri. Selfie bagi remaja dapat membantu meningkatkan kesadaran diri yang menghasilkan kepercayaan diri. Selanjutnya, umpan balik afirmatif langsung diperoleh setelah memposting selfie di situs jejaring sosial melalui komentar meningkatkan citra diri (Valkenburg et al., 2021). Umpan balik selfie membuat remaja lebih sadar akan fitur unik mereka yang membedakan mereka dari orang lain. Dalam hal ini, selfie memiliki kekuatan untuk mendefinisikan kembali diri mereka sesuai karakteristik diri mereka yang sebelumnya dibatasi untuk menggambarkan sosok selebriti yang sempurna (Talawar & Kumar, 2020).

Seringkali remaja menggambarkan caranya untuk mendapatkan pengakuan teman sebayanya, yang memainkan peran utama dalam kepercayaan diri. Selain itu, aspek keberadaan norma sosial terkait dengan reaksi terhadap posting konten selfie, misalnya, harapan untuk menerima sejumlah *like* ketika mereka memposting konten di media sosial. Respon dari teman sebaya mereka mengenai praktik selfie berkaitan dengan membangun kepercayaan diri menjadikan umpan balik tentang selfie melalui studi *neuroimaging* menekankan peran teman sebaya interaksi dengan selfie untuk penerimaan sosial (McLean et al., 2019). Namun, umpan balik positif dari posting konten selfie, mungkin memperkuat kepercayaan diri di kalangan remaja ketika harapan terpenuhi. Berikut beberapa aspek kepercayaan diri dari adanya aktivitas selfie sebagai dampak media sosial pada remaja:

a. Penerimaan sosial

Penerimaan sosial sangat penting selama periode remaja, posting selfie berupa adanya komentar, *like*, dan umpan balik lainnya berperan dalam penerimaan sosial bagi remaja. Selfie yang dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka, melalui peningkatan popularitas dan harga diri, berhubungan positif dengan frekuensi mengambil dan memposting selfie. Meskipun pentingnya adanya penerimaan di masa remaja, remaja seringkali kritis terhadap upaya untuk mencari penerimaan melalui posting selfie (McLean et al., 2019). Dengan cara ini, remaja cenderung menganggap selfie sebagai satu-satunya tujuan untuk mencari pujian atau validasi dari orang lain. Temuan ini menunjukkan tantangan keseimbangan yang harus dinegosiasikan oleh remaja, antara tekanan untuk mendapatkan persetujuan teman sebaya melalui umpan balik *like* pada konten selfie.

b. Objektifikasi diri

Aspek objektifikasi diri pada praktik selfie berkaitan, sejauh mana remaja menginternalisasi perspektif mengenai diri mereka. Tingkat objektifikasi diri yang lebih tinggi mencerminkan fokus yang lebih kuat pada aspek penampilan. Konsekuensi dari objektifikasi diri bisa lebih memperhatikan atau memantau penampilan agar mampu ideal. Frekuensi posting foto selfie terhadap pembentukan objektifikasi diri, berkaitan dengan pentingnya penampilan terhadap fungsi tubuh. Bagi remaja seringkali di media sosial yang berfokus pada penampilan lebih fokus menampilkan berbagai fitur fisik tertentu, yang secara tidak langsung terkait pentingnya membangun penampilan ideal dimata publik (Steinsbekk et al., 2021).

Selfie Sebagai Bentuk Interaksionisme Simblik dalam Membentuk Kepercayaan Diri Remaja

Kita adalah makhluk sosial yang hidup dalam masyarakat, dan dengan demikian, hidup kita pada dasarnya dibentuk oleh hubungan sosial dengan orang lain, institusi, dan struktur sosial. Karena foto dimaksudkan untuk dibagikan, selfie bukanlah tindakan individu; mereka adalah tindakan sosial. Selfie, dan kehadiran kita di media sosial secara umum, adalah bagian dari apa yang digambarkan menjadi sebuah pekerjaan identitas, dimana kita lakukan setiap hari untuk memastikan bahwa kita dilihat oleh orang lain seperti yang kita inginkan. dilihat (Azhar, 2018). Dalam konsep interaksionisme simbolik selfie menjadi bentuk pengungkapan identitas sebagai bagian dari proses sosial. Selfie yang kita ambil dan bagikan dirancang untuk menghadirkan citra tertentu dari kita, dan dengan demikian, membentuk kesan kita dipegang oleh orang lain.

