

# **PROFIL KEPERCAYAAN DIRI PADA PENGGUNA *INSTAGRAM***



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I  
pada Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi**

**Oleh :**

**RINNI AYU SOHOPUTRI**

**F.100 150 205**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2019**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PROFIL KEPERCAYAAN DIRI PADA PENGGUNA *INSTAGRAM*  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**PUBLIKASI ILMIAH**

Oleh:

**RINNI AYU SOHOPUTRI**

**F100150205**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



**Dr. Wiwien Dinar Pratisti M.Si, Psi**

**NIDN : 0629116401**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PROFIL KEPERCAYAAN DIRI PADA PENGGUNA *INSTAGRAM***

Yang diajukan Oleh :

**RINNI AYU SOHOPUTRI**

**F 100 150 205**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Psikologi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Pada tanggal 30 April 2019  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

1. **Dr. Wiwien Dinar Pratisti M.Si, Psi**

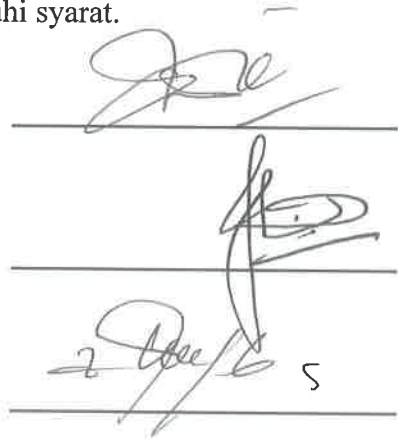
(Ketua Dewan Penguji)

2. **Dr. Eny Purwandari, M.Si**

(Anggota I Dewan Penguji)

3. **Dra. Zahrotul Uyun, M.Si, Psi**

(Anggota II Dewan Penguji)



**Surakarta, 30 April 2019**

**Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Fakultas Psikologi**

**Dekan**



**Susatyo Yuwono, S.Psi, M.Si, Psikolog**

**NIK/NIDN. 838/0624067301**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya akan menyatakan bahwa naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah untuk diajukan dalam memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat suatu karya atau pendapat yang pernah untuk ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis yang diacu dalam naskah dan telah disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti bahwa ada ketidakbenaran dalam pernyataan yang saya buat diatas, maka saya akan mempertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 18 April 2019

Penulis



**RINNI AYU SOHOPUTRI**

**F 100 150205**

## **PROFIL KEPERCAYAAN DIRI PADA PENGGUNA INSTAGRAM**

### **Abstrak**

Kepercayaan diri merupakan sikap positif yang muncul pada diri seorang individu berupa perasaan, tingkah laku dan keyakinan memandang bahwa dirinya lebih baik terhadap kemampuan yang dimilikinya. Frekuensi unggah informasi tentang diri dapat digunakan untuk memprediksi kepribadian seseorang, misalnya kepercayaan diri. Mengunggah informasi sering dilakukan dengan melalui media sosial instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi yang sedang populer saat ini berisi program yang dapat digunakan untuk membagikan foto dan video ke jaringan sosial untuk mengekspresikan dirinya yang menggunakan caption, filter serta karakteristiknya sendiri. Pengguna instagram adalah orang yang menggunakan media sosial instagram sering kali menggunakan jaringan ini karena bisa secara langsung untuk berbagi konten atau isi yang biasa diunggah yaitu instastory dan quotes. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan profil kepercayaan diri pada pengguna instagram. Jenis penelitian yang digunakan kualitatif, deskriptif naratif dengan menggunakan kuesioner terbuka yang disebarakan melalui google form kepada calon subjek penelitian. Subjek penelitian memiliki kriteria sebagai pengguna instagram yang berusia 18-21 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan diri pengguna instagram sangat bervariasi yang ditandai oleh ingin memamerkan kegiatan kepada followers untuk mencari perhatian, ingin dikenal orang lain karena ingin populer, mengunggah konten secara mandiri karena bisa bebas dengan diri kita sendiri untuk menentukan konten yang akan diunggah. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri pada subjek penelitian adalah durasi per hari dalam menggunakan instagram selama 6 hingga lebih dari 10 jam ingin dikenal orang lain dengan melalui unggahan yang bagus, masa berlangganan instagram selama 5-9 tahun unggah foto untuk memamerkan kegiatan yang dilakukan, jenis kelamin laki-laki mengunggah konten secara mandiri dibandingkan perempuan yang membutuhkan orang lain dan program studi Psikologi yakin akan memperoleh tanggapan positif dari orang lain.

