

## **HUBUNGAN INTENSITAS MEDIA SOSIAL DAN KEPERCAYAAN DIRI PADA REMAJA AWAL**

### **THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL MEDIA INTENSITY AND SELF-CONFIDENCE IN EARLY ADOLESCENTS**

**Andi Syahputra<sup>1</sup>, Deki Rifandi<sup>2</sup>**

Fakultas Psikologi, Universitas Ubudiyah Indonesia  
Jl. Alue Naga, Desa Tibang, Kec. Syiah Kuala, Kota Banda Aceh

#### **ABSTRAK**

Pesatnya perkembangan media sosial dalam kehidupan masyarakat, terutama di kalangan remaja awal, memberikan dampak positif dan negatif terutama dari aspek psikologis remaja terutama yang menyangkut kepercayaan diri mereka. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa sebagian siswa yang menggunakan media sosial cenderung kurang percaya diri seperti memiliki rasa takut saat tampil di depan kelas, namun sebagian siswa juga memiliki keberanian dan rasa percaya diri yang tinggi. Berdasarkan perbedaan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan intensitas penggunaan media sosial terhadap kepercayaan diri pada remaja awal. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh remaja di MTsN .

4 Banda Aceh Kecamatan Syiah Kuala yang berjumlah 610 siswa, sedangkan sampel 86 remaja awal menggunakan teknik roudom sampling melalui rumus Slovin. Teknik pengumpulan data menggunakan angket sedangkan analisis data dilakukan dengan uji korelasi product moment dan uji t. Hasil uji korelasi menunjukkan nilai 0,59. Sedangkan uji hipotesis diketahui lebih besar dari t tabel atau  $6,700 > 1,984$  pada taraf signifikansi 5%. Artinya ada hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan kepercayaan diri pada remaja awal. Kesimpulannya intensitas penggunaan media sosial memiliki hubungan yang cukup atau sedang dengan kepercayaan diri pada remaja awal.

Kata Kunci: Hubungan, Intensitas Media Sosial, Percaya Diri, Remaja Awal

#### **ABSTRACT**

*The rapid development of social media in people's lives, especially among early teens, has both positive and negative impacts, especially from the psychological aspects of adolescents, especially concerning their self-confidence. Facts on the field show that some students who use social media tend to lack confidence such as having fear when appearing in front of the class, but some students also have courage and high self-confidence. Based on these differences, this study aims to determine the relationship of the intensity of the use of social media to self-confidence in early adolescents. This research method uses a quantitative approach with the type of research is correlation. The population in this study were all adolescents in the MTsN*

*4 Banda Aceh Syiah Kuala District, which amounted to 610 students, while a sample of 86 early adolescents used the random sampling technique through the Slovin formula. Data collection techniques using a questionnaire while data analysis is done by product moment correlation test and t-test. Correlation test results show a value of*

*0.59. While the hypothesis test is known to be greater than t table or  $6.700 > 1.984$  at a significance level of 5%. This means that there is a positive relationship between the intensity of the use of social media with self-confidence in early adolescents. The conclusion is the intensity of the use of social media has a sufficient or moderate relationship with confidence in early adolescents.*

*Keywords: Relationships, Social Media Intensity, Self Confidence, Early Adolescent.*

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi seperti saat ini teknologi berkembang pesat baik teknologi komunikasi maupun informasi. Berbagai bentuk informasi dari seluruh penjuru dunia dapat langsung diketahui berkat adanya teknologi. Teknologi komunikasi yang semakin modern, sangat memudahkan manusia untuk berinteraksi dan bersosialisasi dengan menggunakan teknologi internet. Internet menghubungkan satu perangkat komputer dengan perangkat komputer yang lainnya sehingga dapat saling terhubung. Internet di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat, dengan internet manusia dapat terhubung dan berkomunikasi dengan manusia lain di seluruh belahan dunia.

