



Menginvestigasi Penyebab Kecanduan Media Sosial pada Mahasiswa Politeknik Negeri Malang

Win Narasuci^{1*}, Tirto Unarto¹, Rena Feri Wijayanti¹, Lina Budiarti¹

¹Politeknik Negeri Malang

*Corresponding Author's e-mail: win.narasuci@polinema.ac.id

Article History:

Received: August 30, 2025

Revised: September 9, 2025

Accepted: September 12, 2025

Keywords:

narcissism, emotional problems, self-esteem, social media addiction

Abstract: This study aims to analyze the factors that may influence social media addiction among students at the State Polytechnic of Malang. The research was conducted over a three-month period, from June to August 2025, using a quantitative approach. The sample consisted of 161 respondents, all of whom were students majoring in Marketing Management at the State Polytechnic of Malang. The data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with the help of SmartPLS 3 software. This method was chosen due to its ability to handle complex relationships between latent variables and to provide more accurate and reliable results. The findings of the study reveal that narcissism and emotional problems have a significant positive effect on self-esteem. In addition, self-esteem is found to significantly influence social media addiction, indicating that individuals with lower self-esteem are more likely to develop addictive behaviors toward social media platforms. Moreover, the study also found that narcissism and emotional problems indirectly affect social media addiction through self-esteem as a mediating variable. These results suggest that self-esteem plays a crucial mediating role in the relationship between psychological traits and social media addiction. Therefore, efforts to address social media addiction among students should also consider psychological factors such as self-esteem, narcissism, and emotional well-being.

Copyright © 2025, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Narasuci, W., Unarto, T., Budiarti, L., & Wijayanti, R. F. (2025). Menginvestigasi Penyebab Kecanduan Media Sosial pada Mahasiswa Politeknik Negeri Malang. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(9), 1754–1762. <https://doi.org/10.55681/sentri.v4i9.4550>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi merubah kebiasaan orang-orang dalam melakukan aktivitas kegiatan sehari-hari, ketika seseorang bangun dari tidur, mereka akan langsung mencari handphone untuk sekedar mencari kabar di media sosial (melihat status/story dari teman mereka). Dengan perkembangan teknologi ini, beberapa platform media sosial seperti Facebook Tiktok, dan Instagram memainkan peran penting dalam merubah perilaku individu sehingga menciptakan alat komunikasi atau menghabiskan waktu luang para individu tersebut (Acar et al., 2022).

Penggunaan media sosial oleh orang-orang dari segala usia menyebabkan banyak masalah kesehatan, seperti kecanduan media sosial, ketika penggunaannya tidak bermanfaat (Andreassen et al., 2017). Kecanduan media sosial menimbulkan risiko bagi kesehatan orang-orang, sehingga meningkatkan tingkat penggunaan media sosial (Koçak et al., 2021). Selain itu, penggunaan media sosial sehari-hari yang tidak terkontrol menyebabkan gangguan rutinitas aktivitas dari orang-orang yang menyebabkan peningkatan masalah psikososial, kecanduan media sosial, dan penurunan kepuasan hidup individu.

Menurut Baker (2016) 67% masyarakat berusia 18-29 tahun aktif menggunakan media sosial. Hal ini merupakan kondisi yang wajar untuk para generasi Z dalam penggunaan media sosial sebagai *platform* aktivitas hiburan yang semakin populer. Mereka mengunjungi situs media sosial untuk terlibat dalam berbagai jenis hiburan dan aktivitas sosial seperti bersosialisasi, menghabiskan waktu, berkomunikasi, belanja dan mengunggah foto mereka (Andreassen et al., 2017).

