

**HUBUNGAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN KECANDUAN
MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) PADA MAHASISWA**



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

Oleh:

DWIKA WINASTY

F100 140 094

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITA MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN KECANDUAN MEDIA
SOSIAL (INSTAGRAM) PADA MAHASISWA**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

DWIKA WINASTY

F100 140 094

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen pembimbing



Dr. Daliman, SU

NIK/NIDN. 194/0628115601

HALAMAN PENGESAHAN

**HUBUNGAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN KECANDUAN MEDIA
SOSIAL (INSTAGRAM) PADA MAHASISWA**

Diajukan oleh:

DWIKA WINASTY

F 100 140 094

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Psikologi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Selasa, 13 Juli 2021

dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

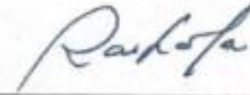
Dr. Daliman, SU
(Ketua dewan Penguji)



Dra. Zahrotul Uyun, M.Si
(Anggota I Dewan Penguji)



Permata Ashfi Raihan, S.Psi., M.A
(Anggota II Dewan Penguji)



Dekan,



Prof. Taufik, S.Psi, M.Psi, Ph.D
NIK.NIDN: 799/0629037401

PERNYATAAN

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

Apabila kelak terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.



HUBUNGAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN KECANDUAN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) PADA MAHASISWA

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan kepercayaan diri dengan kecanduan media sosial. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa dengan subjek 117 responden. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa. Hipotesis yang diajukan yaitu adanya hubungan antara kepercayaan diri dengan kecanduan media sosial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik Purposive Sampling. Penelitian ini menggunakan dua skala yaitu terdiri dari skala kepercayaan diri dan skala kecanduan media sosial. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Product Moment. Berdasarkan hasil yang diperoleh nilai koefisien korelasi (-0,436) dengan sig = 0,000 ($p < 0,01$) yang menunjukkan adanya hubungan negatif yang sangat signifikan antara kepercayaan diri dengan kecanduan media sosial, semakin tinggi kepercayaan diri maka semakin rendah pula kecanduan media sosialnya. Hasil kategorisasi menunjukkan tingkat kepercayaan diri pada kategori tinggi.

Kata Kunci: mahasiswa, kepercayaan diri, kecanduan media sosial

Abstract

This study was conducted to determine the relationship between self-confidence and social media addiction. The sample used in this study were students with 117 respondents as a subject. Based on the results of research that has been done that. The hypothesis proposed is that there is a relationship between self-confidence and addiction to social media. The method used in this study is a quantitative approach. Sampling using purposive sampling technique. This study uses two scales, consisting of a self-confidence scale and a social media addiction scale. The data analysis technique in this study uses Product Moment. Based on the results obtained the correlation coefficient value (-0.436) with sig = 0.000 ($p < 0.01$) which shows a very significant negative relationship between self-confidence and social media addiction, the higher the self-confidence, the lower the social media addiction. The results of the categorization show the level of confidence in the high category.

Keywords: student, confidence, social media addiction

1. PENDAHULUAN

Saat ini media sosial menjadi kebutuhan primer yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Kita juga pasti menyadari dampak dari media sosial yang membuatmu berusaha menampilkan sisi terbaik dari dirimu. Tak jarang tujuan kita bukan untuk membagikan inspirasi positif, melainkan agar jumlah followers di akun media sosial terus bertambah. Bahkan, berbagai aplikasi yang bisa mempercantik penampilan, hingga terlihat seakan ‘menipu’ sekarang sudah tersebar luas di layanan aplikasi *smartphone*. Kita bisa dengan leluasa memilih aplikasi edit foto untuk menghasilkan wajah yang nampak sempurna walaupun profilmu di dunia maya bertolak belakang dengan kehidupanmu di dunia nyata. Tetapi jika diambil positifnya sosial media bisa saja menjadi *platform* untuk kita memulai suatu usaha agar terlihat lebih menarik pelanggan.

