



ANALISIS FENOMENOLOGI PENGGUNA AKTIF INSTAGRAM BAGI GENERASI Z

PHENOMENOLOGICAL ANALYSIS OF ACTIVE INSTAGRAM USERS FOR GENERATION Z

Evant Anwar Fahrezi ^{1*}, Sujarwo ², Desy Safitri ³

¹⁻³Universitas Negeri Jakarta

email : evantanwarfahrezi@gmail.com^{1*}, sujarwo-fis@unj.ac.id², desysafitri@unj.ac.id³

Article Info

Article history :

Received : 23-04-2025

Revised : 25-04-2025

Accepted : 27-04-2025

Published : 29-04-2025

Abstract

This study discusses the meaning of Instagram usage in the daily lives of Generation Z through a phenomenological approach, focusing on the subjective experiences of active users of social media. Generation Z, who were born and grew up in the digital era, uses Instagram not only as a means of communication and entertainment, but also as a space for self-expression, identity formation, and social interaction. This study was conducted through a literature study method by reviewing various relevant scientific sources. The results of the study show that Instagram plays a major role in shaping self-image, influencing self-confidence through digital validation, and creating new forms of social interaction that are inseparable from digital symbols such as likes and comments. However, the intensity of Instagram usage also has negative impacts, such as the emergence of social anxiety, feelings of inferiority due to social comparison, and emotional dependence that can disrupt mental health. Phenomena such as FOMO (Fear of Missing Out), overthinking, and pressure to appear perfect are important issues in the dynamics of Instagram usage by Generation Z.

Keywords: *Generation Z, Instagram, Social Validation*

Abstrak

Penelitian ini membahas makna penggunaan Instagram dalam kehidupan sehari-hari Generasi Z melalui pendekatan fenomenologi, dengan fokus pada pengalaman subjektif pengguna aktif terhadap media sosial tersebut. Generasi Z yang lahir dan tumbuh di era digital menjadikan Instagram tidak hanya sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga sebagai ruang ekspresi diri, pembentukan identitas, serta interaksi sosial. Studi ini dilakukan melalui metode studi literatur dengan mengkaji berbagai sumber ilmiah relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram berperan besar dalam membentuk citra diri, memengaruhi kepercayaan diri melalui validasi digital, dan menciptakan bentuk interaksi sosial baru yang tidak lepas dari simbol digital seperti like dan komentar. Namun, intensitas penggunaan Instagram juga berdampak negatif, seperti munculnya kecemasan sosial, perasaan rendah diri akibat perbandingan sosial, serta ketergantungan emosional yang dapat mengganggu kesehatan mental. Fenomena seperti FOMO (Fear of Missing Out), overthinking, dan tekanan untuk tampil sempurna menjadi isu penting dalam dinamika penggunaan Instagram oleh Generasi Z.

Kata Kunci : *Generasi Z, Instagram, Validasi Sosial*

PENDAHULUAN

Saat ini, teknologi menjadi basis kuat untuk melaksanakan pembelajaran abad 21. Abad 21 dikatakan sebagai abad yang penuh dengan pengetahuan, abad dengan ekonomi yang berbasis pengetahuan, revolusi industri 4.0 hingga abad teknologi informasi dan globalisasi. Pada abad 21,



sering kali terjadi perubahan yang berlangsung sangat cepat dan sangat sulit diprediksi dalam segala bidang kehidupan, dimulai dari bidang ekonomi hingga sosial. Perubahan-perubahan yang sangat cepat ini dapat memberikan efek bagus jika dimanfaatkan sebaik mungkin. Namun sebaliknya, perubahan yang tidak dapat diprediksi ini dapat menjadi sebuah masalah jika tidak diantisipasi secara sistematis

