

ANALISIS DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP CITRA DIRI

Muhammad Fahriza Rifai¹,
Mutiara Dewi², Mackenzie
Philana Calista³,
Safitriyaningsih⁴, Windy
Adawiyah⁵, Ali Alamsyah
Kusumadinata⁶

Universitas Djuanda

Article history

Received : April 2025

Revised : April 2025

Accepted : April 2025

*Corresponding author

Philanacalistamackenzie@gmail.com

Abstrak

Media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, khususnya di kalangan remaja dan mahasiswa. Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga berperan dalam membentuk citra diri (*self-image*) individu. Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan pada bagian pendahuluan, penelitian ini membahas pengaruh media sosial terhadap citra diri pengguna, khususnya pada remaja dan mahasiswa usia 17–20 tahun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan subjek penelitian pelajar dan mahasiswa yang merupakan pengguna aktif media sosial. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan pengumpulan data melalui kuesioner tertutup berbasis skala Likert yang disebarluaskan secara daring. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif berupa persentase, nilai rata-rata (mean), visualisasi grafik, serta analisis korelasi untuk melihat hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden cenderung menggunakan media sosial untuk menampilkan hal-hal positif dan versi terbaik diri, serta memandang citra digital masih mencerminkan diri asli. Meskipun demikian, ditemukan pula adanya kebutuhan akan validasi sosial serta kecenderungan merasa minder akibat perbandingan sosial, meskipun pada tingkat yang tergolong sedang. Kata Kunci: Citra Diri, Media Sosial, Remaja, Statistika

Abstract

Social media has become an integral part of daily life, particularly among adolescents and university students. The high intensity of social media use not only serves as a means of communication and entertainment but also plays a significant role in shaping individuals' self-image. Based on the research objectives stated in the introduction, this study examines the influence of social media on users' self-image, particularly among adolescents and college students aged 17–20 years. This research employs a descriptive quantitative approach, with students as the research subjects who are active social media users. The sampling technique used is purposive sampling, and data were collected through closed-ended questionnaires using a Likert scale distributed online. Data analysis was conducted using descriptive statistical techniques, including percentages, mean scores, data visualization in graphical form, and correlation analysis to examine relationships among variables. The results indicate that most respondents tend to use social media to display positive aspects and their best versions of themselves, and they perceive their digital self-image as reflecting their real identity. However, the findings also reveal the presence of social validation needs and feelings of inferiority due to social comparison, although these effects are at a moderate level. Keywords: Adolescent, Social Media, Self-Image, Statistics

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sudah mengubah cara hidup manusia, salah satunya melalui kehadiran media sosial. Media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web berbasis internet 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Kaplan & Haenlein, 2010; Ainiyah, 2018). Platform seperti Instagram, TikTok, dan media sosial lainnya memungkinkan pengguna menampilkan berbagai bagian kehidupan mereka secara terbuka, yang secara perlahan membentuk cara seseorang memandang dirinya sendiri dan orang lain. Penggunaan media sosial yang sering membuatnya menjadi faktor utama yang memengaruhi aspek psikologis, termasuk cara seseorang memandang diri dan rasa percaya dirinya.

Media sosial juga memicu proses perbandingan sosial, di mana seseorang cenderung membandingkan dirinya sendiri dengan orang lain berdasarkan postingan yang dilihat. Anak-anak dan remaja menggunakan media sosial sebagian besar untuk komunikasi visual, yaitu memposting dan mengomentari foto dan video mereka sendiri atau orang lain (Nesi et al., 2018). Konten yang muncul di media sosial biasanya sudah dipilih dan disaring agar menampilkan sisi terbaik dari kehidupan seseorang. Hal ini bisa membuat seseorang merasa minder, tidak puas dengan diri sendiri, dan merasa tertekan untuk menyesuaikan penampilan serta gaya hidup agar sesuai dengan standar yang ada di media sosial. Fenomena tersebut sering dialami oleh remaja dan mahasiswa yang sedang berada dalam proses pencarian jati diri. Hermawan dan Gassing (2023) menyatakan bahwa komentar netizen di media sosial memiliki pengaruh terhadap pembentukan citra diri, di mana komentar positif dapat meningkatkan kepercayaan diri, sedangkan komentar negatif berpotensi menimbulkan tekanan psikologis dan merusak persepsi diri.