Instagram adalah jejaring sosial yang lahir dari sebuah perusahaan bernama Burbn, yang berdiri pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Situs inidapat mengunggah foto yang bisa diedit oleh pengguna, dan banyak juga fitur-fitur lainnya yang terdapat di *Instagram* ini. Peminat *instagram* makin berkembangnya jaman makin banyak dan makin aktif dalam berbagi segala informasi tentang kehidupan si penggunanya seperti video, foto, dan lain sebagainya. Isi konten yang mereka bagikan yaitu cara mereka mengekspresikan curahan hati si pengguna ataupun sekedar untuk mengahabiskan waktu disaat bosan. Kecanggihan teknologi saat ini memberikan efek baru bagi kehidupan manusia untuk bersosialisasi dan juga menjadi sarana yang mudah untuk bermedia sosial bagi masyarakat (Baidu, dalam Soliha 2015)

Kepercayaan diri yaitu dasar manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Seseorang mempunyai kebutuhan untuk kebebasan dalam berfikir dan berperasaan sehingga seseorang yang mempunyai kebebasan berfikir dan berperasaan akan tumbuh menjadi manusia dengan rasa percaya diri (Hapsari & Primastuti , 2014)

Hasil penelitian Angelis (Angelis, 2003) yang mengatakan kepercayaan diri berawal dari diri sendiri untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Kepercayaan diri

muncul dari diri sendiri sehingga seseorang mampu menghadapi tantangan hidup apapun.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri menurut (Hapsari & Primastuti , 2014) ada dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Yang pertama faktor internal yaitu usia, fisik harga diri dan jenis kelamin sedangkan faktor eksternal yaitu meliputi kesuksesan dalam mencapai tujuannya, tingkat pendidikan dan dukungan sosial. Selaian faktor kepercayaan diri menurut (Hapsari & Primastuti, 2014) Menurut (Risnawati & Ghufron, 2010) kepercayaan diri dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu konsep diri, harga diri, pengalam dan pendidikan. Pengembangan kepercayaan diri dapat dipelajari dengan melihat beberapa faktor penting dalam mempercepat tumbuh dan berkembangnya kepercayaan diri.

Sedangkan menurut (Asri , 2012) faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri yaitu: (a) Perubahan fisik, Perubahan pada tubuh merupakan hal yang pasti terjadi pada semua orang namun seringkali orang memiliki rasa tidak puas dan hal tersebut bisa mempengaruhi kepercayaan diri seseorang. (b) Lingkungan teman sebaya, Kepercayaan diri akan timbul apabila lingkungan teman sebaya dapat menerima kehadiran dari individu tersebut. Karena hal ini memberikan kemampuan terhadap individu untuk mengekspresikan dirinya ke dalam bentuk perilaku. (c) Hubungan keluarga, Kepercayaan individu akan meningkat apabila memiliki keluarga yang harmonis. Karena ketika seseorang mengalami krisis identitas sangat membutuhkan dukungan dari keluarga. (d) Reaksi lingkungan, Kepercayaan diri akan meningkat ketika reaksi positif dari lingkungan sosial terhadap tanggung jawab seseorang dalam memenuhi tuntutan-tuntutan sosial. Tetapi jika sebaliknya reaksi lingkungan negatif akan menurunkan kepercayaan diri seseorang.

Beberapa karakteristik kepercayaan diri yang diungkapkan oleh (Lindenfield, 1997) menjelaskan ada 2 kepercayaan diri yaitu percaya diri lahir dan percaya diri batin.

Percaya diri lahir adalah percaya diri yang memberi kita perasaan dan anggapan bahwa kita baik. Percaya diri lahir memungkinkan seseorang untuk berperilaku dengan cara menunjukkan kepada dunia luar bahwa kita yakin akan diri

kita. Landfield mengemukakan empat ciri orang yang memiliki percaya diri lahir, yaitu: (a) Cinta diri, Cinta diri adalah mereka selalu memenuhi kebutuhan secara wajar dan selalu menjaga kesehatan diri mereka. Hala ini yang menyebabkan mereka percaya diri. (b) Pemahaman diri, Pemahaman diri adalah mereka yang selalu mengintropeksi diri dan tidak merugikan orang lain.(c) Tujuan yang positif, Orang yang selalu mengetahui apa tujuan hidupnya.(d)Pemikiran yang positif, Orang yang percaya diri biasanya merupakan teman yang menyenangkan. Penyebabnya mereka selalu melihat kehidupan dari sisi yang baik.