Generasi Z dikenal dengan sebutan Gen Z, yang mengacu pada sekelompok demografi yang lahir setelah generasi milenial. Generasi Z rerata lahir antara pertengahan hingga akhir 1990-an hingga awal 2010-an (Ummanah et al., 2021). Generasi Z tumbuh di era Ketika teknologi digital, internet, dan perangkat pintar sehingga kemudian menjadi bagian integral dari kehidupan keseharian. Generasi Z juga disebut sebagai digital natives, karena generasi Z tidak mengenal dunia tanpa internet (Christiani & Ikasari, 2020). Menurut (Twenge, 2017), Generasi Z merupakan kelompok yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan media sosial, sehingga menjadikannya sebagai generasi pertama yang sepenuhnya terintegrasi dengan dunia digital sejak usia dini. Keberadaan generasi Z mencerminkan dinamika budaya dan sosial yang terhubung dengan era informasi global.

Generasi Z memiliki sejumlah ciri khas yang membedakannya dari generasi sebelumnya. Salah satu karakteristik utama adalah adaptasi generasi Z terhadap teknologi dan kecepatan dalam menyerap informasi. Singh, (2014) menyatakan bahwa generasi Z memiliki kecenderungan multitasking, karena terbiasa menggunakan beberapa perangkat digital secara simultan, seperti laptop, ponsel pintar, dan tablet. Bagi generasi ini, media sosial tidak hanya sekadar alat komunikasi, melainkan juga menjadi ruang untuk membangun identitas diri, mengekspresikan perasaan, hingga membentuk relasi sosial dalam kehidupan sehari-hari. Instagram, sebagai platform berbasis visual, menyediakan fitur-fitur seperti feed, story, reels, dan explore yang memungkinkan penggunaannya untuk berbagi momen, mencari hiburan, serta menunjukkan eksistensi diri kepada publik.

Saat ini, abad 21 harus bisa mempersiapkan generasi saat ini dan generasi yang akan datang untuk memajukan teknologi informasi dan komunikasi di kehidupan bermasyarakat. Fenomena meningkatnya intensitas penggunaan Instagram di kalangan Generasi Z memunculkan berbagai perilaku digital yang menarik untuk dikaji lebih dalam. Misalnya, bagaimana mereka membangun citra diri melalui unggahan, seberapa besar pengaruh validasi sosial dalam bentuk like dan komentar terhadap harga diri, serta bagaimana penggunaan Instagram mempengaruhi pola interaksi sosial mereka dalam kehidupan nyata. Dari sini, muncul pertanyaan tentang makna pengalaman penggunaan Instagram bagi Generasi Z itu sendiri.

Pendekatan fenomenologi menjadi penting dalam melihat persoalan ini karena bertujuan untuk memahami pengalaman subjektif dari pengguna aktif Instagram. Dengan pendekatan ini, peneliti tidak hanya memotret perilaku di permukaan, tetapi juga menyelami persepsi, motivasi, dan interpretasi yang muncul dari interaksi mereka dengan media sosial. Melalui analisis fenomenologi, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana Generasi Z memaknai penggunaan Instagram sebagai bagian dari kehidupan mereka sehari-hari.



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur atau lebih familiar disebut dengan studi pustaka. Studi literatur adalah sebuah metode penelitian dengan menelusuri dan mengkaji sumber-sumber tulisan sebelumnya. Menurut Danial dan Warsiah (2009:90), studi literatur adalah sebuah penelitian yang dilakukan oleh sang peneliti dengan mengumpulkan sejumlah buku dan majalah yang memiliki kaitan dengan masalah serta tujuan penelitian.

Sumber-sumber yang layak digunakan untuk studi literatur adalah seperti buku-buku dengan pengarang yang terpecaya, jurnal ilmiah yang sudah terakreditasi dan hasil penelitian mahasiswa seperti skripsi, disertasi hingga tesis. Studi literatur akan memuat uraian yang sistematis dan hasil dari penelitian sebelumnya yang memiliki hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan dan sangat disarankan untuk menunjukkan kondisi terakhir dari bidang ilmu tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan Dua sumber Pustaka dari e journal dan Google Scholar. Sumber-sumber ini membahas tentang “Analisis Fenomenologi Pengguna Aktif Instagram Bagi Generasi Z”.

