

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DENGAN SELF-ESTEEM MAHASISWA STATISTIKA ANGKATAN 2024 DI UNIVERSITAS NEGERI MEDAN

Putri Leony Simpa¹, Riris Apriani Simarmata², Yoga Nawarisa Pinem³, Angel Patricia Insani Gultom⁴, Putri Maulidina Fadilah⁵, Sudianto Manullang⁶
putrileony.4243260043@mhs.unimed.ac.id¹, riris.4243260001@mhs.unimed.ac.id²,
yoga.4243260026@mhs.unimed.ac.id³, angelgltm.4243260028@mhs.unimed.ac.id⁴,
putrimaulidina@unimed.ac.id⁵, sudianto.manullang@unimed.ac.id⁶

Universitas Negeri Medan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengkaji hubungan antara penggunaan media sosial dengan tingkat self-esteem pada mahasiswa Program Studi Statistika Angkatan 2024 di Universitas Negeri Medan. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan analisis korelasi Spearman. Sampel penelitian berjumlah 68 mahasiswa yang dipilih secara acak menggunakan metode Simple Random Sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 untuk menguji validitas, reliabilitas, dan korelasi antar variabel. Hasil menunjukkan bahwa instrumen penelitian telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,731. Uji korelasi Spearman menemukan hubungan positif sedang yang signifikan antara penggunaan media sosial dan self-esteem ($r = 0,282$; $p = 0,020$). Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan intensitas penggunaan media sosial diikuti oleh peningkatan tingkat self-esteem mahasiswa. Penelitian ini menyoroti pentingnya literasi digital serta kesadaran diri dalam pemanfaatan media sosial secara tepat guna mendukung pengembangan self-esteem yang sehat. Namun, perlu diingat bahwa penggunaan media sosial secara berlebihan berpotensi menimbulkan dampak negatif, sehingga pengaturan penggunaan yang seimbang sangat diperlukan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengembangan strategi pemanfaatan media sosial yang positif di lingkungan akademik.

Kata Kunci: Media Sosial, Self-Esteem, Kuesioner.

ABSTRACT

This study aims to examine the relationship between social media use and self-esteem levels in Statistics Study Program students, Class of 2024 at Medan State University. The approach used is quantitative with Spearman correlation analysis. The research sample consisted of 68 students who were randomly selected using the Simple Random Sampling method. Data were collected through a Likert scale questionnaire and analyzed using SPSS version 25 software to test the validity, reliability, and correlation between variables. The results showed that the research instrument had met the validity and reliability criteria with a Cronbach's Alpha value of 0.731. The Spearman correlation test found a significant moderate positive relationship between social media use and self-esteem ($r = 0.282$; $p = 0.020$). These findings indicate that an increase in the intensity of social media use is followed by an increase in students' self-esteem levels. This study highlights the importance of digital literacy and self-awareness in utilizing social media appropriately to support the development of healthy self-esteem. However, it should be remembered that excessive use of social media has the potential to have negative impacts, so balanced use regulation is needed. This study is expected to be a reference in developing positive social media utilization strategies in academic environments.

Keywords: Social Media, Self-Esteem, Questionnaire.

PENDAHULUAN

Media sosial merupakan fenomena global yang telah merevolusi cara manusia berkomunikasi, berinteraksi, dan membangun citra diri. Platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, Twitter, hingga WhatsApp memungkinkan individu untuk membagikan aktivitas sehari-hari, berpendapat, dan membangun jaringan sosial secara cepat dan luas. Media sosial kini menjadi bagian integral dalam kehidupan masyarakat, tidak hanya sebagai sarana hiburan tetapi juga sebagai media untuk mengekspresikan diri dan memperoleh pengakuan sosial. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya memainkan peran teknologis, melainkan juga sosiologis dan psikologis.

Salah satu aspek psikologis yang erat kaitannya dengan penggunaan media sosial adalah self-esteem atau harga diri, yaitu sejauh mana seseorang menghargai, menghormati, dan menerima dirinya sendiri secara positif. Self-esteem merupakan komponen penting dalam perkembangan individu yang memengaruhi cara berpikir, bertindak, dan merespons tekanan sosial. Menurut Rosenberg (1965), self-esteem adalah evaluasi diri secara menyeluruh yang mencerminkan seberapa besar seseorang merasa dirinya berharga. Individu dengan self-esteem tinggi cenderung memiliki keyakinan atas kemampuannya, merasa nyaman dalam hubungan sosial, dan mampu mengelola tekanan emosional. Sebaliknya, individu dengan self-esteem rendah cenderung meragukan kemampuan diri, mudah terpengaruh penilaian eksternal, serta rentan terhadap kecemasan dan depresi.