Percaya diri batin adalah individu harus meyakinkan dunia luar bahwa dia yakin pada dirinya sendiri. Percaya diri batin memiliki empat ciri, yaitu: (a) Komunikasi, Komunikasi menjadi bagian pembentukan percaya diri. Berani berbicara didepan, menghargai pembicaraan orang lain, pandai dalam berdiskusi. (b) Ketegasan, Sikap tegas dalam bertindak juga merupakan bagian dari percaya diri, agar kita terbiasa untuk menyampaikan aspirasi kita untuk membela hak kita dan menghindari terbentuknya perilaku agresif dan negatif dalam diri kita. (c) Penampilan diri, Individu yang percaya diri selalu memperhatikan penampilannya, baik dari segi berpakaian maupun gaya hidupnya agar terlihat selalu menyenangkan dihadapan orang lain.(d) Pengendalian perasaan, Pengendalian perasaan juga diperlukan untuk mengelola perasaan kita dengan baik.

Menurut (Young , Pitsner, O'Mara, & Buchanan, 1998) sindrom dalam mengahbiskan banyak waktu dalam menggunakan internet dan tidak dapat mengontrol penggunaannya, ditandai dengan perilaku komplusif dan tidak tertarik pada kegiatan lainnya.Kecanduan media sosial dapat mempengaruhi kepercayaan diri seseorang. seseorang lebih percaya diri dengan media sosial daripada berinteraksi langsung dengan lawan bicaranya.

Kecanduan media sosial adalah ketergantungan yang biasanya mengacu pada perilaku kompulsif yang mengarah ke efek yang negatif. Kebanyakan individu yang kecanduan merasa terdorong untuk melakukan kegiatan yang sama dan sering dilakukan dan menjadi kebiasaan yang bisa berbahaya yang bisa mengganggu kegiatan yang lainnya (Subathra & Lukmanul, 2013)

Menurut (Griffiths , 2013) dalam penelitian kecanduan media sosial terdapat tiga faktor yaitu yang pertama, kognitif perilaku menekankan bahwa jejaring sosial yang abnormal muncul diperkuat oleh faktor lingkungan, dan akhirnya menyebabkan kompulsif. Yang kedua, keterampilan sosial menekankan bahwa tidak normal jejaring sosial muncul karena orang tidak ada *self presentasi* keterampilan dan lebih memilih komunikasi *virtual* untuk berinteraksi dan akhirnya menjadi mengarah ke kecanduan media sosial. Yang ketiga, sosial kognitif menekankan bahwa tidak normal jejaring sosial muncul karena positif hasil, dikombinasikan dengan internet *self eficiency* dan kekurangan *self regulation* internet yang akhirnya mengarah ke perilaku kecanduan media sosial.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kecanduan media sosial (*instagram*) menurut (Young K. S., 2017) kecanduan media sosial termasuk dalam *cyber-Relational Addiction* salah satunya adalah *Instagram*, antara lain faktor sosial yaitu mengalami kesulitan dalam melakukan komunikasi interpersonal, faktor psikologis yaitu disebabkan oleh permasalahan psikologis seperti depresi, stress, mengalami kecemasan sehingga melarikan diri ke media sosial (*instagram*) dan faktor biologis.

Faktor kecanduan Menurut Young (2004) kecanduan internet yaitu kecanduan dalam situs pertemanan yang banyak terjadi pada pelajar. Ada beberapa faktor yaitu: (a) Akses internet gratis dan tidak terbatas, Ketika siswa berada di area yang dapat mengakses internet gratis ini memudahkan siswa dalam mengakses internet dan ini akan membuat intensitas siswa dalam menggunakan internet meningkat. (b) Banyaknya waktu luang siswa, Banyaknya waktu luang yang siswa miliki dalam sehari setelah kegiatan belajar mengajar yang seharusnya digunakan untuk membaca buku ataupun bermain bersama temannya kini sudah tergantikan oleh pertemanan yang berada di internet sehingga kebanyakan siswa menghabiskan waktu dalam internet dibanding kehidupan nyatanya.(c)Pengalaman baru tanpa kontrol dari orang tua, Kurangnya kontrol dari orang tua juga berpengaruh pada kecanduan anak pada internet karena orang tua kurang dalam mengawasi anak dalam membuka internet sehingga si anak dapat melakukan apa saja dan dapat berinteraksi dengan teman-temannya melalui internet tanpa adanya batasan.