Di sisi lain, media sosial tidak hanya ada dampak buruk, tetapi juga bisa membantu dalam membentuk citra diri. Media sosial bisa jadi tempat untuk mengekspresikan diri, meningkatkan rasa percaya diri, serta memperluas teman-teman. Konten yang bersifat positif, influencers yang mengunggah konten positif, serta likes dan pujian yang diperoleh dari media sosial dapat meningkatkan harga diri, penerimaan diri, sikap optimis, dan kebahagiaan pengguna (Burrow dan Rainone, 2017). Ada orang yang justru merasa lebih nyaman menunjukkan identitas diri melalui media digital daripada bertemu langsung. Meski begitu, keinginan untuk mendapatkan validasi dari orang lain, seperti jumlah like, komentar, atau perhatian, tetap memengaruhi bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri.

Berdasarkan fenomena tersebut, penting dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai dampak media sosial terhadap cara seseorang memandang, menilai, dan menampilkan dirinya. Anda memerlukan baik citra penampilan fisik dan juga citra bisnis profesional sebagai reputasi positif, jika ada yang kurang, bisnis anda bisa gagal, (3) Frank Jeffkins, Soemirat & Adrianto (2007) memberikan definisi atau pengertian citra sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Tujuan penelitian ini menjelaskan bagaimana media sosial

memengaruhi individu, baik secara positif maupun negatif. Selain itu, hasil penelitian ini juga bisa menjadi dasar dalam meningkatkan pemahaman tentang penggunaan media sosial secara sehat dan seimbang, terutama di kalangan generasi muda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk menganalisis pengaruh media sosial terhadap citra diri pengguna melalui pengolahan data numerik guna melihat kecenderungan sikap, persepsi, dan perilaku pengguna. Subjek penelitian adalah pelajar dan mahasiswa berusia 17–20 tahun yang merupakan pengguna aktif media sosial. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling (Sugiyono, 2019). Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup berbasis skala Likert lima tingkat yang disebarakan secara daring, mencakup variabel seperti kecenderungan menampilkan versi terbaik diri, kebiasaan menyunting foto, kebutuhan validasi sosial, perasaan minder, serta pengaruh media sosial terhadap gaya hidup. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif berupa persentase, nilai rata-rata (mean), dan visualisasi grafik, serta analisis korelasi untuk melihat hubungan antarvariabel terkait citra diri pengguna media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Informan Pengguna Media Sosial

Kategori umur responden media sosial menunjukkan kecenderungan penggunaan platform berdasarkan usia. Responden berusia di bawah 17 tahun mayoritas menggunakan TikTok, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menciptakan tren dan tantangan viral yang dapat mempengaruhi cara remaja memandang diri mereka sendiri dan berinteraksi dengan orang lain (Huang, 2022). Sedangkan platform seperti Discord, Roblox, dan X (Twitter) hanya sedikit dipilih. Pada kelompok usia 17–20 tahun, Instagram dan TikTok menjadi pilihan utama, sementara WhatsApp, Facebook, dan YouTube jarang digunakan. Responden berusia 21–25 tahun lebih banyak menggunakan Instagram, TikTok, dan YouTube, sedangkan Discord, Netflix & Vidio, serta WhatsApp hanya muncul sebagai minoritas. Untuk kelompok usia di atas 25 tahun, Instagram dan TikTok tetap dominan, sementara X (Twitter), YouTube, dan Facebook digunakan oleh sedikit responden.

