

HUBUNGAN KEPERCAYAAN DIRI TERHADAP INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA PRODI S-1 FARMASI UNIVERSITAS UBUDIYAH INDONESIA

Andi Syahputra¹, Muqaddis²

^{1,2} S-1 Psikologi, Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Ubudiyah Indonesia
Email: andisyahputra@uui.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan diri terhadap intensitas penggunaan media sosial. Subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi S-1 Farmasi Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Ubudiyah Indonesia berjumlah 173 yang berusia 12-15 tahun dan memiliki akun media sosial. Peneliti berhipotesis bahwa kepercayaan diri berpengaruh terhadap intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah skala kepercayaan diri dengan skala intensitas penggunaan media sosial yang disusun dengan teknik Likert. Skala kepercayaan diri memiliki koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach (a)* sebesar 0,879 dan skala intensitas penggunaan media sosial memiliki koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach (a)* sebesar 0,837. Analisis data menggunakan uji regresi linear sederhana karena hanya menguji satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai R square = 0,003 ($F = 0,434$ dan $t = 0,659$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,511. Hal tersebut membuktikan bahwa kepercayaan diri tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan media sosial.

Kata Kunci : Kepercayaan diri, intensitas penggunaan media sosial

ABSTRAC

This study aims to determine the effect of self-confidence on the intensity of social media use. The subjects in this study were 173 students of the Bachelor of Pharmacy study program, Faculty of Health, Ubudiyah University, Indonesia, aged 12-15 years old and had social media accounts. Researchers hypothesize that self-confidence affects the intensity of social media use in students. The data collection tool used is a self-confidence scale with a scale of intensity of social media use compiled with the Likert technique. The self-confidence scale has a Cronbach Alpha reliability coefficient (a) of 0.879 and the intensity scale of social media use has a Cronbach Alpha reliability coefficient (a) of 0.837. Data analysis used a simple linear regression test because it only tested one independent variable and one dependent variable. The results of this study indicate that the value of R square = 0.003 ($F = 0.434$ and $t = 0.659$) with a significance value of 0.511. This proves that self-confidence has no effect on the intensity of social media use.

Keywords: *Confidence, intensity of using social media*

1. PENDAHULUAN

Internet merupakan produk ilmu pengetahuan yang berkembang dengan pesat. Ceyhan (2007) menjelaskan bahwa individu mengirim pesan, mencari informasi, dan

melakukan interaksi dengan siapa saja secara cepat melalui internet. Individu mengakses media sosial dengan internet. Media sosial telah berkembang dengan pesat. Berbagai macam media sosial saat ini antara lain *Facebook, Twitter, Instagram, Path, dan Google plus*.

Media sosial merupakan alat bantu untuk berkomunikasi dengan berbagai pihak di belahan dunia dengan menggunakan koneksi internet (Sikape, 2014). Menurut Boyd dan Ellison (2008), media sosial adalah alat perantara berbasis web yang memungkinkan individu membuat profil pribadi, melihat, dan memasuki profil orang-orang yang terdaftar dalam koneksi mereka.

Lenhart dkk (2010) menunjukkan bahwa 93% pengguna media sosial adalah mahasiswa dengan rentang usia 12 hingga 17 tahun. Kementerian KOMINFO melakukan survei terhadap 400 responden dengan rentang usia 10-19 tahun pada tahun 2014. Hasil survei menunjukkan bahwa 79,5% responden adalah pengguna internet. Motivasi utama mereka dalam penggunaan media sosial adalah untuk berkomunikasi (Siaran Pers, 2014). Hasil penelitian tersebut menunjukkan mahasiswa merupakan pengguna aktif media sosial di Indonesia.

Masa mahasiswa merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa (Santrock, 2003). Masa peralihan ini melibatkan perubahan secara biologis, kognitif, dan sosioemosional (Santrock, 2003). Mahasiswa memiliki tugas perkembangan untuk menjalin hubungan baru yang lebih matang dengan teman sebaya serta mencapai tingkah laku sosial yang bertanggung jawab (Havighurst, dalam Hurlock, 1990).