**Kata kunci** : kepercayaan diri, instagram, pengguna instagram

### **Abstract**

Self-confidence is a positive attitude that arises in an individual in the form of feelings, behaviors and beliefs to see that he is better than his abilities. The frequency of uploading information about yourself can be used to predict a person's personality, such as self-confidence. Uploading information is often done through Instagram social media. Instagram is an application that is currently popular with programs that can be used to share photos and videos to social networks to express themselves using their own captions, filters and characteristics. Instagram users are people who use Instagram social media often using this network because they can directly share content or content that is

usually uploaded, namely instastory and quotes. This study aims to understand and describe the profile of confidence in Instagram users. This type of research used qualitative, descriptive narrative using an open questionnaire distributed through google form to prospective research subjects. Research subjects have criteria as instagram users aged 18-21 years. The results showed that Instagram users' confidence was very varied which was marked by wanting to exhibit activities to followers to seek attention, wanting to be known to others because they wanted to be popular, uploading content independently because they could be free with ourselves to determine the content to upload. The factors that influence self-confidence in the research subject are the duration per day in using Instagram for 6 to more than 10 hours, to be known by others through good uploads, the subscription period for Instagram for 5-9 years uploads photos to showcase the activities performed, male sex upload content independently compared to women who need other people and the Psychology study program is sure to get positive responses from others..

**Keyword** : Self-confidence, instagram, instagram users

## **1. PENDAHULUAN**

Dalam kehidupan sehari-hari kepercayaan diri sangat penting dan diperlukan untuk menjalankan hidup. Berusaha untuk mengembangkan kepercayaan diri agar menjadi seseorang yang lebih baik. Selain itu, dengan memiliki kepercayaan diri akan mampu untuk berinteraksi dengan lingkungan yang ada disekitarnya. Seseorang yang ingin bahagia membutuhkan kepercayaan diri yang tinggi supaya tidak diremehkan orang lain dengan menunjukkan keterampilan berupa karya-karya yang disebarakan melalui media sosial salah satunya *instagram*.

Widyaningtyas & Farid (2014) menyatakan bahwa kepercayaan diri merupakan keyakinan yang ada dalam diri individu dengan berupa perasaan dan anggapan keadaan yang lebih baik sehingga membuat individu tersebut dapat tampil dan berperilaku dengan penuh keyakinan. Kepercayaan diri yaitu yakin bahwa dirinya mampu untuk berperilaku seperti yang bisa dibutuhkan untuk memperoleh hasil seperti yang diinginkan (Aziz & Salam, 2018). Memiliki rasa percaya diri yang sehat dapat dikembangkan dengan melalui kepribadian individu sendiri dan rasa percaya diri dapat tumbuh dengan sehat apabila mendapatkan pengakuan dari lingkungan sekitar (Marjantri, 2015). Arti dari kepercayaan diri yaitu mengapresiasi dan dapat menilai yang ada pada dirinya sendiri (Purnomo & Harmiyanto, 2016). Sedangkan menurut Rupang, Opod & Sinolungan (2013)

kepercayaan diri yaitu seseorang yang yakin pada kemampuan dalam dirinya untuk berperilaku sesuai dengan yang diinginkan. Kepercayaan diri yaitu individu yang yakin dengan kemampuan dalam mengembangkan potensi yang ada dalam dirinya (Komara, 2016). Menurut Bukhori (2016) yang dimaksud dengan kepercayaan diri yaitu suatu keyakinan yang dimiliki oleh seseorang terhadap kemampuan dalam melakukan sesuatu.

