

**HUBUNGAN ANTARA TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI DAN HARGA  
DIRI DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
*INSTAGRAM* PADA SISWA SMK MA'ARIF NU DORO**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Psikologi**



**FATIMA AZZAHRA**

**NIM : 1807016099**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

**2023**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN  
JURUSAN PSIKOLOGI

Jl. Prof. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 76433370

PENGESAHAN

Judul : **HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DAN HARGA DIRI  
DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM PADA SISWA SMK MA'ARIF NU DORO**

Penulis : Fatima Azzahra  
NIM : 1807016099  
Jurusan : Psikologi

Telah diujikan dalam sidang Munaqosah oleh Dewan Penguji Fakultas Psikologi Dan Kesehatan UIN Walisongo dan dapat diterimasebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam ilmu psikologi.

Semarang, 4 Januari 2024

DEWAN PENGUJI

Penguji I

Dr. Widiastuti, M.Ag  
NIP 197503192009012003



Penguji II

Wening Wihartati, S.Psi, M.Si  
NIP 197711022006042004

Penguji III

Dewi Khurun Aini, S.Pdi, M.A  
NIP 198605232018012000

Penguji IV

Hj. Siti Hikmah, S.Pd, M.Si  
NIP 197502052006042000

Pembimbing I

Wening Wihartati, S.Psi, M.Si  
NIP 197110121997031002

Pembimbing II

Lucky Ade Sessiani, M.Psi  
NIP 198512022019032010

## **PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fatima Azzahra

NIM 1807016099

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**HUBUNGAN ANTARA TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI DAN HARGA  
DIRI DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
*INSTAGRAM* PADA SISWA SMK MA'ARIF NU DORO**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 05 Januari 2024  
Pembuat Pernyataan,

**Fatima Azzahra**  
**NIM. 1807016099**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN  
JURUSAN PSIKOLOGI

Jl. Prof. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 76433370

---

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

*Assalamu'alaikum. wr. wb.*

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah proposal skripsi dengan judul sebagai berikut.

Judul : HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DAN HARGA DIRI  
DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
PADA SISWA SMK MA'ARIF NU DORO

Nama : Fatima Azzahra

NIM : 1807016099

Jurusan : Psikologi

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo untuk diujikan dalam Ujian Munaqosah.

*Wassalamu'alaikum. wr. wb.*

Mengetahui  
Pembimbing I,

Wening Wihartati, S. Psi, M. Si  
NIP. 197711022006042004

Semarang, 10 November 2023

Yang bersangkutan

Fatima Azzahra  
NIM. 1807016099



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN  
JURUSAN PSIKOLOGI

Jl. Prof. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 76433370

---

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

---

*Assalamu'alaikum. wr. wb.*

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah proposal skripsi dengan judul sebagai berikut.

Judul : HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DAN HARGA DIRI  
DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
PADA SISWA SMK MA'ARIF NU DORO

Nama : Fatima Azzahra  
NIM : 1807016099  
Jurusan : Psikologi

Saya memandang bahwa naskah proposal skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo untuk diujikan dalam Ujian Munaqosah.

*Wassalamu'alaikum. wr. wb.*

Mengetahui  
Pembimbing II,

Lucky Ade Sessiani, S. Psi, M. Psi., Psikolog  
NIP. 198512022019032010

Semarang, 10 November 2023  
Yang bersangkutan

Fatima Azzahra  
NIM. 1807016099

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, karenaberkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Hubungan Antara Tingkat Kepercayaan Diri dan Harga Diri Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* pada Siswa SMK Ma’arif NU Doro”**. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) dalam ilmu Psikologi (S.Psi) Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh darisempurna, hal itu disadari karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pihak lain pada umumnya. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat pelajaran, dukungan motivasi, bantuan berupa bimbingan yang sangat berharga dari berbagai pihak mulai dari pelaksanaan hingga penyusunan laporan skripsi ini.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang penulis hormati dan cintai yang membantu secara langsung maupun tidak langsung selama pembuatan skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Prof. Dr. Nizar Ali., M .Ag selaku Plt Rektor UIN Walisongo Semarang beserta jajarannya.
2. Prof. Dr. Syamsul Ma’arif, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Psikologidan Kesehatan UIN Walisongo Semarang beserta jajarannya.
3. Ibu Wening Wihartati, S.Psi., M.Si selaku Ketua Jurusan Psikologi, Dosen Wali, dan Dosen Pembimbing I, serta Ibu Lucky Ade Sessiani, M.Psi, Psikolog selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi selama proses penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan civitas akademik Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu, motivasi dan inspirasi

selama menempuh ilmu di UIN Walisongo Semarang.

5. Skripsi penulis persembahkan kepada keluarga kepada keluarga tercinta, khususnya kedua orang tua, kakak-kakak dan adik yang tidak berhenti untuk mendoakan dan memberikan semangat.
6. Karya tulis ini persembahkan kepada seluruh teman-teman seperjuangan dan seperangkatan Fakultas Psikologi dan Kesehatan terkhusus Desi Trilana Sari, Fathinnuha Husni Aulia, Nadia Putri Anggraini, Nurul Husna Aulia, Sabty Pinihanti, Amrina Kusuma Pertiwi, Lista Metta Damayanti dan seluruh teman-teman Psikologi C angkatan 2018 yang telah saling mendukung serta membantu selama perkuliahan.
7. Siswa SMK Ma'arif NU Doro yang telah bersedia menjadi subjek dalam penelitian ini.
8. Kepada semua pihak yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semarang, 29 September 2023

Penulis,



**Fatima Azzahra**

**NIM. 1807016099**

## **PERSEMBAHAN**

*Skripsi ini dipersembahkan kepada*

*Keluarga tercinta yaitu kedua orang tua Bapak Drs. H. Suwarno dan Ibu Hj. Erni Suswati, tidak lupa kakak-kakak Kusuma Kamal Nugraha, S.E dan Dwi Azizatul Syarifah, S.E dan adik saya Akbar Muhammad Farizi yang selalu mendo'akan, memberikan dukungan baik secara jasmani dan rohani serta semangat yang membara untuk penulis.*



## **MOTTO**

*“... Dan aku belum pernah kecewa dalam berdoa kepada Engkau, ya Tuhanku.”*

*(QS. Maryam: 4)*

*“... Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar.”*

*(QS. Ar-Rum: 60)*

## DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
PERSEMBAHAN .....	viii
MOTTO.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Keaslian Penelitian .....	12
BAB II LANDASAN TEORI .....	16
A. LANDASAN TEORI.....	16
1. Pengertian Media Sosial <i>Instagram</i> .....	16
2. Aspek – Aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	21
3. Faktor yang Memengaruhi Intensitas Penggunaan Media <i>Instagram</i> ....	23
4. Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> dalam Islam .....	24
5. Pengertian Kepercayaan Diri.....	26
6. Aspek Kepercayaan Diri .....	26
7. Faktor yang Memengaruhi Kepercayaan Diri.....	27

8. Kepercayaan Diri Menurut Pandangan Islam .....	28
9. Pengertian Harga Diri.....	30
10. Aspek – Aspek Harga Diri .....	31
11. Faktor – Faktor yang Memengaruhi Harga Diri.....	33
12. Harga Diri menurut Pandangan Islam .....	35
B. Hubungan Antara Kepercayaan Diri dan Harga Diri dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> .....	36
C. Skema Hubungan antara Kepercayaan Diri dan Harga Diri dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> pada Siswa/Siswi SMK ..	39
D. Hipotesis.....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	42
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	42
C. Tempat dan Waktu Penelitian .....	44
D. Sumber dan Jenis Data .....	45
E. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	45
F. Teknik Pengumpulan Data .....	51
G. Validitas dan Reliabilitas .....	57
1. Uji Validitas .....	57
2. Uji Reliabilitas.....	58
H. Teknik Analisis Data.....	59
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
A. Hasil Penelitian .....	61
1. Deskripsi Subjek .....	61
2. Kategorisasi Variabel Penelitian .....	64
B. Uji Asumsi Dasar .....	68
1. Uji Normalitas .....	68
2. Uji Linearitas.....	69
C. Hasil Analisis Data.....	70
D. Pembahasan.....	74
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>79</b>

A. Kesimpulan .....	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	82
LAMPIRAN.....	86

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Data Siswa Kelas X SMK Ma'arif NU Doro.....	46
Tabel 3.2	Data Siswa Kelas XI SMK Ma'arif NU Doro .....	46
Tabel 3.3	Data Siswa Kelas XII SMK Ma'arif NU Doro .....	47
Tabel 3.4	Data Jumlah Populasi .....	47
Tabel 3.5	Data Perhitungan Sampel .....	51
Tabel 3.6	Kriteria Skor Penilaian Skala.....	52
Tabel 3.7	Blue Print Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	53
Tabel 3.8	Blue Print Skala Kepercayaan Diri .....	54
Tabel 3.9	Blue Print Skala Harga Diri .....	55
Tabel 3.10	Hasil Uji Reliabilitas .....	59
Tabel 3.11	Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi .....	60
Tabel 4.1	Kategorisasi Skor Variabel Intensitas Penggunaan Media <i>Instagram</i>	65
Tabel 4.2	Kategorisasi Skor Variabel Kepercayaan Diri .....	66
Tabel 4.3	Kategorisasi Skor Variabel Harga diri .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir .....	39
Gambar 4.1	Persentase Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
Gambar 4.2	Persentase Subjek Berdasarkan Usia.....	62
Gambar 4.3	Persentase Subjek Berdasarkan Angkatan.....	63
Gambar 4.4	Persentase Subjek Berdasarkan Jurusan .....	63
Gambar 4.5	Deskripsi Data Variabel Penelitian.....	64
Gambar 4.6	Distribusi Subjek .....	66
Gambar 4.7	Distribusi Subjek Variabel Kepercayaan Diri .....	67
Gambar 4.8	Distribusi Subjek Variabel Harga diri .....	68
Gambar 4.9	Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov Smirnov</i> .....	69
Gambar 4.10	Hasil Uji Linieritas X1 dengan Y .....	70
Gambar 4.11	Hasil Uji Linieritas X2 dengan Y .....	70
Gambar 4.12	Hasil Uji Hipotesis X1 dengan Y .....	71
Gambar 4.13	Hasil Uji Hipotesis X2 dengan Y .....	72
Gambar 4.14	Hasil Uji Hipotesis X1 dan X2 dengan Y .....	73

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Nota Persetujuan Judul Skripsi.....	87
Lampiran 2	Uji Coba Instrumen Intensitas Penggunaan Media(Y).....	88
Lampiran 3	Uji Coba Instrumen Kepercayaan Diri (X1).....	91
Lampiran 4	Uji Coba Instrumen Harga Diri (X2).....	95
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	98
Lampiran 6	Instrumen Penelitian Intensitas Penggunaan Media Sosial (Y).....	101
Lampiran 7	Instrumen Penelitian Kepercayaan Diri (X1).....	104
Lampiran 8	Instrumen Penelitian Harga Diri (X2) .....	107
Lampiran 7	Deskriptif Data & Kategorisasi Variabel.....	110
Lampiran 8	Hasil Uji Normalitas .....	112
Lampiran 9	Uji Linearitas .....	113
Lampiran 10	Uji hipotesis pertama .....	114
Lampiran 11	Riwayat Hidup.....	115

***THE RELATIONSHIP BETWEEN THE LEVEL OF SELF-CONFIDENCE  
AND SELF-ESTEEM AND THE INTENSITY OF INSTAGRAM SOCIAL  
MEDIA USE IN STUDENTS OF MA'ARIF NU DORO VOCATIONAL  
SCHOOL***

**Abstract**

Abstract: The ideal condition for using *Instagram* social media for vocational school students is to use *Instagram* social media to develop the potential that exists within themselves. This research aims to empirically test the relationship between self-confidence and self-esteem and the intensity of use of *Instagram* media among students at SMK Ma'arif NU Doro. This study uses a quantitative approach. The population in this study were all students of XII Vocational School Ma'arif NU Doro with a total of 461 students with a sample of 214 students. The sampling technique used is probability sampling. The measuring tools for this research use a self-confidence scale, self-esteem scale and intensity of use of *Instagram* media. The data analysis method used is the multiple correlation test. The research results show a correlation coefficient value of 0.425 in the medium correlation category and sig value. (2.tailed) is 0.000 which means less than 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ) so that the correlation between the two variables is declared significant. Based on the results of the data analysis, it was concluded that there is a relationship between self-confidence and self-esteem and the intensity of use of *Instagram* media among vocational school students. The higher the self-confidence and self-esteem of vocational school students, the higher the intensity of use of *Instagram* media among vocational school students.

**Keywords:** *self-esteem, intensity of use of Instagram media; confidence*



**HUBUNGAN ANTARA TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI DAN HARGA DIRI DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA SISWA SMK MA'ARIF NU DORO**

**ABSTRAK**

**Intisari :** Kondisi ideal dalam penggunaan media sosial *Instagram* pada siswa/siswi SMK adalah menggunakan media sosial *Instagram* untuk mengembangkan potensi yang ada dalam diri. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris hubungan antara kepercayaan diri dan harga diri dengan intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK Ma'arif NU Doro. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh siswa XII SMK Ma'arif NU Doro dengan jumlah 461 siswa dengan sampel sebanyak 214 siswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *probability sampling*. Alat ukur penelitian ini menggunakan skala kepercayaan diri, skala harga diri dan intensitas penggunaan media *Instagram*. Metode analisis data yang digunakan yaitu uji korelasi berganda. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,425 yang termasuk pada kategori sedang dan mempunyai nilai sig. (2.tailed) yaitu 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) maka disimpulkan bahwa variabel mempunyai korelasi yang signifikan. Sesuai dengan hasil tersebut maka disimpulkan terdapat hubungan antara kepercayaan diri dan harga diri dengan Intensitas Penggunaan Media *Instagram* pada siswa/siswi SMK. Semakin tinggi kepercayaan diri dan harga diri pada siswa/siswi SMK, maka meningkatkan adanya pula Intensitas Penggunaan Media *Instagram* pada siswa/siswi SMK.

**Kata kunci:** harga diri, intensitas penggunaan media *Instagram*; kepercayaan diri

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Masa remaja (*adolescence*) menjadi masa perpindahan pada masa kanak-kanak menjadi masa dewasa dengan seseorang mengalami perkembangan pada sosio emasiona, fisik, dan kemampuan berpikir (Santrock, 2003:26). Perubahan biologis yang terjadi pada remaja yaitu seperti, perubahan yang mencakup pada perubahan tampak pada fisik, perubahan kemampuan berpikir, cara pengambilan keputusan, perkembangan kemampuan bahasa. Perubahan sosio-emosional yaitu perubahan yang terjadi antara remaja dengan orang lain, emosi, maupun kepribadian yang masih dalam konteks sosial. Menurut Elizabeth B. Hurlock (Desmita, 2017:2) perkembangan individu pada fase *adolescence* (remaja) dimulai pada usia 11 hingga 21 tahun. Usia 12 atau 13 tahun menandai dimulainya masa transisi yang dikenal sebagai masa remaja, yang berlangsung hingga akhir masa remaja atau awal dua puluhan. Remaja sudah mulai mencari sesuatu yang dianggap berharga, layak dibanggakan, dan layak disembah pada saat ini, yang termasuk dalam gejala remaja dan dikenal dengan istilah “masa merindu puja” (dewa pendewaan).

