

PERAN INSTAGRAM @ALDILA.AAP DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN DIRI PADA PEREMPUAN

THE ROLE OF INSTAGRAM @ALDILA.AAP IN BUILDING SELF-CONFIDENCE IN WOMEN

Renita apriliasari¹, Siswanta²

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Slamet Riyadi Surakarta

renita.apriliasari@unisri.ac.id, siswanta@unisri.ac.id

Abstrak

Pentingnya penerimaan diri dan keberagaman, terutama di kalangan perempuan muda, mendorong munculnya peran media sosial sebagai ruang edukatif dan suportif. Konten Instagram @aldila.aap muncul sebagai salah satu media yang berperan dalam membangun kepercayaan diri pengikutnya melalui pesan-pesan yang memotivasi dan menginspirasi. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana konten Instagram @aldila.aap berperan dalam membangun kepercayaan diri. Teori Kepercayaan Diri milik Peter Lauster menjadi landasan utama dalam mengkaji perubahan-perubahan psikologis yang dialami oleh pengikut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten Instagram @aldila.aap memiliki peran dalam membangun kepercayaan diri perempuan. Konten sederhana seperti tulisan dan video pendek mampu mendorong pengikut khususnya perempuan untuk lebih yakin terhadap kemampuan diri, berpikir optimis, serta bertanggung jawab atas pilihan hidupnya. Pengikut Instagram juga menunjukkan perkembangan dalam aspek objektivitas dengan mampu menilai diri secara realistis, serta menjadi lebih rasional.

Kata kunci: Peran, Instagram, Kepercayaan Diri

Abstract

The importance of self-acceptance and diversity, especially among young women, has led to the emergence of social media as an educational and supportive space. The Instagram account @aldila.aap has emerged as one of the media platforms that plays a role in building the self-confidence of its followers through motivational and inspiring messages. This study aims to understand how Instagram content @aldila.aap contributes to building self-confidence. Peter Lauster's Self-Confidence Theory serves as the primary framework for examining the psychological changes experienced by followers. This study employs a qualitative, phenomenological approach. The results of the study indicate that the content of @aldila.aap's Instagram account plays a role in building women's self-confidence. Simple content such as short texts and videos can encourage followers, especially women, to be more confident in their abilities, think optimistically, and take responsibility for their life choices. Instagram followers also show development in terms of objectivity, being able to assess themselves realistically and become more rational.

Keywords: Role, Instagram, Self-Confidence

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara manusia berkomunikasi, bersosialisasi, dan membentuk identitas diri. Salah satu wujud transformasi tersebut adalah hadirnya media sosial, termasuk Instagram, yang kini menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, terutama bagi generasi muda. Menurut laporan *DataReportal* (2024), terdapat lebih dari 5,04 miliar pengguna media sosial secara global, dan 99,4 juta di antaranya berasal dari Indonesia. Platform seperti Instagram tidak hanya menjadi ruang berbagi informasi, tetapi juga ruang untuk memvalidasi diri dan mendapatkan pengakuan sosial.

Fenomena ini sangat relevan dengan kondisi remaja saat ini yang sedang berada dalam tahap pencarian jati diri. Menurut WHO, remaja adalah individu berusia 10–19 tahun, yang merupakan masa transisi penting dari masa anak-anak menuju dewasa. Sayangnya, berdasarkan laporan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (2018), 56% remaja di Indonesia memiliki tingkat kepercayaan diri yang rendah. 75% remaja perempuan mengalami krisis kepercayaan diri. Kondisi ini sangat mengkhawatirkan karena kepercayaan diri merupakan fondasi penting dalam pengembangan potensi, relasi sosial, dan kesehatan mental (Tahniah, W., 2018).

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi Kepercayaan Diri, menurut Hapsari & Primastuti (2014) ada dua faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan diri seseorang yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari usia, fisik, dan jenis pendidikan, sedangkan faktor eksternal adalah keberhasilan dalam mencapai tujuan, pencapaian pendidikan, dan lingkungan sosial. Iswidharmanjaya dalam Riad, K. N. N. (2023) juga

berpendapat, Faktor-faktor berikut ini mempengaruhi kepercayaan diri seseorang: lingkungan masyarakat, lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, teman sebaya, dan media. Dengan demikian, kepercayaan diri dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal, salah satunya adalah lingkungan sosial, termasuk media sosial yang dalam era modern memiliki peran besar sebagai bagian dari interaksi sosial yang dapat membentuk atau memengaruhi tingkat kepercayaan diri seseorang.