Lauster (1990) mengatakan bahwa kepercayaan diri merupakan sikap dan perasaan yang yakin atas kemampuan pada diri sendiri sehingga individu tidak cemas dalam melakukan suatu tindakan, dapat merasakan kebebasan dalam melakukan hal-hal yang disukai dan mampu untuk bertanggung jawab atas perbuatan yang dilakukan, sopan dan hangat saat berinteraksi dengan orang lain, menghargai serta menerima orang lain, memiliki dorongan untuk menunjukkan keterampilan dan mengetahui kelebihan serta kekurangan pada diri sendiri.

*Instagram* adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video ke jaringan sosial untuk mengekspresikan dirinya yang menggunakan bahasa serta karakteristiknya sendiri. Pengguna *instagram* adalah seorang individu yang mengakses media sosial *instagram*. Pengguna *instagram* dapat mengedit akun pribadi atau akun publik untuk mempersonalisasikan profil mereka (pengguna *instagram*). Setelah banyak orang yang mengikuti (*followers*), *followers* dapat melihat postingan foto/video dan menggunakan tombol “suka”, memberikan komentar, dan mengungkapkan perasaan serta pendapat (Al-Kandari, Melkote, Sharif, 2016).

Ciri-ciri individu yang memiliki kepercayaan diri tinggi yaitu tidak hanya mementingkan diri sendiri akan tetapi juga mementingkan orang lain, tidak membutuhkan adanya dorongan yang berasal dari orang lain, gembira serta optimis (Lauster dalam Azizan, 2016). Sedangkan ciri-ciri individu yang memiliki kepercayaan diri rendah apabila foto yang diunggah tidak diedit terlebih dahulu, ketika berada di lingkungan sekitar lebih memilih diam dan percaya diri ketika berbicara di media sosial *instagram* daripada berbicara secara langsung di dunia nyata (Azizan, 2016).

Coralia, Qodariah, dan Yanuvianti (2017) menyatakan bahwa sebanyak 11,11 % mahasiswa di kota Bandung tidak kompeten dan tidak percaya diri sehingga merasa cemas apabila bersosialisasi dengan orang lain. Individu yang seperti ini percaya bahwa orang lain lebih unggul dari dirinya sehingga mereka terlihat pasif saat di keramaian dunia nyata dan akan membuat orang merasa menjadi tidak nyaman untuk bersosialisasi. Individu yang seperti ini memiliki media alternative yaitu media sosial untuk bersosialisasi tanpa ada rasa khawatir karena orang lain tidak akan tahu pada kecemasan yang dimiliki individu tersebut dan tidak terjadinya penolakan di dunia maya.

Berdasarkan data awal yang telah diambil oleh peneliti dengan melalui pertanyaan terbuka sebanyak 50 responden pengguna instagram di Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Pada kriteria yang pertama, ada 60% responden yang mengatakan bahwa percaya diri ketika mengunggah foto dan video. Pada kriteria kedua, ada 8% yang tidak selalu percaya terhadap informasi di Instagram. Pada kriteria ketiga, ada 22 % yang menyatakan ada perubahan emosional setelah menggunakan Instagram. Pada kriteria keempat, ada 10% yang sering mengunggah instastory. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa responden memiliki tingkat kepercayaan diri karena setelah mengupload foto maupun video tingkat kepercayaan diri yang dimiliki individu tersebut bisa meningkat.