Penggunaan media sosial internet rata-rata ialah dari kalangan remaja. Menurut Rice dalam Gunarsa (2004), masa remaja adalah masa peralihan, ketika individu tumbuh dari masa anak-anak menjadi individu yang memiliki kematangan. Pada masa tersebut, ada dua hal penting menyebabkan remaja melakukan pengendalian diri, yang salah satunya ialah dengan percaya akan dirinya.

Kepercayaan diri merupakan keyakinan akan kemampuan diri dalam kehidupan seseorang untuk menerima kenyataan, sehingga dapat mengembangkan kesadaran diri berfikir positif dan mandiri. Adapun kepercayaan diri pada seseorang dapat dilihat pada aspek kemandirian, optimis, tidak mementingkan diri sendiridan toleran, yakin akan kemampuan diri sendiri, memiliki ambisi yang wajar dan tahan menghadapi cobaan (Walgito, 2000). Penggunaan internet saat ini sangatlah mudah dan dapat digunakan oleh siapapun, kapanpun dan dimanapun. Kemajuan teknologi tersebut menyebabkan munculnya berbagai macam situs jejaring sosial dalam media sosial yang bisa diakses secara *online* melalui sambungan internet Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi *web* baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri. *Post* di *blog*, *tweet*, atau *video youtube* dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis (Zarella, 2010).

Media sosial sebagai alat komunikasi yang dapat menghubungkan antara individu dengan individu yang lain. Media sosial menghapus batasan-batasan dalam bersosialisasi, karena dalam media sosial tidak ada batasan ruang dan waktu, seseorang dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun berada. Tidak dapat dipungkiri media sosial mempunyai pengaruh besar dalam kehidupan masa kini. Hampir seluruh manusia di berbagai belahan dunia mengetahui dan memahami serta menggunakan media sosial karena kepopulerannya.

Sebagian besar pengguna media sosial berasal dari kalangan remaja usia sekolah. Orang lebih disibukkan dengan gadget atau smartphonenya dibandingkan harus berinteraksi dengan lawan bicara atau membangun hubungan dengan lingkungan. Padahal salah satu bentuk indikator suatu komunikasi dikatakan efektif adalah kesamaan pemahaman antara pengirim dengan penerima pesan (DeVito,

2015). *Facebook*, *twitter*, *instagram* adalah sebagian kecil contoh dari situs media sosial yang ada di internet, situs tersebut dapat memuat atau menyediakan data atau informasi dari si pengguna media sosial. Data itu antara lain nama, alamat, pendidikan, pekerjaan dan data demografis lainnya, serta hobi dan kecenderungan lainnya. Mempelajari profil di *facebook*, seseorang akan mendapatkan gambaran yang

lebih jelas terhadap orang lainnya. *Facebook* yang merupakan media sosial *online* paling fenomenal dan populer dikalangan remaja dilengkapi dengan banyak fasilitas untuk berinteraksi, mulai dari email, berbagi foto, bahkan hingga *chat*. Bahkan saat ini fitur game *online* sebagai daya tarik utama lain bagi usia anak dan remaja.

Situs jejaring sosial ini sangat populer dan digandrungi oleh semua kalangan masyarakat, mulai dari anak-anak, remaja hingga orang dewasa. Luasnya jaringan yang dibuat *facebook* membuat pengguna berpikir untuk memanfaatkannya tidak hanya untuk mengunggah foto, memperbaharui status dan lainnya, namun digunakan juga untuk mencari keuntungan dengan berusaha membuat bisnis secara *online*, pendidikan hingga kriminalitas. *Facebook* juga dapat menyebabkan ketergantungan bahkan kecanduan bagi penggunanya.

Kecanduan atau ketergantungan ini bahkan sulit ditinggalkan apabila dibandingkan dengan ketergantungan terhadap rokok ataupun alkohol. Penelitian lain dari artikel teknologi yang dilakukan oleh Muhammad Firman mengutip dari berita *Fox News*, dengan melibatkan 205 responden untuk menganalisa zat adiktif yang dihadirkan oleh media sosial dan perangkat-perangkat candu lainnya, hasilnya adalah secara total sebanyak 10.558 respon terkumpul dan sebanyak 7.827 di antaranya merupakan hasrat yang sangat tinggi untuk *log in* ke media sosial (*Viva News*, 2012).

Berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian mengenai fenomena media sosial tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa media sosial dapat menyebabkan kecanduan atau ketergantungan yang berlebih dan sulit untuk ditinggalkan oleh penggunanya.

Pada penelitian ini sampel penelitian yang dipilih adalah siswa dan siswi yang masih belajar di tingkat SMP atau sederajat, yang mana sedang dalam perkembangan masa remaja. Berdasarkan hasil pengamatan dari fenomena-fenomena yang terjadi, remaja saat ini sangat ketergantungan atau kecanduan terhadap media sosial. Tidak sedikit dari remaja begitu identik dengan *smartphone* yang hampir 24 jam berada pada genggam tangan dan sangat sibuk berselancar di dunia *online* yang seolah-olah tidak pernah berhenti, media sosial *online* sangat menarik perhatian terutama kalangan remaja.

Pada masa remaja terdapat masa negatif yaitu masa dimana remaja bersikap anti terhadap kehidupan. Salah satu gejala yang mencirikan masa negatif pada remaja adalah rendahnya rasa kepercayaan diri pada dirinya sendiri (*lack of confidence*). Kepercayaan diri ini dapat disebabkan oleh berbagai hal, salah satunya perubahan psikisnya (Rumini dan Sundari, 2004). Menurut Lauster (2002) kepercayaan diri merupakan suatu sikap atau keyakinan atas kemampuan diri sendiri sehingga dalam tindakan-tindakannya tidak terlalu cemas, merasa bebas untuk melakukan hal-hal yang sesuai keinginan dan tanggung jawab atas perbuatannya, sopan dalam berinteraksi dengan orang lain, memiliki dorongan prestasi serta dapat mengenal kelebihan dan kekurangan diri sendiri. Lauster menggambarkan bahwa orang yang tidak mempunyai kepercayaan diri memiliki ciri-ciri tidak mementingkan diri sendiri (toleransi), tidak membutuhkan dorongan orang lain, optimis dan gembira.

Menurut Lauster (dalam Ghufroon, 2014) berpendapat bahwa kepercayaan diri yang sangat berlebihan, bukanlah sifat yang positif. Pada umumnya akan menjadikan orang tersebut kurang berhati-hati dan akan berbuat seenaknya sendiri. Hal ini menjadi tingkah laku yang menyebabkan konflik dengan orang lain. Media sosial *online* dapat mempengaruhi kepercayaan diri para penggunanya dan juga dapat mempengaruhi perasaan seseorang terutama wanita terhadap penampilan dan komunikasinya. Menghabiskan waktu di media sosial dan memajang foto *selfie*

membuat seseorang akan menurun rasa kepercayaan dirinya terhadap bentuk tubuhnya.

Penggunaan media sosial dapat mempengaruhi kepercayaan diri remaja dan juga menimbulkan banyak permasalahan. Penggunaan media sosial sering kali mengganggu proses belajar remaja, sebagai contoh ketika sedang belajar kemudian ada *notification chatting* dari teman yang akhirnya dapat mengganggu proses belajar, dan kebiasaan seorang remaja yang berkicau berkali-kali di *twitter* yang terkadang hanya untuk mengeluhkan betapa sulit pelajaran yang sedang dikerjakannya.