Selfie menjadi salah satu aktivitas foto pribadi yang seringkali diposting di konten sosial media penggunanya. Bagi remaja foto selfie seringkali memberikan dampak paparan yang sangat tinggi terkait penampilan mereka, yang secara tidak langsung terdampak aspek kepercayaan diri remaja yang terdampak. Interaksi dan umpan balik para remaja dengan teman sebayanya menjadikan elemen penting dari posting konten selfie berkaitan dengan kepercayaan diri. Semakin banyak remaja menghabiskan waktu mereka di situs jejaring sosial yang berorientasi visual terus-menerus membentuk kembali diri mereka sendiri melalui data visual, terutama dengan selfie sebagai kuncinya berperan dalam membentuk budaya visual ini (Murray, 2020).

Terlepas dari kenyataan bahwa peran simbol sangat penting dalam konsep interaksionisme simbolik, ketika perilaku remaja dalam situasi interaksi sosial dan seluruh jajaran hubungan sosial dikondisikan oleh interpretasi simbolik dan denotatif dari situasi dan hubungan yang penting. Faktanya interaksionisme simbolik melalui kegiatan selfie remaja menjadi dampak media sosial yang mengangkat persoalan determinan sosial interaksi dan perannya yang signifikan dalam pembentukan kepribadian manusia memungkinkan untuk mempertimbangkan masalah identitas etnokultural dari posisi interaksi sosial aktif, karena identitas etnokultural terwujud melalui tindakan dan interaksi (Redkina & Zakiryanova, 2021). Penerimaan positif remaja dengan adanya umpan balik positif dari selfie menumbuhkan kepercayaan diri yang terutama diekspresikan dalam identitas etnokultural, dieksternalisasi oleh tindakan dan interaksi sosialnya.

Masalah pembentukan identitas pada remaja menempatkan selfie sebagai bentuk etnokultural dalam konteks interaksionisme simbolik yang menonjolkan faktor-faktor seperti interaksi sosial yang menghasilkan identifikasi diri subjek manusia sebagai anggota komunitas etnokultural tertentu, karena identitas etnokultural diwujudkan melalui tindakan sosial dan interaksi. Berbicara mengenai masalah identifikasi diri manusia dalam proses interaksi sosial berfungsi sebagai semacam dorongan untuk mengatasi masalah identitas etnokultural sebagai bagian integral dari identitas sosial, mengungkapkan kondisi yang memfasilitasi pembentukan kepercayaan diri secara sistematis (Firamadhina & Krisnani, 2021). Identitas yang dirasakan memanifestasikan dirinya melalui proses kognitif, ketika seorang individu mulai merefleksikan dirinya dan perilakunya. Identitas bawah sadar didasarkan pada norma, nilai, sikap yang diterima secara tidak sadar, pada ekspektasi kompleks yang dipaksakan oleh komunitas etno-sosial tempat seseorang berada.

Aspek interaksionisme simbolik ini sebagai dampak media sosial pada remaja menghadirkan praktik selfie dipahami sebagai ekspresi diri yang ke depannya dapat menimbulkan kepercayaan diri. Selfie membantu remaja belajar lebih banyak tentang diri eksternal dan internal mereka. Dengan melihat ekspresi wajahnya di selfie-nya, salah satu peserta menyatakan bahwa dia bisa melihat kondisi mentalnya saat ini; dia dapat melihat refleksi asli dari dirinya sendiri karena dia mampu menguraikan gambar saat dia melihat dirinya sebagai subjek. Dengan kata lain, selfie yang baik bukan hanya gambar yang memuaskan, tetapi juga merupakan cara para mereka ini melihat simbol interaksi yang akan

dimunculkan. Dengan adanya selfie yang diidentifikasi dalam proyek ini adalah untuk mentransfer diri, transfer versi diri yang dibuat dengan hati-hati dari ruang pribadi ke ruang publik (Soerjoatmodjo, 2016). Banyak remaja menyebutkan bahwa salah satu motivasi utama selfie adalah sebagai sarana berkomunikasi dengan pengguna lain di media sosial. Selfie digunakan untuk memunculkan interaksi sosial di media sosial sebagai bagian dari tindakan autentikasi dalam praktik pengambilan selfie. Di sinilah pengguna lain melihat dan mengomentari selfie pengguna lain di platform ini dan pemilik kemudian merespons. Para penulis juga mencatat bahwa agar pengguna dapat mempertahankan tingkat interaksi ini dengan teman online mereka, mereka harus terus mengunggah selfie baru.