Berdasarkan studi kasus yang dilakukan oleh Mahendra (2017) memberikan hasil bahwa remaja pengguna instagram di Jakarta, tergolong masih labil secara mental maupun perilaku sehingga mereka memiliki rasa penasaran yang tinggi dengan hal-hal yang baru seperti media sosial dibandingkan dengan orang dewasa yang sudah stabil secara mental dan perilaku. Mereka ingin terlihat populer dan tidak ingin ketinggalan zaman untuk bisa tampil eksis di media sosial. Yang dilakukan yaitu mengupload video atau foto, menulis caption (status), dan berkomunikasi dengan teman-temannya.

Hasil wawancara Esa (2018) pada guru BK di SMAN 1 Sidayu menyatakan bahwa siswa yang memposting foto selfie di *instagram* menjadi bentuk pencitraan diri ke publik saat menunjukkan siapa diri mereka. Saat ini *instagram* merupakan



media sosial yang populer dikalangan masyarakat khususnya remaja, sebanyak 65,7% yang merasa percaya diri saat memposting foto selfie ke *instagram*.

Berdasarkan uraian diatas bahwa kepercayaan diri dipengaruhi oleh intensitas pengguna media sosial khususnya *instagram* dengan cara melalui mengupload foto atau video, memberikan caption, menyukai foto atau video, berkomentar, membuat story dan lain sebagainya. Sehingga peneliti berharap untuk bisa membangun kepercayaan diri pada pengguna *instagram* karena dengan adanya kepercayaan diri yang tinggi maka tidak hanya bergantung dengan *instagram* akan tetapi bisa percaya diri di lingkungan sosial pula. Pengguna *instagram* percaya diri saat mengunggah foto atau video yang berkaitan dengan dirinya sendiri untuk mendapatkan rasa bangga jika dirinya populer. Namun kepopuleran di media sosial (*instagram*) belum tentu akan membuat mereka percaya diri di dunia nyata. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti ingin memahami bagaimana proses munculnya kepercayaan diri pada pengguna *instagram* ? Maka dari itu peneliti mengambil judul “Profil Kepercayaan Diri Pada Pengguna *Instagram*”.

## **2. METODE**

Jenis penelitian yang digunakan kualitatif, deskriptif naratif dengan menggunakan kuesioner terbuka yang disebarakan melalui *google form* kepada calon subjek penelitian. Subjek penelitian memiliki ciri-ciri antara lain adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang menggunakan aplikasi media sosial *instagram* yang terdiri dari laki-laki dan perempuan berusia 18-21 tahun. Pemilihan informan didasari oleh ciri-ciri yang dimiliki informan tersebut karena sesuai dengan tujuan penelitian. Pada penentuan informan peneliti sebanyak 100 informan, untuk proses pengambilan informan yang dilakukan dengan menggunakan *snow ball* yaitu meminta rujukan pada informan sebelumnya atau orang lain kepada informan baru yang sesuai dengan kriteria peneliti. Pengambilan data menggunakan kuesioner terbuka dengan pedoman guide pertanyaan terbuka dan guide wawancara yang disusun berdasarkan aspek-aspek kepercayaan diri yaitu 1) Ambisi, dorongan yang ingin diperlihatkan oleh orang lain, 2) Mandiri, individu yang percaya diri tidak bergantung dengan orang lain

karena menganggap dirinya mampu dalam menyelesaikan sendiri, 3) Optimis, individu yang memiliki kepercayaan diri akan berpikiran positif dan yakin dengan yang sudah dilakukan, 4) Peduli, individu yang tidak hanya mementingkan diri sendiri melainkan juga mementingkan orang lain, 5) Toleransi, individu yang memiliki kepercayaan diri akan menerima sikap dan pendapat dari orang lain meskipun sikap dan pendapat berbeda dengan dirinya (Lauster, 1990).

Pada pemvalidasian dari hasil penelitian berarti peneliti dapat menetapkan keakuratan dan kredibilitas dengan menggunakan beberapa cara yaitu seperti *member checking* (Creswell, 2015). Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif yaitu analisis deskriptif yang dapat menggambarkan dan mampu untuk menginterpretasikan suatu objek dengan apa adanya.