Penelitian dan tahun	Jurnal	Hasil Penelitian
Syarif Hidayat, Vivi Candra, Supriyanto, Bambang Arianto, Debi Eka Putri (2024)	Strategic: Journal of Management Sciences	Media sosial berperan dalam memengaruhi perubahan perilaku konsumerisme di kalangan Generasi Z dengan menekankan pengalaman langsung dan subjektif individu. Generasi Z, yang lahir dan tumbuh di era digital, memiliki hubungan yang erat dengan teknologi dan media sosial, yang tidak hanya menjadi alat komunikasi tetapi juga ruang sosial yang membentuk cara berpikir, preferensi, dan perilaku konsumsi generasi Z.
Adinda Tri Puji Maheswari, Bagas Narendra Parahita, Danang Purwanto (2023)	Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi	Representasi relasi pertemanan disini pun menjadi lebih kompleks, ketika para generasi Z akan menerjemahkan atau menafsirkan konten yang mereka lihat, seseorang yang mereka follow, yang mereka tag atau tandai, memberikan komentar, like, saling berbalas pesan melalui direct messege, sehingga melalui pola –pola tersebut makna pertemanan tidak lagi hanya sebatas yang nyata sesuai realita, namun juga berdasarkan apa yang mereka lakukan di dalam media



		Instagram yang dianggap sebagai tolak ukur, penggiringan opini, penambahan sudut pandang dalam mereka melakukan sesuatu terhadap masing –masing individu atau lingkungan pertemanan generasi Z.
--	--	---

Makna Instagram dalam Kehidupan Sehari-hari

Instagram telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari Generasi Z. Bagi generasi ini, yang lahir dan tumbuh dalam era digital, Instagram bukan hanya sekadar aplikasi media sosial, tetapi telah menjelma menjadi ruang ekspresi, komunikasi, hiburan, hingga eksistensi diri. Platform berbasis visual ini memungkinkan penggunanya untuk membagikan potret kehidupan pribadi yang telah dikurasi secara estetik, mulai dari momen keseharian, pencapaian, hingga refleksi diri, yang kemudian menjadi bagian dari identitas digital mereka (Handayani & Puspita, 2021).

Dalam keseharian, penggunaan Instagram oleh Generasi Z membentuk sebuah rutinitas baru. Berdasarkan studi oleh Wahyuni & Oktaviani (2022), mayoritas pengguna Instagram dari kalangan mahasiswa mengakses aplikasi ini pada pagi hari sebelum memulai aktivitas, saat istirahat, hingga menjelang tidur. Hal ini menunjukkan adanya integrasi kuat antara penggunaan media sosial dengan ritme hidup sehari-hari. Instagram menjadi tempat pertama untuk melihat informasi terbaru, mengikuti tren, hingga mencari inspirasi visual yang berkaitan dengan gaya hidup, hobi, maupun fashion.

Sebagai sarana hiburan, Instagram memberikan kenyamanan yang instan. Fitur reels dan explore menjadi titik fokus interaksi karena menyajikan konten singkat dan menarik yang dikustomisasi sesuai minat pengguna. Di sisi lain, Instagram juga menjadi medium aktualisasi diri. Pengguna tidak hanya mengunggah konten secara acak, tetapi cenderung melakukan seleksi dan kurasi berdasarkan nilai estetik, pesan yang ingin disampaikan, serta citra diri yang ingin dibentuk. Menurut Rachmawati (2020), banyak remaja yang merasa memiliki kontrol atas bagaimana mereka ingin dipersepsikan oleh orang lain di dunia maya, sehingga Instagram dijadikan sebagai “panggung sosial” untuk menampilkan versi terbaik dari diri mereka.