SIMPULAN

Dunia teknologi telah berkembang dengan cepat dan luas sejak awal. Adanya situs dan aplikasi media sosial telah mengubah cara remaja berinteraksi, terhubung, dan berbagi satu sama lain. Seperti jumlah situs dan aplikasi media sosial dan meningkat penggunaannya oleh pengguna remaja. Selama masa remaja, remaja menjalani proses pengembangan identitas dan kepercayaan diri yang merupakan bagian penting dari perkembangan ini. Selama periode perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, kepercayaan diri remaja cenderung meningkat dipengaruhi oleh umpan balik yang mereka terima secara *online* melalui media sosial.

Media sosial telah memberi remaja kemampuan untuk langsung terhubung dengan orang lain dan berbagi kehidupan mereka melalui foto, video, dan pembaruan status. Remaja sendiri menggambarkan platform ini sebagai alat utama untuk menghubungkan dan memelihara hubungan, menjadi kreatif, dan belajar lebih banyak tentang dunia. Tetapi mereka juga harus menghadapi lebih banyak aspek negatif dari penggunaan media sosial, seperti drama dan intimidasi atau merasakan tekanan untuk menampilkan diri dengan cara tertentu. Kepercayaan diri diekspresikan dalam bentuk orientasi positif atau negatif terhadap diri sendiri. Masa remaja adalah masa yang paling lazim ketika seseorang mencoba hal-hal baru, mencoba identitas yang berbeda, dan tertarik dengan presentasi diri yang ekspresif. Individu berkeinginan menampilkan diri secara konsisten untuk membangun citra dan mengklaim identitasnya, salah satunya dengan berfoto selfie.

Media sosial Instagram menyajikan salah satu aktivitas paling populer adalah berbagi dan melihat konten selfie. Selfie menjadi salah satu unsur aktivitas yang menggambarkan elemen kepercayaan diri dengan mengambil foto diri, dan dibagikan di media sosial dengan tujuan memperoleh umpan balik baik berbentuk komentar, *like*, dan *share*. Ketika remaja melihat selfie mereka sendiri yang telah dimanipulasi untuk ditampilkan dengan jumlah *like* yang tinggi, dapat berdampak juga pada proses kognisi sosial. Penerimaan umpan balik positif dalam bentuk *like* secara sosial bermanfaat dan penguatan perilaku untuk memotivasi keterlibatan lebih lanjut dengan posting konten selfie. Umpan balik positif dapat menunjukkan popularitas dan persetujuan dari teman sebaya (terutama pada aspek penampilan) dan, oleh karena itu, praktik ini mungkin merupakan aspek penting dari berbagi selfie.

Menggeneralisasi pandangan bahwa interaksionisme simbolik dalam kasus dampak media sosial Instagram lebih melihat fenomena selfie sebagai bagian dari pembentukan identitas etnokultural. Perlu ditekankan bahwa kawasan ini dibedakan oleh analisis mendalam tentang fenomena identitas etnokultural dan cara pembentukannya salah satunya mengenai sikap percaya diri. Gagasan identitas yang dirasakan dan tidak disadari, ketergantungan identifikasi pada ruang dan waktu dari adanya umpan balik seperti komentar positif dan postingan yang banyak disukai. Dengan mengubah paradigma mendalami kepribadian manusia dan mendekatkannya pada analisis kepribadian dalam konteks sosial,