### 3. HASIL dan PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan profil kepercayaan diri pada pengguna *instagram*. Responden yang dikarakteristikan berdasarkan jenis kelamin dan program studi. Berikut ini karakteristik responden pada penelitian :

Tabel 1. Jenis Kelamin pada Pengguna *Instagram*

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	23	23%
Perempuan	77	77%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 1. pengguna instagram berjenis kelamin laki-laki sebanyak 23 responden (23%) dan perempuan sebanyak 77 responden (77%). Pengguna *instagram* yang berjenis kelamin laki-laki berlangganan menggunakan *instagram* selama 1-4 tahun, aktif dalam menggunakan *instagram*, durasi waktu yang digunakan dalam sehari selama 1-5 jam dan konten yang sering diunggah berupa *instastory* untuk mengekspresikan diri dan dikenal orang lain. Sedangkan perempuan berlangganan *instagram* selama 5-9 tahun, aktif dalam menggunakan *instagram*, durasi waktu yang digunakan dalam sehari selama 1-5 jam, dan konten yang sering diunggah berupa *instastory* namun tidak ingin dikenal oleh orang lain dan tidak sering mengunggah konten secara mandiri.

Tabel 1. Program Studi pada Pengguna *Instagram*

Program Studi	Frekuensi	Persentase
Psikologi	57	57%
Non Psikologi	43	43%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 2. pengguna *instagram* dari program studi Psikologi sebanyak 57 responden (57%) dan program studi Non Psikologi sebanyak 43 responden (43%). Program studi Psikologi berlangganan *instagram* selama 5-9 tahun, aktif dalam menggunakan *instagram*, durasi waktu dalam sehari selama 1-5 jam, konten *instagram* yang diunggah berupa *instastory* yang menunjukkan kemampuan dalam unggah konten secara mandiri dan yakin akan memperoleh tanggapan yang positif. Program studi Non Psikologi berlangganan *instagram* selama 1-4 tahun, aktif dalam menggunakan *instagram*, durasi waktu yang digunakan untuk mengakses *instagram* dalam sehari selama 1-5 jam, dan konten *instagram* yang sering diunggah berupa *instastory* namun tidak mampu untuk mengunggah konten secara mandiri dan tidak yakin akan memperoleh tanggapan yang positif.

Tabel 3. Lama Berlangganan *Instagram*

Lama berlangganan	Frekuensi	Persentase
1-4 tahun	45	45%
5-9 tahun	55	55%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 3. pengguna *instagram* berlangganan selama 1-4 tahun sebanyak 45 responden (45%) dan 5-9 tahun sebanyak 55 responden (55%). Pengguna *instagram* yang berlangganan *instagram* selama 1-4 tahun tidak memikirkan unggahan sehingga biasa saja dan tidak ingin dikenal orang lain serta kesulitan dalam mencari konten. Pengguna *instagram* yang berlangganan *instagram* selama 5-9 tahun ingin memperlihatkan kegiatan yang diunggah pada orang lain untuk pamer supaya dikenal oleh banyak orang.

Tabel 4. Aktif/Pasif dalam Menggunakan *Instagram*

Status	Frekuensi	Persentase
Aktif	68	68%
Sedang	4	4%
Pasif	28	28%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4. pengguna *instagram* yang aktif sebanyak 68 responden (68%), sedang sebanyak 4 responden (4%), dan pasif sebanyak 28 responden (28%). Pengguna *instagram* yang aktif ingin menunjukkan bahwa dirinya mampu seperti yang dilakukan oleh orang lain melalui unggahan foto atau video. Pengguna *instagram* yang pasif hanya ingin membagikan foto atau video yang bermanfaat bagi orang lain.