Hubungan antara media sosial dan self-esteem menjadi topik yang banyak diteliti karena adanya potensi media sosial untuk membentuk persepsi diri, baik secara positif maupun negatif. Media sosial menyediakan ruang untuk mendapatkan validasi sosial melalui jumlah likes, komentar, dan pengikut, yang bisa memperkuat harga diri seseorang. Namun di sisi lain, media sosial juga mendorong perilaku perbandingan sosial (*social comparison*), terutama ketika individu terpapar pada konten-konten idealis seperti pencapaian, penampilan fisik, gaya hidup mewah, atau hubungan yang harmonis dari pengguna lain. Ketika individu merasa tidak mampu menyamai apa yang dilihat di media sosial, mereka cenderung mengalami penurunan self-esteem. Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial yang tinggi berhubungan dengan self-esteem yang rendah, meskipun dalam beberapa kasus, pengaruh ini dapat dimediasi oleh faktor lain seperti kemampuan regulasi diri dan dukungan sosial.

Penelitian-penelitian sebelumnya mengungkapkan hasil yang beragam mengenai dampak media sosial terhadap self-esteem. Beberapa menyatakan bahwa penggunaan media sosial berkontribusi terhadap peningkatan harga diri, terutama ketika digunakan secara aktif dan mendapatkan umpan balik positif dari pengguna lain. Sementara itu, sejumlah studi lainnya justru menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara pasif seperti hanya melihat konten orang lain tanpa berinteraksi dapat menimbulkan perasaan iri, tidak puas terhadap diri sendiri, dan penurunan harga diri. Hal ini menjadi lebih kompleks ketika dikaitkan dengan usia dan tahap perkembangan pengguna, terutama pada kalangan remaja dan dewasa muda yang sedang membangun identitas dan sangat sensitif terhadap penilaian sosial.

Mahasiswa sebagai bagian dari kelompok dewasa awal (usia 18–24 tahun) termasuk dalam kategori pengguna aktif media sosial yang sangat rentan terhadap dampak psikologisnya. Di tengah tuntutan akademik, pencarian jati diri, serta kebutuhan akan pengakuan sosial, mahasiswa cenderung menggunakan media sosial baik sebagai sarana hiburan maupun untuk membangun citra diri. Aktivitas seperti memposting foto, berbagi cerita, dan melihat kehidupan orang lain melalui media sosial bisa menjadi sumber motivasi sekaligus tekanan psikologis. Ketika mahasiswa merasa kehidupan mereka tidak

sebaik atau semenarik yang ditampilkan pengguna lain, hal ini dapat menimbulkan ketidakpuasan terhadap diri sendiri dan menurunkan self-esteem. Oleh karena itu, mahasiswa menjadi populasi yang menarik dan relevan untuk dikaji dalam penelitian mengenai hubungan antara penggunaan media sosial dan self-esteem.

Berangkat dari fenomena tersebut, penting untuk menelaah secara lebih mendalam bagaimana hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan tingkat self-esteem dalam konteks mahasiswa di Indonesia. Salah satu kelompok yang dapat menjadi subjek kajian adalah mahasiswa Statistika di Universitas Negeri Medan (UNIMED), khususnya angkatan 2024 yang saat ini berada dalam fase perkuliahan aktif. Mahasiswa Statistika umumnya memiliki beban akademik yang tinggi, dituntut untuk berpikir logis dan analitis, serta aktif berinteraksi dalam lingkungan akademik maupun sosial. Keseimbangan antara aktivitas akademik dan kehidupan sosial yang semakin bergeser ke ranah digital melalui media sosial membuka ruang baru dalam memengaruhi kondisi psikologis mereka, termasuk harga diri. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk menguji apakah terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan self-esteem mahasiswa Statistika UNIMED angkatan 2024, sekaligus menganalisis bagaimana dukungan sosial teman sebaya dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh tersebut.