Hubungan emosional yang terbentuk antara pengguna dan akun-akun yang mereka ikuti juga tidak dapat diabaikan. Beberapa pengguna merasa “terhubung” dengan influencer atau akun bertema tertentu yang mencerminkan nilai atau perasaan mereka. Akun-akun self-improvement, kesehatan mental, estetika visual, hingga komunitas hobi seperti membaca atau fotografi sering kali menjadi ruang virtual yang memberi rasa diterima, dimengerti, dan bahkan menjadi sumber motivasi. Seperti yang dijelaskan oleh Sari & Nurhayati (2021), ikatan ini sering kali bersifat emosional dan mampu mempengaruhi suasana hati serta cara pandang pengguna terhadap dirinya sendiri dan lingkungannya.

Di balik semua fungsi tersebut, muncul makna yang lebih dalam bahwa Instagram bukan hanya media berbagi momen, tetapi telah menjadi cermin bagi pembentukan identitas, pengakuan sosial, serta ruang pelarian dari tekanan kehidupan nyata. Bagi Generasi Z, kehidupan di Instagram sering kali sama pentingnya dengan kehidupan di dunia nyata, karena keduanya saling beririsan dan



membentuk persepsi terhadap diri sendiri serta lingkungan sosialnya. Maka dari itu, memahami pengalaman penggunaan Instagram dari kacamata fenomenologi dapat membuka wawasan tentang bagaimana teknologi digital telah mempengaruhi pola pikir, emosi, dan interaksi sosial generasi muda saat ini.

Interaksi Sosial dan Validasi Digital pada Pengguna Aktif Instagram Generasi Z

Instagram sebagai platform media sosial telah menciptakan bentuk baru dari interaksi sosial, yang tidak lagi terbatas pada komunikasi verbal atau tatap muka, melainkan melalui simbol-simbol digital seperti like, komentar, dan pesan pribadi. Bagi Generasi Z, bentuk interaksi ini memiliki makna sosial yang sangat signifikan. Respons digital seperti jumlah like dan komentar sering kali dimaknai sebagai bentuk pengakuan, penghargaan, bahkan validasi terhadap eksistensi dan kualitas diri seseorang (Maulana, 2022). Semakin banyak respons yang diterima, semakin besar pula rasa diterima dan diakui oleh lingkungan sosial daring mereka.

Validasi digital ini secara tidak langsung turut memengaruhi tingkat kepercayaan diri para pengguna. Studi oleh Rahmawati dan Setyawan (2021) menunjukkan bahwa pengguna yang sering mendapat respons positif pada unggahan mereka cenderung memiliki kepercayaan diri lebih tinggi dalam berinteraksi sosial, baik secara daring maupun luring. Sebaliknya, ketika unggahan tidak mendapatkan interaksi seperti yang diharapkan, muncul perasaan kecewa, malu, bahkan muncul keinginan untuk menghapus konten tersebut. Fenomena ini dikenal sebagai “kecemasan sosial digital” yang ditandai oleh kekhawatiran pengguna terhadap bagaimana mereka dipersepsikan secara online (Pratiwi & Gunawan, 2020).

Lebih jauh, validasi digital juga berperan dalam membentuk dinamika hubungan sosial. Fitur direct message (DM) atau kolom komentar tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang untuk memperkuat atau membangun relasi sosial. Banyak pengguna yang merasa lebih mudah mengungkapkan perasaan atau menjalin kedekatan melalui fitur tersebut, terutama bagi mereka yang merasa canggung dalam interaksi tatap muka (Nursalim & Fadillah, 2021). Hal ini mencerminkan bahwa Instagram bukan hanya sekadar platform pamer konten, tetapi juga alat sosial yang cukup berpengaruh dalam kehidupan relasional Generasi Z.

Namun demikian, pengaruh validasi digital ini tidak selalu positif. Dalam beberapa kasus, pengguna merasa terbebani dengan ekspektasi terhadap jumlah like atau komentar yang harus dicapai. Beban ini dapat memicu stres, merasa rendah diri, bahkan menurunnya kepuasan hidup secara umum. Penelitian oleh Ayu dan Handayani (2022) menyebutkan bahwa ketergantungan terhadap respons digital dapat membuat pengguna menjadi terlalu bergantung pada opini eksternal, sehingga identitas dan kepercayaan dirinya tidak lagi bersumber dari nilai internal. Hal ini menjadi tantangan baru dalam membentuk kepribadian yang sehat di tengah era media sosial yang menuntut keterpaparan dan respons instan.