Tabel 5. Durasi Waktu Menggunakan *Instagram* Dalam Sehari

Durasi	Frekuensi	Persentase
1-5 jam	74	74%
6->10 jam	26	26%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 5. pengguna *instagram* yang menggunakan *instagram* dengan durasi waktu 1-5 jam dalam sehari sebanyak 74 responden (74%) menunjukkan bahwa kurang percaya diri saat unggah konten secara mandiri, tidak sering berkomentar pada postingan orang lain. Pengguna *instagram* yang menggunakan *instagram* dengan durasi waktu selama 6->10 jam dalam sehari sebanyak 26 responden (26%) menunjukkan bahwa sering mengunggah konten secara mandiri, dan sering berkomentar pada postingan orang lain untuk mengapresiasi.

Tabel 6. Konten *Instagram*

Konten	Frekuensi	Persentase
<i>Instastory</i>	80	80%
<i>Quotes</i>	20	20%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 6. pengguna *instagram* yang unggah konten *instastory* sebanyak 80 responden (80%) menunjukkan bahwa ingin unggah foto dan caption yang menarik supaya dikenal orang lain, mampu mengelola akun secara pribadi, ingin eksis dengan cara memberikan komentar pada postingan orang lain. Unggah konten *quotes* sebanyak 20 responden (20%) menunjukkan bahwa tidak memikirkan apa yang diunggah karena tidak ingin dikenal orang lain, tidak percaya diri untuk unggah konten secara mandiri, tidak suka mengambil foto diri sendiri.

Pengguna *instagram* saat ini banyak yang menghabiskan waktunya untuk bermain *instagram* supaya bisa terlihat populer di zaman modern ini. Dalam *instagram* bukan hanya sarana yang dijadikan sebagai tempat eksis akan tetapi juga banyak sekali informasi baru yang mudah didapatkan dengan cepat. Setiap pengguna *instagram* memiliki dorongan yang berbeda-beda untuk memperlihatkan sesuatu pada orang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 77% pengguna *instagram* berjenis kelamin perempuan memiliki kepercayaan diri yang rendah karena mengalami kesulitan untuk memilih suatu konten yang menarik sehingga membutuhkan orang lain dalam memilih konten. Perempuan berlangganan *instagram* selama 5-9 tahun hanya untuk mencari informasi terkini. Sedangkan laki-laki yang mengakses *instagram* untuk membagikan karya-karya seperti musik sehingga percaya diri saat dirinya mampu menampilkan ketrampilan yang dimiliki. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Widyaningtyas dan Farid (2014) yaitu seorang individu yang percaya diri akan mampu untuk tampil dan berperilaku sesuai dengan keyakinan pada diri sendiri.

Berdasarkan program studi menunjukkan bahwa sebanyak 57% program studi Psikologi lebih banyak menunjukkan kepercayaan diri dalam kemampuan berinteraksi dengan orang lain untuk memberikan pujian di kolom komentar sehingga yakin bahwa orang lain juga akan timbal balik dalam memberikan tanggapan yang positif pada dirinya. Sedangkan program studi Non Psikologi tidak peduli dengan postingan orang lain. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bukhori (2016) kepercayaan diri dapat berkembang dengan melalui interaksi di lingkungan maupun media sosial, keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap

kemampuan dalam melakukan sesuatu. Percaya diri untuk berinteraksi dengan orang lain tersebut dipengaruhi oleh lamanya berlangganan *instagram* selama 5-9 tahun sebanyak 55 % yang menunjukkan adanya dorongan pada diri sendiri untuk memperlihatkan kemampuan yang dimiliki kepada orang lain dengan cara mengunggah kegiatan, menyampaikan pendapat dan mengapresiasi karya orang lain. Semakin lama berlangganan *instagram* maka semakin tinggi kepercayaan diri untuk memberikan apresiasi pada postingan orang lain. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Purnomo dan Harmiyanto (2016) yaitu individu yang memiliki kepercayaan diri mampu untuk mengapresiasi serta dapat menilai yang ada pada dirinya sendiri.