Tabel 1. Distribusi pengguna platform berdasarkan umur

Kategori Umur	Mayoritas Platform	Minoritas Platform
< 17 tahun	TikTok	Discord, Roblox, X (Twitter)
17–20 tahun	Instagram, TikTok	WhatsApp, Facebook, YouTube
21–25 tahun	Instagram, TikTok, YouTube	Discord, Netflix & Vidio, WhatsApp
> 25 tahun	Instagram, TikTok	X (Twitter), YouTube, Facebook

Pada bagian ini uraikanlah bagaimana kegiatan dilakukan untuk mencapai tujuan. Jelaskan indikator tercapainya tujuan dan tolak ukur yang digunakan untuk menyatakan keberhasilan dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan. Ungkapkan keunggulan dan kelemahan luaran atau fokus utama kegiatan apabila dilihat kesesuaiannya dengan kondisi masyarakat di lokasi kegiatan. Jelaskan juga tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan maupun produksi barang dan peluang pengembangannya kedepan. Artikel dapat diperkuat dengan dokumentasi yang relevan terkait jasa atau barang sebagai luaran, atau fokus utama kegiatan. Dokumentasi dapat berupa gambar proses penerapan atau pelaksanaan, gambar prototype produk, tabel, grafik, dan sebagainya.

Dampak Media Sosial Terhadap Citra Diri

Pembahasan ini difokuskan pada interpretasi temuan statistik mengenai pengaruh media sosial terhadap citra diri remaja dan mahasiswa usia 17–20 tahun. Mayoritas responden merupakan pelajar/mahasiswa dengan dominasi responden perempuan (80%), yang menunjukkan bahwa hasil penelitian cukup merepresentasikan kelompok usia muda yang aktif menggunakan media sosial.

Profil Psikologis Pengaruh Media Sosial

Pada bagian ini, PPT memetakan dua sisi utama pengaruh media sosial terhadap citra diri, yaitu kecenderungan positif dan dampak yang perlu diwaspadai. Media sosial mempengaruhi identitas diri remaja, baik secara positif yaitu mampu meningkatkan kepercayaan diri, maupun negatif, memengaruhi citra tubuh dan perbandingan sosial (Noho & Farid, 2025). Data penelitian memperlihatkan adanya kecenderungan positif dalam penggunaan media sosial oleh mayoritas responden. Sebagian besar responden menggunakan media sosial secara relatif sehat dan terkontrol, dengan 90% lebih memilih menampilkan hal-hal positif, 85% berusaha menampilkan versi terbaik diri, 70% merasa citra digital yang ditampilkan masih mencerminkan diri asli, serta 65% menyatakan tidak terlalu terpengaruh oleh tren. Hal ini menunjukkan bahwa bagi sebagian besar responden, media sosial dipersepsikan sebagai sarana ekspresi diri yang autentik, bukan sekadar ruang pencitraan palsu. Namun demikian, di balik kecenderungan positif

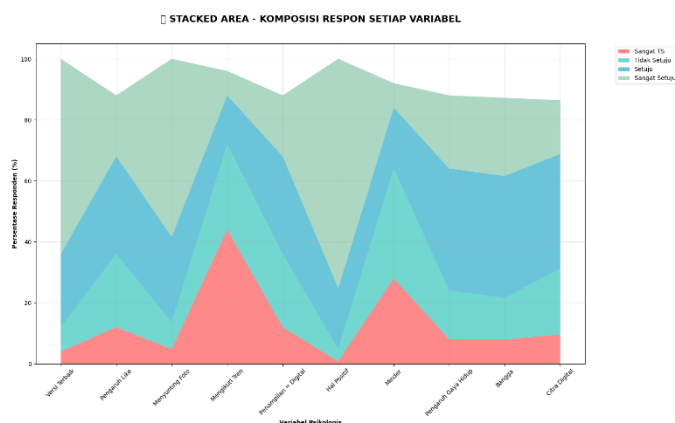
tersebut, data juga mengungkap adanya dampak psikologis yang perlu diwaspadai. Sebanyak 80% responden menjadi lebih sadar terhadap penampilan dan gaya hidup, 75% merasa membutuhkan validasi sosial dengan bangga saat mendapat perhatian, 70% sering menyunting foto sebelum diunggah, 70% merasa minder ketika melihat unggahan orang lain, dan 40% mengaku kepercayaan dirinya dipengaruhi oleh jumlah like serta komentar. Temuan ini menegaskan bahwa meskipun kesadaran diri meningkat, kondisi tersebut berpotensi berkembang menjadi tekanan psikologis apabila tidak dikelola dengan baik.