Perasaan negatif seperti kecewa, minder, hingga merasa tidak berarti ketika unggahan tidak mendapat respons sesuai harapan merupakan bentuk nyata dari pengaruh digital terhadap kesehatan mental. Banyak pengguna Instagram Generasi Z yang mengakui bahwa jumlah like atau komentar menjadi penentu mood mereka dalam satu hari (Wulandari & Saputra, 2021). Ini menunjukkan betapa dalamnya relasi antara interaksi sosial digital dan kondisi psikologis pengguna, yang tidak bisa dipandang sebagai sekadar aktivitas virtual biasa.



interaksi sosial dan validasi digital yang terbentuk melalui Instagram tidak hanya berdampak pada aktivitas online, tetapi juga menembus batas ke dalam relasi sosial offline dan kesejahteraan psikologis Generasi Z. Fenomena ini perlu dipahami secara lebih dalam agar pengguna dapat mengembangkan kesadaran kritis dalam bermedia sosial dan tidak menggantungkan nilai diri pada penilaian digital semata.

Kecemasan Sosial dan Ketergantungan pada Pengguna Aktif Instagram Generasi Z

Di balik berbagai manfaat yang ditawarkan Instagram sebagai media sosial visual dan interaktif, terdapat sisi lain yang kerap luput dari perhatian: kecemasan sosial dan ketergantungan psikologis. Penggunaan Instagram yang intens oleh Generasi Z ternyata memiliki implikasi serius terhadap kesehatan mental mereka. Salah satu dampak yang paling umum adalah fenomena Fear of Missing Out (FOMO), yakni ketakutan berlebihan akan tertinggal dari tren, informasi, atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh orang lain. FOMO membuat pengguna merasa harus selalu terhubung dengan Instagram agar tidak ketinggalan berita atau momen tertentu, sehingga menciptakan tekanan psikologis yang konstan (Hidayat & Andriani, 2022).

FOMO ini berkontribusi terhadap perilaku mengecek Instagram secara berulang, bahkan tanpa disadari. Banyak pengguna dari kalangan mahasiswa atau pelajar yang mengaku membuka aplikasi ini setiap beberapa menit sekali meskipun tidak ada notifikasi baru, hanya untuk melihat apakah ada update dari akun yang mereka ikuti (Putri & Rahmadi, 2021). Kebiasaan ini membentuk semacam siklus kompulsif yang menyebabkan waktu terbuang, menurunnya fokus terhadap aktivitas di dunia nyata, serta memperburuk kualitas tidur. Ketika tidak membuka Instagram, pengguna merasa gelisah, kosong, bahkan tidak tenang yang merupakan tanda awal dari gejala ketergantungan digital.

Selain itu, muncul pula rasa insecurity atau ketidakpercayaan diri yang disebabkan oleh perbandingan sosial. Ketika melihat unggahan orang lain yang terlihat lebih sukses, lebih menarik secara fisik, atau memiliki kehidupan yang tampak sempurna, banyak pengguna merasa tidak cukup baik atau tidak berharga. Studi oleh Novitasari dan Firmansyah (2020) menyebutkan bahwa intensitas membandingkan diri di media sosial sangat berkorelasi dengan munculnya pikiran negatif, overthinking, bahkan gejala depresi ringan. Pengguna cenderung merasa hidupnya tertinggal dibandingkan dengan orang lain yang hanya menampilkan sisi terbaiknya di media sosial.