Pengguna *instagram* yang aktif sebanyak 68% menunjukkan bahwa semakin aktif seseorang menggunakan *instagram* maka kepercayaan diri yang dimiliki semakin tinggi untuk mengembangkan potensi melalui usaha dalam memposting foto atau video dan memberikan bantuan untuk membela postingan orang lain yang didiskriminasi. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Komara (2016) yaitu individu yang percaya diri akan yakin dengan kemampuan dalam mengembangkan potensi yang ada dalam dirinya. Selain itu, dengan durasi waktu 6->10 jam sehari menunjukkan bahwa semakin lama durasi waktu yang digunakan untuk mengakses *instagram* dalam sehari akan mempengaruhi kepercayaan diri seseorang dalam menampilkan kemampuan untuk memposting sendiri konten yang diinginkan dan berperilaku sesuai dengan kemauan diri sendiri. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Rupang, Opod dan Sinolungan (2013) seorang yang percaya diri akan yakin pada kemampuan dalam dirinya untuk berperilaku sesuai dengan yang diinginkan.

Konten yang sering diunggah pengguna *instagram* yaitu *instastory* sebanyak 80% menunjukkan bahwa semakin sering seseorang unggah konten *instastory* berupa kegiatan sehari-hari yang diperlihatkan pada orang lain dapat mempengaruhi kepercayaan diri seseorang untuk tampil eksis di dunia maya. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Lauster (1990) yaitu suatu dorongan yang ingin diperlihatkan oleh orang lain. Sikap dan perasaan yang yakin atas kemampuan pada diri sendiri sehingga individu tidak cemas dalam melakukan suatu tindakan,

dapat merasakan kebebasan dalam melakukan hal-hal yang disukai dan mampu untuk bertanggung jawab atas perbuatan yang dilakukan, menghargai serta menerima orang lain, memiliki dorongan untuk menunjukkan keterampilan dan mengetahui kelebihan serta kekurangan pada diri sendiri.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri pada subjek penelitian adalah durasi per hari dalam menggunakan instagram selama 6 hingga lebih dari 10 jam ingin dikenal orang lain dengan melalui unggahan yang bagus, masa berlangganan instagram selama 5-9 tahun unggah foto untuk memamerkan kegiatan yang dilakukan, jenis kelamin laki-laki mengunggah konten secara mandiri dibandingkan perempuan yang membutuhkan orang lain dan program studi Psikologi yakin akan memperoleh tanggapan positif dari orang lain.