Grafik batang 3D yang menampilkan perbandingan seluruh variabel memperlihatkan pola yang cukup jelas. Variabel "Hal Positif" menempati posisi tertinggi, menunjukkan bahwa responden paling banyak menekankan aspek positif dalam penggunaan media sosial. Sementara itu, variabel Versi Terbaik dan Menyunting Foto berada di atas nilai rata-rata, menandakan adanya kecenderungan untuk menampilkan diri secara optimal dan melakukan penyesuaian visual sebelum mengunggah konten. Variabel Bangga serta Pengaruh Gaya Hidup juga berada sedikit di atas rata-rata, mencerminkan adanya pengaruh sosial yang tetap terasa meski tidak dominan. Sebaliknya, variabel mengikuti tren dan minder berada di posisi terendah, menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak terlalu terikat pada tren maupun merasa rendah diri akibat perbandingan sosial. Secara keseluruhan, interpretasi utama dari grafik ini adalah bahwa responden lebih banyak merasakan manfaat media sosial dibandingkan tekanan negatifnya. Dengan demikian, media sosial dipandang sebagai ruang yang konstruktif dan mendukung ekspresi diri, bukan sebagai sumber stres utama bagi mayoritas pengguna.

Nilai rata-rata dari setiap pernyataan kuesioner semakin memperkuat temuan sebelumnya mengenai pola penggunaan media sosial oleh responden. Variabel menampilkan hal positif memperoleh skor tertinggi sebesar 3,42, menjadikannya aspek yang paling dominan. Disusul oleh menampilkan versi terbaik dengan skor 3,24 yang menunjukkan kecenderungan sangat kuat, serta menyunting foto dengan skor 3,18 yang masih tergolong cukup tinggi. sementara itu, variabel bangga atas perhatian berada pada skor 2,96 yang menandakan adanya kebutuhan validasi sosial, dan pengaruh gaya hidup dengan skor 2,84 menunjukkan tingkat keterpengaruhannya yang moderat. Adapun citra digital mencerminkan diri memperoleh skor 2,64, yang mengindikasikan mayoritas responden setuju bahwa identitas digital mereka masih merepresentasikan diri asli. Secara keseluruhan, skor ini menegaskan bahwa aspek presentasi diri seperti menampilkan hal positif dan versi terbaik lebih dominan dibandingkan aspek tekanan sosial, yang berada pada tingkat menengah.

Dengan kata lain, responden aktif membangun citra, tetapi belum sepenuhnya tertekan oleh media sosial. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa praktik self presentation di media sosial berkaitan dengan pembentukan dan kejelasan konsep diri (self concept clarity) (Wong & Hamza 2025). Individu yang secara aktif mengelola citra diri digital cenderung masih memiliki kendali terhadap identitas dirinya selama tekanan sosial belum berada pada tingkat yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas membangun citra diri tidak selalu berdampak negatif,

selama individu mampu menjaga keseimbangan antara citra digital dan identitas personal (Beyens et al., 2024).