Beberapa penelitian telah menyimpulkan bahwa sangat penting untuk memahami kondisi dampak postingan. Seperti yang telah dikatakan, konten postingan dapat berdampak pada metrik Instagram: *like* dan komentar. Konten postingan dapat dipengaruhi oleh interaksi *online* yang diukur dengan suka dan komentar. Semakin tinggi jumlah suka dan komentar pada sebuah postingan, semakin tinggi pula tingkat keterlibatan yang dimiliki oleh sebuah akun. Dengan tingkat keterlibatan yang tinggi, dapat disimpulkan bahwa sebuah konten dapat mempengaruhi dan berdampak pada pengikutnya (Amriel, E. E. Y., & Ariescy, R. R., 2021).

Berdasarkan laporan *We Are Social* dan Meltwater, jumlah pengguna Instagram di dunia diperkirakan sebanyak 1,68 miliar per Juli 2024. Menurut negaranya, India memiliki jumlah pengguna Instagram terbesar di dunia. Tercatat, ada 385,35 juta pengguna Instagram di Negeri *Bollywood* tersebut hingga Juli 2024. Amerika Serikat menyusul di posisi kedua dengan 166,15 juta pengguna Instagram. Setelahnya ada Brasil dengan 135,05 juta pengguna media sosial di negara tersebut. Indonesia berada di posisi keempat lantaran memiliki 99,4 juta pengguna Instagram. Laporan tersebut juga mencatat, rata-rata waktu yang dihabiskan penduduk dunia untuk

mengakses Instagram di *handphone* selama 16 jam 56 menit per bulan. Adapun, Turki menjadi negara dengan rata-rata waktu mengakses Instagram terlama yakni mencapai 32 jam 53 menit per bulan.

Instagram sendiri didirikan pada tahun 2010, dengan sistem kerja media yang berbasis foto maupun video. Sistem komunikasi pada Instagram yaitu dengan membagikan foto atau video di media Instagram dan pengguna lainnya dapat menulis pesan atau berkomentar lewat foto yang diunggah tersebut. Instagram adalah *platform* jejaring sosial yang membebaskan penggunaannya untuk berbagi foto, video, dan cerita dalam berbagai format kreatif (Putri, 2024). Fitur-fitur Instagram, seperti suka, komentar, dan algoritme yang menyesuaikan konten dengan preferensi pengguna, menjadikannya lebih dari sekadar tempat untuk teman dan keluarga, Instagram juga memiliki dampak yang pasti terhadap perilaku penggunaannya.

Media sosial banyak digunakan oleh masyarakat, terutama oleh anggota komunitas remaja hingga dewasa. Akibatnya, jika kita sering mengunggah konten dengan ciri khas, hal itu akan membuat pengguna lain lebih tertarik pada apa yang kita tawarkan. Hasil dari sebuah konten yang telah diciptakan oleh pembuat konten harus memenuhi tujuan seperti misalnya, konten dengan tujuan, edukasi, hiburan dan informasi. Beberapa konten kreator yang menciptakan konten kepercayaan diri yaitu Aldila Anisa Premesti (@aldila.aap), Haydira Prili Ananza (@ananzaprili), Jingga Wijaya (@jinggasjive). Mereka merupakan konten kreator yang menciptakan konten tentang pengembangan diri.

Username Instagram	Pengikut	Jumlah Post	Ciri khas / Gaya Konten
@aldila.aap	496 K	164	Menyebutkan ‘Boleh ngobrol sebentar?’, <i>Morena Authentic Beauty, Self Reminder</i>
@anazaprili	472 K	1706	Ekspresif, minim dialog, unggahan teks, konten kehidupan sehari-hari
@jinggasjive	26,2 K	144	<i>Editing</i> video, konten menjawab pertanyaan

Jingga Wijaya dikenal sebagai @jinggasjive seorang konten kreator dan *speaker* yang membantu atau sebagai pembimbing pengembangan diri. Tercatat pada tahun 2025 akun Instagramnya memiliki 26,2 ribu pengikut dan dengan jumlah postingan 144. Pada keterangan di Instagramnya, @jinggasjive menuliskan berfokus membantu pengikutnya untuk mengenal dan menyembuhkan diri melalui metode reflektif dan kreatif. Dengan gaya komunikasi pada konten menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sering dipertanyakan. Haydira Prili Ananza atau pemilik akun Instagram @ananzaprili. @ananzaprili memiliki lebih dari 470 ribu pengikut dengan jumlah postingan 1706.