Kecanduan terhadap media sosial merupakan kondisi yang sangat penting untuk dibahas lebih lanjut, hal ini dikarenakan banyaknya mahasiswa/i yang sudah terbiasa sehari-hari menggunakan media sosial sehingga menghabiskan waktu yang banyak ditambah dengan keadaan bersosialisasi mereka di kehidupan nyata yang semakin kurang baik. Kecanduan media sosial juga berpengaruh terhadap kualitas pendidikan dari para mahasiswa/i mereka tidak mendapatkan waktu yang cukup untuk belajar, karena fokus menghabiskan waktu dengan *scroll* media sosial.

Narcissism

Narcissism merupakan konsep psikologis yang digambarkan dari sikap dan kepribadian yang berpusat pada seseorang, *narcissism* dapat dilihat dari keinginan seseorang untuk dihargai, dipuji, dan diperhatikan (Suhud et al., 2024). *Narcissism* dikaitkan dengan perasaan harga diri yang tinggi atau superioritas dari seseorang individu (Barnett & Powell, 2016). Individu yang narsisisme menggunakan media sosial secara berlebihan untuk mendapatkan imbalan berupa like atau comment positif dari pengikut mereka (Andreassen et al., 2017).

Emotional Problems

Menurut Acar et al., (2022) *emotional problems* sebagai serangkaian gejala internalisasi seperti perubahan yang cepat dan tak terduga dalam ledakan emosi dan suasana hati dari seseorang. *Emotional problems* ditandai dengan ketidakmampuan untuk membangun atau mempertahankan hubungan interpersonal yang memuaskan, ketidakmampuan atau perasaan yang tidak sesuai dalam kondisi normal, menunjukkan suasana hati yang tidak bahagia atau depresi yang meluas (Hameed et al., 2018).

Self-Esteem

Self-esteem didefinisikan sebagai cara bagaimana seseorang individu memandang harga diri mereka atau hanya memiliki pendapat yang baik atau tidak baik tentang diri mereka sendiri (Minev et al., 2018). *Self-esteem* juga dianggap sebagai salah satu aspek perilaku penting dalam kehidupan sehari-hari (Acar et al., 2022). Harga diri mencerminkan evaluasi atau penilaian keseluruhan seseorang terhadap harga dirinya (Hameed et al., 2018).

Social Media Addiction

Social media addiction didefinisikan sebagai gangguan kognitif terhadap media sosial yang ditandai dengan gangguan perilaku sebagai ketidakmampuan mengendalikan durasi penggunaan media sosial, menolak bersosialisasi ketika mengalami masalah, dan gagal memenuhi tanggung jawab dalam hubungan sosial, akademik, keluarga, dan profesional (Özcan & Buzlu, 2005). Andreassen dan Pallesen (2017) mendefinisikan *Social media addiction* sebagai kekhawatiran yang berlebihan terhadap situs jejaring sosial, didorong oleh keinginan kuat untuk memasuki atau menggunakan situs jejaring sosial, dan

mencurahkan banyak waktu dan upaya pada situs jejaring sosial yang mengganggu aktivitas sosial lainnya.

Narcissism dan Self-Esteem

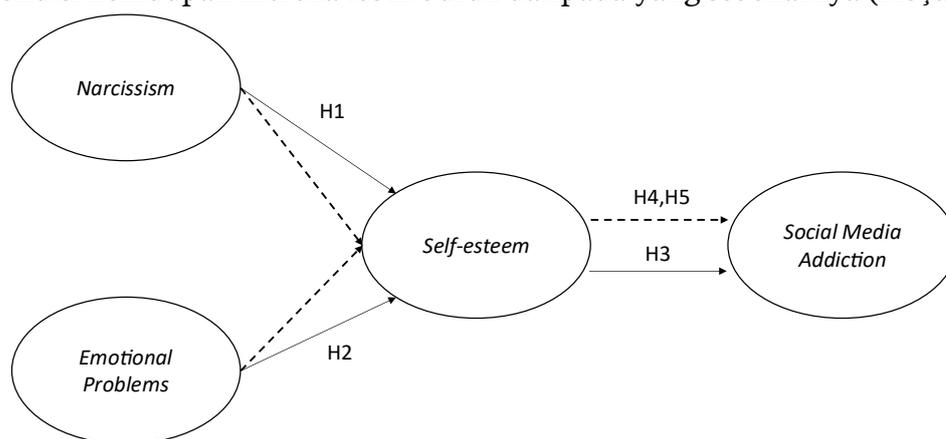
Awad et al., (2022) menjelaskan bahwa seseorang yang memiliki harga diri yang lebih tinggi akan menunjukkan tingkat kesadaran yang lebih tinggi, sementara tingkat perfeksionisme yang kritis terhadap diri sendiri yang lebih tinggi dikaitkan dengan tingkat kesadaran yang lebih rendah. Narcissism yang berlebihan dapat menyebabkan harga diri yang rendah karena kerentanan individu ini terhadap kritik dan penolakan (Suhud et al., 2024). Hal ini dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti pengalaman masa kecil, dukungan sosial, dan persepsi individu tentang diri mereka sendiri, dapat memengaruhi harga diri