Gambar 1 Stacked Area Chart Dampak Media Sosial Terhadap Citra Diri

Gambar 1 ini menjelaskan tentang komposisi persentase responden terhadap berbagai variabel psikologis yang berkaitan dengan persepsi atau sikap mereka. Setiap variabel dianalisis berdasarkan tingkat persetujuan responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa kecenderungan responden lebih banyak memberikan jawaban Setuju dan Sangat Setuju pada hampir semua variabel yang diteliti. Namun, terdapat pengecualian pada variabel mengikuti tren dan minder, di mana proporsi jawaban Sangat Tidak Setuju cukup menonjol, menandakan adanya resistensi atau penolakan terhadap aspek tersebut. Sementara itu, variabel yang berkaitan dengan hal positif, versi terbaik diri, serta citra digital justru memperoleh proporsi sangat setuju paling besar. Temuan ini mengindikasikan bahwa responden lebih cenderung mengafirmasi aspek-aspek yang berhubungan dengan penguatan citra diri dan representasi positif di media sosial, dibandingkan dengan aspek yang berhubungan dengan kerentanan atau tekanan sosial.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa para responden pada umumnya tidak merasa tertekan secara sosial dalam menggunakan media sosial. Mereka menunjukkan adanya kesadaran kritis bahwa media sosial bukanlah sesuatu yang harus selalu diikuti atau dijadikan tolok ukur utama dalam kehidupan sehari-hari. Sikap ini mencerminkan pandangan yang lebih matang, di mana media sosial dipahami sebagai ruang interaksi yang bisa dimanfaatkan secara bijak tanpa harus menimbulkan tekanan atau kewajiban tertentu. media sosial dipersepsikan sebagai media ekspresi diri, bukan semata-mata ruang pencitraan palsu. Fenomena ini semakin diperkuat oleh sifat algoritmik media sosial yang mempromosikan konten berdasarkan popularitas dan keterlibatan, bukan berdasarkan keaslian atau kedalaman identitas (Lim, 2020; Bucher, 2018). Lebih jauh, persepsi responden terhadap media sosial cenderung positif sekaligus realistis: mereka mampu melihat manfaat yang ditawarkan, namun tetap menyadari adanya batasan dan potensi dampak negatif yang perlu diantisipasi. Dengan demikian, media sosial diposisikan bukan sebagai beban, melainkan sebagai sarana yang dapat mendukung interaksi dan ekspresi diri secara sehat.

Formulasi hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap citra diri pengguna. Secara umum, diasumsikan bahwa intensitas penggunaan media sosial berkaitan dengan cara individu membentuk dan menampilkan citra dirinya. Menurut Kholisoh, (2018). mendefinisikan media sosial sebagai alat interaksi secara virtual (daring) yang digunakan oleh orang-orang dan organisasi untuk saling berbagi dan bertukar informasi. Secara khusus, semakin sering seseorang menggunakan media sosial, semakin tinggi kecenderungannya untuk menampilkan versi terbaik diri, yang ditunjukkan oleh skor rata-rata yang relatif tinggi. Validasi sosial berupa like dan komentar berperan dalam membentuk kepercayaan diri pengguna media sosial. Hal ini sejalan dengan temuan Belung & Iswinarti (2024) yang menyatakan bahwa interaksi positif di media sosial dapat meningkatkan harga diri penampilan fisik remaja, meskipun hubungan yang terbentuk berada pada tingkat sedang. Sementara itu, tekanan untuk mengikuti tren tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap citra diri, karena sebagian remaja tidak secara langsung menjadikan tren media sosial sebagai standar penilaian terhadap diri mereka. Namun, intensitas penggunaan media sosial yang tinggi dapat memicu perasaan minder akibat kecenderungan membandingkan diri dengan unggahan orang lain. Marengo (2021) menjelaskan bahwa media sosial yang bersifat sangat visual berkontribusi terhadap meningkatnya kekhawatiran citra tubuh remaja, yang selanjutnya berhubungan dengan munculnya gejala psikologis internalisasi. Selain itu, rasa bangga atas perhatian yang diperoleh di media sosial memiliki hubungan yang kuat dengan perubahan gaya hidup pengguna.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap pembentukan citra diri remaja dan mahasiswa usia 17–20 tahun. Media sosial umumnya dimanfaatkan sebagai sarana menampilkan hal positif dan versi terbaik diri, sehingga berkontribusi pada ekspresi diri dan pembentukan identitas. Namun, di sisi lain, kebutuhan akan validasi sosial, kebiasaan menyunting foto, serta perasaan minder akibat perbandingan sosial menunjukkan adanya potensi tekanan psikologis dalam penggunaan media sosial. Secara keseluruhan, dampak positif media sosial lebih dominan dibandingkan dampak negatifnya, selama pengguna mampu mengelola penggunaan media sosial secara bijak dan seimbang.