Pada kontennya ia terlihat ekspresif dalam melakukan kehidupan sehari-hari. Salah satu fokusnya yaitu pada tema pengembangan diri (*self-development*), tetapi hanya berupa gambar dan tulisan.

Aldila Anisa Pramesti merupakan seorang *content creator*, *beauty vlogger*, di Instagram dengan nama @aldila.aap. tercatat pada tahun 2025 akun instagramnya memiliki 496 pengikut dan 164 postingan Instagram. Dalam akun Instagramnya ia menuliskan dirinya sebagai *Morena* yang artinya Perempuan dengan kulit tan. Pada kontennya ia sering menyebutkan ‘Boleh ngobrol sebentar?’ konten tersebut bermaksud untuk mengajak seakan-akan berdialog dengan para pengikutnya dengan tujuan merasa tenang.

Tidak hanya itu, konten yang positif dan relevan dapat membangkitkan perasaan rasa dihargai, dan optimisme. Emosi seperti ini kemudian berkontribusi pada perubahan dalam hidup, terutama dalam menerima diri sendiri, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepercayaan pada diri sendiri di sekitar mereka yang mengikutinya. Seperti Aldila yang membagikan pesan tentang pentingnya mencintai diri sendiri dan merawat diri. Dengan begitu, para pengikutnya menjadi lebih menghargai dan mulai memandang diri mereka sendiri dengan lebih baik. Hal ini dapat mengurangi rasa tidak percaya diri dan meningkatkan kepercayaan diri. Berikut komentar dalam Instagram @aldila.aap dimana konten yang diunggah oleh @aldila.aap mendapatkan respon positif bagi pembaca atau pengikut @aldila.aap terkait dalam membangun rasa percaya diri yang mereka miliki.

Dari penjelasan dan data yang sudah ada, alasan penulis memilih Instagram @aldila.aap sebagai bahan penelitian karena konten Instagram @aldila.aap berpotensi dapat membangun kepercayaan

diri pada pengikutnya. Melihat kondisi tidak percaya diri ini tentu akan mengganggu kesehatan mental, menghambat potensi diri, hingga membatasi pergaulan di lingkungan remaja. Dengan begitu, rasa percaya diri harus sangat diperhatikan khususnya bagi remaja perempuan. Sehingga, hal ini membuat peran Instagram penting dalam proses berkembangnya seorang remaja terlebih di era globalisasi seperti sekarang ini remaja sangat sering menggunakan media sosial di dalam kehidupan sehari – harinya. Di dalam media sosial Instagram terdapat berbagai macam konten yang dimana konten tersebut memiliki suatu arti atau makna yang dapat membangun rasa percaya diri seseorang.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prayoga (2023) dan Riad (2023) lebih menekankan pada pengaruh konten influencer di media sosial terhadap kepercayaan diri dan persepsi citra tubuh secara umum, dengan pendekatan kuantitatif maupun studi kasus kuantitatif. Sementara itu, Sahroni et al. (2023) menyoroti penggunaan media sosial secara umum terhadap kepercayaan diri remaja, dengan fokus pada aspek psikologis dan perilaku remaja.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada pendekatan kualitatif mendalam yang secara khusus mengeksplorasi pengalaman individu melalui wawancara mendalam dalam konteks penggunaan konten Instagram @aldila.aap sebagai media pembentuk kepercayaan diri. Penelitian ini juga mengintegrasikan konsep kepercayaan diri dari Peter Lauster dengan indikator keyakinan akan kemampuan, optimisme, bertanggung jawab, objektif, dan rasional dan realistis dalam menganalisis proses psikologis dan perubahan internal informan, sehingga memberikan pemahaman yang lebih holistik dan mendalam mengenai mekanisme

pembangunan kepercayaan diri melalui media sosial, yang belum pernah dikaji secara mendalam dalam penelitian terdahulu.