Emotional Problems dan Self-Esteem

Generasi Z yang rentan terhadap depresi mungkin mengalami masalah dalam kehidupan sosial, harga diri, dan rasa sejahtera (Derdikman-Eiron et al., 2011). *Emotional problems* merupakan faktor internal yang dapat menghilangkan harga diri remaja (Ramadani & Keliat, 2021). Penganiayaan psikologis seseorang dapat meningkatkan masalah emosional dan perilaku serta menurunkan ketahanan dan harga diri (Arslan, 2016).

Self-Esteem dan Social Media Addiction

Platform media sosial memungkinkan individu untuk melakukan perbandingan sosial dengan orang lain dan perbandingan tersebut dapat menimbulkan dampak buruk pada harga diri individu (Vogel et al., 2014). Penggunaan media sosial yang berlebihan memicu perbandingan sosial antar individu, dan perbandingan ini akan menyebabkan penurunan harga diri dari seseorang individu (Acar et al., 2022). Salah satu faktor yang mungkin mendasari dampak negatif dari kecanduan media sosial adalah harga diri (Hou et al., 2019). Individu yang aktif menggunakan media sosial cenderung menunjukkan diri dan kondisi kehidupan mereka lebih buruk daripada yang sebenarnya (Koçak et al., 2021).



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Berdasarkan Gambar 1, peneliti menyimpulkan hipotesis berdasarkan hasil adaptasi variabel penelitian-penelitian sebelumnya, sebagai berikut:

H1: terdapat pengaruh signifikan antara *narcissism* terhadap *self-esteem*.

H2: terdapat pengaruh signifikan antara *emotional problems* terhadap *self-esteem*.

H3: terdapat pengaruh signifikan antara *self-esteem* terhadap *social media addiction*.

H4: terdapat pengaruh signifikan antara *narcissism* terhadap *social media addiction* melalui *self-esteem*.

H5: terdapat pengaruh signifikan antara *emotional problems* terhadap *social media addiction* melalui *self-esteem*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari kuesioner online dengan bantuan *google forms*. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *snowball sampling*, kuesioner disebar melalui ketua kelas dari setiap kelas. Subjek dalam penelitian ini menggunakan mahasiswa manajemen pemasaran tingkat tiga Politeknik Negeri Malang. Penelitian menggunakan sampel sebanyak 161 responden, penelitian ini dilakukan dari bulan Juni-Agustus 2025, penelitian ini juga menggunakan skala likert dan penelitian ini dianalisis menggunakan *structural equation modelling* dengan menggunakan Smart PLS 3.