Dengan mempertimbangkan berbagai aspek tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial dan self-esteem mahasiswa Statistika UNIMED angkatan 2024, serta sejauh mana dukungan sosial teman sebaya mempengaruhi hubungan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi intensitas penggunaan media sosial mahasiswa, mengukur tingkat self-esteem mereka, dan menganalisis keterkaitan antar variabel tersebut. Di samping itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis berupa rekomendasi kepada pihak kampus dan mahasiswa untuk menciptakan lingkungan digital yang lebih sehat dan mendukung kondisi psikologis yang positif.

Manfaat dari penelitian ini secara teoritis adalah menambah kajian ilmiah dalam bidang psikologi sosial dan pendidikan tinggi, terutama dalam memahami dinamika mahasiswa di era digital. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi kampus dalam merancang program bimbingan konseling, penguatan kapasitas diri, dan literasi digital yang mendorong mahasiswa agar mampu menggunakan media sosial secara bijak, sekaligus membangun dan menjaga self-esteem mereka dengan dukungan dari lingkungan sosial yang sehat dan positif.

KAJIAN PUSTAKA

Self-esteem atau harga diri merupakan sejauh mana individu menghargai, menerima, dan menilai dirinya secara positif. Self-esteem adalah evaluasi menyeluruh terhadap diri yang mencerminkan seberapa besar seseorang merasa dirinya berharga. Individu dengan self-esteem tinggi umumnya percaya pada kemampuan diri, nyaman dalam relasi sosial, serta mampu mengatasi tekanan emosional. Sebaliknya, mereka dengan self-esteem rendah sering merasa tidak mampu, mudah terpengaruh penilaian eksternal, dan rentan mengalami kecemasan serta depresi.

Self-esteem terdiri dari dua dimensi, yaitu self-worth, yakni keyakinan bahwa diri sendiri berharga, dan self-competence, yaitu keyakinan terhadap kemampuan menghadapi tantangan. Faktor-faktor yang memengaruhi pembentukan self-esteem antara lain pengalaman pribadi, dukungan sosial, perbandingan sosial, serta media sosial. Media sosial kini menjadi salah satu faktor dominan yang membentuk harga diri, terutama di kalangan remaja dan mahasiswa.

Media sosial memungkinkan individu memperoleh validasi sosial melalui likes, komentar, dan jumlah pengikut. Umpan balik positif dapat meningkatkan self-esteem, tetapi konten idealis di media sosial juga mendorong perbandingan sosial negatif yang dapat menyebabkan ketidakpuasan diri (social comparison). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara aktif dan interaktif dapat meningkatkan self-esteem, sementara penggunaan pasif lebih sering menurunkan self-esteem (Bikriyah, 2020; Rizki & Ruhaena, 2017). Faktor seperti regulasi diri dan dukungan sosial menjadi penentu dalam memperkuat atau melemahkan pengaruh media sosial terhadap harga diri.

Mahasiswa usia dewasa awal (18–24 tahun) menjadi kelompok yang rentan terhadap dampak media sosial terhadap self-esteem mereka. Dalam masa pencarian jati diri dan tekanan akademik, media sosial bisa menjadi sarana ekspresi diri maupun sumber tekanan psikologis. Ketika mahasiswa merasa kehidupan mereka tidak sebanding dengan pengguna lain, mereka cenderung mengalami penurunan harga diri (Sudiani & Ariyanto, 2023).

Gumara (2024) dan Sarumaha (2024) menegaskan bahwa penggunaan media sosial yang intensif dapat berdampak negatif terhadap kesehatan mental, termasuk munculnya kecemasan, stres, dan depresi. Temuan ini konsisten dengan Bikriyah (2020), yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial secara berlebihan dapat menurunkan motivasi belajar dan memicu perasaan rendah diri. Selain itu, body dissatisfaction juga meningkat akibat paparan terhadap standar kecantikan yang tidak realistis (Sudiani & Ariyanto, 2023).

Penelitian Syahputra & Rifandi (2021) serta Sahroni et al. (2023) menunjukkan bahwa media sosial dapat memperkuat kepercayaan diri jika individu memperoleh dukungan dan pengakuan sosial. Sebaliknya, jika penggunaan lebih didominasi oleh perbandingan sosial atau umpan balik negatif, maka self-esteem dan rasa percaya diri cenderung menurun. Dalam konteks mahasiswa, dukungan teman sebaya dapat menjadi pelindung dari dampak negatif media sosial (Putri & Amini, 2023; Pratama & Rahayu, 2021).