Menurut suler (1996) dalam (Widiana, Retnowati, & Hidayat) karakteristik kecanduan internet adalah (a) Penggunaan berlebihan, Penggunaan berlebihan pada internet dapat dilihat dari intensitas waktu penggunaan internet sehingga membentuk perilaku kecanduan internet. Young(1999b) dalam (Widiana, Retnowati, & Hidayat, 2004) Penggunaan internet secara normal 4-5 jam per minggu. Sedangkan pengguna internet aktif 20-80 jam per minggu dengan 16 jam per online. (b) Antisipasi, Internet kadang disalah artikan sebagai media untuk melarikan diri dari dunia nyata. Seseorang akan menggunakan internet sebagai media untuk membuat status status yang pengguna tulis di media sosial ataupun untuk menghilangkan rasa bosan. (c) Mengabaikan pekerjaan, Kualitas kemampuan bekerja akan menurun jika kebiasaan individu menggunakan sosial media secara berlebihan yang mengakibatkan aktivitas pekerjaan terganggu. (d) Ketidakmampuan mengontrol diri, Tidak bisa membagi waktu antara aktivitas menggunakan sosial media dan aktivitas kesehariannya. Semakin sering menggunakan internet semakin tinggi pula biaya yang dikeluarkan untuk membeli paket internet.(e) Mengabaikan kehidupan sosial, Berkurangnya aktivitas sosial dikarenakan individu tersebut lebih memilih menggunakan media sosial yang lebih praktis dan menarik. (f) Mudah marah, gelisah, tidak tenang, Pengguna tidak terbiasa seharian tanpa internet, maka mereka akan cenderung mengalami perubahan mood dan mudah cemas ketika tidak dapat notifikasi dan ketika tidak membuka media sosial.

Menurut (Siswoyo, 2007) mahasiswa yaitu individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta ataupun lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi.

Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk

perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas (Hartaji, 2012)

Seorang mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan yang usianya 17 sampai 26 tahun. Tahap ini dapat digolongkan pada masa remaja akhir sampai masa dewasa awal dan dilihat dari segi perkembangan, tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini ialah pematangan pendirian hidup (Yusuf, 2012)

Menurut Kartono (dalam Siregar, 2006), mahasiswa merupakan anggota masyarakat yang mempunyai ciri-ciri: (a) Mempunyai kemampuan dan kesempatan untuk belajar di perguruan tinggi, dan mempunyai intelektual tinggi. (b) Dapat bertindak sebagai pemimpin masyarakat maupun dalam dunia kerja. (c) Dapat menjadi daya penggerak yang dinamis bagi proses modernisasi. (d) Diharapkan dapat memasuki dunia kerja sebagai tenaga kerja yang profesional dan berkualitas.

Menurut Siallagan (2011), mahasiswa sebagai masyarakat yang memiliki tugas utama yaitu belajar seperti membaca buku, membuat makalah, diskusi, membuat tugas, seminar dan tugas lainnya. Mahasiswa mempunyai tugas yang lebih berat yaitu sebagai pengontrol sosial masyarakat dan agen perubah. Tugas inilah yang akan menjadikan mahasiswa sebagai harapan bagi bangsa, menjadi orang yang setia mencarikan solusi segala permasalahan yang sedang dihadapi.

Tugas perkembangan merupakan suatu proses yang menggambarkan perilaku sosial psikologi seseorang pada posisi harmonis di dalam lingkungan pendidikan atau masyarakat luas (Hulukati & Djibran, 2018)

Berdasarkan hasil penelitian-penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa media sosial dapat menyebabkan kecanduan oleh penggunanya. Pernyataan diatas sesuai dengan hasil penelitian dari Hafidz Azizan (2013). Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, yang pertama adalah hubungan kepercayaan diri dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa dan yang kedua, mengetahui tingkat kecanduan mahasiswa dan yang ketiga, mengetahui tingkat kepercayaan diri mahasiswa.