Masa remaja dapat juga diartikan masa seseorang menjadi jati diri, pada masa inilah remaja banyak melakukan kegiatan untuk mengeksplorasi diri sendiri. Kemampuan untuk menjalin hubungan dengan orang lain akan membantu seseorang menemukan jati diri. Hal ini sependapat dengan Erikson bahwa fungsi

psikososial sangat penting pada masa perkembangan karena perkembangan memerlukan rangsangan khusus dari lingkungan, khususnya lingkungan sosial (Alwisol, 2009:219). Remaja mungkin memiliki identitas diri yang positif atau negatif; identitas positif adalah pilihan tentang akan menjadi siapa dan apa yang diyakini. Sementara itu, identitas negatif adalah sesuatu yang ditolak dan tidak ingin dipercaya. Namun jika remaja mengalami penolakan dalam menggabungkan berbagai gambaran diri dalam identitasnya, maka akan menyebabkan remaja tersebut menjadi malu-malu atau defiden dengan remaja berada dalam keadaan tidak percaya diri yang diekspresikan melalui ekspresi malu-malu.

Remaja memiliki rasa ingin tahu yang kuat saat tumbuh dewasa, dan tidak jarang ingin mencoba sesuatu yang baru atau berbeda. Banyak remaja yang mulai akrab dengan gadget atau smartphone mengingat perkembangan zaman yang semakin canggih dan kekinian. Terlebih fitur-fitur terbaru yang ada di dalamnya sangat menarik sehingga meningkatkan rasa keingintahuan para remaja, yaitu salah satunya terdapat fitur media sosial yang mempunyai beraneka macam jenis misalnya *Instagram*, *whatsapp*, *facebook* dan lain-lain.

Media sosial berperan sebagai pilihan utama sebagai alat komunikasi bagi para pengguna diseluruh dunia terutama yang terpaut oleh jarak. Para penggunanya hanya cukup mengetik atau dapat mengirim informasi secara tidak langsung menggunakan perantara smartphone yang dilengkapi dengan media sosial. Media sosial banyak digunakan untuk mem-*posting* foto maupun video, saling berinteraksi melalui kolom komentar, atau bisa bertukar kabar melalui pesan.

Menurut data yang diunggah oleh Hootsuite (Riyanto, 2022:2) menyatakan waktu yang digunakan orang Indonesia untuk mengakses internet sebesar 8 jam 30 menit dan sebanyak 3 jam 17 menit digunakan untuk mengakses media sosial. Ada 4,62 miliar penduduk Indonesia yang aktif menggunakan media sosial dari jumlah populasi masyarakat Indonesia yaitu 7,91 milyar. Data penggunaan internet tertinggi adalah pada rentang usia 13-18 tahun (usia remaja) dengan presentase 99,16%, seharusnya remaja pada usia tersebut masih termasuk dalam golongan pelajar yang mempunyai kewajiban untuk belajar, namun banyak dari remaja yang lalai dengan kewajibannya ketika sudah berselancar didunia maya. Dengan jangkauan internet yang luas, setiap orang dapat dengan mudah mengakses suatu hal apapun dan di manapun, namun terdapat konsekuensi yang cenderung negatif terlebih saat menggunakan media sosial, seperti cyberbullying, citra tubuh negatif, kecanduan media sosial dan kurangnya pergaulan ataupun aktivitas didunia nyata

Menurut informasi yang diperoleh dari Good Stats, hingga Agustus 2022, Indonesia memiliki pengguna *Instagram* peringkat keempat dunia dengan sebanyak kurang lebih 100 juta pengguna (Goodstats, 2022). Menurut data laporan We Are Social, WhatsApp menjadi *platform* paling populer dengan persentase 88,7%, selanjutnya terdapat aplikasi media sosial *Instagram* dengan presentase 84,8%. Jumlah ini mengalahkan facebook yang mempunyai presentase 81,3% (Riyanto, 2022:2)

Di Indonesia sendiri pengguna *Instagram* yang menduduki peringkat pertama sebagai kelompok usia terbanyak yaitu kelompok usia 18-24 tahun dengan presentase 38,3%, disusul dengan kelompok usia 25-34 tahun dengan presentase

29%, dan peringkat ketiga yaitu kelompok usia 13-17 tahun. Data tersebut mellihatkan bahwa golongan remaja merupakan golongan tertinggi pengguna aktif *Instagram* pada tahun 2022 (Statista.com, 2022).

Penggunaan media sosial mempunyai empat aspek yaitu perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi (Marizka et al., 2019:60). Media yang memiliki banyak atensi dan perhatian yang kemungkinan besar berdampak signifikan bagi kehidupan masyarakat dapat digunakan untuk memengaruhi persepsi masyarakat (Andarwati, 2016:2). Timbulnya perasaan senang ketika mengerjakan suatu kegiatan dapat mendorong seseorang melakukan kegiatan tersebut secara berulang-ulang. Sama halnya dengan menggunakan media sosial *Instagram*, ketika remaja sudah mulai senang berselancar di dunia maya tidak menutup kemungkinan remaja tersebut akan terus menerus mem-*posting* atau menampilkan foto, bertukar kabar, komentar dan menyukai *postingan* yang diunggah.

*Instagram* menjadi *platform* sosial media yang memberikan kesempatan kepada pengguna untuk mengedit foto, penggunaan filter digital, dan membaginya dengan *platform* media sosial lainnya untuk berbagi foto. Foto dalam berbagai format dan lokasi tempat pengguna dapat berbagi informasi satu sama lain. (Wikipedia.org, 2022). *Instagram* memberikan menu fitur yang menarik, hal ini sangat disukai oleh para remaja, di antaranya terdapat filter untuk mengubah gaya foto, berbagai macam pengambilan foto/video seperti boomerang dan grid foto yang dapat dibagikan melalui Instastory, atau dalam sorotan.

Kemunculan fitur baru yang ada disetiap versi *Instagram* membuat para remaja tidak berhenti untuk meng-*explore* hal-hal baru yang ada didalamnya. Mulai

dari membuat desain ataupun mengedit foto kreatif mungkin untuk mendapatkan lebih banyak like ataupun followers. Terlebih dengan banyaknya fenomena yang sedang trend seperti video reels dengan seseorang dapat membagikan atau *posting* video dengan durasi yang cukup lama dan banyak orang yang sudah mengikuti trend tersebut, konten video reels yang dibagikan juga bermacam-macam, mulai dari kegiatan sehari-hari maupun kegiatan saat traveling atau kegiatan outdoor. Karena ini merupakan salah satu yang memberikan kesempatan individu untuk menggali potensi diri menjadikan remaja yang mempunyai tingkat kepercayaan diri tinggi menjadi berpeluang besar dan mudah untuk mengungkapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan dirinya. Remaja yang percaya diri lebih cenderung menggunakan media sosial untuk berbagi aktivitas dan minat lainnya. Tingkat kepercayaan diri setiap remaja, seperti tingkat harga diri bersifat unik.

Kepercayaan diri merupakan salah satu karakter esensial manusia untuk mewujudkan kemampuan yang dimilikinya. Kemampuan komunikasi interpersonal remaja salah satunya. Remaja dengan kemampuan interaksi dan kepercayaan tinggi akan mudah berkomunikasi dengan orang lain dan remaja yang kemampuan interaksi dan kepercayaan rendah akan kesulitan berkomunikasi dengan orang lain. Langkah pertama dalam mengembangkan konsep diri, yang bersumber dari kemampuan seseorang untuk melakukan interaksi dengan lainnya. Penelitian yang dipimpin oleh Siska dkk, 2003 berjudul "*Fearlessness and Relational Correspondence Tension in Understudies*". Kecemasan tentang komunikasi interpersonal ditemukan memiliki korelasi negatif yang signifikan dengan

kepercayaan diri, dibuktikan dengan nilai  $p$  kurang dari 0,05 (0,011) dan nilai korelasi sebesar 0,725, artinya kepercayaan diri meningkat jika seorang siswa tidak mengalami kecemasan. Kepercayaan diri seseorang akan membantu siswa untuk melawan kecemasan dalam berkomunikasi dengan orang lain, sehingga proses komunikasi menjadi lebih mudah.

Penelitian oleh Syifa tahun 2022 berjudul “Dampak Media Sosial Instagram terhadap Kepercayaan Diri Anak Remaja. Buana Komunikasi” hasil penelitian menyatakan media sosial menjadikan individu semakin mudah terkoneksi dengan individu lainnya dan mampu menjangkau dunia secara lebih luas. Salah satu media sosial yang menarik perhatian adalah Instagram. Beberapa tahun terakhir media sosial menjadi salah satu media sosial yang paling populer bagi remaja dalam melakukan aktivitas mengambil sebuah konten (foto atau video). Instagram yang menjadi album digital penggunanya seringkali digunakan remaja untuk memposting konten yang dapat meningkatkan kepercayaan diri. Disimpulkan bahwa Instagram berpengaruh positif terhadap kepercayaan diri.

Salsabila Ramadani tahun 2021 berjudul “Pengaruh Intensitas Penggunaan *Makeup* Terhadap Kepercayaan Diri Mahasiswa Angkatan 2018 UIN Walisongo Semarang”, Hasil dan simpulan menunjukkan bahwa sejauh mana mahasiswa sampel yang menggunakan *make up* memiliki dampak signifikan terhadap kepercayaan diri. Dari penelitian tersebut mengungkapkan bahwa mahasiswa yang menginjak usia dewasa awal akan lebih memperhatikan penampilan dengan menggunakan *make up* untuk mendukung penampilan fisik. Penggunaan *make up* dapat dipengaruhi oleh beberapa aspek salah satunya yaitu kepercayaan diri. Ketika

individu sering menggunakan *make up* akan lebih cenderung merasa bahwa dirinya menarik dan berpenampilan baik sehingga mempunyai tingkat percaya diri tinggi.

Kepercayaan diri juga dipengaruhi oleh harga diri. Harga diri mempunyai faktor yaitu kecerdasan, jenis kelamin, bentuk fisik, dan kondisi ekonomi dan sosial. Dalam beberapa fenomena media sosial, khususnya *Instagram*, orang yang secara fisik menarik memiliki followers dan *likes* yang lebih banyak dibandingkan dengan orang yang penampilannya kurang menarik. Akibatnya, orang yang memiliki banyak pengikut cenderung lebih sering menggunakan *Instagram* daripada orang yang tidak memiliki banyak pengikut. Pernyataan tersebut sesuai didukung oleh (Casdari, 2006:5) bahwa ada beberapa hal yang dapat menimbulkan intensitas, salah satunya adalah motif sosial. Jika seorang remaja meningkatkan penggunaan media sosial *Instagram* biasanya dilatar belakangi oleh motif sosial misalnya ingin dihargai dan diakui oleh teman sebayanya. Menurut (Sukmasari, 2013) menegaskan bahwa penggunaan media sosial oleh remaja dapat merusak harga diri, dan hanya mem-*posting* gambar atau video dapat membuat merasa lebih menarik. Palsunya ketika seorang remaja mem-*posting* foto atau video dan mendapatkan banyak *likes* maupun komentar, akan terlihat secara langsung perbandingan sosial yang ditunjukkan melalui jumlah *likes* dalam setiap *postingan*. Ketika orang menemukan bahwa tidak memiliki banyak suka, inilah yang dapat membuat merasa kurang baik.

Sesuai dengan penelitian Anisa Aulia Fitri tahun 2021, “Hubungan antara Harga Diri dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* pada Remaja di Kota Pekanbaru”, penelitian tersebut menemukan korelasi negatif antara frekuensi



penggunaan sosial media instagram dan harga diri remaja di Pekanbaru. Salah satu interpretasi menyatakan bahwa remaja di Pekanbaru lebih sering menggunakan *Instagram* daripada *platform* media sosial lainnya. Berdasarkan hubungan kedua variabel tersebut, harga diri remaja di Pekanbaru dapat memprediksi seberapa banyak menggunakan *Instagram* dan *platform* media sosial lainnya. Disimpulkan bahwa harga diri berpengaruh positif terhadap penggunaan media sosial *Instagram*.

Harga diri adalah bentuk individu menilai dirinya sendiri baik secara positif maupun negatif. Harga diri yang positif datang dari memiliki keyakinan pada kemampuan sendiri dan rasa berharga. Di sisi lain, jika individu merasa harga diri rendah akan mendorong untuk merasa tidak berdaya atau lemah, (Widyarini, 2009:20). Harga diri juga dapat merupakan perpaduan antara apa yang dipikirkan seseorang dan pertimbangan atau sentimen orang lain tentang dirinya sendiri, dan bagaimana seharusnya diri yang ideal itu atau bagaimana seseorang meyakini dirinya yang ideal itu seharusnya. Keyakinan juga bisa menjadi gambaran atau penilaian seseorang terhadap keadaan dan perilakunya. Harga diri dapat dipengaruhi oleh kolaborasi dengan orang lain, yang menyiratkan bahwa sudut pandang orang lain tentang diri mereka sendiri akan memengaruhi penilaian seseorang terhadap diri mereka sendiri.

Dalam penelitian yang dilakukan Cici dkk, 2019 yang berjudul “Hubungan Self-Esteem (Harga Diri) dengan Perilaku Narsisme Pengguna Media Sosial *Instagram* pada Siswa SMA” menunjukkan bahwa terdapat korelasi negatif, yang dapat diinterpretasikan siswa dengan harga diri rendah cenderung lebih banyak berperilaku narsistik, sedangkan siswa dengan harga diri tinggi lebih sedikit terlibat

dalam perilaku narsistik. Rendahnya harga diri seseorang dapat dipengaruhi oleh kurangnya apresiasi dan penghargaan dari lingkungan disekitarnya, sehingga pengalihannya yaitu dengan menggunakan media sosial untuk mendapat pengakuan dari lingkungan individu berada (Dewi & Ibrahim, 2019:2).

Berbeda dengan penelitian tahun 2015 oleh Ayu Sokowati berjudul “Hubungan Antara Berpikir Positif dan Harga Diri Pada Mahasiswa Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta”, Hasil menyatakan terdapat korelasi positif yang kuat antara harga diri dan berpikir positif, menunjukkan bahwa berpikir positif berhubungan dengan harga diri. Sebaliknya, jika harga diri rendah, maka pola berpikir positif juga akan rendah.

Pada tanggal 1 Desember peneliti melakukan survey dan wawancara di SMK Ma'arif Doro. Wawancara dilakukan pada 25 siswa SMK Ma'arif Doro dengan kriteria remaja usia 16-19 tahun, mempunyai gadget atau smartpone, laki-laki dan perempuan dan menggunakan media sosial *Instagram*. Kemudian hasil dari wawancara tersebut, diperoleh data sebagai berikut :

Siswa memanfaatkan media sosial *Instagram* untuk mem-*posting* kegiatan yang sedang dilakukan, menggunakan filter, dan membagikannya melalui instastory maupun sorotan, mem-*posting* foto melalui akun profilnya. Sebanyak 6 dari 25 siswa tidak mem-*posting* foto di media sosial *Instagram* karena merasa malu dan 14 siswa lainnya mengaku sering menggunakan filter dan mem-*posting*nya melalui instastory maupun sorotan. Menurut hasil wawancara yang dilakukan oleh 25 siswa, narasumber mengaku rata-rata menggunakan *Instagram* 5 kali sehari membukan media sosial dengan durasi lebih dari 5 menit.