Menurut kerangka teori dari Stets & Burke (2014), self-esteem terbentuk melalui interaksi sosial dan validasi yang diperoleh, termasuk dari media sosial. Oktaviani et al. (2023) serta Cahya Permana & Prihartanti (2020) menambahkan bahwa eksistensi di media sosial berkaitan dengan kepercayaan diri dan harga diri, terutama ketika citra diri yang dibentuk mendapatkan pengakuan sosial.

Dari berbagai temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial dapat berdampak positif maupun negatif terhadap self-esteem dan kesehatan mental mahasiswa. Jika digunakan secara positif dan disertai dukungan sosial yang kuat, media sosial dapat memperkuat harga diri. Namun, jika digunakan secara pasif, berlebihan, dan tanpa kesadaran diri, maka media sosial justru dapat menurunkan self-esteem serta memicu gangguan psikologis. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk mengembangkan literasi digital, regulasi diri, serta membangun lingkungan sosial yang suportif agar penggunaan media sosial memberi dampak psikologis yang sehat dan produktif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis korelasi antara penggunaan media sosial dan self-esteem pada mahasiswa Statistika Angkatan 2024 di Universitas Negeri Medan. Penelitian ini termasuk dalam statistika inferensial karena bertujuan tidak hanya mendeskripsikan data, tetapi juga menguji hubungan antar variabel dari sampel ke populasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

A. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan menggunakan teknik korelasi Spearman dengan bantuan SPSS software versi 25. Tujuannya adalah untuk mengukur sejauh mana setiap item dalam kuesioner mampu merepresentasikan indikator konstruk yang diteliti.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dengan Korelasi Spearman

Item	Koefisien Korelasi (r hitung)	Sig. (2 tailed)	Keterangan
P1	$0.661 \geq 0.30$	$0.000 \leq 0.05$	Valid
P2	$0.510 \geq 0.30$	$0.000 \leq 0.05$	Valid
P3	$0.658 \geq 0.30$	$0.000 \leq 0.05$	Valid
P4	$0.453 \geq 0.30$	$0.000 \leq 0.05$	Valid
P5	$0.490 \geq 0.30$	$0.000 \leq 0.05$	Valid

Sumber: Output SPSS 25

Berdasarkan tabel 1. Hasil uji validitas dengan korelasi Spearman menggunakan SPSS Software, diperoleh seluruh item memiliki koefisien korelasi (r hitung) $\geq 0,30$, sehingga dinyatakan valid dan nilai p-value $\leq 0,05$ (Signifikansi). Maka, kuesioner ini valid dan tersignifikansi. Hal ini berarti bahwa setiap item dalam kuesioner valid dan layak digunakan untuk mengukur variabel yang dimaksud. Dengan demikian, instrumen penelitian telah memenuhi syarat validitas.

B. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen (Cronbach's Alpha)

Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
5	0.731	Reliabel

Sumber: Output SPSS 25

Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,731. Nilai ini lebih besar dari batas minimal 0,70, yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang baik. Maka, kuesioner dalam penelitian ini dikategorikan reliabel dan dapat digunakan secara konsisten dalam pengukuran.

C. Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk memperoleh gambaran umum mengenai data responden, baik untuk variabel penggunaan media sosial maupun self-esteem.

Mean (Rata-rata)

$$\text{Mean} = \frac{\sum X}{n}$$

X = nilai skor tiap responden

n = jumlah responden (68)

Tabel 3. Item, Total Skor, dan Mean

Item	Total Skor	Mean
P1	183	2,69
P2	144	2,12
P3	152	2,24
P4	171	2,51
P5	150	2,21

Proporsi (%)

$$Proporsi = \left(\frac{\text{Frekuensi Jawaban}}{n} \right) \times 100\%$$

Tabel 4. Proporsi

Item	Skor 1(%)	Skor 2(%)	Skor 3(%)	Skor 4(%)
P1	7,35	32,35	47,06	13,24
P2	8,82	47,06	38,24	5,88
P3	13,24	35,29	44,12	7,35
P4	4,41	35,29	47,06	13,24
P5	10,29	44,12	38,24	7,35

Maximum dan Minimum

Tabel 4. Item, Maximum, dan Minimum

Item	Maximum	Minimum
P1	1	4
P2	1	3
P3	1	4
P4	1	4
P5	1	4

Varians dan Simpangan Baku

$$Varians = \frac{\sum(X - Mean)^2}{n}; \sigma = \sqrt{Varians}$$

Tabel 5. Item, Varians, dan Simpangan Baku

Item	Varians	Simpangan Baku
P1	0,65	0.81
P2	0,47	0,69
P3	0,62	0.79
P4	0,64	0.80
P5	0,45	0.67

Simpangan baku kecil (<1) menunjukkan jawaban responden relatif homogen atau tidak terlalu tersebar. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui kecenderungan jawaban responden dan variasi data pada setiap variabel sebelum dilakukan analisis inferensial.