Di beberapa sekolah SMP yang terdapat dalam Kecamatan Syiah Kuala tidak sedikit dari siswa disana sering mengakses media sosial. Ketika berada di kelas, siswa berani mengakses media sosial sehingga mengganggu proses pembelajaran. Siswa juga sering mengunggah foto-foto siswa ke media sosial dan dengan kecanggihan dari berbagai aplikasi dalam *smartphone*, siswa dapat melakukan editan fotonya agar terlihat lebih bagus untuk ditampilkan dimedia sosialnya. Siswa merasa memiliki rasa kepercayaan diri yang rendah apabila fotonya tidak teredit di media sosial. Terdapat beberapa siswa yang cenderung diam di kelas namun aktif dimedia sosial. Siswa mengaku lebih kepercayaan diri ketika berbicara dengan media sosial daripada berbicara langsung dengan lawan bicaranya. Apapun yang mereka lakukan pasti ditulis dimedia sosial.

Tidak berhenti sampai di situ saja, terdapat beberapa kasus seorang remaja yang dilaporkan hilang oleh orangtuanya yang ternyata kabur dengan teman baru yang dikenalnya di *facebook*. Berdasarkan berbagai contoh permasalahan dan fenomena tersebut semestinya media sosial digunakan sebagaimana mestinya, sesuai dengan fungsi media sosial sebagai alat komunikasi. Sudah semestinya media sosial digunakan sebagai alat komunikasi yang baik bukan menyalahgunakannya untuk kejahatan dan hal lain yang melanggar hukum. Beragam kasus yang terjadi berhubungan dengan ketergantungan media sosial. Melihat persoalan di atas, sehingga peneliti mengangkat judul mengenai “Hubungan Intensitas Media Sosial dan Kepercayaan Diri Pada Remaja Awal”.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012) bahwa penelitian secara kuantitatif ialah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sample biasanya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini melihat hubungan intensitas media sosial dan kepercayaan diri pada remaja awal. Oleh karena itu jenis penelitian ini bersifat korelasi antara satu variabel dengan variabel lainnya. Penelitian korelasional menurut Arikunto (2010), yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara kedua atau beberapa variabel. Adapun yang dimaksud korelasi dalam penelitian ini ialah hubungan intensitas media sosial dan kepercayaan diri pada remaja awal.

Penelitian ini bersifat deskriptif. Juliansyah (2010) mengemukakan bahwa penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Melalui penelitian deskriptif, peneliti berusaha mendeskripsikan suatu peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut. Senada dengan itu, Faisal (2008)

menjelaskan bahwa penelitian deskriptif ialah penelitian yang bermaksud untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai sesuatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di atas, bahwa intensitas penggunaan media sosial berhubungan dengan kepercayaan diri pada remaja awal, hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengujian Korelasi *Product Moment* yang penulis lakukan, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,59 yang berarti intensitas penggunaan media sosial mempunyai hubungan yang *lemah atau rendah* terhadap kepercayaan diri pada remaja awal. Dari hasil uji hipotesis terbukti bahwa  $t_{hitung}$  memiliki nilai sebesar 6,700 sedangkan  $t_{tabel}$  memiliki nilai 1,984 pada taraf signifikansi 5%, ini berarti terdapat hubungan yang positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan kepercayaan diri pada remaja awal.

Hasil penelitian yang penulis lakukan didukung oleh kajian-kajian sebelumnya seperti Ariani, Tika Dwi Ariani., (2018) yang memperoleh hasil nilai koefisien korelasi  $r_{xy}$  0,611 dan  $sig = 0,000$  ( $p \leq 0,01$ ) artinya ada hubungan positif yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan pengungkapan diri pada remaja. Sumbangan efektifitas (SE) intensitas penggunaan media sosial dengan pengungkapan diri sebesar 37,3 %. Intensitas penggunaan media sosial tergolong rendah dan pengungkapan diri tergolong sedang. Kajian ini diperkuat oleh teori kepercayaan diri yang mengatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri seseorang ialah lingkungan baik lingkungan keluarga dan masyarakat. Dukungan yang baik yang diterima dari lingkungan keluarga seperti anggota keluarga yang saling berinteraksi dengan baik akan memberi rasa nyaman dan percaya diri yang tinggi. Begitu juga dengan lingkungan masyarakat semakin bisa memenuhi norma dan diterima oleh masyarakat, maka semakin lancar kepercayaan diri berkembang (Anchok, 2000). Sedangkan pembentukan kepercayaan diri juga bersumber dari pengalaman pribadi yang dialami seseorang dalam perjalanan hidupnya. Pemenuhan kebutuhan psikologis merupakan pengalaman yang dialami seseorang selama perjalanan yang buruk pada masa kanak-kanak akan menyebabkan individu kurang percaya diri (Seto, Mario., 1995).