Hipotesis Penelitian : Adanya hubungan antara kecanduan medial sosial dengan kepercayaan diri, yaitu semakin tinggi kepercayaan diri seseorang maka makin rendah pula kecanduan media sosialnya.

2. METODE

Pada metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode korelasional. Metode korelasional digunakan untuk meneliti hubungan dari berbagai variabel. Dalam penelitian ini memakai dua variabel yang sama terdiri dari dua variabel tergantung dan variabel bebas (Creswell, 2016).

Populasi merupakan peneliti yang telah menetapkan wilayah tertentu untuk mendapatkan objek atau seubjek yang sesuai dengan kriteria penelitian karena memiliki karakteristik tertentu sehingga dapat untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa sebanyak 117 orang, mempunyai akun media sosial instagram, dan sedang menempuh pendidikan kuliah.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut (Sugiyono, 2011). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang berusia dari 17-26 tahun baik laki-laki maupun perempuan dengan subjek berjumlah 117 orang.

Sampling atau biasa disebut dengan teknik sampling yaitu teknik yang digunakan peneliti untuk mengambil sampel penelitian yang ingin diteliti. Teknik pengambilan sampling adalah suatu cara mengambil sampel yang representatif dari populasi, pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang dapat berfungsi sebagai contoh atau dapat menggambarkan populasi yang sebenarnya.

Untuk menentukan sampling penelitian berikut, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu (Sugiyono, 2008)

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara

memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini telah berisi beberapa pertanyaan yang telah disesuaikan dengan subjek yang akan menjadi objek penelitian berupa karakteristik, keyakinan maupun pendapat dari mereka saat ini (Neuman, 2013).

Alat pengumpulan data ini menggunakan model skala *Likert*. Skala *likert* adalah skala psikometrik yang digunakan untuk kuesioner, dan skala ini paling banyak digunakan untuk survei. Skala likert terdapat pertanyaan positif dan pertanyaan negatif. Pertanyaan positif diberi skor 4, 3, 2, 1 dan pertanyaan negatif 1,2,3,4. Dan terdapat 4 pilihan respon. Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Sesuai (S), Sangat Sesuai (SS) (Taluke , Lakat, & Sembel, 2019).

Tabel 1. Skoring

Respon	Favorable	Unfavorable
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Penyebaran kuesioner dilakukan sebagai alat mengukur tanggapan dari responden dan memudahkan peneliti dalam pengukuran data.

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan instrumen pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar S. , 2003). Dalam penelitian ini menggunakan validitas isi. Pada skala kepercayaan diri (Putri F. S., 2013) koefisien korelasi dapat dihitung dengan korelasi *product moment* yaitu 0,262. Pada skala Kecanduan media sosial (Putri M. D., 2018) yaitu berdasarkan *expert judgement* yaitu skala yang disusun akan diuji validitas isinya melalui analisis isi item alat ukur tujuannya untuk menentukan representatif terhadap seluruh materi dan mencapai kawasan ukur.

Reliabilitas yaitu indeks yang mengukur sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya. Hal ini mengukur sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten dengan mengukur dengan alat ukur yang sama (Notoatmodjo., 2005). Uji reliabilitas penelitian skala kepercayaan diri menggunakan teknik analisis *Alpha cronbach*. Koefisien reliabilitas range 0 hingga 1,00. Sedangkan pada skala kecanduan menggunakan teknik analisis *Alpha cronbach* dengan bantuan program SPSS versi 23.0 for windows. Koefisien reliabilitas range 0 hingga 1,00.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini yaitu menggunakan formula *Alpha Cronbach's* dengan cara melihat dari koefisiennya. Reliabilitas dikatakan baik ketika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* $\geq 0,60$ (Azwar S. , 2015). Analisis data ini menggunakan program SPSS *for windows versi 16.0*. Kemudian hasil yang diperoleh hasil dari koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* skala kepercayaan diri sebesar 0,854 dan reliabilitas *Alpha Cronbach* skala kecanduan media sosial sebesar 0,802.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Setelah semua data dikumpulkan maka dilakukan analisis data menggunakan uji normalitas, dilakukan untuk mengetahui sampel normal atau tidak. Data bisa dikatakan normal jika variabel tergantung (sig.) $p > 0,05$ dan sebaliknya. Hasil uji normalitas variabel bebas (kecanduan) menggunakan *shapiro-wilk test* adalah (sig.) $0,533 > 0,05$. Hasil uji normalitas variabel tergantung (kepercayaan diri) menggunakan *shapiro-wilk test* adalah (sig.) $0,110 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal karena (sig.) $p > 0,05$.

