

**HUBUNGAN ANTARA *BANDWAGON EFFECT* ESTETIKA
INSTAGRAM DENGAN HARGA DIRI DAN
KEPERCAYAAN DIRI PENGGUNA
INSTAGRAM PADA REMAJA
DI KELURAHAN CIPARI
TAHUN 2025**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
pada Program Studi S1 Keperawatan Fakultas Ilmu Kesehatan
Universitas Bhakti Husada Indonesia**

Oleh:
ALIFIA AZZAHRA
CKR0210047



**PROGRAM STUDI S1 KEPERAWATAN
FAKULTAS ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS BHAKTI HUSADA INDONESIA
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**HUBUNGAN ANTARA *BANDWAGON EFFECT* ESTETIKA
INSTAGRAM DENGAN HARGA DIRI DAN
KEPERCAYAAN DIRI PENGGUNA
INSTAGRAM PADA REMAJA
DI KELURAHAN CIPARI
TAHUN 2025**

Diajukan Oleh:

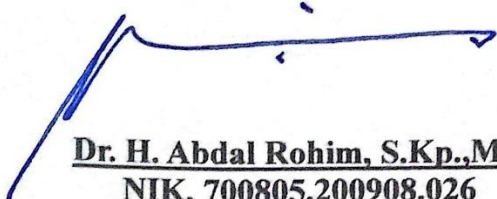
Nama : Alifia Azzahra

NIM : CKR0210047

Kuningan, Juni 2025

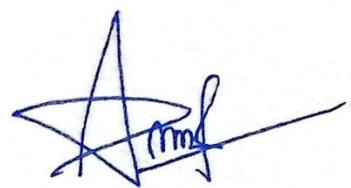
Telah Disetujui Oleh,

Pembimbing I



Dr. H. Abdal Rohim, S.Kp.,MH
NIK. 700805.200908.026

Pembimbing II



Ns. Anggi Ulfah Mawaddah, M.Kep
NIK. 961028.2019.137

LEMBAR PENGESAHAN

HUBUNGAN ANTARA *BANDWAGON EFFECT* ESTETIKA INSTAGRAM DENGAN HARGA DIRI DAN KEPERCAYAAN DIRI PENGGUNA INSTAGRAM PADA REMAJA DI KELURAHAN CIPARI TAHUN 2025

Skripsi Ini telah di ujikan oleh Tim Penguji
Program Studi S1 Keperawatan Fakultas Ilmu Kesehatan
Universitas Bhakti Husada Indonesia
Pada Bulan Juni 2025

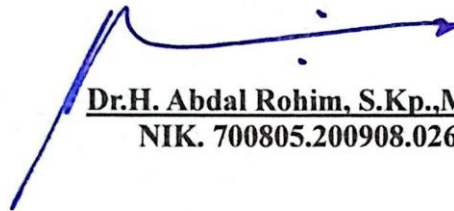
Mengesahkan,

Penguji I



Ns. Nur Wulan, M.Kep
NIK. 940301.201610.111

Penguji II



Dr.H. Abdal Rohim, S.Kp.,M.H
NIK. 700805.200908.026

Penguji III



Ns. Anggi Ulfah Mawaddah, M.Kep
NIK. 961028.2019.137

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Kesehatan
UBHI



Ns. Heri Hermansyah, S.Kep., M.KM
NIK. 831102.200904.024

Ketua Program Studi S1 Keperawatan



Ns. Neneng Aria Ningsih, M.Kep
NIK. 811007.201010.040

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Alifia Azzahra

NIM : CKR0210047

Kelas : Reguler

Program Studi : S1 Keperawatan

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “Hubungan antara *bandwagon effect* estetika instagram dengan harga diri dan kepercayaan diri pengguna instagram pada remaja di Kelurahan Cipari tahun 2025” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri dan tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi dijatuhkan kepada saya ini, atau klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Alifia Azzahra
CKR0210047

LEMBAR PERSEMBAHAN



“Dan seandainya pohon-pohon di bumi menjadi pena dan lautan (menjadi tinta), ditambahkan kepadanya tujuh lautan (lagi) setelah (kering) nya, niscaya tidak akan habis-habisnya (dituliskan) kalimat-kalimat Allah. Sesungguhnya Allah Mahaperkasa, Mahabijaksana”.

(QS. Luqman: 27)

Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Alhamdulillahirobbil'alamin, dengan mengucap syukur atas rahmat Allah SWT dan sebagai ucapan terimakasih skripsi ini saya persembahkan untuk:

Ayah dan Ibu tercinta,

Yang telah menjadi cahaya dalam gelap, penopang dalam lelah, dan rumah dalam setiap langkah. Terima kasih atas kasih sayang yang tulus, doa yang tanpa henti, dan pengorbanan yang tak tergantikan hingga saya selalu tegar menjalani rintangan.