Berdasarkan kajian-kajian yang diperkuat oleh kajian terdahulu dan teori para ahli di atas, maka jelaslah bahwa intensitas penggunaan media sosial memberikan pengaruh terhadap kepercayaan diri di kalangan remaja awal khususnya bagi mereka yang sedang menjalankan pendidikan di tingkat MTsN/SMP.

## KESIMPULAN

Intensitas penggunaan media sosial memiliki hubungan yang lemah dengan kepercayaan diri pada remaja awal. Nilai korelasi intensitas media sosial terhadap kepercayaan diri pada remaja awal sebesar 0,59. Interpretasi hasil nilai yang diperoleh ( $r_{xy}$ ) adalah terdapat korelasi yang lemah atau rendah. Jadi terdapat korelasi yang positif sebesar 0,59 antara pengaruh intensitas media sosial terhadap kepercayaan diri pada remaja awal.

Uji hipotesis diketahui nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  atau  $6,700 > 1,984$  pada taraf signifikansi 5%. Artinya terdapat hubungan yang positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan kepercayaan diri pada remaja awal.

## **SARAN**

Agar kajian ini dapat terealisasi, maka penulis mengajukan beberapa saran kepada pihak terkait, antara lain:

1. Pihak remaja awal, agar memanfaatkan media sosial sesuai dengan kepentingan dan mengambil hal-hal yang bermanfaat bagi kelanjutan pendidikan serta menghindari berbagai dampak negatif yang terdapat pada media sosial.
2. Pihak sekolah dan keluarga remaja awal, agar terus memberikan kontrol terhadap kehidupan remaja awal agar terhindar dari berbagai efek negatif dari penggunaan media sosial.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barbara, (2000). *Percaya Diri Sumber Sukses dan Kemandirian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, Burhan, 2007. *Penelitian kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Emzir (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Raja Rapiindo Persada.
- Faisal (2008). *Format-Format Penelitian Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hakim, (2005). *Mengatasi Rasa Tidak Percaya Diri*. Jakarta: Puspa Swara.
- Juliansyah (2010). *Metodologi Penelitian (Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lauster, Peter. (2002). *Tes Kepribadian (Alih Bahasa: D.H Gulo)*. Edisi Bahasa Indonesia. Cetakan Ketigabelas. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mario. (2011). *Positive Thinking VS Positive Attitude*. Yogyakarta : Locus
- Martono, Nanang (2010), *Metode Penelitian kuantitatif analisis isi dan analisis data sekunder*. Jakarta:PT. RajaGrafindo Persada.

- Paramitha, (2011). “Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner”. Thesis. Ekonomi S-1, Fakultas Ekonomi Universitas Dipenogoro.
- Rachmat Krisyanto. (2010). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Rumini dan Sundari, (2004). *Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Siregar, Syofian. (2012). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif. Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana. Slameto (2001).  
*Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2007). *Statistik Untuk Penelitian*. Cet ke -3. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sudijono, Anas (2008). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sumadi Suryabrata. (1987). *Metode Penelitian*. Jakarta: Rajawali.
- Walgito, (2000). *Peran Psikologi di Indonesia: Peran Orang Tua Dalam Pembentukan Kepercayaan Diri*. Yogyakarta: pustaka pelajar.
- Walgito, B, (2000). *Peran Psikologi Di Indonesia: Peran Orang Tua Dalam Pembentukan Kepercayaan Diri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Yusuf, (2005). *Percaya Diri*. Jakarta: Gema Insani.
- Zarella, (2010). *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.