Setelah dilakukan uji normalitas maka langkah selanjutnya yaitu uji linearitas. Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya linearitas pada kedua variabel. Data dapat dikatakan linier apabila nilai $p < 0,05$ sedangkan jika data tidak linier maka $p > 0,05$ (Santoso, 2018). Hasil uji linearitas dapat dilihat pada *anova table* yang diperoleh dengan nilai 33.928 linearity sig sebesar 0,00 ($p < 0,05$) dan dapat disimpulkan bahwa variabel tergantung (kepercayaan diri) dan variabel bebas (kecanduan media sosial) memiliki korelasi linear.

Setelah uji normalitas dan uji linearitas maka langkah selanjutnya yaitu melakukan uji hipotesis menggunakan teknik *product moment*. Uji hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara dua variabel tersebut. Hasil analisis diperoleh dari nilai koefisien korelasi $r_{xy} = -0,436$ dengan *sig. (1-tailed)* $0,00 < 0,01$. Yang artinya terdapat hubungan negatif signifikan antara variabel kepercayaan diri dengan kecanduan media sosial, yang berarti bahwa semakin tinggi kepercayaan diri mahasiswa maka semakin rendah kecanduan media sosialnya.

Untuk mengetahui berapa banyak sumbangan efektif variabel bebas (kecanduan media sosial) dan variabel tergantung (kepercayaan diri) maka dilakukan sumbangan efektif. Sumbangan efektif untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas mempengaruhi variabel tergantung. Sumbangan efektif dapat juga melihat variabel bebas yang tidak diteliti (Sutrisno, 2004). Berdasarkan hasil analisis *product moment* didapatkan bahwa koefisien korelasi (r) kepercayaan diri dengan kecanduan media sosial sebesar $-0,436$ yang berarti sumbangan efektif kepercayaan diri terhadap kecanduan media sosial sebesar $(-0,436)^2 \times 100\% = 19\%$ yang artinya kepercayaan diri berkontribusi sebesar 19% terhadap kecanduan media sosial dan 81% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Kategorisasi ini dilakukan untuk mengetahui kondisi subjek dengan cara mengelompokkan menjadi kelas-kelas interval pengkategorisasian. Berdasarkan dari hasil analisis diketahui bahwa hasil rerata empirik (RE) didapatkan dari hasil penghitungan menggunakan program SPSS pada *output descriptive statistic's* dengan rerata hipotetik (RH) dari skor rata-rata yang digunakan berdasarkan variabel yang diukur melalui skala. Data skor subjek dibagi menjadi lima kategori, yaitu Sangat Rendah (SR), Rendah (R), Sedang (S), Tinggi (T), dan Sangat Tinggi (ST). Berdasarkan hasil dari total 117 subjek didapatkan Rerata Empirik (RE) 88,21 dan Rerata Hipotetik (RH) 80 yang berarti kepercayaan diri subjek tergolong tinggi.

Berdasarkan hasil dari 117 subjek bisa dilihat bahwa sebanyak 2 subjek ($1,7\%$) memiliki kepercayaan diri sangat tinggi, 53 subjek ($45,3\%$) memiliki kepercayaan diri yang tinggi, 58 subjek ($49,6\%$) memiliki kepercayaan diri yang sedang, 4 subjek ($3,4\%$) memiliki kepercayaan diri rendah dan bisa dilihat tidak ada seorang subjek

yang masuk dalam kategori sangat rendah. Dapat disimpulkan bahwa presentase menunjukkan dari jumlah terbanyak dalam kategori tinggi dan sedang.