Yang lebih mengkhawatirkan, ketergantungan emosional terhadap update di media sosial bisa membuat seseorang merasa identitas dan eksistensinya terletak pada bagaimana ia tampil di dunia maya. Banyak remaja yang merasa kehilangan arah atau mengalami kecemasan jika tidak bisa mem-posting sesuatu yang “cukup menarik” atau “cukup estetik”. Menurut penelitian oleh Sari dan Kurniawati (2021), bentuk ketergantungan ini ditandai oleh rasa kecewa, cemas, hingga penurunan mood saat tidak mendapatkan respons sesuai harapan pada unggahan mereka, serta kebutuhan konstan untuk selalu hadir secara digital agar tetap "diakui" oleh lingkungannya.

Kondisi ini jika dibiarkan dapat menimbulkan dampak jangka panjang terhadap kesehatan mental dan keseimbangan hidup. Instagram yang awalnya hanya sebagai sarana hiburan dan interaksi, perlahan menjelma menjadi sumber tekanan sosial dan emosional. Maka dari itu, penting bagi pengguna, khususnya Generasi Z, untuk membangun kesadaran digital dan kemampuan



mengelola waktu serta emosi saat bersentuhan dengan media sosial, agar dapat menggunakannya secara sehat dan produktif.

KESIMPULAN

Penggunaan Instagram oleh Generasi Z tidak dapat dipandang sekadar sebagai aktivitas digital biasa, melainkan telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka. Instagram berfungsi sebagai ruang ekspresi diri, pembentukan identitas digital, hingga media interaksi sosial yang memengaruhi cara generasi ini memandang diri dan lingkungannya. Melalui pendekatan fenomenologi, ditemukan bahwa makna penggunaan Instagram sangat subjektif dan berakar pada pengalaman emosional serta sosial para penggunanya. Di satu sisi, Instagram memberikan manfaat sebagai sarana hiburan, komunikasi, dan pencarian inspirasi. Namun di sisi lain, platform ini juga memunculkan tantangan psikologis seperti ketergantungan digital, kecemasan sosial, dan tekanan untuk mendapatkan validasi melalui like dan komentar. Fenomena seperti FOMO dan perbandingan sosial turut memperburuk kondisi mental sebagian pengguna. Oleh karena itu, penting bagi Generasi Z untuk memiliki kesadaran kritis dan kemampuan dalam mengelola interaksi digital secara sehat agar media sosial tetap menjadi sarana positif dalam kehidupan mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan artikel ini. Terutama kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan dukungan, serta kepada para peneliti terdahulu yang telah menyumbangkan referensi yang sangat berharga. Berkat bantuan dan sumber bacaan tersebut, penulis dapat menyusun artikel ini dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, A. N., Maelasari, N., & Lusiana, L. (2025). Pemahaman Deep Learning Dalam Pendidikan: Analisis Literatur Melalui Metode Systematic Literature Review (Slr). *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, Vol.8(No.3). <https://doi.org/10.54371/Jiip.V8i3.7442>.
- Arianto, B. (2021). Pandemi Covid-19 dan transformasi budaya digital di Indonesia. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 5(2), 233–250. <https://doi.org/https://doi.org/10.22437/titian.v5i2.15309>
- Arianto, B., & Handayani, B. (2022). Studi Fenomenologi Youtube Sebagai Saluran Pembelajaran Kewargaan Desa Sukoharjo Kabupaten Sleman. *Jurnal DIALOGIKA: Manajemen Dan Administrasi*, 3(2), 92–106. <https://doi.org/https://doi.org/10.31949/dialogika.v3i2.8717>
- Arianto, B., & Handayani, B. (2023). Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Digital Kewargaan: Studi Etnografi Digital. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(2), 220-236. <https://doi.org/https://doi.org/10.62022/arkana.v2i02.5813>
- Arianto, B., & Handayani, B. (2024). Pengantar Studi Fenomenologi. *Borneo Novelty Publishing*. <https://doi.org/https://doi.org/10.70310/4h056t98>
- Ayu, F., & Handayani, S. (2022). Dampak Ketergantungan Media Sosial terhadap Kepercayaan Diri Remaja. *Jurnal Komunikasi dan Media Indonesia*, 5(1), 103–117.
- Handayani, S., & Puspita, R. (2021). Representasi Identitas Diri di Media Sosial Instagram pada Kalangan Remaja. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 3(2), 145–159.