Penelitian ini menggunakan gabungan dari beberapa indikator yang telah diadaptasi dari penelitian-penelitian terdahulu yang telah disesuaikan dengan objek dari penelitian ini, seperti *narcissism* menggunakan delapan indikator yang diadaptasi dari penelitian (Emmons, 1984; Suhud et al., 2024), *emotional problems* menggunakan delapan indikator yang diadaptasi dari penelitian (Goodman, 1997), *self-esteem* menggunakan tujuh indikator yang diadaptasi dari penelitian (Dobson et al., 1979; Suhud et al., 2024), *social media addiction* menggunakan 10 indikator yang diadaptasi dari penelitian (Suhud et al., 2024; Tutgun-Ünal & Deniz, 2015).

Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji penelitian ini menggunakan *structural equation modelling* dengan menggunakan SmartPLS. Secara umum, pengujian menggunakan SmartPLS terdiri dari tiga pengujian (outer model, inner model, hipotesis). Pengujian outer model mencakup pengujian validitas konvergen, *cronbach's alpha*, *average variance extracted (AVE)*, *composite reliability*, dan selanjutnya pengujian hipotesis yaitu pengujian pengaruh langsung dan pengujian pengaruh tidak langsung (Hair Jr et al., 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Hasil analisis dari data yang telah didapatkan sebelumnya berdasarkan kuesioner *google forms* yaitu sebanyak 161 mahasiswa, sehingga peneliti dapat melakukan pengujian dengan menggunakan SPSS untuk melakukan pengujian dekskriptif mahasiswa dari setiap kelas dan jenis kelamin sehingga akan dapat membantu peneliti untuk menganalisis hasil uji deskriptif tersebut.

Tabel 1. Profil Responden

Data Responden	Frequency	Percent
Jenis Kelamin	Laki-laki	47 29,2%
	Perempuan	114 70,8%
Kelas	3A	17 10,6%
	3B	28 17,4%

3C	21	13%
3D	17	10,6%
3E	16	9,9%
3F	21	13%
3G	20	12,4%
3H	21	13%
Total	161	100%

Berdasarkan hasil pengujian deskripsi menunjukkan bahwa Tabel 1 Profil Responden sebanyak 161 responden yang terdiri dari responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 47 (29,2%) responden, sedangkan responden yang berjenis kelamin Perempuan sebanyak 114 (70,8%) responden. Selanjutnya responden dari kelas 3A sebanyak 17 (10,6%), responden dari kelas 3B sebanyak 28 (17,4%), responden dari kelas 3C sebanyak 21 (13%), responden dari kelas 3D sebanyak 17 (10,6%), responden dari kelas 3E sebanyak 16 (9,9%), responden dari kelas 3G sebanyak 20 (12,4%), dan responden dari kelas 3H sebanyak 21 (13%).

Pengujian Outer Model

Berdasarkan hasil pengujian validitas dengan nilai *outer loading*, seluruh nilai harus lebih dari 0,5 sehingga indikator tersebut valid (Hair Jr et al., 2021). Beberapa indikator perlu didrop karena memiliki nilai dibawah 0,5. Hasil dari nilai tersebut dapat terlihat pada Tabel 2, sebagai berikut:

Tabel 2. Outer Loading Validity Test

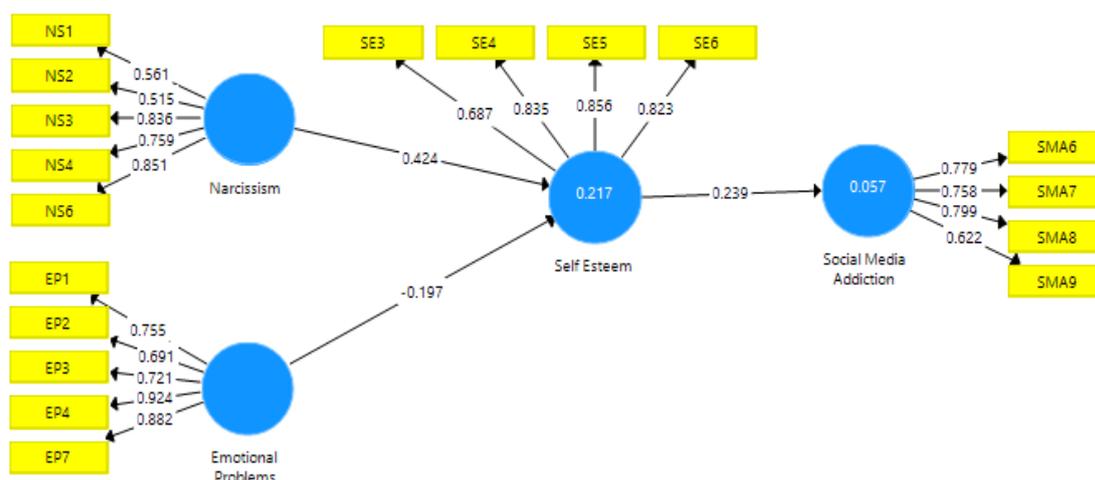
	<i>Emotional Problems</i>	<i>Narcissism</i>	<i>Self Esteem</i>	<i>Social Media Addiction</i>
EP1	0,755			
EP2	0,691			
EP3	0,721			
EP4	0,924			
EP7	0,882			
NS1		0,561		
NS2		0,515		
NS3		0,836		
NS4		0,759		
NS6		0,851		
SE3			0,687	
SE4			0,835	
SE5			0,856	
SE6			0,823	
SMA6				0,779
SMA7				0,758
SMA8				0,799
SMA9				0,622

Berdasarkan hasil pengujian reabilitas, bahwa seluruh variabel mendapatkan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,7 (Hair Jr et al., 2021), hal ini menyatakan bahwa seluruh variabel reliabel. Sedangkan, nilai *composite reliability* seluruh variabel memiliki nilai > 0,7 telah memenuhi persyaratan. Selanjutnya, nilai AVE memiliki nilai > 0,5 telah memenuhi persyaratan. Hasil dari nilai tersebut dapat terlihat pada Tabel 3, sebagai berikut:

Tabel 3. *Construct Reability and Validity*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>rho_A</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Emotional Problems</i>	0,861	0,957	0,898	0,640
<i>Narcissism</i>	0,757	0,807	0,837	0,516
<i>Self Esteem</i>	0,813	0,816	0,878	0,644
<i>Social Media Addiction</i>	0,725	0,727	0,830	0,552

Pada Gambar 2 menunjukkan hasil *structural equation modelling* dengan nilai *outer loading* diatas > 0,5 dan memiliki nilai cronbach alpha > 0,7. Sehingga, pengujian dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya yaitu pengujian hipotesis secara langsung dan tidak langsung, sebagai berikut:



Gambar 2. *Structural Equation Modelling*

Tingkat signifikansi hipotesis dapat diterima jika nilai t-statistik lebih besar dari 1,960 atau nilai probabilitas < 0,05, seperti Tabel 4. Sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
<i>Narcissism -> Self Esteem</i>	0,424	0,437	0,064	6,580	0,000
<i>Emotional Problems -> Self Esteem</i>	-0,197	0,214	0,070	2,803	0,005
<i>Self Esteem -> Social Media Addiction</i>	0,239	0,265	0,070	3,445	0,001

<i>Narcissism -> Self Esteem -> Social Media Addiction</i>	0,101	0,117	0,037	2,710	0,007
<i>Emotional Problems -> Self Esteem -> Social Media Addiction</i>	-0,047	-	0,024	1,991	0,047

Dari hasil Tabel 4, semua hipotesis memiliki nilai t-statistik lebih besar dari 1,960, sehingga semua hipotesis diterima, dengan kesimpulan sebagai berikut:

H1: Hipotesis ini diterima, *narcissism* berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap *self-esteem*.

H2: Hipotesis ini diterima, *emotional problems* berpengaruh negatif dan signifikan secara langsung terhadap *self-esteem*.

H3: Hipotesis ini diterima, *self-esteem* berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap *social media addiction*.