Lingkungan keluarga dan sosial sangat mempengaruhi proses pencarian identitas diri pada mahasiswa (Erikson, dalam Feist & Feist, 2010). Gunarsa dan Gunarsa (1981) menjelaskan faktor lingkungan sangat berperan pada proses pembentukan identitas, terutama lingkungan keluarga. Dalam lingkungan keluarga yang positif, mahasiswa berpartisipasi dalam pengambilan keputusan (Enright, dkk dalam Santrock, 2007),

Suasana kekeluargaan yang mendukung terasakan (Cooper, dkk dalam Santrock, 2007), dan komunikasi antaranggota keluarga baik (Gunarsa & Gunarsa, 1981). Pengaruh lingkungan keluarga yang positif menghasilkan identitas diri yang jelas pada mahasiswa (Gunarsa & Gunarsa, 1981). Dalam lingkungan keluarga yang negatif, mahasiswa terbatas untuk mengemukakan pendapat, memperoleh bimbingan yang terbatas (Ehrigt dkk, dalam Santrock, 2007), lingkungan keluarga tidak utuh (*broken home*), komunikasi antaranggota keluarga kurang baik (Gunarsa & Gunarsa 1981; Reis & Youniss dalam Santrock, 2007).

Banyak mahasiswa mengalami kegagalan dalam proses perkembangan karena faktor lingkungan keluarga (Gunarsa & Gunarsa, 1981). Pengaruh lingkungan keluarga yang negatif menghasilkan identitas diri yang tidak jelas pada mahasiswa (Gunarsa & Gunarsa, 1981). Dengan demikian, faktor lingkungan keluarga berperan penting dalam proses pencarian identitas diri.

Faktor lingkungan sosial berperan penting dalam proses pencarian identitas (Gunarsa & Gunarsa, 1981). Lingkungan yang mencontohkan perbuatan-perbuatan positif kepada mahasiswa membantu kelancaran pencarian identitas diri pada mahasiswa (Gunarsa & Gunarsa, 1981). Lingkungan sosial yang berpengaruh negatif terhadap mahasiswa, menghambat mahasiswa dalam proses pencarian identitas diri (Gunarsa & Gunarsa, 1981).

Stets dan Burke (2014) menjelaskan bahwa kepercayaan diri merupakan hasil dari proses pembentukan identitas. Identitas diri yang jelas menghasilkan kepercayaan diri yang tinggi. Identitas yang kabur menurunkan kepercayaan diri. Santrock (2003) menjelaskan rasa percaya diri atau *self esteem* (harga diri) merupakan dimensi evaluatif yang menyeluruh dari diri. Beberapa ahli mengatakan bahwa kepercayaan diri bersinonim dengan harga diri (Hamblin dkk, dalam Oney & Guven, 2015).

Owens dkk (dalam Oney & Guven, 2015) mengatakan bahwa harga diri dan kepercayaan diri mengacu pada cara seseorang mengevaluasi berbagai kemampuan dan karakteristik pribadi. Setiyo (dalam Puspitasari dan Laksmiwati, 2012) menjelaskan bahwa kepercayaan diri merupakan suatu keyakinan seseorang terhadap segala kelebihan yang dimiliki dan membuat mereka merasa mampu untuk mencapai berbagai tujuan hidup. Kepercayaan diri mempengaruhi kemampuan seseorang berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain (Adywibowo, 2010).

Siska dan Purnamaningsih (2003) menjelaskan bahwa kepercayaan diri mempengaruhi komunikasi interpersonal Mahasiswa dengan kepercayaan diri tinggi berani untuk berinteraksi dengan orang lain secara langsung. Mahasiswa yang cenderung takut berinteraksi dengan orang lain secara langsung mengalami kegagalan dalam memperluas hubungan antarpribadi dan berkomunikasi secara lebih dewasa dengan teman sebaya (Havighurst, dalam Gunarsa & Gunarsa, 1981).

Media sosial menyebabkan seseorang berkomunikasi tidak langsung dengan orang lain. Caplan (2005) mengungkapkan bahwa penggunaan internet yang berlebihan mengakibatkan dampak buruk berupa bertambahnya komunikasi secara tidak langsung

(*non-face to face communication*). Hur (dalam Iskender & Akin, 2011) menegaskan kecanduan internet menyebabkan ketidakteraturan pada relasi.

Chou dan Hsiao, Griffiths dan Young (dalam Iskender & Akin, 2011) menyatakan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan berdampak negatif dalam kehidupan. Kraut, dkk (dalam Iskender & Akin, 2011) menjelaskan gejala - gejala yang muncul pada penggunaan internet yang berlebihan antara lain, kesulitan mengatur waktu *online*, kebosanan ketika *offline*, dan berkurangnya interaksi sosial secara langsung.