Kedua nenekku tersayang,

Yang telah berjuang sepenuh hati dalam memberikan kasih sayang, doa dan merawat saya dari kecil hingga saat ini. Serta memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Adik tercinta,

Yang menjadi teman tumbuh dalam segala suka dan duka, menjadi pengingat akan tawa, kenangan, dan alasan untuk terus maju.

Sahabat-sahabat seperjuangan,

Yang hadir dalam diam maupun riuh, dalam tangis maupun tawa. Terima kasih telah menjadi pelipur lara, penawar lelah, dan teman seperjalanan yang tulus dalam liku-liku perjuangan ini.

Dan terakhir, kepada diriku sendiri.

Terima kasih telah bertahan sejauh ini, di saat semuanya terasa berat, di saat jalan terasa sunyi. Terima kasih telah memilih untuk tetap melangkah, meski pelan, meski tertatih, namun tidak pernah berhenti.

MOTTO

You only live ones, make your life count!

“Tidak ada yang langsung mahir dalam hidup.
Tidak apa-apa salah, karena ini adalah pertama kalinya kita hidup”.

(When Life Gives You Tangerines)

**UNIVERSITAS BHAKTI HUSADA INDONESIA
FAKULTAS ILMU KESEHATAN
PROGAM STUDI S1 KEPERAWATAN
SKRIPSI, JUNI 2025**

**ALIFIA AZZAHRA
CKR0210047**

Xv + 99 halaman + 13 tabel + 2 bagan + 14 lampiran

**HUBUNGAN ANTARA *BANDWAGON EFFECT* ESTETIKA INSTAGRAM
DENGAN HARGA DIRI DAN KEPERCAYAAN DIRI PENGGUNA
INSTAGRAM PADA REMAJA DI KELURAHAN CIPARI TAHUN 2025**

ABSTRAK

Latar belakang : Pengguna media sosial Instagram ada di urutan kedua yaitu sebesar 19,9 juta pengguna (15%). Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) , pengguna internet di provinsi Jawa Barat tahun 2020 adalah 35,1 juta. Hasil dari studi pendahuluan pada 10 orang remaja, terdapat 8 remaja yang merasa bahwa melihat dan mengikuti tren estetika di Instagram membuat mereka lebih percaya diri dengan penampilan, kemampuan diri, sedangkan 2 remaja yang belum bisa mengikuti tren estetika di Instagram mereka merasa malu dan tidak percaya diri karena tampilan Instagram nya belum sesuai dengan tren estetika. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara *bandwagon effect* estetika instagram dengan harga diri dan kepercayaan diri pengguna instagram pada remaja di Kelurahan Cipari tahun 2025.

Metode : Jenis penelitian yang digunakan menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *cross sectional*. Populasi penelitian seluruh remaja di Kelurahan Cipari sebanyak 285 orang. Sampel penelitian menggunakan metode *stratified random sampling* sebanyak 74 orang. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner. Analisis data yang digunakan yaitu analisis univariat dengan tabel distribusi frekuensi dan analisis bivariat dengan uji *rank spearman*.

Hasil : Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 74 remaja sebagian besar remaja memiliki *bandwagon effect* estetika instagram sedang sebanyak 50 (67,6%) remaja, dari 74 remaja sebagian besar memiliki harga diri sedang sebanyak 58 (78,4%) dan dari 74 remaja sebagian besar memiliki kepercayaan diri sedang sebanyak 53 (71,6%). Berdasarkan hasil analisis bivariat didapatkan *p value* = 0,000 (<0,05).

Kesimpulan : Terdapat hubungan yang signifikan antara *bandwagon effect* estetika instagram dengan harga diri dan kepercayaan diri pengguna instagram pada remaja di Kelurahan Cipari Tahun 2025.

Saran : Remaja disarankan agar lebih bisa menilai dan membangun harga diri dan kepercayaan diri nya secara positif, memiliki kesadaran untuk lebih meningkatkan harga diri dan juga kepercayaan diri.

Kata kunci : *Bandwagon effect*, kepercayaan diri, harga diri, remaja

Kepustakaan : 22 Jurnal (2019-2024), 15 buku (2020-2025), 2 Skripsi (2021-2023)

**UNIVERSITY OF BHAKTI HUSADA INDONESIA
FACULTY OF HEALTH SCIENCES
BACHELOR OF NURSING STUDY PROGRAM
UNDERGRADUATE THESIS, JUNI 2025**

**ALIFIA AZZAHRA
CKR0210047**

Xv + 99 pages + 13 tables + 2 charts + 14 attachments

**THE RELATIONSHIP BETWEEN THE BANDWAGON EFFECT OF
INSTAGRAM AESTHETICS AND SELF-ESTEEM AND SELF-
CONFIDENCE AMONG INSTAGRAM USERS IN ADOLESCENTS IN
CIPARI VILLAGE IN 2025**

ABSTRACT

Background: Instagram is the second most used social media platform, with 19.9 million users (15%). The results of a preliminary study on 10 teenagers, there were 8 teenagers who felt that seeing and following aesthetic trends on Instagram made them more confident with their appearance and abilities, while 2 teenagers who had not been able to follow aesthetic trends on Instagram felt ashamed and insecure because their Instagram appearance did not match aesthetic trends. This study aims to analyze the relationship between the bandwagon effect of Instagram aesthetics with self-esteem and self-confidence of Instagram users among adolescents in Cipari Village in 2025.