Kondisi ideal dalam penggunaan media sosial *Instagram* pada siswa/siswi SMK adalah menggunakan media sosial *Instagram* untuk mengembangkan potensi yang ada dalam diri misalnya kemampuan berinteraksi, kemampuan berkomunikasi dan kemampuan memberikan hal positif pada pengguna lain, selain itu dalam penggunaan media sosial *Instagram* tidak melebihi batas durasi yang dianjurkan yaitu 3 jam sehari, dan lebih dari 4 kali dalam mengoperasikan media sosial *Instagram*.

Berdasarkan survey yang telah peneliti lakukan, terdapat siswa tidak terlalu suka mem-*posting* foto dirinya dan cenderung kurang aktif dalam kegiatan bermedia sosial. Namun ditemukan juga beberapa siswa yang lebih percaya diri dan lebih sering mem-*posting* kegiatan di media sosial *Instagram*. Dari hasil survey dan wawancara yang peneliti lakukan mengenai intensitas penggunaan media sosial, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Hubungan Tingkat Kepercayaan Diri Dan Harga Diri Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* Pada Siswa/Siswi SMK”.

## **B. Perumusan Masalah**

Berikut adalah rumusan masalah penelitian yang peneliti uraikan dengan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya:

1. Adakah hubungan antara kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada siswa/siswi SMK?
2. Adakah hubungan antara harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada siswa/siswi SMK?

3. Adakah hubungan antara kepercayaan diri dan harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada siswa/siswi SMK?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan landasan dan definisi masalah, tujuan dari penelitian ini adalah, untuk:

1. Menguji secara empiris mengenai hubungan antara kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada siswa/siswi SMK.
2. Menguji secara empiris mengenai hubungan antara harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada siswa/siswi SMK.
3. Menguji secara empiris mengenai hubungan kepercayaan diri dan harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada siswa/siswi SMK.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Sebagai bahan acuan untuk peneliti selanjutnya dengan jenis penelitian yang serupa
  - b. Sebagai tambahan literatur psikologi tentang penggunaan media sosial *Instagram*, harga diri, dan kepercayaan diri.
  - c. Sebagai gambaran dan tambahan wawasan serta ilmu pengetahuan bagi pembaca khususnya mahasiswa psikologi mengenai hubungan kepercayaan diri dan harga diri terhadap intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada siswa/siswi SMK.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat terutama bagi siswa yang masih dalam usia remaja untuk lebih mempunyai rasa kepercayaan diri dan memahami lebih tentang harga diri, serta agar siswa mampu mengurangi intensitas dalam kecenderungan penggunaan media sosial yang berlebihan dan agar siswa bisa lebih bijak dalam menggunakan media sosial.
- b. Diharapkan sekolah ikut berperan dalam memberikan pengawasan dan pengarahan kepada siswa/siswi SMK dalam menggunakan media sosial *Instagram* dengan bijak.
- c. Diharapkan keluarga siswa/siswi SMK memberikan dukungan kepada putra putrinya yang menggunakan media sosial *Instagram* untuk mengembangkan potensi diri.
- d. Diharapkan pengguna media sosial *Instagram* memanfaatkan media dengan bijaksana misalnya memanfaatkan *Instagram* untuk melatih kemampuan berkomunikasi dan menyalurkan ide-ide positif.

## E. Keaslian Penelitian

Untuk mencegah dipublikasikannya temuan dalam skripsi, jurnal, artikel, atau bentuk tulisan lain yang membahas masalah yang sama dan mirip dari banyak pihak. Untuk itu, pada bagian ini peneliti akan membahas tentang perbedaan dan persamaan antara masalah yang diangkatnya sebagai bahan penelitian dengan penelitian yang relevan dan terdahulu.

Peneliti akan menjabarkan berbagai hasil dari setiap penelitian yang sudah tercantum dan kaitannya dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini, yaitu :

1. Penelitian oleh Lutfitasari, C pada tahun 2022 berjudul “Kepercayaan Diri Generasi Milenial Pengguna Media Sosial Instagram”. Hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan Diri berpengaruh positif pada pengguna Media Sosial Instagram. Para generasi milenial pengguna Instagram sangat bervariasi mengekspresikan dirinya yang ditunjukkan dengan menampilkan hobi dan kegemarannya. seperti berlibur, ber-make up, bernyanyi atau pada saat memamerkan OOTD dengan penampilan terbaik versi mereka di Instagram.
2. Penelitian oleh Cahya Permana, T., & Prihartanti, N pada tahun 2020 berjudul “Hubungan antara eksistensi diri dan kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial Instagram”. Intensitas individu untuk memposting foto atau video dan saling berhubungan di Instagram membuat individu mulai merasa percaya diri. Semakin banyak like, komentar, follower yang diperoleh maka individu akan merasa senang dan ingin meningkatkan eksistensinya di Instagram. Hasil analisis kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan instagram sebesar 0,475 berarti terdapat hubungan yang positif dan sangat signifikan hubungan.
3. Penelitian oleh Syifa, A. N., & Irwansyah, I. pada tahun 2022 berjudul “Dampak Media Sosial Instagram terhadap Kepercayaan Diri Anak

Remaja”. Hasil penelitian menyatakan kepercayaan diri merupakan suatu keyakinan dalam jiwa manusia bahwa tantangan hidup apapun harus dihadapi dengan berbuat sesuatu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial dipengaruhi oleh kepercayaan diri.

4. Penelitian oleh Dalila, F., Putri, A. M., & Harkina, P pada tahun 2021 berjudul “Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Harga Diri”. Harga diri terbentuk dari interaksi dengan orang lain. Saat ini untuk melakukan interaksi sosial tidak hanya dapat dilakukan didunia nyata namun juga dapat dilakukan didunia maya, melalui media sosial seperti instagram. Hasil analisis data menggunakan Spearman’s rho menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan harga diri.
5. Darmawan, K., pada tahun 2023 berjudul “Narsistik Era Digital: Investigasi mendalam harga diri dan intensitas penggunaan media sosial”. Perkembangan media sosial yang berkembang pesat mampu mempengaruhi perkembangan mahasiswa, salah satunya adalah Instagram yang menempati urutan teratas sebagai platform media sosial paling banyak menunjukkan sisi narsistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara harga diri dan intensitas penggunaan media sosial instagram dengan kecenderungan narsistik pada remaja.
6. Penelitian oleh Liang, S pada tahun 2021 berjudul “Kecenderungan perilaku narsistik dengan intensitas penggunaan media sosial instagram”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ada hubungan positif antara intensitas

penggunaan media sosial *instagram* dengan kecenderungan perilaku narsistik yang diikuti oleh peningkatan rasa kepercayaan diri pada mahasiswa di Perguruan Tinggi di Surabaya.

7. Astaningtias pada tahun 2023 berjudul “Kepercayaan Diri Ditinjau Dari Intensitas Penggunaan Media Sosial Di Era Digital 4.0”. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram memberikan dampak positif pada kepercayaan diri namun perlu disertai dengan edukasi bagi para remaja awal untuk mengenal dirinya sendiri, dan mengasah kemampuan diri mereka untuk dapat bertahan dan meningkatkan kualitas diri tanpa harus mengikuti orang lain ataupun memandang rendah diri sendiri.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. LANDASAN TEORI**

##### **1. Pengertian Media Sosial *Instagram***

Menurut (Abugaza, 2013:16-17) mendefinisikan bahwa media sosial adalah tatanan sosial yang terbentuk berdasarkan pada unsur-unsur individu, kelompok maupun organisasi yang terlibat dalam hubungan timbal balik melalui teknologi informasi. Melalui perantara, masyarakat dapat berkomunikasi dengan masyarakat di berbagai belahan dunia melalui media sosial. Tujuan utama yaitu membangun sebuah komunitas jaringan antar teman untuk dapat berinteraksi seperti tatap muka (Ardari, 2016:3). Komunikasi individu dan berbagi satu sama lain digabungkan dalam media sosial. dan merupakan media yang bersifat publik yang berarti dalam membagikan informasi tidak tertuju pada individu tertentu namun dapat dibagikan kepada siapa pun (Fitri, 2021:3). Media sosial merupakan suatu bentuk layanan dengan basis jaringan dengan memberikan kesempatan pada pengguna untuk berbagi informasi dengan membuat profil serta dapat melihat profil orang-orang yang saling terhubung dengan individu tersebut.

*Instagram* merupakan aplikasi untuk saling berbagi gambar, audio dan (Atmoko's *Instagram Handbook*, 2012:28). *Instagram* memberikan layanan kepada pengguna untuk berinteraksi, bertukar informasi, penggunaan filter foto, dan mengirim pesan. M Nisrina dalam bukunya yang berjudul *Bisnis Online* (2015) menyatakan *Instagram* adalah alat untuk berbagi gambar dan video. Akun *Instagram* bisa diikuti oleh teman Facebook karena *Instagram* masih merupakan

bagian dari Facebook (Aprilia, 2016:5). Meskipun keduanya terhubung, namun *Instagram* memiliki beberapa pilihan dalam penggunaan foto, di antaranya yaitu seperti *grid* foto, *boomerang*, dan lain sebagainya.

Untuk menggunakan aplikasi *Instagram*, harus mengikuti akun pengguna lain atau memiliki akun *Instagram*. Antar pengguna dapat saling berkomunikasi dengan memberikan suka dan komentar pada foto pengguna lain. Selain itu, pengikut adalah salah satu aspek terpenting dari *Instagram*. Hal ini dikarenakan semakin banyak pengikut yang *likes postingan* akan menunjukkan populer atau tidaknya *postingan* tersebut (Wahyuni, 2019:8). Berikut adalah fitur-fitur yang ada di *Instagram* pada saat ini:

1. Pengikut (*Follower*) dan Mengikuti (*Following*)

Kerangka sosial di *Instagram* adalah menjadi pendukung akun klien lain, dan sebaliknya dengan memiliki pengikut *Instagram*. Sejalan dengan itu, korespondensi antar masing-masing klien *Instagram* dapat dilakukan dengan memberikan preferensi dan selanjutnya mengomentari foto atau rekaman yang telah ditransfer oleh klien lain. Untuk mencari teman di *Instagram*, Anda juga bisa memanfaatkan tautan yang terkait dengan akun hiburan virtual lainnya, seperti *Facebook* dan *Twitter*.

2. Mengunggah Foto/Video dengan *Caption (Posting)*

Pemanfaatan utama *Instagram* adalah sebagai tempat untuk mentransfer dan berbagi foto atau rekaman dengan pengguna lain. Di *Instagram*, klien dapat membagikan maksimal 10 dokumen foto atau video dalam satu kali transfer. Untuk rekamannya sendiri, rekaman harus ditransfer dengan cutoff waktu paling ekstrim

yaitu 1 momen. Sebelum mentransfer foto atau video, klien juga dapat memasukkan judul atau gambaran foto tersebut sesuai dengan apa yang ada di benak klien. Klien juga dapat menandai judul fotonya, sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut ke dalam satu kelas.

### 3. Kamera

Foto yang diambil melalui aplikasi *Instagram* dapat disimpan. Memanfaatkan kamera melalui *Instagram* juga bisa langsung memanfaatkan efek yang ada, untuk mengubah warna foto sesuai keinginan pengguna.

### 4. Efek (*Filter*)

Pada varian dasarnya, *Instagram* memiliki efek yang dapat dimanfaatkan pengguna saat mereka perlu mengedit foto. Dalam menerapkan efek, pengguna juga dapat mengubah foto, misalnya mengubah keindahan, kontras, variasi, dan sebagainya.

### 5. Arroba

Seperti *Twitter* dan juga *Facebook*, *Instagram* juga memiliki fitur yang para penggunanya dapat menyinggung pengguna yang lainnya., dengan menambahkan arroba (@) dan memasukkan nama akun *Instagram* dari pengguna lainnya tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya di dalam keterangan foto, melainkan juga pada komentar foto. Pada dasarnya dalam menyinggung pengguna yang lainnya, yang dimaksudkan adalah untuk berkomunikasi dengan pengguna yang telah disinggung tersebut.

### 6. Label foto (*Hashtag*)

Seperti *Twitter* dan *Facebook*, *Instagram* juga memiliki fitur klien dapat

mengganggu klien lain, dengan menambahkan *arroba* (@) dan memasukkan nama akun *Instagram* klien lain. Klien dapat menghina klien lain dalam subtitle foto, tetapi juga dalam komentar foto. Pada dasarnya, meskipun klien berbeda, yang diharapkan adalah berbicara dengan klien yang dihina.

#### 7. Geotagging

Setelah memasukkan judul foto, segmen berikutnya adalah area *Geotag*. Segmen ini akan muncul ketika klien mengaktifkan GPS. Sejalan dengan itu, *Instagram* dapat mengidentifikasi di mana klien *Instagram* ditemukan. Dengan memberi geotagging, klien dapat diidentifikasi di mana foto itu diambil atau di mana foto itu dipindahkan.

#### 8. Jejaringan sosial

Dalam membagikan foto-foto tersebut, klien dapat membagikannya ke *Instagram*, namun foto-foto tersebut juga dapat dibagikan melalui organisasi antarpribadi lainnya seperti *Facebook* dan *Twitter* dengan menghubungkan akun *Instagram* tersebut dengan akun hiburan virtual lainnya.

#### 9. Tanda suka

*Instagram* juga memiliki fitur serupa yang berfungsi seperti di *Facebook*, khususnya sebagai tanda bahwa pengguna lain memiliki foto favorit yang telah ditransfer oleh pengguna lain.

#### 10. *Instastory*

*Instastory* adalah fitur *Instagram* yang memungkinkan pengguna berbagi foto atau rekaman yang kemudian akan terhapus dalam waktu 24 jam atau kurang. Di highlight *Instastory* juga terdapat efek yang bisa menarik perhatian pengguna.

#### 11. Arsip Foto

Elemen ini berfungsi sebagai media pribadi atau sebagai koleksi rahasia. Dengan demikian, klien dapat berbagi foto atau rekaman utama yang dapat dilihat klien.

#### 12. *Closefriend*

Pada komponen ini, klien dapat berbagi foto atau rekaman yang harus dimiliki oleh klien lain yang telah terpilih sebagai “Teman Dekat”.

#### 13. Siaran langsung

Fitur ini memungkinkan klien dalam sebuah rekaman untuk mengkomunikasikan rekaman *real-time* tanpa batas waktu yang akan dinikmati oleh para peminatnya.

#### 14. *Reels*

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mentransfer rekaman dengan jangka waktu lebih dari 1 menit dan dapat ditambahkan ke akun *Instagram*.

Berdasarkan beberapa hal di atas, *Instagram* juga bisa dimanfaatkan sebagai tempat jual beli koleksi foto dan video. Setiap postingan di *Instagram* tidak memiliki batasan waktu, artinya Anda tetap bisa melihat foto atau video yang telah diposting sebelumnya meskipun sudah lama. Kesimpulan dari penjelasan di atas, *Instagram* merupakan suatu aplikasi atau software yang digunakan penggunanya untuk membagikan foto, video dengan terdapat tambahan *fitur* seperti filter, *boomerang*, *grid* dan lain sebagainya.