#### **4. PENUTUP**

Kepercayaan diri memiliki 5 aspek yang menentukan apa saja yang terkandung dalam kepercayaan diri yang digunakan pada pengguna instagram sehingga dapat menggambarkan bagaimana profil kepercayaan diri pada pengguna instagram. Kepercayaan diri dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti harga diri, konsep diri, efikasi diri, keberhasilan, pengalaman, dan lingkungan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan diri pengguna instagram sangat bervariasi yang ditandai oleh ingin memamerkan kegiatan kepada followers untuk mencari perhatian, ingin dikenal orang lain karena ingin populer, mengunggah konten secara mandiri karena bisa bebas dengan diri kita sendiri untuk menentukan konten yang akan diunggah, memposting foto atau video yang terbaik dan menarik sehingga yakin akan mendapatkan tanggapan yang positif, siap menerima resiko jika mendapatkan tanggapan yang negatif dari orang lain karena setiap orang memiliki pendapat yang berbeda-beda sesuai dengan cara pandang masing-masing, menghormati postingan orang lain dengan menyukai postingannya dan memberikan komentar untuk menghargai. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri pada subjek penelitian adalah jenis kelamin, program studi, durasi per hari dalam menggunakan instagram, dan masa berlangganan instagram.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh selama penelitian, maka untuk itu penulis memberikan sumbangan saran diharapkan dapat bermanfaat : Untuk pengguna instagram, pengguna instagram menganggap instagram sebagai tempat untuk bisa populer dikalangan masyarakat. Bukan masyarakat sekitar saja namun juga sudah menyeluruh di dunia. Hadirnya instagram yang sedang trend dimasa kini, banyak orang yang berlomba-lomba untuk menunjukkan kepercayaan diri supaya bisa eksis dan populer. Tanpa disadari pengguna instagram menghabiskan waktu nya selama berjam-jam untuk mengakses instagram yang membuat waktunya terbuang sia-sia dan juga menghabiskan kuota. Maka dari itu pentingnya kesadaran untuk membatasi penggunaan instagram dalam sehari-hari dengan memulai lebih banyak melakukan aktifitas di dunia nyata dibandingkan di dunia maya. Dan juga memperluas relasi di dunia nyata dibandingkan di dunia maya, Untuk peneliliti selanjutnya, peneliti yang berminat untuk meneliti profil kepercayaan diri pada pengguna internet selain pengguna instagram, bisa untuk mempertimbangkan dari sisi lain seperti mengkaji tentang bagaimana hubungannya pada religiusitas, bagaimana hubungan subjek yang akan dikhususkan misal selebgram, onlineshop dan lain sebagainya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Al-Kandari, A., Melkote, S. R., & Sharif, A. (2016). Needs and Motivies aof Instagram Users that Predict Self-disclosure Use : A Case Study of Young Adults in Kuwait. *Journal of Creative Communications, 11*(2), 85-101.
- Aziz, A. R., & Salam, P. A. (2018). Keefektifan Layanan Informasi Berbasis Instagram Untuk Meningkatkan Kepercayaan Diri Siswa. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Terapeutik, 1*(3), 183-191.
- Azizan, H. (2016). Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Ketergantungan Media Sosial pada Siswa di SMK Negeri 1 Bantul. *E-Journal Bimbingan dan Konseling, 6*(5), 1-10.
- Bukhori, B. (2016). Kecemasan Berbicara di Depan Umum Ditinjau Dari Kepercayaan Diri dan Keaktifan dalam organisasi kemahasiswaan. *Jurnal Komunikasi Islam, 6*(1), 158-186.



- Coralia, F., Qodariah, S., & Yanuvianti, M. (2017). Tipe Kepribadian dan Self-Esteem pada Pecandu Media Sosial. *SCHEMA (Journal of Psychology Research)*, 3(2), 140-149.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Esa, N. D. (2018). Hubungan Antara Kecenderungan Narsisme Dengan Motif Memposting Foto Selfie di Instagram pada Remaja di SMA Negeri 1 Sidayu Gresik. *Jurnal Psikosains*, 13(1), 44-56.
- Komara, I. B. (2016). Hubungan antara Kepercayaan Diri dengan Prestasi Belajar dan Perencanaan Karis Siswa. 5(1), 33-41.
- Lauster, P. (1990). *Tes Kepribadian (terjemahan D.H. Gulo)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 151-160.
- Marjanti, S. (2015). Upaya Meningkatkan Rasa Percaya Diri Melalui Konseling Kelompok Bagi Siswa X IPS 6 SMA 2 Bae Kudus Tahun Pelajaran 2014/2015. *Jurnal Konseling GUSJIGANG*, 1(2), 50-65.
- Purnomo, D. P., & Harmiyanto. (2016). Hubungan Keterampilan Komunikasi Interpersonal dan Kepercayaan Diri Siswa Kelas X SMAN 1 Garum Kabupaten Blitar. *Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling*, 1(2), 55-59.
- Rupang, I., Opod, H., & Sinolungan, J. (2013). Hubungan Tingkat Kepercayaan Diri Dengan Obesitas pada Siswa SMA Rex Mundi Manado. *Jurnal e-Biomedik*, 1(1), 343-348.
- Widyaningtyas, D., & Farid, M. (2014). Pengaruh Experiential Learning Terhadap Kepercayaan Diri dan Kerjasama Tim Remaja. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 3(3), 237-246.