Seseorang dengan kepercayaan diri tinggi berani berinteraksi secara langsung. Individu dengan kepercayaan diri rendah cenderung takut berinteraksi secara langsung. Peneliti berasumsi mahasiswa dengan kepercayaan diri tinggi cenderung menggunakan media sosial dengan intensitas rendah. Mahasiswa dengan kepercayaan diri rendah cenderung menggunakan media sosial dengan intensitas tinggi.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional kausal. Pengolahan data menggunakan metode analisis regresi sederhana. Tujuan penelitian ini yaitu melihat pengaruh kepercayaan diri terhadap intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa. Pengumpulan telah dilaksanakan pada tanggal 12 - 30 Maret 2018 di Program Studi S-1 Farmasi Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Ubudiyah Indonesia. Peneliti mengambil sampel dengan metode *purposive sampling*. Metode tersebut adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan pada ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang mempunyai sangkut paut dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi

Penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu intensitas penggunaan media sosial dan kepercayaan diri. Peneliti mengukur variabel intensitas penggunaan media sosial menggunakan skala intensitas penggunaan media sosial (SIPMS). Variabel kepercayaan diri menggunakan skala kepercayaan diri (SKD). Kedua skala berisikan pernyataan *favorable* dan *unfavorable*. Peneliti merancang skala dengan berpedoman pada aspek-aspek atau indikator-indikator setiap variabel. Instrument penelitian menggunakan kuesioner yang telah dilakukan uji validitas, reliabilitas dan seleksi item. analisis data dengan teknik regresi sederhana yang didahului oleh uji normalitas dan linearitas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Deskripsi Subjek Penelitian

Tabel 1
 Deskripsi Usia Subjek Penelitian

No	Usia	Frekuensi (f)
1	18 tahun	25
2	19 tahun	40
3	20 tahun	63
4	21 tahun	45
Total		173

Tabel 2
 Deskripsi Jenis Kelamin Subjek Penelitian

No	Usia	Frekuensi (f)
1	Laki-laki	68
2	Perempuan	105
Total		173

2) Deskripsi Data Penelitian

Peneliti menggunakan hasil dari analisis deskripsi untuk membandingkan *mean* teoritik dan *mean* empiris. Perbedaan antara *mean* teoritik dan *mean* empirik dengan nilai signifikan $p < 0,05$, dikatakan berbeda secara signifikan. Jika nilai signifikan $p > 0,05$ dikatakan tidak signifikan. Tabel di bawah ini merupakan hasil analisis data tersebut :

Tabel 3
 Perhitungan mean teoritik dan mean empirik

Skala	Teoritik					Empirik				
	N	Skor Min	Skor Max	Mean	SD	N	Skor Min	Skor Max	Mean	SD
Kepercayaan diri	173	34	136	85	17	173	81	126	101,76	8,170
Intensitas penggunaan media sosial	173	16	64	40	8	173	17	64	42,62	6,490

Tabel 4
 Perhitungan uji T

N	Sig.	Mean Difference
---	------	-----------------

Kepercayaan diri	173	0,000	101,757
Intensitas penggunaan media sosial	173	0,000	42,618

Tabel 4 menunjukkan bahwa skala kepercayaan diri memiliki perbedaan *mean* empirik dan *mean* teoritik yang signifikan. Subyek penelitian cenderung memiliki kepercayaan diri yang tinggi. Skala intensitas penggunaan media sosial juga memiliki perbedaan *mean* empirik dan *mean* teoritik yang signifikan. Subyek cenderung memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi.

3) Hasil Analisis Data Penelitian

a. Uji Asumsi

Sebelum melakukan uji hipotesis, peneliti perlu melakukan uji normalitas dan linearitas terlebih dahulu.

1) Uji Normalitas

Peneliti menguji normalitas dengan menggunakan metode *Kolmogrov-Smirnov* dengan melihat signifikansi. Berikut hasil uji normalitas penelitian ini :

Tabel 5
 Hasil uji normalitas

Skala	Kolmogrov-Smirnov ^a			Ket.
	Statistik	df	Sig.	
Kepercayaan diri	.066	173	.062	Normal
Intensitas penggunaan media sosial	.065	173	.072	Normal

Tabel 5, memperlihatkan bahwa skala kepercayaan diri memiliki nilai signifikansi p sebesar $0,062 > 0,05$, data terdistribusi secara normal. Pada skala intensitas penggunaan media sosial memperoleh nilai signifikansi p sebesar $0,072 > 0,05$, maka data tersebut juga terdistribusi secara normal.