D. Uji Korelasi Spearman

Uji korelasi Spearman ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang signifikan antara dua variabel, yakni penggunaan media sosial (X) dan self-esteem (Y). Uji ini juga mengukur seberapa kuat hubungan tersebut serta arah hubungan yang terjadi (positif atau negatif).

Dasar pengambilan keputusan dalam uji korelasi Spearman adalah sebagai berikut:

- Jika nilai sig. (2-tailed) < 0,05, maka terdapat hubungan yang signifikan antar variabel.
- Jika nilai sig. (2-tailed) ≥ 0,05, maka tidak terdapat hubungan yang signifikan.

Tabel 6. Kriteria Tingkat Kekuatan Korelasi

Rentang Koefisien Korelasi	Kategori Kekuatan Hubungan
0,00 – 0,25	Sangat lemah atau tidak ada hubungan
0,26 – 0,50	Cukup atau sedang
0,51 – 0,75	Kuat

0,76 – 0,99
1,00

Sangat kuat
Sempurna

Tabel 10. Hasil Uji Korelasi Spearman antara X dan Y

Variabel X	Variabel Y	Koef. Korelasi (ρ)	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Penggunaan Media Sosial	Self-Esteem	0.282	0.020	Cukup, Signifikan

Sumber: Output SPSS 25

Berdasarkan output Uji Korelasi menggunakan SPSS software di atas, diketahui nilai Sig.(2 tailed) sebesar $0.020 < 0,05$ maka artinya ada hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial dan self-esteem secara statistik. Selanjutnya, nilai koefisien korelasi sebesar 0,282 menunjukkan arah hubungan positif, artinya semakin tinggi penggunaan media sosial, maka self-esteem cenderung meningkat. Mengacu pada kriteria kekuatan hubungan korelasi Spearman, interpretasi nilai korelasi 0,282 berada pada rentang 0,26 – 0,50, yang termasuk kategori cukup atau sedang. Dengan demikian, hubungan antara penggunaan media sosial dan self-esteem tergolong cukup kuat atau sedang.

Pembahasan

Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Hasil uji validitas menggunakan korelasi Spearman menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner memiliki koefisien korelasi (r hitung) di atas 0,30 dengan nilai signifikansi (p-value) kurang dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa semua item valid dalam mengukur variabel penelitian. Selanjutnya, uji reliabilitas dengan menggunakan Cronbach's Alpha menghasilkan nilai sebesar 0,731, yang berarti instrumen tersebut reliabel dan dapat dipercaya untuk mengukur variabel penggunaan media sosial dan self-esteem pada mahasiswa. Validitas dan reliabilitas yang baik sangat penting untuk memastikan data yang diperoleh akurat dan konsisten, sehingga mendukung keabsahan hasil penelitian.

Hubungan antara Penggunaan Media Sosial dan Self-Esteem

Berdasarkan hasil uji korelasi Spearman, ditemukan nilai koefisien korelasi sebesar 0,282 dengan nilai signifikansi 0,020 ($< 0,05$). Ini menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara penggunaan media sosial dan self-esteem mahasiswa. Secara praktis, semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, semakin tinggi pula tingkat self-esteem mahasiswa. Berdasarkan kriteria kekuatan korelasi Spearman, nilai 0,282 termasuk dalam kategori sedang atau cukup kuat. Temuan ini mengindikasikan bahwa media sosial berperan dalam membentuk persepsi diri dan penghargaan diri mahasiswa, khususnya pada mahasiswa Program Studi Statistika Angkatan 2024 Universitas Negeri Medan.

Pentingnya Literasi Digital dan Kesadaran Diri

Penelitian ini menegaskan bahwa literasi digital dan kesadaran diri menjadi aspek krusial dalam penggunaan media sosial, terutama bagi kalangan akademisi muda. Literasi digital membantu mahasiswa memahami cara menggunakan media sosial secara bijak dan sehat, serta mengenali risiko yang mungkin muncul akibat penggunaan media sosial yang berlebihan atau tidak tepat. Kesadaran diri dalam berinteraksi di ruang virtual juga penting agar mahasiswa mampu menjaga citra dan harga diri secara positif di dunia maya.