- Hidayat, M., & Andriani, N. (2022). Fenomena FOMO pada Pengguna Aktif Instagram Mahasiswa di Kota Bandung. *Jurnal Psikologi Sosial*, 9(1), 88–102.
- Maulana, R. (2022). Instagram sebagai Sarana Aktualisasi Diri Remaja dalam Dunia Virtual. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 10(2), 98–109.
- Nurhayat, E., & Noorrizki, R. D. (2022). Flexing: Perilaku Pamer Kekayaan di Media Sosial dan Kaitannya dengan Self-Esteem. *Jurnal Flourishing*, 2(5), 368–374. <https://doi.org/10.17977/10.17977/um070v2i52022p368-374>
- Nurmansyah, F. (2021). Hiperrealitas pada Media Sosial Pengguna Instagram di Kalangan Mahasiswa. *Sosial Dan Budaya*, 2(2), 2021–2022. <http://jurnal.staiddimakassar.ac.id/index>.
- Nursalim, A., & Fadillah, D. (2021). Interaksi Sosial di Era Digital: Studi Fenomenologi Mahasiswa Pengguna Instagram. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 14(1), 45–59.
- Oktavianti, L., & Pranoto, Y. H. (2022). Media Sosial dan Konstruksi Identitas Remaja di Era Digital. Yogyakarta: Deepublish.
- Pratiwi, A., & Gunawan, A. (2020). Media Sosial dan Kecemasan Sosial: Studi Kasus pada Pengguna Instagram di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Psikologi dan Konseling*, 6(2), 89–98.
- Putri, D., & Rahmadi, F. (2021). Perilaku Kecanduan Media Sosial dan Dampaknya terhadap Produktivitas Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta*, 7(2), 45–59.
- Rachmawati, F. (2020). Media Sosial dan Konstruksi Identitas Remaja: Studi Fenomenologi Penggunaan Instagram. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 19(1), 67–78.
- Rahmawati, N., & Setyawan, A. (2021). Validasi Sosial di Instagram dan Kaitannya dengan Kepercayaan Diri Mahasiswa. *Jurnal Psikologi UIN Jakarta*, 15(1), 56–67.
- Sari, M., & Nurhayati, D. (2021). Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Kesehatan Mental Remaja: Studi pada Pengguna Aktif Instagram. *Jurnal Psikologi Insight*, 13(2), 112–124.
- Setiawan, Y., & Lestari, D. (2020). Interaksi Sosial di Era Digital: Studi Penggunaan Instagram oleh Mahasiswa Generasi Z. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 14(1), 21–35.
- Statista. (2023). Most Popular Social Networks Worldwide as of January 2023, Ranked by Number of Monthly Active Users.
- Susanti, A., & Wibowo, R. (2022). Media Sosial sebagai Sumber Tekanan Sosial: Kajian Fenomenologi pada Mahasiswa Pengguna Instagram. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 20(2), 143–159.
- Syaifullah, J., & Sudarmaji. (2018). Hubungan Aktualisasi Diri Terhadap Keaktifan Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Remaja Kota Surakarta. *Jurnal IKON Prodi D3 Komunikasi Massa –Politeknik Indonusa Surakarta*, 4(2), 7–16. <http://www.poltekindonusa.ac.id>
- Wahyuni, R., & Oktaviani, A. (2022). Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram terhadap Gaya Hidup Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur*, 8(1), 34–45.
- Wulandari, R., & Saputra, A. (2021). Pengaruh Validasi Digital terhadap Kesehatan Mental Mahasiswa Pengguna Instagram. *Jurnal Psikologi Nusantara*, 4(2), 140–153.
- Yuliana, S., & Prasetyo, R. (2020). Instagram Fatigue dan Overthinking pada Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Digital*, 4(1), 55–68.