Selain itu, penelitian ini menyoroti aspek rasional dan realistis dari proses membangun kepercayaan diri, serta menelusuri peran refleksi diri dan penerimaan personal, sehingga memperkaya literatur mengenai psikologi social media dan pengembangan diri dalam konteks digital saat ini. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan kontribusi baru dari segi metodologi dan fokus analisis yang lebih personal

Peran Instagram dalam konteks ini memiliki dua sisi yang saling berlawanan. Di satu sisi, Instagram dapat berfungsi sebagai media yang positif dalam meningkatkan kepercayaan diri remaja melalui konten yang membangun, inspiratif, dan relevan yang dapat menumbuhkan rasa harga diri serta emotif positif pada pengikutnya. Namun, di sisi lain, Instagram juga dapat memiliki efek negatif, seperti menimbulkan perasaan tidak percaya diri, kecemasan, dan gangguan mental akibat tekanan untuk tampil sempurna, mengikuti tren yang berlebihan, dan membandingkan diri dengan orang lain. Jadi, peran Instagram dalam membangun atau merusak kepercayaan diri tergantung pada bagaimana konten digunakan dan diperalat oleh penggunanya. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang 'Peran Instagram @aldila.aap dalam Membangun Kepercayaan Diri pada Perempuan'.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat fenomenologi. Menurut Creswell (dikutip di Eddles Hirsch, 2015) yang menyatakan bahwa penelitian

kualitatif dengan jenis fenomenologi adalah sebuah penelitian yang tertarik untuk menganalisis dan menjelaskan mengenai sebuah fenomena individu dalam dunia sehari-hari. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif karena metode penelitian kualitatif deskriptif. Dengan menggunakan sumber data primer yang diperoleh dari akun Instagram @aldila.aap berupa gambar dengan *caption* (narasi). Data ini tentunya harus didapatkan melalui narasumber sebagai sumber informasi untuk mendapatkan informasi atau data. Data pertama dalam penelitian ini akan diperoleh dari hasil wawancara informan. Data sekunder diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti yaitu data yang diperoleh dari tinjauan pustaka yaitu jurnal terkait peran konten Instagram dan kepercayaan diri (*self confidence*).

Objek dalam penelitian ini adalah konten-konten yang diunggah oleh akun Instagram @aldila.aap, khususnya yang berkaitan dengan topik *self-confidence*, dan motivasi diri. Penelitian ini dilakukan secara daring dengan fokus pada akun Instagram @aldila.aap. Lokasi penelitian bersifat virtual dan tidak terbatas pada satu wilayah geografis tertentu. Penelitian ini juga melibatkan survei dan wawancara dengan pengikut @aldila.aap.

Data dikumpulkan melalui teknik wawancara mendalam secara tatap muka maupun daring, serta studi dokumentasi terhadap unggahan konten Instagram yang dianggap berpengaruh. Wawancara dilakukan dengan pertanyaan-pertanyaan untuk menggali pandangan, pengalaman, dan persepsi informan terhadap proses perubahan kepercayaan diri.

Validasi data pada penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dalam penelitian (Nugrahani, 2014). Triangulasi sumber dilakukan dengan melakukan observasi, mencari narasumber/informan,

dan melakukan wawancara. Peneliti menggunakan triangulasi sumber karena data mengecek kembali tingkat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu: (1) Kondensasi Data, data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi diseleksi, difokuskan, serta disederhanakan agar sesuai dengan tujuan penelitian. (2) Penyajian Data, disusun dalam bentuk narasi, tabel, maupun bagan untuk memudahkan peneliti dalam memahami temuan penelitian. (3) Penarikan Kesimpulan, Kesimpulan adalah jawaban dari rumusan masalah dan pertanyaan yang telah diungkapkan oleh peneliti sejak awal.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data melalui observasi konten Instagram @aldila.aap, wawancara dengan informan yang merupakan pengikut akun, serta dokumentasi berupa komentar dan respon audiens. Dari hasil analisis, ditemukan bahwa akun @aldila.aap memiliki pengaruh signifikan terhadap perkembangan kepercayaan diri perempuan, khususnya pada kalangan remaja dan dewasa muda. Temuan penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Keyakinan atas kemampuan

Sebagian besar informan menyebutkan bahwa konten yang diunggah @aldila.aap mendorong mereka untuk lebih menyadari potensi yang dimiliki. Unggahan berupa video pendek dengan sapaan khas “Boleh ngobrol sebentar?” memberi kesan personal dan membuat audiens merasa dihargai.