## 2. Aspek-Aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial

Aspek – Aspek intensitas penggunaan media sosial di antaranya yaitu (Marizka et al., 2019:60):

### a. Perhatian

Perhatian seseorang adalah perasaan lebih terlibat dalam kegiatan yang relevan dengan apa yang minati daripada kegiatan yang tidak relevan. Ketika seseorang menggunakan *platform* media sosial yang disukainya, akan lebih berhati-hati.

### b. Penghayatan

Mengenali, memahami, dan menerima semua informasi sehingga individu berusaha untuk mempelajari, menghargai, mengamati, dan menyimpan data atau wawasan sebagai pengetahuan pribadi. Konten media sosial seringkali berdampak pada situasi dunia nyata karena kecenderungan orang untuk berlatih atau meniru.

### c. Durasi

Istilah "durasi" mengacu pada rentang waktu, interval, atau durasi sesuatu. Ketika seseorang mengakses media sosial tentunya akan banyak menggunakan waktu, banyaknya waktu dihabiskan untuk mengakses media sosial termasuk kedalam durasi. Durasi dapat dinyatakan dalam bentuk waktu seperti detik, menit maupun jam. Pada penelitian media sosial, kriteria untuk mengukur durasi diadaptasi dari kriteria untuk mengukur durasi, yaitu sebagai berikut:

- 1) Tinggi :  $\geq 3$  jam/hari

2) Rendah : 1-3 jam/hari

d. Frekuensi

Frekuensi diartikan pada jumlah pengulangan perilaku yang mirip dan sama secara sengaja maupun tidak sengaja. Pengulangan dapat diperkirakan dengan jumlah atau dengan waktu. Bukan tidak mungkin seseorang membuka situs media sosial secara rutin jika terlalu menikmati menggunakannya dan sulit untuk berhenti. Kondisi berikut diterapkan pada kategori kriteria frekuensi yang digunakan dalam penelitian:

1) Tinggi :  $\geq 4$  kali/hari

2) Rendah : 1-4 kali/hari

Klasifikasi tipe intensitas penggunaan media sosial yaitu (Taqwa, 2018:31):

- a. Pengguna Berat yaitu pengguna internet yang memanfaatkan internet  $>40$  jam/bulan. Salah satu pecandu penggunaan internet merupakan tipe pengguna media sosial dengan jenis ini.
- b. Pengguna Sedang yaitu pengguna internet yang memanfaatkan internet 10-40 jam/bulan.
- c. Pengguna Ringan) pengguna internet yang memanfaatkan internet  $<10$  jam/bulan.

Intensitas penggunaan media sosial mempunyai empat aspek yaitu perhatian, apresiasi, durasi, dan frekuensi. Kesimpulan ini dapat ditarik dari penjelasan sebelumnya. Dari segi perhatian dan apresiasi, informasi tentang cara menggunakan media sosial khususnya aplikasi *Instagram* dengan berbagai *fiturnya* dipahami dan diserap. Sedangkan berapa kali perilaku diulang saat menggunakan media sosial

dalam rentang waktu tertentu adalah aspek durasi dan frekuensi. Terdapat klasifikasi yang berbeda berdasarkan jumlah waktu yang digunakan dalam satu bulan yaitu pengguna berat, pengguna sedang, dan pengguna ringan.

### **3. Faktor yang Memengaruhi Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram***

Faktor yang memengaruhi penggunaan media sosial *Instagram* di antaranya:

#### **A) *Information Seeking Behavior* (Tindakan Mencari Informasi)**

*Information seeking behavior* meliputi pengaksesan informasi melalui teknologi berbasis internet yang ditujukan untuk keperluan pekerjaan, pribadi, serta hiburan (Scheepers, dkk., 2014: 28). Kebutuhan individu terhadap informasi didasarkan pada pengalaman akan kurangnya pengetahuan. Kesenjangan pengetahuan yang dialami individu dapat menghalangi dirinya dalam melakukan proses sosialisasi. Oleh karena itu, individu perlu mendapatkan informasi untuk menjembatani masalah kesenjangan pengetahuan yang dihadapi. Seorang individu yang mempunyai rasa kepercayaan diri dan harga diri yang baik akan berusaha mencari cara agar dapat berkembang sesuai kemampuannya sehingga akan memberikan dampak cara dia menggunakan *instragram*.

#### **B) *Hedonic Behavior* (Perilaku Kepuasan)**

Perkembangan teknologi memberikan kemudahan individu untuk memperoleh hiburan. Salah satunya adalah penggunaan media sosial untuk memberikan nilai kesenangan di dalam diri individu (Scheepers, dkk., 2014: 28).



Pemenuhan motivasi intrinsik, misalnya individu dapat mewujudkan keinginan untuk mengekspresikan sesuatu yang membuatnya merasa senang. Perilaku tersebut akhirnya memberikan kepuasan dan kenyamanan dalam diri individu. Seorang individu yang mempunyai rasa kepercayaan diri dan harga diri yang baik akan berusaha mengekspresikan dirinya agar diketahui orang lain sehingga akan memberikan dampak cara dia menggunakan *instagram*.

### C) *Sense of Community* (Perasaan Memiliki)

Townley dkk (2011: 72) mendefinisikan *sense of community* sebagai perasaan keanggotaan, di mana individu sebagai bagian dari anggota komunitas merasa saling memiliki. Perasaan tersebut menguatkan ikatan antaranggota, sehingga masing-masing anggota saling memengaruhi satu sama lain. *Sense of community* menggambarkan kuatnya ikatan emosional antarindividu. Ikatan emosional terjalin berdasarkan perasaan berbagi pengalaman dan pengenalan satu sama lain. Media sosial *instagram* mempermudah individu untuk berinteraksi secara intensif, sehingga menumbuhkan kuatnya ikatan emosional antarindividu yang berkembang dari waktu ke waktu baik. Interaksi yang terjadi akan memberikan peningkatan harga diri dan kepercayaan diri seseorang.

## 4. Penggunaan Media Sosial *Instagram* dalam Islam

Meskipun media sosial diperbolehkan dalam Islam, namun media sosial dianggap haram dan media sosial jika terlibat dalam pencemaran nama baik, ancaman, ujaran kebencian atau permusuhan antar ras, agama, etnis atau

kelompok dapat menjadi. Segala sesuatu yang dilakukan dengan berlebihan dapat menyebabkan dampak yang buruk bagi kehidupan ataupun kesehatan. Sama halnya dengan bermain media sosial, apabila individu telah kecenderungan dapat melalaikan untuk melakukan ibadah. Islam selalu mengajarkan manusia untuk menggunakan waktu dengan bijak.

Allah SWT berkata dalam firman-Nya Q.S Al-Asr [103]: 1-2

وَالْعَصْرِ

إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُسْرٍ

Artinya: “Demi masa. Sungguh, manusia berada dalam kerugian”

Secara alami, waktu manusia adalah usia seseorang, jadi usia berkurang seiring berjalannya waktu. Jadi sebagai umat Islam harus bisa memanfaatkan waktu luang dengan melakukan hal-hal yang bermanfaat baik di media sosial maupun di kehidupan. Waktu adalah modal utama manusia, apabila tidak diisi dengan kegiatan yang positif, maka ia akan berlalu begitu saja. Ia akan hilang dan ketika itu jangankan keuntungan diperoleh, modal pun telah hilang (Tafsir Quraish Jilid 15 Hlm. 498).

Dengan waktu yang ada, remaja yang menggunakan media sosial *Instagram* diharapkan dapat mengisi waktu dengan berperilaku positif, misalnya mengekspresikan bakat yang dimiliki di *Instagram* dengan tujuan memberikan pembelajaran yang baik, membuat konten pendidikan, dan ikut mencegah adanya penyebaran konten negatif di *Instagram*.

## **5. Pengertian Kepercayaan Diri**

Memiliki keyakinan pada kemampuan sendiri adalah apa yang mendefinisikan kepercayaan diri, dan memiliki keyakinan berasal dari keinginan untuk memenuhi tujuan hidup seseorang (Angelis, 1997:10). Willis (1985:34) menyatakan kepercayaan diri adalah bentuk keyakinan seseorang dalam mengatasi masalah yang sedang dihadapi secara efektif dan membawa kesenangan bagi orang lain. Kepercayaan diri seseorang tergantung pada kapasitas untuk bertindak dan keyakinan untuk mampu mengatasi masalah sesuai dengan kesenangan, keinginan, optimisme, toleransi, dan tanggung jawab. Pengalaman hidup seseorang itulah yang membuat percaya diri. Kepercayaan diri dapat juga diartikan bentuk penerimaan diri dan kemampuan menyelesaikan masalah dengan efektif, kemampuan untuk berpikir positif, dan bekerja secara mandiri (Ghufron & Rini, 2010: 10).

Disimpulkan kepercayaan diri merupakan bentuk keyakinan seseorang bahwa ia dapat mencapai sesuatu sesuai dengan potensi yang dimiliki dan kemampuan mandiri, bertanggung jawab, dan memiliki tujuan.

## **6. Aspek Kepercayaan Diri**

Lauster (2002:4) menyatakan bahwa terdapat aspek pada kepercayaan diri, di antaranya:

- a. Keyakinan yaitu kondisi seseorang dalam menyikapi segala sesuatu dengan serius atau sungguh-sungguh dengan kemampuan sendiri.

- b. Optimis adalah mentalitas seseorang yang mempunyai kemampuan berpandangan positif pada hal-hal yang ditemui.
- c. Objektif merupakan keadaan di mana memandang masalah berdasarkan kebenaran, bukan berdasarkan pendapat pribadinya sendiri.
- d. Bertanggung jawab merupakan bentuk sikap menanggung akibat yang terjadi sesuai dengan tindakan yang dilakukan.
- e. Rasional dan realistis, menganalisis suatu masalah dengan cara berpikir secara wajar dan realistis adalah hal yang rasional dan realistis.

Penggunaan *Instagram* terkait dengan kepercayaan diri dalam penelitian ini. Menurut Raharjo (2020), perasaan positif dan berharga dapat dihasilkan dari tanggapan yang baik dari pengikut *Instagram*. Ketika merasa bahwa *Instagram* membuat perubahan yang baik dan mungkin dapat mengatasi masalah, maka akan didorong untuk mengulang dan terus meningkatkan rasa percaya diri.

Disimpulkan tingkat kepercayaan diri seseorang dapat diukur dengan menggunakan aspek-aspek kepercayaan diri seperti optimisme, kepercayaan diri, objektivitas, tanggung jawab, rasionalitas, dan realistikitas.

## **7. Faktor yang Memengaruhi Kepercayaan Diri**

Beberapa hal yang dapat memberikan pengaruh pada rasa percaya diri (Selviana & Yulinar, 2022), yaitu:

### **a) Konsep Diri**

Pengembangan konsep diri seseorang, yang diperoleh melalui interaksi kelompok, berfungsi sebagai cara mendasar untuk mengembangkan

kepercayaan diri seseorang. Konsep diri terbentuk sebagai hasil dari interaksi kelompok.

b) Harga Diri

Harga diri yang positif dihasilkan oleh konsep diri yang positif, sehingga harga diri akan menuntun seseorang untuk mempunyai pandangan baik terhadap diri sendiri (Sukria, 2006).

c) Pengalaman

Pengalaman memiliki kemampuan untuk memengaruhi munculnya dan penurunan kepercayaan diri, menunjukkan kepribadian diri yang baik dipengaruhi oleh adanya pengalaman masa lalu yang diterima dengan baik (Selviana & Yulinar, 2022).

d) Pendidikan

Tingkat kepercayaan diri seseorang dapat dipengaruhi oleh tingkat pendidikannya. Jika dibandingkan dengan orang yang berpendidikan tinggi, maka orang yang berpendidikan rendah menempatkannya pada posisi yang lebih rendah dan membuat tergantung.

Dapat disimpulkan dari penggambaran masa lalu bahwa aspek-aspek yang memengaruhi rasa percaya diri yaitu konsep diri, harga diri, pengalaman, dan pendidikan.

## **8. Kepercayaan Diri Menurut Pandangan Islam**

Manusia merupakan bentuk ciptaan Tuhan dengan kelayakan sempurna. Fakta bahwa manusia dikaruniai akal yang berbeda dengan makhluk Allah lainnya

adalah ciri paling signifikan yang membedakan dari makhluk lain. Karunia tersebut menjadikan manusia bertanggung jawab untuk mengoptimalkan kemampuan dan potensi yang dimilikinya. Sebagai seorang muslim percaya diri merupakan suatu hal yang harus ditanamkan, sehingga dengan begitu prasangka baik juga akan mengikuti termasuk berprasangka baik pada kemampuan yang dimiliki oleh setiap muslim.

Al-Qur'an menjadi sebuah dasar rujukan yang utama dan pertama. Al-Qur'an mempunyai ayat yang menyatakan tentang percaya diri.

Pada firman Allah SWT:

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: “Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, sebab kamu yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang yang beriman” (QS. Ali-Imran: 139)

Dalam ayat dijelaskan bahwa seorang mukmin yang yakin dengan Al-Qur'an tidak takut dan tidak merasa buruk ketika cemas. Kata dasar dari beriman yaitu iman, iman mempunyai makna keyakinan atau kepercayaan kepada Allah, nabi, kitab dan lainnya. Tentunya sebagai muslim harus selalu percaya, yakin dan selalu berfikir positif (khusnudhon) dengan ketetapan Allah SWT. Termasuk ketetapan bahwa manusia diberikan akal untuk berfikir dan memanfaatkannya untuk hal yang baik, yaitu dengan mengoptimalkan dan mempergunakan kemampuannya sebaik mungkin (Tafsir Quraish Jilid 2 Hlm. 227)

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan karena manusia diciptakan oleh Allah SWT dengan keunggulan berupa akal sebagai cara untuk

membedakannya dengan makhluk Allah SWT lainnya, maka manusia mempunyai tingkat derajat lebih dari lainnya. Akibatnya, manusia harus selalu percaya diri. Rasa percaya diri seseorang dapat ditunjukkan dengan mengekspresikan diri melalui media sosial *Instagram*. Bentuk ekspresi diri tidak selalu dalam bentuk menampilkan wajah, namun juga dalam bentuk menunjukkan bakat yang dimiliki, misalnya melukis, membuat karya dan lain-lain melalui foto dan video.