Selanjutnya berdasarkan hasil analisis dari total 117 subjek didapatkan Rerata Empirik (RE) 75,01 dan Rerata Hipotetik (RH) 80 yang berarti kecanduan media sosial subjek tergolong rendah.

Berdasarkan hasil dari 117 subjek bisa dilihat bahwa sebanyak 7 subjek (6 %) memiliki kecanduan media sosial tinggi, 71 subjek (60,7 %) memiliki kecanduan media sosial yang sedang, 39 subjek (33,3 %) memiliki kecanduan media sosial yang rendah dan bisa dilihat tidak ada seorang subjek yang masuk dalam kategori sangat tinggi dan sangat rendah.

3.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil dari uji normalitas dan uji linearitas pada 117 responden maka didapatkan hasil korelasi *product moment* dengan menggunakan program SPSS 16.0 yaitu terdapat hubungan antara kepercayaan diri dengan kecanduan media sosial, nilai koefisien korelasi $r_{xy} = -0,436$ dengan *Sig. (1-Tailed)* $0,00 < 0,01$. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi kepercayaan diri maka semakin rendah pula kecanduan media sosialnya. Dan berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa hipotesisnya dapat diterima karena ada hubungan atau korelasi antara variabel kepercayaan diri dengan kecanduan media sosial.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nur Annisa, Yuliadi, & Nugroho, 2020) bahwa terdapat hubungan negatif antara kepercayaan diri dengan kecanduan media sosial pada mahasiswa kedokteran angkatan 2018. Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Ranggamukti (2011) pada 100 responden mahasiswa, didapat adanya hubungan negatif antara kepercayaan diri dengan frekuensi mengakses media sosial.

Kemudian sumbangan efektif dari kepercayaan diri sebesar dengan kecanduan media sosial sebesar 19 % sedangkan 81 % dipengaruhi oleh variabel lainnya. Hasil ini menunjukkan. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kecanduan media sosial memiliki hubungan dengan kepercayaan diri pada mahasiswa. Meskipun kepercayaan diri dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Kemudian berdasarkan hasil kategorisasi dari 117 subjek bisa dilihat bahwa sebanyak 2 subjek (1,7 %) memiliki kepercayaan diri sangat tinggi, 53 subjek (45,3%) memiliki kepercayaan diri yang tinggi, 58 subjek (49,6 %) memiliki kepercayaan diri yang sedang, 4 subjek (3,4 %) memiliki kepercayaan diri rendah dan bisa dilihat tidak ada seorang subjek yang masuk dalam kategori sangat rendah. Dapat disimpulkan bahwa presentase menunjukkan dari jumlah terbanyak dalam kategori tinggi dan sedang.

Kemudian berdasarkan hasil kategorisasi dari 117 subjek bisa dilihat bahwa sebanyak 7 subjek (6 %) memiliki kecanduan media sosial tinggi, 71 subjek (60,7 %) memiliki kecanduan media sosial yang sedang, 39 subjek (33,3 %) memiliki kecanduan media sosial yang rendah dan bisa dilihat tidak ada seorang subjek yang masuk dalam kategori sangat tinggi dan sangat rendah.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan oleh peneliti, didapatkan bahwa ada hubungan negatif yang signifikan antara variabel kepercayaan diri dengan variabel kecanduan media sosial. Nilai koefisien korelasi negatif yang dapat diartikan terdapat hubungan negatif antara kepercayaan diri dengan kecanduan media sosial serta hipotesis diterima. Dari hasil penelitian membuktikan bahwa variabel kepercayaan diri dan kecanduan media sosial berkategori tinggi.