Salah satu informan menyatakan bahwa sebelumnya ia sering merasa tidak percaya diri dengan penampilannya, namun setelah rutin menonton konten @aldila.aap, ia mulai menerima keunikan dirinya sebagai sesuatu yang bernilai. Hal ini menunjukkan adanya internalisasi pesan positif yang mampu meningkatkan kesadaran diri dan keyakinan terhadap kemampuan pribadi.

2. Optimisme

Konten Instagram yang menyajikan pesan afirmatif, seperti pentingnya merawat diri dan menghargai setiap proses, terbukti membangun optimisme para pengikutnya. Informan mengaku bahwa mereka merasa lebih termotivasi untuk mengejar cita-cita dan menghadapi tantangan tanpa rasa takut gagal. Unggahan dengan narasi self-love dan pengingat bahwa setiap individu berhak bahagia memperkuat sikap positif terhadap masa depan. Optimisme ini juga tampak dalam komentar audiens yang menuliskan rasa terinspirasi dan lebih semangat menjalani aktivitas sehari-hari.

3. Bertanggung jawab

Konten @aldila.aap banyak menekankan kemandirian dalam menentukan pilihan hidup. Informan menyebutkan bahwa setelah terinspirasi oleh pesan yang disampaikan, mereka lebih berani mengambil keputusan tanpa terlalu bergantung pada validasi orang lain. Misalnya, seorang informan menyatakan bahwa ia mulai berani memilih jurusan kuliah sesuai minatnya, meski sebelumnya ragu karena tekanan keluarga. Hal ini

menunjukkan bahwa konten yang konsisten menekankan pentingnya self-confidence berkontribusi pada penguatan tanggung jawab individu atas keputusannya sendiri.

4. Objektif

Melalui refleksi yang diberikan pada konten, pengikut akun @aldila.aap mulai terbiasa menilai diri secara objektif. Informan mengaku dapat menerima kekurangan diri tanpa terlalu keras pada diri sendiri, serta mampu melihat kelebihan yang dimiliki tanpa harus membandingkan secara berlebihan dengan orang lain. Penyajian konten yang sederhana namun emosional membantu audiens menyadari bahwa setiap individu memiliki perjalanan yang berbeda. Hal ini sejalan dengan teori Lauster yang menekankan pentingnya objektivitas dalam membangun rasa percaya diri yang sehat.

5. Rasional dan realistis

Pesan yang disampaikan @aldila.aap juga mendorong audiens untuk berpikir rasional dan realistis. Informan menuturkan bahwa mereka mulai memahami bahwa hidup tidak selalu berjalan sesuai harapan, dan kegagalan bukan berarti akhir dari segalanya. Konten tentang pentingnya menerima kenyataan hidup serta menyesuaikan ekspektasi dengan kondisi nyata membuat pengikut menjadi lebih bijak dan logis dalam memandang masalah. Dengan demikian, akun @aldila.aap berkontribusi dalam membentuk pola pikir yang lebih matang dan realistis pada audiensnya.

Hasil analisis penelitian ini memperlihatkan bahwa Instagram, melalui

akun @aldila.aap, memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan diri perempuan. Temuan ini dapat dipahami melalui kerangka teori yang digunakan dalam penelitian.

Pertama, jika dikaitkan dengan teori kepercayaan diri Peter Lauster, dapat dilihat bahwa seluruh indikator kepercayaan diri yakni keyakinan diri, optimisme, tanggung jawab, objektivitas, serta rasionalitas muncul dalam temuan penelitian. Hal ini membuktikan bahwa konten media sosial dapat berfungsi sebagai sarana internalisasi nilai psikologis yang sebelumnya sering diperoleh melalui interaksi tatap muka.

Kedua, dari perspektif Teori New Media (McQuail, 2011), media sosial seperti Instagram menawarkan ruang komunikasi dua arah yang berbeda dengan media konvensional. Akun @aldila.aap tidak hanya menyampaikan pesan secara satu arah, melainkan juga membuka ruang dialog melalui komentar, fitur komunitas "Big Sister", dan interaksi langsung dengan pengikutnya. Karakteristik interaktivitas, digitalisasi, serta jejaring luas dalam New Media membuat pesan motivasional lebih mudah menyebar dan diterima oleh audiens dalam skala besar.