dimana interaksionisme simbolik membuka perspektif dalam kajian identitas etnokultural, tentang bagaimana interaksi organik lingkungan sosial budaya dan individu dalam membentuk kepercayaan diri remaja. Pembentukan identitas etnokultural hanya dimungkinkan dalam komunitas dengan orang lain dan sebagai hasil dari interaksi yang tiada henti, salah satunya remaja yang aktif menggunakan media sosial. Perspektif interaksionisme simbolik lebih lanjut menjadi cermin diri karena memberikan wawasan untuk memahami pentingnya kontrol dalam praktik selfie. Teori tersebut berfokus pada gagasan bahwa pengaruh orang lain adalah salah satu faktor utama yang membentuk bagaimana individu bertahan dalam upaya menghasilkan gambar yang baik untuk mengendalikan penilaian orang lain. Remaja membayangkan bagaimana mereka harus tampil kepada orang lain dan bagaimana mereka akan menilai mereka, yang kemudian mengarah pada perasaan diri yang lebih kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adilah, M. F., Lukman, Z. M., Azlini, C., Normala, R., & Kamal, M. Y. (2018). The Negative Impact of Social Media on Students' Self Esteem. *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*, *II(XII)*, 338–387. <https://www.rsisinternational.org/journals/ijriss/Digital-Library/volume-2-issue-12/383-387.pdf>
- Agustin, R. W., & Ayu, M. (2021). The Impact of Using Instagram for Increasing Vocabulary and Listening Skill. *Journal of English Language Teaching and Learning (JELTL)*, *2(1)*, 1–7. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/english-language-teaching/index>
- Bailey, E. R., Matz, S. C., Youyou, W., & Iyengar, S. S. (2020). Authentic self-expression on social media is associated with greater subjective well-being. *Nature Communications*, *11(1)*, 1–9. <https://doi.org/10.1038/s41467-020-18539-w>
- Bashari, B., & Fazl-Ersi, E. (2020). Influential post identification on Instagram through caption and hashtag analysis. *Measurement and Control (United Kingdom)*, *53(3–4)*, 409–415. <https://doi.org/10.1177/0020294019877489>
- Bouvier, G., & Rasmussen, J. (2022). *Qualitative Research Using Social Media*. Routledge.
- Chen, R. R., Davison, R. M., & Ou, C. X. (2020). A symbolic interactionism perspective of using social media for personal and business communication. *International Journal of Information Management*, *51(August)*, 102022. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.10.007>
- Dhingra, R., & Parashar, B. (2022). Social Media And Social Emotional Learning : Adolescents ' Perspective. *Journal of Positive School Psychology*, *6(5)*, 3917–3929.
- Faizal, A. A., Naim, M., & Fauzi, A. (2022). Fenomena Instagram sebagai Sarana Eksistensi pada Kelompok Remaja di Kelurahan Sudimara Selatan. *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi)*, *3(1)*, 7. <https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2022.3.1.1280>
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial TikTok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, *10(2)*, 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Francis, L. E., & Adams, R. E. (2019). Two Faces of Self and Emotion in Symbolic Interactionism: From Process to Structure and Culture—And Back. *Symbolic Interaction*, *42(2)*, 250–277. <https://doi.org/10.1002/symb.383>
- Gamaleri, G. (2019). Media ecology, Neil Postman's legacy. *Church, Communication and Culture*, *4(2)*, 238–244. <https://doi.org/10.1080/23753234.2019.1616585>
- Hasan, S., & Tiwari, N. (2018). A Study between Social Media Usage and Self-Esteem