## **9. Pengertian Harga Diri**

Dalam dunia psikologi sering kali harga diri berdampingan dengan konsep diri, hal tersebut juga menjadi pengamatan bagi beberapa peneliti karena keberadaan keduanya yang sulit untuk dibedakan dan peneliti juga tidak menyebutkan letak perbedaan yang jelas di antara harga diri dan konsep diri. Sejumlah ahli menegaskan bahwa, terlepas dari hubungannya, keduanya sangat berbeda. Harga diri, seperti yang didefinisikan oleh Santrock (1998), adalah dimensi evaluasi diri yang komprehensif. Konsep diri, di sisi lain, adalah evaluasi dari domain yang lebih spesifik. Dengan demikian, harga diri adalah bentuk penilaian secara baik dan buruk oleh seseorang terhadap diri sendiri (Desmita, 2017)

Persepsi diri positif akan menumbuhkan rasa penerimaan dan penghargaan diri yang lebih besar, serta penolakan yang lebih besar terhadap menyalahkan diri sendiri. Orang yang positif seringkali merasa bangga terhadap diri sendiri dan siap saat mendapat tantangan. Sebaliknya, harga diri yang rendah pada seseorang akan memberikan dampak seseorang menganggap tidak berharga dan tidak efektif dan terus-menerus menyalahkan diri sendiri atas kekurangan. Orang-orang seperti ini

seringkali akan lebih tidak dapat diandalkan dalam menyelesaikan setiap tugas dan selalu memiliki pandangan yang tidak pasti tentang pemikiran yang dimiliki. (Santrock, 2003)

Lerner Spanier (1980) mendefinisikan harga diri sebagai sebuah penilaian konsep diri secara negatif dan positif seseorang. Seperti yang dijabarkan oleh Mirels dan McPeck (1980), ada dua implikasi unik dari keyakinan yaitu berupa keyakinan akademik dan keyakinan non akademik. Keyakinan akademik diwakili oleh orang-orang yang memiliki keyakinan akademik tinggi tetapi mengalami keyakinan non akademik rendah ketika penampilan fisiknya, seperti postur tubuh kurang menarik. Sebaliknya, gambaran keyakinan non akademik adalah ketika seseorang merasa kurang berharga karena gagal di sekolah, terutama dalam hal keterampilan verbal (Ghufron & Rini, 2010)

Menurut definisi di atas, harga diri merupakan penilaian seseorang pada dirinya berdasarkan hubungannya dengan orang lain. Ini juga menunjukkan seberapa besar kepercayaan diri yang dimiliki seseorang dan seberapa berguna dan mampu bekerja melalui tantangan apa pun yang dihadapi.

## **10. Aspek Harga Diri**

Menurut Hidayat (2020:103) harga diri mengandung empat aspek, di antaranya:

### **a. Keberartian diri (*Significance*)**

Kesuksesan seseorang dapat diukur dari seberapa disukai dan dihargainya oleh orang-orang di lingkungan terdekatnya. Harga diri seseorang sangat



dipengaruhi oleh kasih sayang dan perhatian, dan jika tidak mendapatkan cukup dari keduanya, akan memiliki harga diri yang negatif atau rendah dan tidak dapat menerima diri sendiri.

b. Kekuatan individu (*power*)

Kapasitas untuk mengarahkan perilaku sendiri dan orang lain. Jika kontrol ini dilakukan dengan baik, orang akan mengembangkan harga diri yang positif atau tinggi. Namun, jika individu tersebut tidak memiliki pengendalian diri, hal sebaliknya akan terjadi. Orang dengan kekuasaan tinggi juga akan memiliki inisiatif yang tinggi karena kekuatan terkait dengan inisiatif.

c. Kompetensi (*competence*)

Kompetensi didefinisikan sebagai upaya individu untuk melakukan dengan baik lintas kelompok umur. Individu kompeten untuk menumbuhkan harga diri yang tinggi jika upaya yang dilakukan sebanding dengan tuntutan dan harapan. Sebaliknya, seseorang akan mengalami perasaan tidak kompeten dan rendah diri jika secara konsisten gagal memenuhi harapan dan tuntutan. Mampu melaksanakan tugas, bertanggung jawab, mampu menghadapi berbagai situasi sosial, mencapai kesuksesan, dan mampu mengambil keputusan sendiri adalah ciri-ciri orang yang berkompeten.

d. Kebajikan dalam menaati peraturan (*virtue*)

Individu akan diterima dengan baik oleh masyarakat dan lingkungan tempat tinggalnya jika mematuhi aturan, terutama yang diatur oleh etika dan norma. Perkembangan harga diri yang tinggi akan difasilitasi oleh penerimaan lingkungan yang tinggi (Avelina et al., 2022).

Dari penjabaran di atas dapat disimpulkan bahwa harga diri mempunyai empat aspek di antaranya yaitu keberartian diri (*Significance*), yang dapat diukur dengan perhatian dan kasih sayang dari orang-orang di sekitar; kompetensi (*competence*), yang merujuk pada upaya individu untuk mencapai keberhasilan, kepatuhan individu, dan ketaatan individu (*virtue*), yang mengacu pada kemampuan individu untuk memimpin dengan memberi contoh di lingkungan sekitarnya.

### **11. Faktor yang Memengaruhi Harga Diri**

Harga diri seseorang tumbuh sebagai hasil dari bagaimana dia berinteraksi dengan lingkungannya, berapa banyak penghargaan yang dia terima, dan apakah orang lain menerima dan memahaminya atau tidak. Faktor-faktor berikut dapat memengaruhi harga diri seseorang:

a. Faktor jenis kelamin

Menurut Ancok dkk. (1988), perempuan dan laki-laki memiliki tingkat harga diri yang berbeda. Karena dianggap kurang mampu, kurang percaya diri, atau merasa lemah dan membutuhkan perlindungan, wanita selalu memiliki harga diri yang lebih rendah daripada pria. Ini mungkin karena masyarakat memiliki harapan yang berbeda dan peran yang berbeda untuk laki-laki dan perempuan sebagai orang tua. Penelitian Hidayat (2020:103) menunjukkan bahwa wanita kurang percaya diri lebih dari pria.

b. Intelegensi

Karena pengukuran inteligensi seringkali didasarkan pada kemampuan akademis, maka inteligensi merupakan gambaran menyeluruh dari individu dengan kapasitas fungsional dan terkait erat dengan prestasi. Hidayat

(2020:103) menyatakan sukses akan lebih besar bagi yang memiliki harga diri tinggi daripada yang memiliki harga diri rendah. Tingkat aspirasi, upaya terus-menerus, dan skor kecerdasan yang lebih tinggi semuanya terkait dengan harga diri yang tinggi.

c. Kondisi fisik

Hubungan yang konsisten antara tinggi badan, daya tarik fisik, dan harga diri. Orang yang menarik secara fisik cenderung memiliki tingkat harga diri yang lebih tinggi daripada orang yang kurang menarik secara fisik.

d. Lingkungan keluarga

Anak-anak belajar pertama kali dalam keluarga, dan peran yang dimainkan keluarga dalam perkembangan harga diri merupakan faktor yang besar. Anak-anak bertemu orang tua untuk pertama kalinya, yang bertanggung jawab atas pendidikan dan pengasuhan. Selain itu juga sebagai tempat sosialisasi awal sebelum anak meninggalkan lingkungan yang lebih besar. Coopersmith (Hidayat, 2020) bahwa jika anak diperlakukan dengan adil, diberi kesempatan untuk aktif, dan dididik secara demokratis, mengembangkan harga diri yang tinggi.

e. Lingkungan sosial

Menurut Klass dan Hodge (1978), langkah pertama dalam mengembangkan harga diri adalah seseorang menyadari apakah dirinya berharga atau tidak. Ini karena proses di lingkungannya, penghargaannya, penerimaannya, dan bagaimana orang lain memperlakukannya. Sementara itu, Hidayat (2020:103) menyatakan bahwa tujuan dan metode seseorang dalam melakukan sesuatu

dapat digunakan untuk meningkatkan harga dirinya dan pasangannya. Persaingan, lingkungan, kesuksesan di sekitarnya, dan nilai-nilai yang bernilai tinggi semuanya dapat berkontribusi pada kesuksesan ini. Menurut Branden (1981), berbagai metrik, termasuk kerja, pendapatan, penghargaan dari orang lain, dan promosi atau promosi, memengaruhi harga barang di lokasi ritel.

Selain itu, setidaknya ada dua faktor yang dapat memengaruhi harga suatu produk yaitu faktor dalam seperti jenis kelamin, kecerdasan, dan kondisi fisik, dan faktor eksternal seperti lingkungan sosial, keluarga, dan sosial. (Ghufron & Rini, 2010)

## **12. Harga Diri menurut Pandangan Islam**

Dalam ajaran Islam mengutamakan tiga poin penting dalam memandang harga diri yaitu 'Izzah (kemuliaan diri), Muru'ah (menjaga kehormatan diri), dan 'Iffah (menahan diri). Ketiga ajaran yang disebutkan merupakan ajaran yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya. 'Izzah berarti kemuliaan, kemuliaan yang dimaksud yaitu seseorang yang beriman harus selalu mendekati diri kepada Allah SWT dan selalu bertaqwa kepada-Nya. Muru'ah yaitu menjaga tingkah laku dan kehormatan diri dengan melakukan hal baik. 'Iffah yaitu ketika manusia dapat mengendalikan syahwat dan akal sehatnya (Yadi, 2021).

Firman Allah SWT pada surat Al-Hujarat ayat 13, sebagai berikut:

...إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ...

Artinya: “Sungguh, yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertaqwa”

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa kemuliaan didapatkan jika seseorang bertaqwa kepada Allah SWT. Menjaga tingkah laku dan menjaga kehormatan diri dengan melakukan hal-hal baik dan menjauhi segala hal buruk, menerapkan semua ajaran untuk memperbaiki dan memperindah diri serta menyingkirkan semua hal yang dapat menodai diri. Surah ini mengandung tuntunan agama serta prinsip-prinsip moral yang dengan memperhatikannya akan tercipta kehidupan bahagia bagi setiap individu sekaligus terwujudnya suatu sistem kemasyarakatan yang mantap saleh dan sejahtera (Tafsir Quraish Jilid 13 Hlm. 224)

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa seseorang yang memiliki harga diri yaitu seseorang yang mampu memuliakan diri (*'Izzah*), menjaga kehormatan diri (*Muru'ah*), dan dapat menahan diri (*Iffah*) sehingga menjadi pribadi yang selalu beriman, bertaqwa dan mulia dihadapan Allah SWT.

## **B. Hubungan antara Kepercayaan Diri dan Harga Diri dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram***

Intensitas penggunaan *Instagram* merupakan ukuran waktu yang menggambarkan seberapa tinggi penggunaan *Instagram* responden, yaitu berdasarkan estimasi durasi (dalam jam) mengakses *Instagram* dalam sehari. Salah satu faktor penggunaan *Instagram* adalah adanya kepercayaan diri dan harga diri pengguna. Aspek-aspek kepercayaan diri menurut Lauster (2002:4), di antaranya:

1) Keyakinan pada kemampuan diri; 2) Optimis; 3) Objektif; 4) Bertanggung jawab, Rasional dan realistis. Sedangkan Aspek-aspek harga diri menurut Hidayat (2020:103), di antaranya: 1) Keberartian diri (*Significance*); 2) Kekuatan individu (*power*); 3) Kompetensi (*competence*); dan 4) Kebajikan individu dalam menaati peraturan (*virtue*).

Percaya diri dicirikan sebagai keyakinan pada kemampuan diri sendiri, keyakinan diri muncul dari keinginan sendiri untuk melakukan semua yang dibutuhkan sepanjang hidup sehari-hari. Kepercayaan diri adalah keyakinan bahwa seseorang mampu memecahkan masalah dan membawa nilai yang luar biasa bagi orang lain. Belajar dari pengalaman sendiri adalah salah satu pendekatan untuk pemecahan masalah, melalui proses pembelajaran dan terutama melalui interaksi dengan lingkungan, rasa percaya diri dapat dibentuk dan dikembangkan. Hal tersebut akan memberikan keberartian diri dan kekuatan pada individu untuk melakukan tindakan yang diinginkan. Beberapa tindakan yang muncul di antaranya keinginan untuk menunjukkan kemampuan dan mendapat perhatian. Individu dengan kepercayaan diri tinggi akan lebih berani dalam lingkungan sosial dibandingkan dengan individu dengan kepercayaan diri rendah. Pada dasarnya, media sosial memberikan banyak manfaat misalnya secara spesifik dengan akses ke data dan hubungan dengan orang lain tanpa hambatan nyata. Tujuan utama media sosial adalah untuk terhubung dengan orang-orang di tempat lain, mengenal, dan memuaskan keingintahuan individu tentang informasi tentang teman online. Jenis data yang dapat diakses melalui hiburan online, profil, menggabungkan item

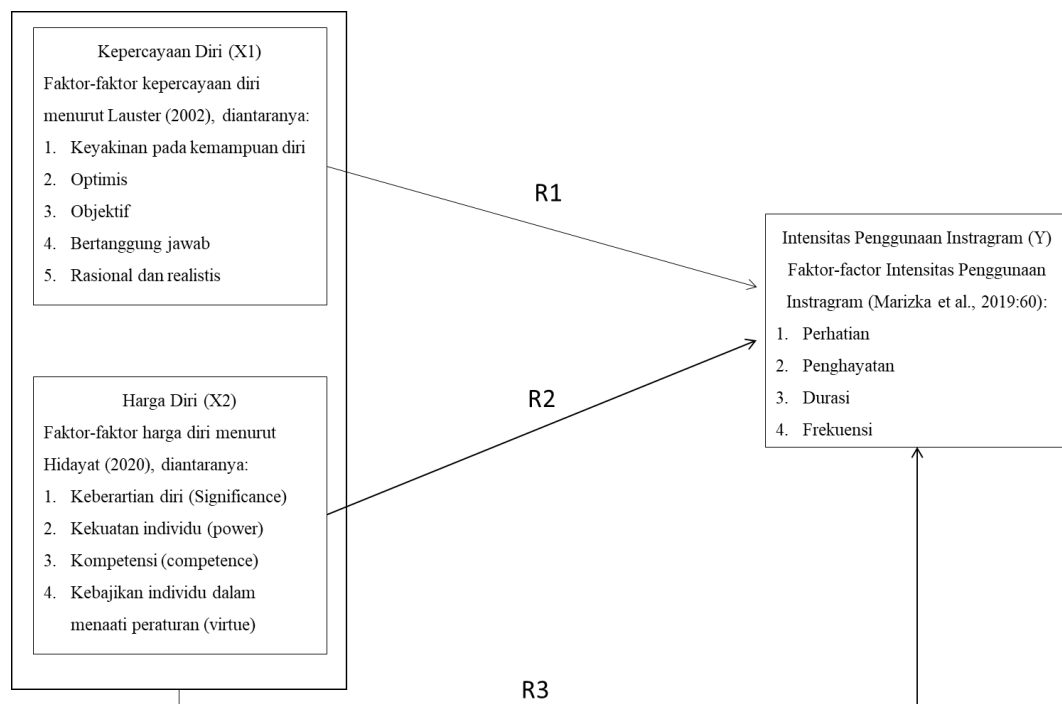
yang berbeda, seperti foto, status, yang semuanya menggambarkan diri sendiri. Media sosial dapat digunakan untuk melihat tingkat kepercayaan diri seseorang.

Rasa optimis pengguna media sosial *Instagram* dapat diperoleh dari respon pengguna lain. Pengguna yang sering mem-*posting* foto ataupun video di *Instagram* menunjukkan bahwa siswa/siswi tersebut mempunyai tingkat kepercayaan diri yang tinggi sehingga berani untuk mem-*posting*. Ini karena orang berinteraksi dengan lingkungan dan media sosial, seperti ketika banyak pengikut menyukai dan mengomentari *postingan* untuk meningkatkan kepercayaan diri. Sebaliknya, orang tidak terlalu suka akan lebih enggan mem-*posting* foto atau video di *Instagram* dan akan merasa lebih tidak nyaman melakukannya. Pengguna yang terbiasa *posting* dalam *Instagram* merupakan individu yang percaya diri karena menurut penilaiannya fisiknya cukup baik dan menarik terlebih ketika mendapatkan penilaian positif dari orang lain seperti *likes* dan komentar yang baik akan menambah rasa percaya diri dan bangga dengan dirinya sendiri serta merasa bahwa dirinya berharga. Hal tersebut dapat membentuk rasa optimis pada seseorang.