H4: Hipotesis ini diterima, *narcissism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *social media addiction* melalui *self-esteem*.

H5: Hipotesis ini diterima, *emotional problems* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *social media addiction* melalui *self-esteem*.

Hasil hipotesis pertama menunjukkan bahwa *narcissism* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *self-esteem*, dengan nilai original sampel 0,424 dan nilai t-statistics sebesar 6,580 > 1,960. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa/i secara keseluruhan memiliki keberanian dan kepercayaan diri yang tinggi untuk mengekspresikan diri mereka untuk berpartisipasi di depan umum atau presentasi di kelas. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh (Awad et al., 2022; Barnett & Powell, 2016; Suhud et al., 2024).

Hasil hipotesis kedua menunjukkan bahwa *emotional problems* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *self-esteem*, dengan nilai original sampel -0,197 dan nilai t-statistics sebesar 2,803 > 1,960. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun memiliki pengaruh signifikansi, namun mahasiswa/i yang merupakan gen Z masih memiliki kelemahan mudah tersinggung membuat mereka tidak percaya diri terhadap diri mereka sendiri, bahkan mereka sudah berbicara bahwa mereka tidak bisa melakukan sesuatu tanpa mencobanya terlebih dahulu. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh (Arslan, 2016; Derdikman-Eiron et al., 2011; Ramadani & Keliat, 2021).

Hasil hipotesis ketiga menunjukkan bahwa *self-esteem* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *social media addiction*, dengan nilai original sampel 0,239 dan nilai t-statistics sebesar 3,445 > 1,960. Hal ini menunjukkan bahwa para mahasiswa/i memiliki kepercayaan diri tinggi sehingga mereka terkadang mengupload hasil selfie mereka ke media sosial agar dilihat oleh followers mereka, tidak hanya itu bahkan mereka mengharapkan like dan comment dari followers mereka. Beberapa mahasiswa/i bahkan live tanpa ada rasa malu. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh (Acar et al., 2022; Hou et al., 2019; Koçak et al., 2021; Vogel et al., 2014).

Hasil hipotesis keempat menunjukkan bahwa *narcissism* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *social media addiction* melalui *self-esteem*, dengan nilai original sampel 0,101 dan nilai t-statistics sebesar 2,710 > 1,960. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa/i lebih berani mengekspresikan diri mereka dan memiliki kepercayaan diri yang tinggi tidak hanya di kelas pada saat presentasi, namun terkadang ada kejadian yang

selalu mereka upload ke media sosial mereka dengan *selfie* hampir setiap hari karena ketakutan ketinggalan tren.

Hasil hipotesis kelima menunjukkan bahwa *emotional problems* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *social media addiction* melalui *self-esteem*, dengan nilai original sampel -0,047 dan nilai t-statistics sebesar $1,991 > 1,960$. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun memiliki pengaruh signifikansi, namun demikian terkadang mahasiswa/i yang memiliki permasalahan dalam emosi mereka lebih tidak percaya diri terhadap diri mereka sendiri bahkan sering menyalahkan diri mereka terhadap pencapaian yang belum mereka capai sejauh ini, hal ini juga berdampak terhadap penggunaan media sosial yang tidak begitu banyak dikarenakan mereka akan lebih memilih waktu untuk menyendiri.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *social media addiction* dari mahasiswa/i manajemen pemasaran, politeknik negeri malang. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa *narcissism* dan *emotional problems* memiliki hasil pengaruh signifikan terhadap *self-esteem*, sedangkan *self-esteem* memiliki hasil pengaruh signifikan terhadap *social media addiction*. Selanjutnya, *narcissism* dan *emotional problems* memiliki hasil pengaruh signifikan terhadap *social media addiction* melalui *self-esteem*.