Dampak Penggunaan Media Sosial Secara Berlebihan

Meskipun ditemukan hubungan positif, penggunaan media sosial secara berlebihan dapat membawa dampak negatif, seperti gangguan konsentrasi dalam kegiatan akademik, kecemasan sosial, dan ketergantungan yang berlebihan terhadap validasi dari orang lain. Kondisi tersebut justru dapat menurunkan tingkat self-esteem seseorang. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk mengelola waktu dan pola penggunaan media sosial secara seimbang dengan aktivitas offline agar dapat memperoleh manfaat positif tanpa menimbulkan efek buruk.

Keterbatasan dan Implikasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan sampel mahasiswa Statistika Angkatan 2024 di Universitas Negeri Medan sehingga hasilnya bersifat spesifik pada populasi tersebut. Generalisasi ke populasi yang lebih luas harus dilakukan dengan hati-hati dan memerlukan penelitian lanjutan yang melibatkan populasi dan metode yang lebih bervariasi. Meski demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi landasan bagi pengembangan program atau intervensi yang bertujuan memanfaatkan media sosial secara positif untuk meningkatkan self-esteem mahasiswa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat hubungan positif dan signifikan antara penggunaan media sosial dengan self-esteem mahasiswa Program Studi Statistika Angkatan 2024 Universitas Negeri Medan. Instrumen yang digunakan telah terbukti valid dan reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha 0,731. Koefisien korelasi Spearman sebesar 0,282 dengan signifikansi 0,020 mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, semakin meningkat pula tingkat self-esteem mahasiswa. Temuan ini menunjukkan peran penting media sosial dalam memengaruhi persepsi dan penghargaan diri mahasiswa. Selain itu, penelitian ini juga menekankan perlunya literasi digital dan kesadaran individu dalam berinteraksi di dunia maya agar penggunaan media sosial dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan diri. Penggunaan media sosial secara berlebihan tetap berpotensi membawa efek negatif, sehingga pengelolaan yang seimbang sangat dianjurkan. Penelitian ini memiliki batasan pada populasi yang spesifik, sehingga disarankan penelitian selanjutnya dengan sampel yang lebih luas untuk memperkuat validitas temuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bikriyah, N. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Peserta Didik di SMPN 166 Jakarta (Bachelor's thesis, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Cahya Permana, T., & Prihartanti, N. (2020). Hubungan antara eksistensi diri dan kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial Instagram (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Gumara, A., Ugu, F., Fitria, A. R., & Abdillah, R. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Dewasa Awal di Bekasi. *Observasi: Jurnal Publikasi Ilmu Psikologi*, 2(4), 48-57.
- Ivana Rizki, A., & Ruhaena, L. (2017). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan harga diri (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Oktaviani, R., Permadi, D., & Suparto, D. (2023). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Tingkat Kepercayaan Diri. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 1(1), 67-79.
- Pratama, G., & Rahayu, N. O. (2021). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Tingkat Kepercayaan Diri Pada Mahasiswa KPI IUQI Bogor. *AT-TAWASUL*, 1(1), 1-6.

- Putri, A. R., & Amini, S. (2023). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Dukungan Sosial Teman Sebaya Dengan Kepercayaan Diri Mahasiswa (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- 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.
- Sarumaha, M., Manik, R. M., Borus, A. V. B., & Sitepu, A. B. (2024). Hubungan penggunaan media sosial dengan kesehatan mental remaja. *Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal*, 15(02), 333-342.
- Stets, J. E., & Burke, P. J. (2014). Self-esteem and identities. *Sociological perspectives*, 57(4), 409-433
- Sudiani, B., & Ariyanto, M. S. (2023). HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DENGAN BODY DISSATISFACTION PADA MAHASISWA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. *Jurnal Riset dan Inovasi Pembelajaran*, 3(3), 220-230.
- Syahputra, A., & Rifandi, D. (2021). Hubungan Intensitas Media Sosial Dan Kepercayaan Diri Pada Remaja Awal the Relationship Between Social Media Intensity and Self-Confidence in Early Adolescents. *Journal of Healthcare Technology and Medicine*, 7(2).