Sikap pengguna *Instagram* yang bertanggung jawab, rasional dan realistis dapat menunjukkan tingkat harga diri pada aspek *virtue* (kebajikan individu dalam menaati peraturan). Pengguna yang melakukan aktivitas menggunakan *fitur Instagram* sesuai dengan aturan menandakan pengguna tersebut mempunyai harga diri yang baik, misalnya pengguna mem-*posting* video di *Instagram* yang menampilkan bakat bernyanyi dengan sesuai aturan dan tidak mengandung unsur penghinaan kepada yang lain, maka menandakan pengguna tersebut mempunyai harga diri yang tinggi. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa

terdapat hubungan antara kepercayaan diri dan harga diri terhadap remaja yang menggunakan *Instagram*. Pengguna *Instagram* yang mempunyai kepercayaan diri dan harga diri yang tinggi akan lebih berani untuk berinteraksi dengan orang lain dibandingkan dengan pengguna *Instagram* yang memiliki kepercayaan diri dan harga diri yang rendah. Selain itu, pengguna *Instagram* yang mempunyai harga diri tinggi akan menunjukkan tindakan yang sesuai aturan.

### C. Skema Hubungan antara Kepercayaan Diri dan Harga Diri dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* pada Siswa/Siswi SMK



**Gambar 2.1** Kerangka Berpikir

Dari bagan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa skema hubungan antara kepercayaan diri dan harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada remaja terletak pada bagaimana cara individu sebagai pengguna



menggunakan aplikasi *Instagram*, yang mana aplikasi tersebut membutuhkan aspek percaya diri dan harga diri untuk dapat berinteraksi dengan pengguna yang lainnya.

#### **D. Hipotesis**

Hubungan sementara, terkaan, atau masih lemah antara dua variabel atau lebih disebut hipotesis (Anshori & Iswati, 2009:80). Suatu hipotesis dapat dirumuskan berdasarkan latar belakang yang menjadi landasan teori bagi permasalahan yang dibahas di atas:

Ho1 : Tidak ada hubungan antara kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada siswa/siswi SMK

Ha1 : Ada hubungan antara kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada siswa/siswi SMK

Ho2 : Tidak ada hubungan antara harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada siswa/siswi SMK

Ho2 : Ada hubungan antara harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada siswa/siswi SMK

Ho3 : Tidak ada hubungan antara kepercayaan diri dan harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada siswa/siswi SMK

Ho3 : Ada hubungan antara kepercayaan diri dan harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada siswa/siswi SMK

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, terdapat tiga hipotesis dalam penelitian ini. Pertama, ada hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada siswa/siswa SMK dengan kepercayaan diri; kedua ada hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada siswa/siswa SMK dengan harga

diri; dan ketiga ada hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada siswa/siswa SMK dengan kepercayaan diri dan harga diri.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian korelasional merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Tanpa memanipulasi variabel-variabel yang bersangkutan, penelitian korelasional bertujuan untuk menguji keeratan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Data yang dikumpulkan dari penelitian ini adalah data asli dan alami (Sugiyono, 2018:213). Pendekatan kuantitatif kemudian digunakan dalam penelitian ini. Dalam penulisan proposal penelitian, proses, hipotesis, pengambilan data, analisis data, dan kesimpulan data, pendekatan kuantitatif memanfaatkan aspek pengukuran, perhitungan, formula, dan keakuratan data numerik (Musianto, 2002:125).

#### **B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

##### **A. Intensitas Penggunaan Media Sosial (Y)**

Variabel dependen yang digunakan peneliti dalam penelitian ini ialah Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram*. Variabel dependen disebut variabel terikat merupakan variabel yang tergantung pada variasi independen, variabel yang diasumsikan merupakan hasil atau akibat pengaruh dari variabel independen. Variabel dependen atau terikat mempunyai sebutan lain seperti variabel konsekuen, variabel efek, variabel hasil, atau variabel kriteria. Dalam istilah statistik variabel dependen umumnya dilambangkan dengan huruf kapital latin Y (Supratiknya, 2015:160).

Aktivitas yang dilakukan oleh seseorang untuk menggunakan perangkat disebut dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram*. Skala intensitas penggunaan media sosial yang dikembangkan oleh peneliti di antaranya yaitu perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi (Marizka et al., 2019:160). Apabila diperoleh skor tinggi maka akan semakin tinggi pula tingkat intensitas penggunaan media sosial pada remaja.

#### B. Kepercayaan Diri (X1) dan Harga Diri (X2)

Variabel independen atau variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kepercayaan Diri (X1) dan Harga Diri (X2). Variasi variabel bebas diasumsikan dapat menjelaskan sebagian atau seluruh variasi variabel terikat, atau variabel bebas dalam bahasa Indonesia. Variabel independen adalah variabel yang cenderung memengaruhi atau berdampak pada hasil tertentu. Variabel anteseden, variabel perlakuan (berasal dari kata "perawatan"), variabel yang dimanipulasi, dan variabel prediktor adalah semua nama lain untuk variabel ini. Ibukota Latin X biasanya berfungsi sebagai simbol untuk variabel independen dalam istilah statistik (Supratiknya, 2015:160).

Keyakinan seseorang dapat mencapai sesuatu sesuai kemampuan memungkinkan untuk mengembangkan potensi, bertanggung jawab, dan memiliki tujuan hidup. Skala kepercayaan diri yang dikembangkan oleh peneliti dan berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Lauster (2002:4) di antaranya yaitu keyakinan terhadap kemampuan diri, optimis,

objektif, bertanggung jawab, rasional dan realistis. Pada aspek ini, jika skor yang didapatkan tinggi maka kepercayaan diri pada remaja akan tinggi, namun jika hasilnya lebih rendah maka kepercayaan diri pada remaja juga rendah.

Harga diri seseorang merupakan penilaian atau evaluasi terhadap dirinya sendiri, baik secara positif maupun negatif, berdasarkan hubungannya dengan orang lain. Ini menunjukkan betapa percaya diri pada diri sendiri, betapa bergunanya, dan seberapa baik dapat menangani setiap tantangan yang hadapi. Variabel harga diri dapat diukur dengan menggunakan skala harga diri yang dibuat oleh penulis dan berpedoman pada aspek-aspek yang dikemukakan oleh Hidayat (2020:103). Di antaranya yaitu, keberartian diri (*Significance*), kekuatan individu (*power*), kompetensi (*competence*), kebajikan dalam menaati peraturan (*virtue*). Jika skor yang diperoleh tinggi maka harga diri pada individu cenderung tinggi, namun jika skor yang diperoleh rendah, maka harga diri pada individu juga rendah.

### **C. Tempat dan Waktu Penelitian**

#### **1. Tempat Penelitian**

Tempat pelaksanaan yang akan digunakan untuk penelitian berlokasi di SMK Ma'arif NU Doro yang beralamatkan di Dukuh Kasotengah, Desa Doro, Kecamatan Doro, Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah 51191.

## 2. Waktu Penelitian

Peneliti mengagendakan penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Agustus 2023.

### **D. Sumber dan Jenis Data**

Terdapat dua jenis data berdasarkan sumbernya: data primer dan data sekunder. Hasil skor jawaban siswa SMK Ma'arif NU Doro dengan menggunakan skala merupakan sumber data primer penelitian ini. Skor ini diperoleh langsung dari peneliti. Data sekunder, di sisi lain, adalah informasi yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber yang ada seperti Badan Pusat Statistik (BPS), buku, laporan, dan jurnal, antara lain. (Siyoto & Sodik, 2015)

Dalam penelitian kuantitatif, jenis datanya adalah bilangan atau bilangan yang nantinya dapat diolah atau dianalisis dengan metode perhitungan matematis atau statistik. Hasil skor dengan mengisi skala intensitas penggunaan media sosial *Instagram*, kepercayaan diri, dan harga diri memberikan data berupa angka.

### **E. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

#### 1. Populasi

Seluruh kelompok orang atau objek yang menjadi subjek kajian dan memiliki ciri-ciri yang sama, seperti umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, daerah tempat tinggal, dan sebagainya disebut populasi. Sampel yang diteliti

bisa berupa sekelompok orang yang tinggal di sekolah, desa, atau daerah tertentu (Latipun, 2015)

Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh siswa XII SMK Ma'arif NU Doro dengan jumlah 461 siswa. Berikut rincian data jumlah siswa X, XI, XII SMK Ma'arif Nu Doro:

#### A. Kelas X

Tabel 3.1

Data Siswa Kelas X SMK Ma'arif NU Doro

Jurusan	Kelas	Jumlah siswa
Teknik Bisnis Sepeda Motor (TBSM)	X TBSM 1	20 siswa
	X TBSM 2	20 siswa
	X TBSM 3	20 siswa
Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ)	X TKJ 1	20 siswa
	X TKJ 2	20 siswa
Akuntansi dan Keuangan Lembaga (AKL)	X AKL 1	19 siswa
Jumlah	119 siswa	

#### B. Kelas XI

Tabel 3.2

Data Siswa Kelas XI SMK Ma'arif NU Doro

Jurusan	Kelas	Jumlah siswa
Teknik Bisnis Sepeda Motor	XI TBSM 1	31 siswa
	XI TBSM 2	30 siswa

(TBSM)	XI TBSM 3	30 siswa
Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ)	XI TKJ 1	30 siswa
	XI TKJ 2	30 siswa
Akuntansi dan Keuangan Lembaga (AKL)	XI AKL 1	30 siswa
Jumlah	181 siswa	

### C. Kelas XII

Tabel 3.3

Data Siswa Kelas XII SMK Ma'arif NU Doro

Jurusan	Kelas	Jumlah siswa
Teknik Bisnis Sepeda Motor (TBSM)	XII TBSM 1	27 siswa
	XII TBSM 2	25 siswa
Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ)	XII TKJ 1	29 siswa
	XII TKJ 2	27 siswa
	XII TKJ 3	28 siswa
Akuntansi dan Keuangan Lembaga (AKL)	XII AKL 1	25 siswa
Jumlah	161 siswa	

Tabel 3.4

Data Jumlah Keseluruhan Populasi Siswa SMK Ma'arif NU Doro

Kelas	Jumlah Populasi
-------	-----------------



Kelas X	119 Siswa
Kelas XI	181 Siswa
Kelas XII	161 Siswa
Total Populasi	461 Siswa

## 2. Sampel

Sampel, yang merupakan bagian dari populasi umum, biasanya digunakan dalam penelitian. Sampel subjek penelitian harus merupakan representasi yang baik dari populasi umum. Oleh karena itu, tidak setiap subyek akan cukup dipelajari untuk diwakili oleh banyak subyek (Latipun, 2015). Peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode yang dikenal dengan *probability sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap komponen (anggota) populasi untuk digunakan. Rumus Slovin digunakan untuk memilih sampel untuk penelitian ini: sampel: (Sugiyono, 2007).

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Besaran sampel

N = Besaran populasi

e = Presentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang diperbolehkan Peneliti menggunakan

persentase 0,05, atau 5%, dalam hal ini. Rumus Slovin memungkinkan untuk menentukan nilai sejauh mungkin, sehingga spesialis memutuskan kecepatan kesalahan pengujian 5%. Tingkat ketelitian atau kesalahan yang dimiliki suatu sampel dapat diartikan sebagai banyaknya sampel yang tidak benar atau tidak representatif apabila sampel yang diambil berjumlah 100 orang. Langkah pertama ditentukan dalam pengambilan sampel. Karena ukuran populasi diketahui, perhitungan berikut dapat digunakan untuk mengambil sampel:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{461}{1+461(0,05)^2}$$

$$n = \frac{461}{1+461(0,0025)}$$

$$n = \frac{461}{2,1525}$$

$$n = 214$$

Jika jumlah populasi adalah 461 siswa, maka hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa terdapat 214 siswa yang dibutuhkan untuk penelitian ini untuk menjadi sampel.

### 3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel adalah salah satu di mana berbagai metode pengambilan sampel digunakan untuk memilih sampel

penelitian. Peneliti menggunakan proportional stratified random sampling dan probability sampling dalam penelitian ini. Apabila populasi memiliki anggota atau unsur yang tidak homogen dan bertingkat secara proporsional, maka digunakan metode ini. Populasi dibagi menjadi strata menggunakan metode ini. Usia, tingkat pendidikan, jenis kelamin, agama, dan faktor lainnya semuanya dapat dimasukkan dalam strata ini. Dengan menggunakan rumus berikut, jumlah sampel bertingkat ditentukan dengan menggunakan metode pengambilan sampel acak bertingkat proporsional (Sugiyono, 2007):

$$S = \frac{N_i}{N} \times n$$

Keterangan:

S : Ukuran sampel

n : Jumlah total sampel

N<sub>i</sub> : Jumlah anggota strata populasi

N : Jumlah anggota populasi keseluruhan

Penentuan jumlah sampel dengan teknik proportionate stratified random sampling, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.5  
Data Perhitungan Sampel  
Menggunakan Teknik *Propotionate Stratified Random Sampling*

Kelas	Populasi Siswa	Sampel
Kelas X	119	$S = \frac{119}{461} \times 214$ S = 55
Kelas XI	181	$S = \frac{181}{461} \times 214$ S = 84
Kelas XII	161	$S = \frac{161}{461} \times 214$ S = 75
Jumlah	461	214

#### F. Teknik Pengumpulan Data

Metode skala digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini. Istilah "skala" mengacu pada perangkat untuk mengukur dan menghasilkan data kuantitatif. Skala Likert digunakan untuk skala dalam penelitian ini. Skala Likert menurut Sugiyono (2000) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial (Ardial, 2014).

Skala kepercayaan diri, harga diri, dan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* digunakan dalam skala penelitian ini. Empat skor jawaban yang digunakan oleh ketiga skala tersebut adalah sangat setuju, setuju, tidak

setuju, dan sangat tidak setuju. Skala tersebut kemudian disusun dengan menggunakan item pernyataan favorable (mendukung) dan item pernyataan unfavorable (tidak mendukung). Pada skala ini, nomor penelitian diurutkan dari satu sampai empat. Tabel berikut menampilkan skor pernyataan terkait variabel kepercayaan diri, harga diri, dan sejauh mana seseorang menggunakan media sosial:

Tabel 3.6  
Kriteria Skor Penilaian Skala

<b>Kategori</b>	<b>Favorable</b>	<b>Unfavorable</b>
SS (Sangat Setuju)	4	1
S (Setuju)	3	2
TS (Tidak Setuju)	2	3
STS (Sangat Tidak Setuju)	1	4

Adapun skala yang digunakan, ialah sebagai berikut :

1. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Skala intensitas penggunaan media sosial mengacu pada aspek-aspek yang terdiri dari perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi (Marizka et al., 2019:160).