2) Uji Linearitas

Berikut adalah tabel uji linearitas kedua variabel :

Tabel 6 Hasil uji linearitas

			Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Intensitas penggunaan media sosial*	Between Group	(Combined)	2202.189	39	56.466	1.489	.050
		Linearity	18.350	1	18.350	.484	.488
		Deviation from Linearity	2183.839	38	57.496	1.516	.044
Kepercayaan diri	Within Group		5042.632	133	37.915		
	Total		7244.821	172			

Tabel 6 memperlihatkan bahwa hubungan antara skor variabel kepercayaan diri dan skor intensitas penggunaan media sosial bersifat tidak linear. Hal tersebut terlihat dari nilai signifikansi linearitas yang diperoleh yaitu sebesar 0,488 dan nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,488 > 0,05$).

b. Uji Hipotesis

Uji hipotesis penelitian ini adalah uji regresi sederhana. Peneliti menganalisis dua variabel, yaitu kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial. Berikut adalah tabel hasil uji hipotesis:

Tabel 7 Hasil uji regresi

Correlation	
Intensitas penggunaan	Kepercayaan diri

media sosial			
Person	Intensitas	1.000	.050
Correlation	penggunaan media sosial		
	Kepercayaan diri	.050	1.000
Sig. (1-tailed)	Intensitas	.	.255
	penggunaan media sosial		
	Kepercayaan diri	.255	.
N	Intensitas	173	173
	penggunaan media sosial		
	Kepercayaan diri	173	173

Mode Summary ^h				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.050 ^a	.003	-.003	6.501

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Diri

b. Dependent Variabel : Intensitas penggunaan media sosial

Uji regresi menghasilkan koefisien korelasi sebesar 0,050 dengan nilai signifikansi sebesar 0,255. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak adanya hubungan antara variabel kepercayaan diri dan variabel intensitas penggunaan media sosial. Tabel *model summary* memperlihatkan nilai R Square sebesar 0,003. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sumbangan efektif kepercayaan diri terhadap intensitas penggunaan media sosial sebesar 0,3%. Hal tersebut menjelaskan bahwa kepercayaan diri tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan media sosial.

Tabel 8 Hasil uji anova

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	18.350	1	18.350	.434	.511 ^b
Residual	7226.470	171	42.260		
Total	7244.821	172			

Uji Anova menghasilkan nilai $F_{hitung} = 0,434 < F$ dengan taraf signifikansi sebesar 0,511. Hasil uji Anova juga menunjukkan bahwa kepercayaan diri tidak berpengaruh pada intensitas penggunaan media sosial.

Tabel 9. Hasil uji coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	38.550	6.194	.	6.224	.000
Kepercayaan Diri	.040	.061	.050	.659	.511

Dari tabel 9 terlihat bahwa t_{tabel} memperoleh nilai sebesar 1,973 untuk $dk = 171$ ($dk=173-2$), sedangkan nilai t 0,659 dengan nilai signifikansi sebesar 0,511. Hal tersebut menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ yang berarti kepercayaan diri tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan media sosial

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan sumbangan efektif kepercayaan diri pada intensitas penggunaan media sosial sebesar 0,3%. Hasil uji anova memperoleh nilai $F_{hitung} = 0,434$ dan $t_{hitung} = 0,659$ dengan taraf signifikansi sebesar 0,511. Dengan demikian, kepercayaan diri tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa prodi S-1 Farmasi Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Ubudiyah Indonesia.

Hasil penelitian berbeda dengan hasil penelitian-penelitian sebelumnya. Beberapa penelitian Ehenberg dkk (2008) dan Steinfield dkk (2008) menunjukkan bahwa mahasiswa dengan kepercayaan diri yang rendah cenderung lebih sering berinteraksi melalui media sosial atau komputer dibandingkan dengan seseorang yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi. Penelitian Ranggamukti (2011) di antara mahasiswa menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif signifikan antara kepercayaan diri dan frekuensi penggunaan media sosial. perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada subyek penelitian.