Dari hasil penelitian ini, peneliti memberikan saran untuk para dosen khususnya di politeknik negeri malang untuk lebih mengenal kepribadian mahasiswa/i mereka, dari hal itu para dosen akan mengetahui sisi lain dari mahasiswa/i sehingga mereka tidak takut untuk bercerita pada saat memiliki permasalahan dalam kehidupan kepada dosen khususnya dosen pembimbing akademik. Peneliti juga merekomendasikan kepada penelitian selanjutnya untuk dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel yang mengukur dampak negatif kegiatan akademik mereka dari *social media addiction*.

DAFTAR REFERENSI

- Acar, I. H., Avcılar, G., Yazıcı, G., & Bostancı, S. (2022). The roles of adolescents' emotional problems and social media addiction on their self-esteem. *Current Psychology*, *41*(10), 6838–6847.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, *64*, 287–293.
- Arslan, G. (2016). Psychological maltreatment, emotional and behavioral problems in adolescents: The mediating role of resilience and self-esteem. *Child Abuse & Neglect*, *52*, 200–209.
- Awad, E., Hallit, S., & Obeid, S. (2022). Does self-esteem mediate the association between perfectionism and mindfulness among Lebanese university students? *BMC Psychology*, *10*(1), 256.
- Baker, S. (2016). *Why do people use online social networking*.
- Barnett, M. D., & Powell, H. A. (2016). Self-esteem mediates narcissism and aggression among women, but not men: A comparison of two theoretical models of narcissism among college students. *Personality and Individual Differences*, *89*, 100–104.
- Derdikman-Eiron, R., Indredavik, M. S., Bratberg, G. H., Taraldsen, G., Bakken, I. J., & Colton, M. (2011). Gender differences in subjective well-being, self-esteem and psychosocial functioning in adolescents with symptoms of anxiety and depression: Findings from the Nord-Trøndelag health study. *Scandinavian Journal of Psychology*,

- 52(3), 261–267.
- Dobson, C., Goudy, W. J., Keith, P. M., & Powers, E. (1979). Further analysis of Rosenberg's Self-esteem Scale. *Psychological Reports, 44*(2), 639–641.
- Emmons, R. A. (1984). Factor analysis and construct validity of the narcissistic personality inventory. *Journal of Personality Assessment, 48*(3), 291–300.
- Goodman, R. (1997). The Strengths and Difficulties Questionnaire: a research note. *Journal of Child Psychology and Psychiatry, 38*(5), 581–586.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer Nature.
- Hameed, R., Riaz, A., & Muhammad, A. (2018). Relationship of gender differences with social support, emotional behavioral problems and self-esteem in adolescents. *Journal of Psychiatry and Behavioral Sciences, 2*(1), 1019.
- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L., & Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 13*(1).
- Koçak, O., İlme, E., & Younis, M. Z. (2021). Mediating role of satisfaction with life in the effect of self-esteem and education on social media addiction in Turkey. *Sustainability, 13*(16), 9097.
- Minev, M., Petrova, B., Mineva, K., Petkova, M., & Strebkova, R. (2018). Self-esteem in adolescents. *Trakia Journal of Sciences, 16*(2), 114–118.
- Özcan, N. K., & Buzlu, S. (2005). Problemlü internet kullanımını belirlemede yardımcı bir araç: "İnternette bilişsel durum ölçeği" nin üniversite öğrencilerinde geçerlik ve güvenilirliği. *Journal of Dependence, 6*, 19–26.
- Ramadani, F. H. E., & Keliat, B. A. (2021). Relationship between emotional problems with self-esteem in adolescents. *Enfermeria Clinica, 31*, S190–S194.
- Suhud, U., Allan, M., Juliana, J., & Rahmi, R. (2024). The drivers of addiction to online shopping, social media, and tourism: A study of cyborg consumers. *International Journal of Data and Network Science, 8*(3), 1405–1414.
- Tutgun-Ünal, A., & Deniz, L. (2015). Development of the social media addiction scale. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology, 6*(21), 51–70.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture, 3*(4), 206.