Tabel 3.7  
Blue Print Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
Perhatian	Rasa perhatian yang besar dalam mengakses media sosial yang digemarinya	1, 2	3, 4	4
Pemghayatan	Memahami dan menyerap segala informasi yang diperoleh dari sosial media	5, 6	7, 8	4
Durasi	Selang waktu dalam mengakses media sosial dalam satuan jam	9, 10	11, 12	4
Frekuensi	Pengulangan dalam membuka situs media sosial	*13, 14	15, 16	4
Keterangan: *Tidak Valid				

## 2. Skala Kepercayaan Diri

Skala kepercayaan diri mengacu pada aspek-aspek yang dikemukakan oleh Lauster (2002:4) yang terdiri dari keyakinan terhadap kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, rasional dan realistis.

Tabel 3.8  
Blue Print Skala Kepercayaan Diri

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
Keyakinan pada diri sendiri	Percaya pada kemampuan diri sendiri	1, 2	7, 8	4
Optimis	Memiliki sikap yang positif dalam menghadapi segala hal tentang kemampuan yang dimiliki	*5, 6	11, 12	4
Objektif	Memiliki harapan yang realistis dan cara pandang terhadap semua hal sesuai keadaan sebenarnya	9, 10	15, 16	4
Bertanggung jawab	Memiliki keberanian untuk menggung segala sesuatu yang	13, 14	19, 20	4

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
	menjadi konsekuensinya			
Rasional dan realistis	Mampu menganalisis dan menentukan langkah yang pasti dalam menyelesaikan masalah atau konflik dengan menggunakan pemikiran yang masuk akal	*17, 18	3, 4	4
Keterangan: *Tidak Valid				

### 3. Skala Harga Diri

Skala harga diri mengacu pada aspek-aspek yang dikemukakan oleh Hidayat (2020:103) di antaranya yaitu, keberartian diri (*Significance*), kekuatan individu (*power*), kompetensi (*competence*), dan ketaatan individu dan kebajikan menaati aturan (*virtue*).

Tabel 3.9

#### Blue Print Skala Harga Diri

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
Keberartian diri ( <i>Significance</i> )	Perhatian dan kasih sayang dari	1, 2	15,16	4



Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
	lingkungan sekitar			
Kekuatan individu ( <i>power</i> )	Inisiatif dan potensi yang dapat dikembangkan atau diunggulkan pada diri	3,4	9,10	4
Kompetensi ( <i>competence</i> )	Kemampuan untuk mencapai tujuan	*7,8	13, 14	4
Kebajikan menaati aturan ( <i>virtue</i> )	Memiliki kemampuan untuk memahami dan menaati aturan yang berlaku	5,6	11,12	4
Keterangan: *Tidak Valid				

## G. Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Menurut Azwar (2015: 101), istilah “validitas” yang mengacu pada sejauh mana ketelitian suatu alat ukur memenuhi fungsi ukurannya. Ghazali, (2018: 51), uji validitas digunakan untuk menilai legitimasi atau validitas suatu kuesioner. Validitas konstruk adalah validitas yang mempertanyakan seberapa jauh pengujian dapat mengukur apa yang perlu diukur sesuai dengan definisi yang telah diperhitungkan sebelumnya. Instrumen-instrumen tersebut dianalisis oleh para ahli di bidangnya (*expert judgement*) (Azwar, 2015:164). Menurut Sugiyono (2016:173) bahwa valid berarti instrumen mempunyai kemampuan mengukur secara tepat. Pengujian validitas instrument dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi *point biserial*. Rumus *point biserial* sebagai berikut:

$$r_{pbi} = \frac{M_p - M_t}{S_t} \sqrt{\frac{p}{q}}$$

(Arikunto 2013:93)

Keterangan:

- $r_{pbi}$  = koefisien korelasi biserial  
 $M_p$  = rerata skor dari subjek yang menjawab betul bagi item yang dicari validitasnya.  
 $M_t$  = rerata skor total  
 $S_t$  = standar deviasi dari skor jumlah proporsi  
 $p$  = proporsi deviasi dari skor yang menjawab benar  
 $p = \frac{\text{banyaknya siswa yang menjawab benar}}{\text{jumlah seluruh siswa}}$   
 $q$  = proporsi peserta didik yang menjawab tidak benar ( $q=1-p$ )

Hasil nilai r hitung pada masing-masing butir Butir yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel. Untuk sampel 25 siswa uji coba

diperoleh  $r$  tabel sebesar 0,396. Butir dianggap valid apabila mempunyai nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, dan Butir dianggap tidak valid apabila mempunyai nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel. Diperoleh data bahwa dari 20 butir pernyataan kepercayaan diri terdapat 18 butir memenuhi kriteria valid yang akan digunakan untuk tahap pengambilan data penelitian. Diperoleh data bahwa dari 16 butir pernyataan harga diri terdapat 15 butir memenuhi kriteria valid yang akan digunakan untuk tahap pengambilan data penelitian. Diperoleh data bahwa dari 16 butir pernyataan kepercayaan diri terdapat 15 butir memenuhi kriteria valid yang akan digunakan untuk tahap pengambilan data penelitian.

## 2. Uji Reliabilitas

Lestari dan Yudhanegara menegaskan (2017:206) reliabilitas suatu instrumen ketika diberikan pada subjek yang sama oleh individu yang berbeda, pada waktu yang berbeda, atau pada lokasi yang berbeda akan menghasilkan hasil yang sama atau hampir identik (tidak berbeda nyata). Nilai koefisien korelasi, dilambangkan dengan  $r$ , antara item atau item pernyataan dan pertanyaan dalam suatu instrumen adalah yang menentukan tingkat reliabilitasnya. Uji Reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach (Sugiyono, 2015: 365). Tolak ukur untuk menginterpretasikan derajat reliabilitas instrumen ditentukan berdasarkan kriteria variabel dikatakan baik apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $>$  dari 0,6 (Priyatno, 2013: 30). Hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut:

**Tabel 3.10** Hasil Uji Reliabilitas

Instrumen	Reliable	Keterangan
Kepercayaan Diri	0,876	Reliabel
Harga Diri	0,892	Reliabel
Intensitas Penggunaan Media	0,835	Reliabel

Dari uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* didapatkan koefisien korelasi ( $r$ ) Kepercayaan Diri, Harga Diri, dan Intensitas Penggunaan Media yaitu 0,89, 0,85, dan 0,83. Berdasarkan tabel 3.13 maka tingkat reliabilitas instrumen yang digunakan dalam penelitian adalah tetap/reliabel.

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dalam penelitian untuk menentukan apakah nilai residual atau variabel pengganggu dapat berdistribusi normal, seperti yang dikemukakan oleh Lestari dan Yudanegara (2017: 206). Pada penelitian ini akan dilakukan uji normalitas dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Suatu kumpulan data dikatakan tidak berdistribusi normal jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05, sedangkan kumpulan data yang memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dikatakan berdistribusi normal.

### 2. Uji Linieritas

Uji linieritas merupakan uji data yang digunakan dalam suatu penelitian untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antar variabel, sebagaimana dikemukakan oleh Lestari dan Yudanegara (2017: 208). Uji linieritas penting karena dapat digunakan untuk melihat apakah data penelitian bias berdasarkan

hasil analisis secara keseluruhan. Data dikatakan linier jika suatu hubungan memiliki nilai F signifikan lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Program SPSS menggunakan uji linieritas dengan tingkat signifikansi 0,05 dalam penelitian ini.

### 3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis penelitian ini mengukur kekuatan hubungan antara satu variabel terikat (terikat) dan dua variabel bebas (bebas) dengan menggunakan korelasi berganda (Sugiyono, 2014: 244). Menghitung korelasi sederhana antar variabel dengan menggunakan metode analisis korelasi product moment Pearson merupakan salah satu prasyarat untuk melakukan analisis korelasi berganda. Untuk menentukan apakah satu variabel independen dan satu variabel dependen berhubungan terlebih dahulu, digunakan metode analisis korelasi product moment Pearson.

**Tabel 3.11** Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

(Sugiyono, 2016:257)

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Deskripsi Subjek

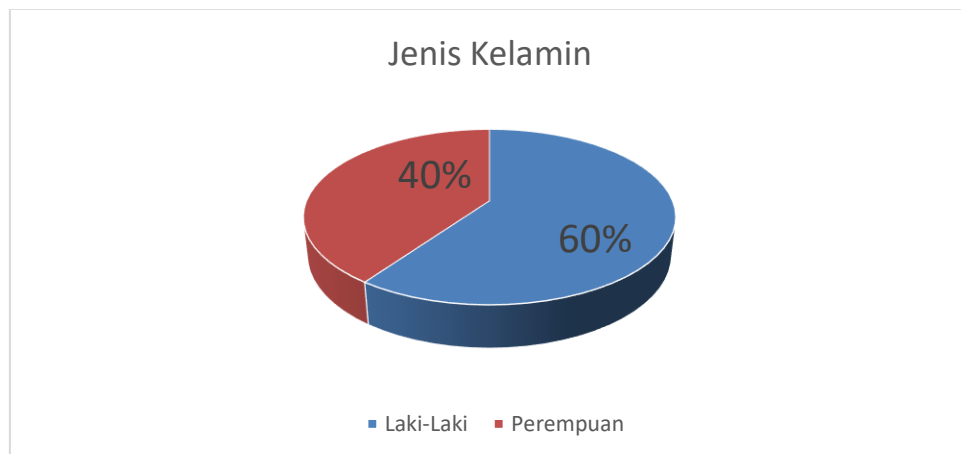
Subjek dalam penelitian ini yaitu siswa SMK Ma'arif NU Doro Kabupaten Pekalongan. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 214 siswa usia 16-19 tahun yang terdiri dari beberapa angkatan yaitu kelas X, kelas IX, dan kelas XI. Pengambilan sampel diambil berdasarkan perhitungan sampel dari populasi rumus slovin. Deskripsi data dari kepercayaan diri, harga diri, dan intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK diperoleh skor dengan menggunakan SPSS.

##### a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin subjek penelitian, sebaran subjek yang diperoleh dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

Gambar 4.1

Persentase Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin

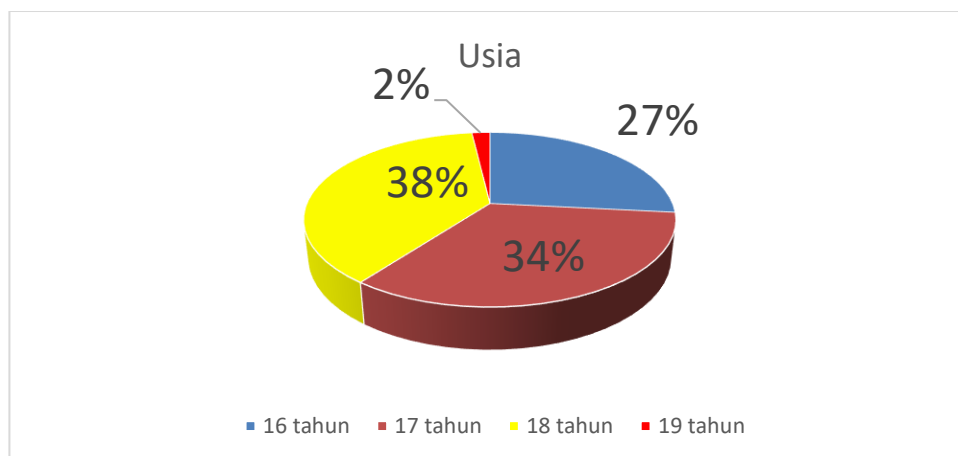


Berdasarkan diagram maka dapat dideskripsikan sebanyak 40% atau 86 orang berjenis kelamin perempuan dan 60% atau sebanyak 128 orang berjenis kelamin laki-laki.

b. Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia subjek penelitian, disusun dalam bentuk diagram lingkaran berikut:

Gambar 4.2  
Persentase Subjek Berdasarkan Usia

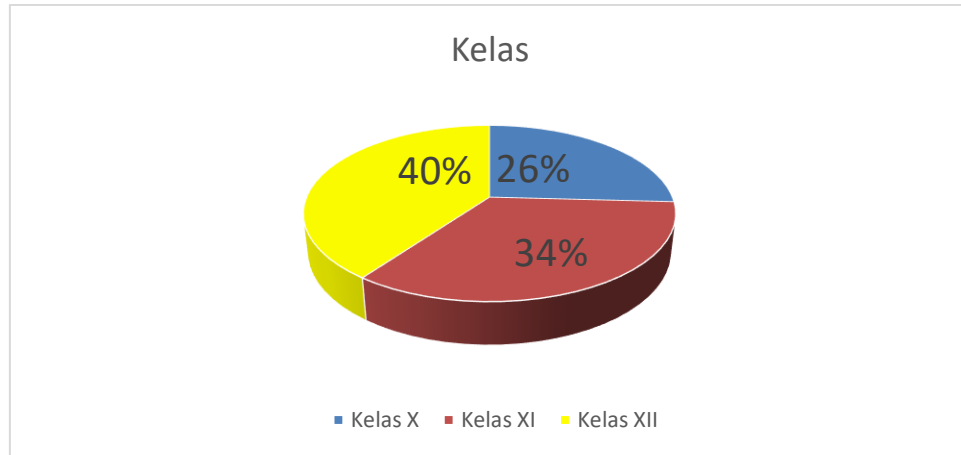


Berdasarkan diagram maka dapat dideskripsikan sebanyak 27% atau 57 siswa berusia 16 tahun, sebanyak 34% atau 72 siswa berusia 17 tahun, sebanyak 38% atau siswa berusia 18 tahun, dan sebanyak 2% atau siswa berusia 19 tahun.

c. Berdasarkan Angkatan

Berdasarkan angkatan subjek penelitian, disusun dalam bentuk diagram lingkaran berikut:

Gambar 4.3  
Persentase Subjek Berdasarkan Angkatan

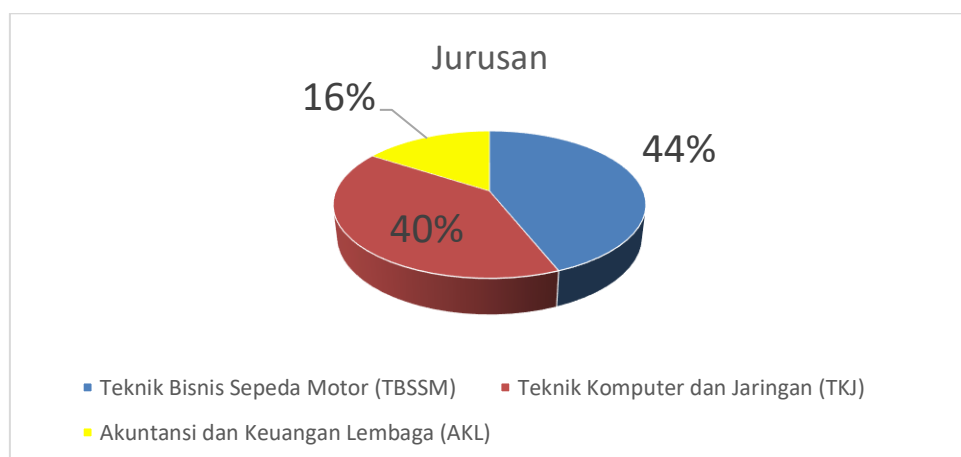


Berdasarkan diagram maka dapat dideskripsikan sebanyak 26% atau 55 siswa kelas X, sebanyak 34% atau 74 siswa kelas IX, sebanyak 40% atau 80 siswa kelas XI. Jumlah total 214 siswa.

d. Berdasarkan Jurusan

Berdasarkan jurusan subjek penelitian, sebaran subjek yang diperoleh dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

Gambar 4.4  
Persentase Subjek Berdasarkan Jurusan





Berdasarkan diagram maka dapat dideskripsikan sebanyak 44% atau 94 orang dari jurusan Teknik Bisnis Sepeda Motor (TBSSM), sebanyak 40% atau 86 orang dari jurusan Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ), dan sebanyak 16% atau 34 orang dari jurusan Akuntansi dan Keuangan Lembaga (AKL).