Penelitian ini memperlihatkan hasil yang sama dengan penelitian Baker dan White (2010). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan diri tidak muncul sebagai faktor yang mempengaruhi frekuensi penggunaan media sosial. Mahasiswa dengan sikap dan cara berpikir yang lebih positif menjadi lebih percaya diri pada kemampuan diri

sendiri untuk memanfaatkan media sosial. Mahasiswa dengan tujuan yang kuat untuk terlibat dalam penggunaan media sosial kemungkinan besar bertindak sesuai dengan tujuan mereka.

Hasil penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian Lenhart dan Madden (2006). Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa mahasiswa dengan kepercayaan diri tinggi tetap menggunakan media sosial dengan intensitas yang tinggi untuk memelihara dan mengatur pertemanan yang sudah terjalin secara sosial (secara tatap muka)

4) KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai R square = 0,003 ($F = 0,434$ dan $t_{hitung} = 0,659$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,511. Hasil tersebut membuktikan bahwa kepercayaan diri tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan media sosial.

Peneliti selanjutnya, disarankan untuk merancang perencanaan yang matang terkait waktu pengambilan data dan menggunakan bahasa yang sederhana supaya subyek mengisi skala secara optimal. Peneliti selanjutnya juga disarankan mencantumkan pertanyaan tentang data kepemilikan akun media sosial pada skala peneliti

5) DAFTAR PUSTAKA

- Adywibowo, I.P. (2010). Memperkuat kepercayaan diri anak melalui percakapan referensial. *Jurnal Pendidikan Penabur*. No. 15 Tahun ke-9.
- Afiatin, T & Martaniah, S. M. (1998). Peningkatan kepercayaan diri remaja melalui konseling kelompok. *Psikologika : Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*. No. 6. Tahun III. Yogyakarta : Perpustakaan ICBC.
- Andarwati, S.R & Sankarto, B.S. (2005). Pemenuhan kepuasan penggunaan internet oleh peneliti Badan Litbang Pertanian di Bogor. *Jurnal Perpustakaan Pertanian*. Vol. 14, Nomor 1.
- Frisnawari, A. (2012). Hubungan antara intensitas menonton reality show dengan kecenderungan perilaku prososial pada remaja. *Empathy*. Vol. I, No. 1.
- Iskender, M. & Akin, A. (2011). Self – compassion and internet addiction. *Turkish Online Journal of Educational Technology – TOJET*. Vol. 10/ No.3. p : 215-221.
- Ma'rifah, N.L., & Budiani, M.S. (2012). Hubungan antara attachment style dan self-esteem dengan kecemasan sosial pada remaja. *Jurnal Psikologi : Teori dan Terapan*. Vol. 3. No. 1.

- O’Keeffe, G.S., & Pearson, K.C. (2011). Clinical report-the impact of social media on children, adolescents, and families. *American Academy of Pediatrics*. Volume 127, Number 4.
- Oney, E., & Guven, G.O. (2015). Confidence: A critical review of the literature and an alternative perspective for general and specific self-confidence. *Psychological Report: Mental and Physical Health*, 116 (1), 149-163.
- Prameswari, S.P.I., Aisah, S., & Mifbakhuddin. (2013). Hubungan obesitas dengan citra diri dan harga diri pada remaja putri di Kelurahan Jomblang Kecamatan Candisari Semarang. *Jurnal Keperawatan Komunitas*. Volume 1, No. 1; 52-61.
- Puspitasari, R.P. & Laksmiwati, H. (2012). Hubungan konsep diri dan kepercayaan diri dengan kemampuan komunikasi interpersonal pada remaja putus sekolah. *Jurnal Psikologi: Teori & Terapan*. Vol. 3, No. 1, 58-66.
- Ranggamukti, B. (2011). Hubungan antara kepercayaan diri dengan frekuensi mengakses situs jejaring sosial. *Skripsi*. Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, Indonesia. Dari <http://library.usd.ac.id>
- Sikape, H.J. (2014). Persepsi komunikasi pengguna media sosial pada blackberry messenger twitter dan facebook oleh siswa SMAN 1 Tahuna. *Journal “Acta Diurna”*. Vol. III. No. 3.
- Siska, S. & Purnamaningsih, E.H. (2003). Kepercayaan diri dan kecemasan komunikasi internasional pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi*. No. 2, 67-71.
- Stets, J.E., & Burke, P.J. (2014). Self-esteem and identities. *Sociological Perspectives*. Vol. 57(4), 409-433.
- Wulandari, R. (2000). Hubungan antara citra raga dengan intensitas melakukan body language pada wanita. *Skripsi sarjana yang tidak diterbitkan*. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.