Hasil analisis data juga membuktikan bahwa besarnya hubungan kepercayaan diri sebesar 19 % terhadap kecanduan media sosial dan sebesar 81 % dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Dari hasil penelitian, pembahasan, serta kesimpulan yang telah diuraikan diatas untuk pembaca dan peneliti selanjutnya, yaitu 1. Bagi pengguna media sosial, media sosial memang menjadi wadah dalam mengekspresikan dan sangat mendukung dalam perkembangan kemajuan globalisasi. Maka dari itu pengguna media sosial diharapkan lebih bijak lagi dalam menggunakan media sosial memilah dan memilih apa yang ingin dilihat sehingga dapat memengaruhi kepercayaan diri seseorang setelah menggunakan media sosial. 2. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti diharapkan

mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi mengenai kecanduan media sosial, mengingat bahwa media sosial terus berkembang seiring berjalannya waktu. Dan hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dan referensi untuk penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelis, B. (2003). *Percaya Diri*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Asri , A. (2012, Oktober). Perilaku kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI SMA Negeri 1 Bebelan. *jurnal penelitian dan pengukuran Psikologi, 1*, 197-202.
- Azwar , S. (2003). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya* . Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan Validitas* . Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan metode Kualitatif, Kuantitatif dan campuran (4th ed)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Griffiths , M. D. (2013). Social Networking Addiction: Emerging Themes and Issues. *Psychology, 4*, 1-2.
- Hapsari, A., & Primastuti , E. (2014). Kepercayaan Diri Mahasiswa Papua ditinjau dari dukungan Teman sebaya. *Psikodimensia, 13*, 60-72.
- Hartaji, D. A. (2012). Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orang Tua. Jakarta: Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma.
- Hulukati, W., & Djibran, M. R. (2018). analisis tugas perkembangan mahasiswa fakultas ilmu pendidikan universitas negeri gorontalo. *jurnal bikotetik, 2*, 73-114.
- Lindenfield, G. (1997). *Mendidik anak agar percaya diri*. Jakarta: Arcan.
- Neuman, W. L. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial Pendekatan dan Kuantitatif* . Jakarta: PT Indeks.
- Notoatmodjo. (2005). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. 2005: Rineka Cipta.
- Nur Annisa, A. A., Yuliadi, I., & Nugroho, D. (2020). HUBUNGAN TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL WHATSAPP PADA MAHASISWA KEDOKTERAN 2018. *Wacana, 86-109*.

- Putri , M. D. (2018). *Hubungan Kecanduan Media sosial dengan Kualitas Komunikasi Interpersonal pada usia Dewasa awal*. Yogyakarta : Skripsi.
- Putri, F. S. (2013). *PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL DAN KEPERCAYAAN DIRI TERHADAP PRESTASI BELAJAR MATA PELAJARAN AKUNTANSI KELAS XI IS SMA NEGERI 3 MAGELANG*. Semarang: Skripsi.
- Risnawati, R. S., & Ghufron, M. (2010). *Teori-Teori Psikologi* . Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Santoso, S. (2018). *menguasai statistik SPSS 25*. Jakarta: Elex Media Komputido.
- Siswoyo, D. (2007). *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Subathra, N., & Lukmanul, H. (2013). A Study On the Level of Social Network Addiction among Collage Students. *Social Sciene*, 3, 355-357.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis* . Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Bandung: Alfabeta Djaali.
- Sutrisno, H. (2004). *Analisis regresi*. Yogyakarta: Ando Offset.
- Taluke , D., Lakat, R. M., & Sembel, A. (2019). ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT DALAM PENGELOLAAN EKOSISTEM MANGROVE DI PESISIR PANTAI KECAMATAN LOLODA KABUPATEN HALMAHERA BARAT. *Jurnal Spasial*, 531-540.
- Widiana, H. S., Retnowati, S., & Hidayat, R. (2004). kontrol diri dan kecenderungan kecanduan internet . *jurnal humanitas: Indonesian Psychological Journal*, 6-16.
- Young , K., Pitsner, M., O'Mara, J., & Buchanan, J. (1998). *What is Internet Addiction*. Retrieved from WWW.netaddiction.com/whatis.html.
- Young, K. S. (2017). *kecanduan internet, panduan konseling dan petunjuk untuk evaluasi dan penanganan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Yusuf, S. (2012). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja* . Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Zahara , F. (2018). HUBUNGAN ANTARA KEPERCYAAN DIRI DENGAN INTERAKSI SOSIAL PADA MAHASISWA UNIVERSITAS POTENSI MEDAN. *Kognisi Jurnal*, 2528-4495.