Method: This research employs a quantitative method with a cross-sectional approach. The study population consists of all adolescents in Cipari Village, totaling 285 individuals. The research sample, consisting of 74 participants, was selected using a stratified random sampling method. The research instrument used was a questionnaire, and data analysis was performed using the Spearman rank test.

Results: The study results show that out of 74 respondents, the majority of adolescents had a moderate level of the Instagram aesthetics bandwagon effect, with 50 individuals (67.6%). Additionally, 58 respondents (78.4%) had a moderate level of self-esteem, and 53 respondents (71.6%) had a moderate level of self-confidence. Based on the result of the bivariate analysis it was obtained p value = 0,000 ($<0,05$).

Conclusion: There is a significant relationship between the bandwagon effect of Instagram aesthetics with self-esteem and self-confidence of Instagram users among adolescents in Cipari Village in 2025.

Saran : Adolescents are advised to be more able to assess and build their self-esteem and self-confidence positively, have the awareness to further increase self-esteem and self-confidence.

Keywords: Bandwagon effect, self-confidence, self-esteem, adolescents

References: 22 journals (2019-2024), 15 books (2020-2025), 2 Skripsi (2021-2023)

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Hubungan antara *Bandwagon effect* Estetika Instagram dengan Harga Diri dan Kepercayaan Diri Pengguna Instagram pada Remaja di Kelurahan Cipari Tahun 2025”.

Peneliti menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan kerjasama yang baik dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Dewi Laelatul Badriah, M.Kes., AIFO., selaku Ketua Yayasan Pendidikan Bhakti Husada Kuningan.
2. Dr. H. Abdal Rohim, S.Kp., M.Kep., selaku Ketua Rektor Universitas Bhakti Husada Indonesia sekaligus dosen pembimbing I yang telah memberikan ilmu, motivasi, bimbingan, dan pengetahuan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ns. Heri Hermansyah, S.Kep., M.KM, selaku Dekan Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Bhakti Husada Indonesia.
4. Ns. Neneng Aria Nengsih, S.Kep., M.Kep., selaku Ketua prodi Studi S1 Ilmu Keperawatan Universitas Bhakti Husada Indonesia.

5. Ns. Anggi Ulfah Mawaddah S.Kep., M.Kep., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan ilmu, motivasi, bimbingan, dan pengetahuan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ns. Nur Wulan, S.Kep., M.Kep selaku Dosen Penguji Skripsi.
7. Seluruh Staf, Dosen dan Pengelola Perpustakaan Universitas Bhakti Husada Indonesia yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
8. Keluarga terkasih yang selalu memberikan dukungan moral dan material selama proses pendidikan dan penyusunan skripsi ini.
9. Rekan-rekan Mahasiswa Universitas Bhakti Husada Indonesia yang telah memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa hambatan yang berarti.

Penulis menyadari bahwa didalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan untuk mencapai hasil yang lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis pada khususnya dan dapat menambah wawasan pembaca pada umumnya.

Kuningan, Juni 2025

Penulis,

Alifia Azzahra

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Keaslian Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN TEORI	11
2.1 Konsep <i>Bandwagon effect</i>	11
2.1.1 Pengertian <i>Bandwagon effect</i>	11
2.1.2 Dampak <i>Bandwagon effect</i>	11
2.1.3 Aspek-aspek pada <i>Bandwagon effect</i>	12
2.1.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Bandwagon effect</i>	14
2.2 Konsep Estetika Instagram.....	15
2.2.1 Pengertian Estetika Instagram.....	15
2.2.2 Tren Estetika di Instagram	16
2.2.3 Dampak Estetika Terhadap Pengguna Instagram.....	18
2.3 Konsep Harga Diri	19
2.3.1 Pengertian Harga Diri	19