Ketiga, hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian sebelumnya tentang peran media sosial dalam membangun kepercayaan diri, namun dengan fokus yang berbeda. Penelitian ini menambahkan perspektif baru bahwa gaya komunikasi personal dan narasi self-love dari akun @aldila.aap juga efektif dalam menumbuhkan kepercayaan diri pengikutnya.

Selain dampak positif, perlu dicermati bahwa penggunaan Instagram juga dapat memunculkan efek negatif. Seperti yang diungkapkan oleh sebagian informan, terkadang mereka masih merasa insecure

ketika melihat penampilan konten kreator atau komentar negatif dari pengguna lain. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki sifat di satu sisi dapat memperkuat kepercayaan diri, namun di sisi lain berpotensi menimbulkan rasa tidak percaya diri apabila tidak dikelola dengan bijak.

Dengan demikian, temuan ini memberikan implikasi bahwa konten kreator memiliki tanggung jawab etis dalam menyajikan pesan-pesan yang sehat secara psikologis. Pesan yang inklusif, empatik, dan relevan dengan keseharian audiens lebih berpotensi membangun kepercayaan diri secara berkelanjutan. Penelitian ini menegaskan bahwa Instagram, khususnya akun @aldila.aap, tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga media edukatif dan suportif dalam mendukung proses pembentukan kepercayaan diri perempuan. Hal ini sejalan dengan kebutuhan generasi muda akan ruang aman di dunia digital, di mana mereka dapat belajar menerima diri, membangun optimisme, serta mengembangkan tanggung jawab atas hidupnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data mendalam terhadap informan yang mengikuti akun Instagram @aldila.aap, dapat disimpulkan bahwa Instagram @aldila.aap berperan penting dalam membangun dan membentuk kepercayaan diri melalui penyampaian konten-konten Instagram @aldila.aap. dalam memanfaatkan akun Instagram @aldila.aap guna membangun kepercayaan diri pada perempuan dapat dilihat dari aspek pembuatan konten digital. Konten yang dibagikan oleh @aldila.aap terdiri dari berbagai bentuk, baik berupa tulisan reflektif maupun video motivasi yang mendorong audiens untuk lebih menerima diri sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Amriel, E. E. Y., & Ariescy, R. R. (2021). Analisa Engagement Rate Di Instagram: Fenomena Like Dan Komentar. *Media Manajemen Jasa*, 9(2). DOI: <https://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MMJ/article/view/5555>
- Eddles-Hirsch, Katrina. (2015). Phenomenology and Educational Research. *International Journal of Advanced Research*, Vol. 3 Issue 8
- Hapsari, A., & Primastuti, E. (2014). Kepercayaan Diri Mahasiswa yang Papua ditinjau dari Dukungan Teman Sebaya. *Psikodimensia*, 13, 60-72.
- Lauster, P. (2002). *Kecerdasan Emosional: Cara Mengembangkan Kepercayaan Diri dan Kekuatan Pribadi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sag Publications. Terjemahan Tjepjep Rohidi, UI-Press.
- Nugrahani Farida. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Bahasa*. Surakarta.
- Prayoga, Marissa (2023) *Pengaruh Konten Influencer Instagram @tasyafarasya terhadap Kepercayaan Diri Followersnya melalui Persepsi Citra Tubuh*. Bachelor Thesis thesis, Universitas Multimedia Nusantara. DOI: <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/26284/>
- Putri, Jessica. (2024). *Mengenal Platform Media Sosial Instagram*. Diakses

pada 11 Februari 2025.
<https://www.kompasiana.com/jessi-ca01676/660a7360de948f7cf560b2f2/pengenalan-platform-instagram>

Riad, K. N. N. (2023). *Pengaruh Terpaan Instagram @ Ananzaprili Terhadap Kepercayaan Diri Pada Followers* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). DOI: <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/74195>

Sahroni, I., Daulay, A. A., Fajariah, I. S., & Alvi, I. (2023). Penggunaan Media Sosial Terhadap Kepercayaan Diri Remaja: The Use Of Social Media On Adolescent Self Confidence. *SULUH: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 8(2), 96-102. DOI: <https://journal.umpr.ac.id/index.php/suluh/article/view/4499/3053>

Tahniah, Windy. (2019). Perempuan Krisis Self Confidence. Diakses pada 15 Januari 2025. <http://aklamasi.id/2019/11/29/perempuan-krisis-self-confidence/>