PUSTAKA

- Ainiyah, N. (2018). Remaja millennial dan media sosial: media sosial sebagai media informasi pendidikan bagi remaja millennial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2), 221-236.
- Belung, Y. K., & Iswinarti, I. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Harga Diri Penampilan Fisik Pada Remaja : Tinjauan Sistematis. *Seroja Husada: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 1(3), 151–157. Retrieved From

- <https://Jurnal.Kolibi.Org/Index.Php/Husada/Article/View/2125burrow> Dan Rainone. (2017). How Many Likes Did I Get?: Purpose Moderates Links Between Positive Social Media Feedback And Self-Esteem. *Journal Of Experimental Social Psychology*, 69, 47–52
- Bucher, T. (2018). *If... Then: Algorithmic Power And Politics*. Oxford University Press.
- Huang, C. (2022). A Study Of Tiktok's Influence On Adolescents' Self-Perception And Social Interaction. *Journal Of Youth Studies*, 25(3), 315–330
- Hermawan, D., & Gassing, S. S. (2023). Pengaruh Komentar Netizen Terhadap Citra Diri Dan Reputasi Sosial Media Pada Akun Instagram Nathalie. *Ikraith-Humaniora*, 7(3), 242–250.
- Kaplan & Haenlein. (2010). Users Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kholisoh, N. (2018). Pengaruh Terpaan Informasi Vlog Di Media Terhadap Sikap Guru Dan Dampaknya Terhadap Persepsi Siswa. *Jurnal Aspikom*, 3(5), 1002–1014.
- Lim, M. (2020). *Freedom To Hate: Social Media, Algorithmic Enclaves, And The Rise Of Tribal Nationalism In Indonesia*. *Critical Asian Studies*, 52(3), 414–440.
- Marengo, D., Longobardi, C., Fabris, M. A., & Settanni, M. (2021). Highly-Visual Social Media And Internalizing Symptoms In Adolescence: The Mediating Role Of Body Image Concerns. *Computers In Human Behavior*, 122, 106833.
- Nesi, Choukas-Bradley, & Prinstein. (2018). Transformation Of Adolescent Peer Relations In The Social Media Context: Part 1—A Theoretical Framework And Application To Dyadic Peer Relationships. *Clinical Child And Family Psychology Review*, 21(3), 267–294
- Noho, N. I. B., & Farid. (2025). Dampak Media Sosial Terhadap Pembentukan Identitas Diri Di Kalangan Remaja. *Kiwari: Jurnal Pendidikan Dan Psikologi*, 4(3), 435–442.
- Soemirat, S., & Adrianto, E. (2007). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Beyens, I., Pouwels, J. L., Van Driel, I. I., Keijsers, L., & Valkenburg, P. M. (2024). Social Media Use And Adolescents' Well-Being: Developing A Typology Of Person-Specific Effect Patterns. *Communication Research*, 51(6), 691–716.
- Wong, T. K., & Hamza, C. A. (2025). Online Self-Presentation, Self-Concept Clarity, And Depressive Symptoms: A Within-Person Examination. *Journal Of Youth And Adolescence*, 54(4), 997–1013.