2.3.2	Ciri-ciri Harga Diri Positif dan Harga Diri Negatif	20
2.3.3	Aspek-aspek Harga Diri	23
2.3.4	Faktor-faktor yang mempengaruhi Harga Diri.....	24
2.4	Konsep Kepercayaan diri	25
2.4.1	Pengertian Percaya Diri.....	25
2.4.2	Ciri-ciri Individu yang Percaya Diri	26
2.4.3	Aspek-aspek Percaya Diri	27
2.4.4	Faktor-faktor yang mempengaruhi Percaya Diri.....	27
2.5	Konsep Remaja.....	28
2.5.1	Definisi Remaja.....	28
2.5.2	Fase-fase masa Remaja	29
2.5.3	Tugas Perkembangan Remaja	29
2.5.4	Ciri-ciri Remaja.....	30
2.6	Kerangka Teori	32
BAB III KERANGKA KONSEP, DEFINISI OPERASIONAL DAN HIPOTESIS		33
3.1	Kerangka Konsep	33
3.2	Definisi Operasional.....	34
3.3	Hipotesis.....	35
BAB IV METODE PENELITIAN		36
4.1	Jenis dan Desain Penelitian	36
4.2	Variabel Penelitian	36
4.2.1	Variabel Bebas.....	36
4.2.2	Variabel Terikat	37
4.3	Populasi dan Sampel Penelitian	37
4.3.1	Populasi	37
4.3.2	Sampel.....	37
4.4	Instrumen Penelitian.....	40
4.4.1	Kisi-kisi Instrumen <i>Bandwagon effect</i> Estetika Instagram	40
4.4.2	Kisi-kisi Instrumen Harga diri	40
4.4.3	Kisi-kisi Instrumen Kepercayaan diri	41
4.4.4	Uji Validitas.....	41
4.4.5	Uji Reliabilitas	42
4.5	Teknik Pengumpulan Data	43

4.5.1	Sifat dan Sumber Data	43
4.5.2	Teknik Pengumpulan Data	43
4.6	Rancangan Penelitian dan Analisa Data.....	45
4.6.1	Rancangan Penelitian	45
4.6.2	Analisa Data	46
4.7	Etika Penelitian	48
4.7.1	Hak dan Kewajiban Responden	49
4.8	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	50
4.8.1	Waktu	50
4.8.2	Lokasi.....	50
4.8.3	Jadwal Penelitian.....	50
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		51
5.1	Hasil Penelitian	51
5.1.1	Analisis Univariat	51
5.1.2	Analisis Bivariat.....	53
5.2	Pembahasan.....	56
5.2.1	Analisis Univariat	56
5.2.2	Analisis Bivariat.....	66
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	73
BAB VI SIMPULAN DAN SARAN		74
6.1	Simpulan	74
6.2	Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....		76
LAMPIRAN.....		80

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Teori	32
Bagan 3.1 Kerangka Konsep Penelitian	33

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Keaslian Penelitian	8
Tabel 3.1 Definisi Operasional	34
Tabel 4.1 Sebaran Jumlah populasi	39
Tabel 4.2 Kisi-kisi instrumen <i>bandwagon effect</i> estetika instagram	40
Tabel 4.3 Kisi-kisi instrumen harga diri	40
Tabel 4.4 Kisi-kisi instrumen kepercayaan diri	41
Tabel 4.5 Interpretasi Data	46
Tabel 4.6 Nilai Parameter	48
Tabel 5.1 Distribusi Frekuensi dan Presentase <i>Bandwagon effect</i> Estetika Instagram Pada Remaja di Kelurahan Cipari Tahun 2025	52
Tabel 5.2 Distribusi Frekuensi dan Presentase Harga diri Pada Remaja di Kelurahan Cipari Tahun 2025	52
Tabel 5.3 Distribusi Frekuensi dan Presentase Kepercayaan diri Pada Remaja di Kelurahan Cipari Tahun 2025	53
Tabel 5.4 Hubungan Bandwagon Effect Estetika Instagram dengan Harga Diri Remaja di Kelurahan Cipari Tahun 2025	54
Tabel 5.5 Hubungan Bandwagon Effect Estetika Instagram dengan Kepercayaan Diri pada Remaja di Kelurahan Cipari Tahun 2025	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Ijin Studi Pendahuluan	81
Lampiran 2 Surat Balasan Permohonan Ijin Studi Pendahuluan	82
Lampiran 3 Surat Permohonan Ijin Penelitian	83
Lampiran 4 Surat Balasan Permohonan Ijin Penelitian	84
Lampiran 5 Jadwal Penelitian	85
Lampiran 6 Surat Permohonan Menjadi Responden	86
Lampiran 7 <i>Informed Consent</i> (Surat Persetujuan Responden)	87
Lampiran 8 Lembar Kuesioner <i>Bandwagon Effect</i> Estetika Instagram	88
Lampiran 9 Lembar Kuesioner Harga Diri	90
Lampiran 10 Lembar Kuesioner Kepercayaan Diri	92
Lampiran 11 Uji Validitas dan Reliabilitas	94
Lampiran 12 Hasil Uji Analisis Univariat & Bivariat	95
Lampiran 13 Dokumentasi Penelitian	98
Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup	99