- among Youths. *Electronic Research Journal of Behavioural Sciences*, 1(March).
www.erjbehaviouralsciences.com
- Hennell, K., Limmer, M., & Piacentini, M. (2019). Ethical Dilemmas Using Social Media in Qualitative Social Research: A Case Study of Online Participant Observation. *Sociological Research Online*, 25(3), 473–489.
<https://doi.org/10.1177/13607804198888933>
- Indrianti Azhar. (2018). Interaksi Virtual Remaja di Media Sosial. *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 1–14.
- Jan, M., Soomro, S. A., & Ahmad, N. (2017). Impact of Social Media on Self-Esteem. *European Scientific Journal, ESJ*, 13(23), 329.
<https://doi.org/10.19044/esj.2017.v13n23p329>
- Jiang, S., & Ngien, A. (2020). The Effects of Instagram Use, Social Comparison, and Self-Esteem on Social Anxiety: A Survey Study in Singapore. *Social Media and Society*, 6(2). <https://doi.org/10.1177/2056305120912488>
- Kaplan, A., & Mazurek, G. (2018). Social Media. In *Handbook of Media Management and Economics*. Routledge.
- Kulbi, S. Z. (2020). Penerapan Psikologi Kognitif Dalam Mengolah Berita Hoax Di Media Sosial Selama Pandemi Covid-19 Di Kampung Santren Surabaya. *IJIP : Indonesian Journal of Islamic Psychology*, 2(2), 171–198. <https://doi.org/10.18326/ijip.v2i2.171-198>
- Lim, A. J., Lau, C., & Li, N. P. (2021). The Moderating Role of Social Network Size on Social Media Use and Self-Esteem: An Evolutionary Mismatch Perspective. *Frontiers in Psychology*, 12(September), 1–9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.734206>
- Ma, C. M. S. (2022). Relationships between Social Networking Sites Use and Self-Esteem: The Moderating Role of Gender. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(18). <https://doi.org/10.3390/ijerph191811462>
- Madianou, M., & Miller, D. (2013). Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication. *International Journal of Cultural Studies*, 16(2), 169–187. <https://doi.org/10.1177/1367877912452486>
- Marshall, N., & Rahmat, H. (2019). Web 2.0 Social Media: Supporting People–Place Relationships. In *The Routledge Handbook of People and Place in the 21st-Century City*. Routledge.
- McLean, S. A., Jarman, H., & Rodgers, R. F. (2019). How do “selfies” impact adolescents’ well-being and body confidence? A narrative review. *Psychology Research and Behavior Management*, 513–521.
- Murray, D. C. (2020). Selfie consumerism in a narcissistic age. *Consumption Markets and Culture*, 23(1), 21–43. <https://doi.org/10.1080/10253866.2018.1467318>
- Quist-Adade, C. (2019). *Symbolic Interactionism: The Basics*. Vernon Press.
- Rasmussen, T. (2019). *Social Theory and Communication Technology*. Routledge.
- Redkina, L., & Zakiryanova, I. (2021). The problem of ethnocultural identity in the studies of symbolic interactionism. *Revista de Tecnología de Información y Comunicación En Educación*, 15(3), 245–256.
- Soerjoatmodjo, G. W. L. (2016). I Selfie Therefore I Exist: A Preliminary Qualitative Research on Selfie as Part of Identity Formation in Adolescents. *Humaniora*, 7(2), 139. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v7i2.3497>
- Steinsbekk, S., Wichstrøm, L., Stenseng, F., Nesi, J., Hygen, B. W., & Skalická, V. (2021). The impact of social media use on appearance self-esteem from childhood to adolescence – A 3-wave community study. *Computers in Human Behavior*, 114(7491). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106528>
- Talawar, J. S., & Kumar, V. (2020). The Impact of Social Media on Self-Esteem. *IOSR*

- Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*, 25(2), 10–14.
<https://doi.org/10.9790/0837-2502021014>
- Tiidenberg, K. (2018). Selfies: Why We Love (and Hate) Them. In *Selfies: Why We Love (and Hate) Them*. <https://doi.org/10.1108/9781787543577>
- Valkenburg, P. M., Pouwels, J. L., Beyens, I., van Driel, I. I., & Keijsers, L. (2021). Supplemental Material for Adolescents' social media experiences and their self-esteem: A person-specific susceptibility perspective. *Technology, Mind, and Behavior*, 2(2). <https://doi.org/10.1037/tmb0000037.supp>
- Windarwati, H. D., Ati, N. A. L., Ilmy, S. K., Sulaksono, A. D., Fitriyah, E. T., & Kusumawati, M. W. (2021). Is The Desire to Take Selfies Related to Self-Esteem in High School Teens? *Jurnal Keperawatan Soedirman*, 16(1), 25–30. <https://doi.org/10.20884/1.jks.2021.16.1.1517>
- Wolf, M., Sims, J., & Yang, H. (2018). What Social Media? *Association for Information Systems*, 3(6), 1–18. <https://aisel.aisnet.org/ukais2018/3>
- Yin, R. K. (2013). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Raja Grafindo.
- Yohanna, A. (2020). The influence of social media on social interactions among students. *Indonesian Journal of Social Sciences*, 12(2), 34. <https://doi.org/10.20473/ijss.v12i2.22907>
- Zurafa, Z., & Dewi, F. I. R. (2021). Social-Media Addiction Among Late Adolescents: Self-Esteem and Narcissism as Predictor. *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)*, 570, 1444–1449. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.227>