## 2. Kategorisasi Variabel Penelitian

Gambaran mengenai variabel-variabel penelitian disajikan pada tabel *descriptive statistics* yang menunjukkan angka minimum, maximum, mean dan standar deviasi masing-masing variabel. Kategorisasi pada variabel-variabel penelitian ini dibagi dalam tiga kategori yaitu, rendah, sedang dan tinggi.

Gambar 4.5  
Deskripsi Data Variabel Penelitian

		Statistics		
		X1_KP	X2_HG	Y_IPM
N	Valid	214	214	214
	Missing	0	0	0
Mean		47.6121	45.6963	41.7897
Std. Deviation		6.23966	5.14086	5.48559
Minimum		31.00	29.00	28.00
Maximum		70.00	56.00	54.00

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel kepercayaan diri (X1) skor data minimum adalah 31, skor data maksimum adalah 70, rata-rata (*mean*) sebesar 47,61 serta standar deviasi sebesar 6,23 Pada variabel harga diri (X2) skor minimum adalah 29, skor data maksimum adalah 56, rata-rata (*mean*) sebesar 47,69 dan standar deviasi sebesar 5,14. Selanjutnya, pada variabel intensitas penggunaan media *Instagram* (Y) skor data minimum adalah

28, skor data maximum adalah 54, rata-rata (*mean*) sebesar 41,78 dan standar deviasi sebesar 5,48. Berdasarkan tabel deskriptif di atas, maka dapat dikategorikan sebagai berikut :

a. Kategorisasi Variabel Intensitas Penggunaan Media *Instagram*

Tabel 4.1

Kategorisasi Skor Variabel Intensitas Penggunaan Media *Instagram*

<b>Rumus Interval</b>	<b>Rentang Nilai</b>	<b>Kategorisasi Skor</b>
$X < (\text{Mean} - 1\text{SD})$	$< 37$	Rendah
$(\text{Mean} - 1\text{SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1\text{SD})$	$37 - 47$	Sedang
$X \geq (\text{Mean}) + 1\text{SD}$	$> 47$	Tinggi

Berdasarkan tabel maka diperoleh skala pada variabel intensitas penggunaan media *Instagram*. Intensitas penggunaan media *Instagram* rendah jika mempunyai skor kurang dari 37, jika mempunyai skor 37-47 maka memiliki intensitas penggunaan media *Instagram* sedang, dan jika mempunyai skor lebih dari 47 maka memiliki intensitas penggunaan media *Instagram* tinggi. Hasil yang diperoleh dari intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK disajikan pada tabel berikut :

Gambar 4.6

Distribusi Subjek Variabel Intensitas Penggunaan Media *Instagram*

		Kategori			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	34	15.9	15.9	15.9
	Sedang	121	56.5	56.5	72.4
	Tinggi	59	27.6	27.6	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel maka dideskripsikan sebanyak 34 orang (15,9%) memiliki intensitas penggunaan media *Instagram* yang rendah, sebanyak 121 orang (56,5%) mempunyai intensitas penggunaan media *Instagram* sedang, dan sebanyak 59 orang (27,6%) mempunyai intensitas penggunaan media *Instagram* yang tinggi. Disimpulkan rerata pada intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK mempunyai tingkat kategori sedang.

b. Kategorisasi Variabel Kepercayaan Diri

Tabel 4.2

Kategorisasi Skor Variabel Kepercayaan Diri

Rumus Interval	Rentang Nilai	Kategorisasi Skor
$X < (\text{Mean} - 1\text{SD})$	< 42	Rendah
$(\text{Mean} - 1\text{SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1\text{SD})$	42-54	Sedang
$X \geq (\text{Mean}) + 1\text{SD}$	> 54	Tinggi

Berdasarkan tabel maka diperoleh skala pada variabel kepercayaan diri. Kepercayaan diri rendah jika mempunyai skor kurang dari 42, jika mempunyai skor 42 - 54 maka mempunyai kepercayaan diri sedang, dan jika mempunyai skor lebih dari 54 maka mempunyai kepercayaan diri tinggi. Hasil yang

diperoleh dari kepercayaan diri pada siswa/siswi SMK disajikan pada tabel berikut :

Gambar 4.7  
Distribusi Subjek Variabel Kepercayaan Diri

		Kategori			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	30	14.0	14.0	14.0
	Sedang	136	63.6	63.6	77.6
	Tinggi	48	22.4	22.4	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel maka dideskripsikan sebanyak 30 orang (14%) mempunyai kepercayaan diri yang rendah, sebanyak 136 orang (63,6%) mempunyai kepercayaan diri sedang, dan sebanyak 48 orang (22,4%) mempunyai kepercayaan diri yang tinggi. Disimpulkan rerata pada kepercayaan diri pada siswa/siswi SMK mempunyai tingkat kategori sedang.

c. Kategorisasi Variabel Harga diri

Tabel 4.3  
Kategorisasi Skor Variabel Harga diri

Rumus Interval	Rentang Nilai	Kategorisasi Skor
$X < (\text{Mean} - 1\text{SD})$	< 41	Rendah
$(\text{Mean} - 1\text{SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1\text{SD})$	41 – 51	Sedang
$X \geq (\text{Mean}) + 1\text{SD}$	> 51	Tinggi

Berdasarkan tabel maka diperoleh skala pada variabel harga diri. Harga diri rendah jika mempunyai skor kurang dari 41, jika mempunyai skor 41-51 maka mempunyai harga diri sedang, dan jika mempunyai skor lebih dari 51 maka

mempunyai harga diri tinggi. Hasil yang diperoleh dari harga diri pada siswa/siswi SMK disajikan pada tabel berikut:

Gambar 4.8  
Distribusi Subjek Variabel Harga diri

		Kategori			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	36	16.8	16.8	16.8
	Sedang	127	59.3	59.3	76.2
	Tinggi	51	23.8	23.8	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel maka dideskripsikan sebanyak 36 orang (16,8%) mempunyai harga diri yang rendah, sebanyak 127 orang (59,3%) mempunyai harga diri sedang, dan sebanyak 51 orang (23,8%) mempunyai harga diri yang tinggi. Disimpulkan rerata pada harga diri pada siswa/siswi SMK mempunyai tingkat kategori sedang.

## B. Uji Asumsi Dasar

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah penelitian mempunyai data yang normal atau tidak. Data normal dinilai dengan melihat persebaran nilai mendekati dan berada di sekitar garis tengah data. Uji *Kolmogorov Smirnov* dengan program SPSS.

Gambar 4.9

Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov Smirnov***One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		214
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.96652074
Most Extreme Differences	Absolute	.032
	Positive	.031
	Negative	-.032
Test Statistic		.032
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pada uji One Sample Kolmogorof-Smirnov terlihat nilai signifikansi (Asymp. Sig) sebesar 0,200. Berdasarkan tabel ini, tingkat signifikansi lebih dari 0,05. Maka data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

**2. Uji Linearitas**

Uji linearitas diharapkan dapat memutuskan apakah dua faktor yang diuji mempunyai hubungan yang lurus atau tidak. Penelitian ini menggunakan uji linearitas Trial of Linearity dengan SPSS 23 for Windows. Dua faktor dikatakan mempunyai hubungan lurus apabila nilai *deviation from linearity* lebih besar dari 0,05.

Gambar 4.10  
Hasil Uji Linieritas Variabel Kepercayaan Diri dengan Intensitas Penggunaan  
Media *Instagram*

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y_IPM * X1_KP	Between Groups	(Combined)	1837.992	31	59.290	2.360	.000
		Linearity	1053.353	1	1053.353	41.936	.000
		Deviation from Linearity	784.639	30	26.155	1.041	.416
	Within Groups	4571.545	182	25.118			
Total			6409.537	213			

Disimpulkan bahwa diperoleh nilai *deviation from linearity*  $0.416 > 0,05$  sehingga diartikan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media *Instagram*.

Gambar 4.11  
Hasil Uji Linieritas Variabel Harga Diri dengan Intensitas Penggunaan Media  
*Instagram*

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y_IPM * X2_HG	Between Groups	(Combined)	1355.797	24	56.492	2.113	.003
		Linearity	692.451	1	692.451	25.896	.000
		Deviation from Linearity	663.346	23	28.841	1.079	.372
	Within Groups	5053.740	189	26.739			
Total			6409.537	213			

Disimpulkan bahwa diperoleh nilai *deviation from linearity*  $0.372 > 0,05$  sehingga diartikan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel harga diri dengan intensitas penggunaan media *Instagram*.

### C. Hasil Analisis Data

Tahap selanjutnya setelah menguji hipotesis. Pengujian hipotesis dalam eksplorasi ini memanfaatkan korelasi *Pearson Product Moment* dengan bantuan aplikasi SPSS 23 for *Windows* yang dilakukan untuk melihat apakah ada

hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu kepercayaan diri (X1), harga diri (X2), dan intensitas penggunaan media *Instagram* (Y), maka untuk uji hipotesis dilakukan dengan tiga tahap, yaitu:

a. Uji hipotesis pertama

Peneliti menyusun hipotesis yaitu terdapat hubungan antara kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK. Berikut tabel hasil uji korelasi antara kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada siswa/siswi SMK.

Gambar 4.12

Hasil Uji Hipotesis Variabel Kepercayaan Diri dengan Intensitas Penggunaan Media *Instagram*

**Correlations**

		X1_KP	Y_IPM
X1_KP	Pearson Correlation	1	.405**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	214	214
Y_IPM	Pearson Correlation	.405**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	214	214

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel di atas, uji hipotesis dengan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* diperoleh nilai korelasi sebesar 0,405 yang termasuk pada kategori sedang dan mempunyai nilai sig. (2-tailed) antara kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media *Instagram* adalah 0,000. Korelasi terbukti signifikan jika kurang dari 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ) maka disimpulkan bahwa



variabel mempunyai korelasi yang signifikan.

Hasil pengujian antara kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media *Instagram* dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi dan nilai signifikansi dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau terdapat hubungan yang sedang antara kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK.

b. Uji hipotesis kedua

Peneliti menyusun hipotesis yaitu terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media *Instagram* dengan harga diri pada siswa/siswi SMK. Berikut tabel hasil uji korelasi antara intensitas penggunaan media *Instagram* dengan harga diri pada siswa/siswi SMK.

Gambar 4.13

Hasil Uji Hipotesis Variabel Harga Diri dengan Intensitas Penggunaan Media *Instagram*

**Correlations**

		X2_HG	Y_IPM
X2_HG	Pearson Correlation	1	.329**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	214	214
Y_IPM	Pearson Correlation	.329**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	214	214

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel di atas, uji hipotesis dengan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* diperoleh nilai korelasi sebesar 0,329 yang termasuk pada kategori rendah dan mempunyai nilai sig. (2-tailed) antara harga diri

dengan intensitas penggunaan media *Instagram* adalah 0,000. Korelasi terbukti signifikan jika kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) maka disimpulkan bahwa variabel mempunyai korelasi yang signifikan.

Hasil pengujian antara harga diri dengan intensitas penggunaan media *Instagram* dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi dan nilai signifikansi dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau terdapat hubungan yang rendah antara harga diri dengan intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK.

c. Uji hipotesis ketiga

Peneliti menyusun hipotesis yaitu terdapat hubungan antara kepercayaan diri dan harga diri dengan intensitas penggunaan media *Instagram* dengan kepercayaan diri pada siswa/siswi SMK. Berikut tabel hasil uji korelasi antara kepercayaan diri dan harga diri dengan intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK. Pada uji hipotesis ini, peneliti menggunakan analisis korelasi berganda.

Gambar 4.14

Hasil Uji Hipotesis Variabel Kepercayaan Diri dan Harga diri dengan Intensitas Penggunaan Media *Instagram*

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.425 <sup>a</sup>	.180	.173	4.99000	.180	23.205	2	211	.000

a. Predictors: (Constant), X2\_HG, X1\_KP

Berdasarkan table *Model Summary* dapat diketahui bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau ada hubungan antara kepercayaan diri dan harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada siswa/siswi SMK.

Besarnya hubungan antara kepercayaan diri dan harga diri dengan intensitas penggunaan media *Instagram* yang dihitung dengan koefisien korelasi adalah 0,425, hal ini menunjukkan hubungan yang sedang.

Tingkat signifikansi koefisien korelasi ganda dapat dilihat dari nilai probabilitas (*sig. F change*) = 0,000 karena nilai sig. F change  $0,000 < 0,05$ , maka korelasi antara variabel tersebut dinyatakan signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara kepercayaan diri dan harga diri dengan intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK.

Berdasarkan hasil analisis di atas, dilihat dari nilai koefisien korelasi dan signifikansi dapat disimpulkan pertama, bahwa terdapat hubungan yang sedang antara kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK. Kedua, terdapat hubungan yang rendah antara harga diri dengan intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK. Ketiga, terdapat hubungan yang sedang antara kepercayaan diri dan harga diri dengan intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK.

#### **D. Pembahasan**

Penelitian ini mempunyai tujuan menguji dan menggambarkan hubungan antara harga diri dan kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada siswa/siswi SMK. Terdapat tiga pokok pembahasan yaitu hubungan antar kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK, hubungan harga diri

dengan intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK, dan hubungan antara kepercayaan diri dan harga diri dengan intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK.

Hasil uji hipotesis pertama disimpulkan bahwa variabel mempunyai korelasi yang signifikan. Sesuai dengan hasil tersebut maka disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a1$  diterima atau terdapat hubungan antara kepercayaan diri dengan dengan Intensitas Penggunaan Media *Instagram* pada siswa/siswi SMK. Semakin tinggi kepercayaan diri pada siswa/siswi SMK, maka meningkatkan adanya pula Intensitas Penggunaan Media *Instagram* pada siswa/siswi SMK.

Kepercayaan diri adalah bentuk keyakinan seseorang dalam mengatasi masalah yang sedang dihadapi secara efektif dan membawa kesenangan bagi orang lain. Kepercayaan diri seseorang tergantung pada kapasitas untuk bertindak dan keyakinan untuk mampu mengatasi masalah sesuai dengan kesenangan, keinginan, optimisme, toleransi, dan tanggung jawab. Pengalaman hidup seseorang itulah yang membuat percaya diri. Kepercayaan diri dapat juga diartikan bentuk penerimaan diri dan kemampuan menyelesaikan masalah dengan efektif, kemampuan untuk berpikir positif, dan bekerja secara mandiri (Ghufron & Rini, 2010: 10). Penggunaan *Instagram* terkait dengan kepercayaan diri dalam penelitian ini. Menurut Raharjo (2020), perasaan positif dan berharga dapat dihasilkan dari tanggapan yang baik dari pengikut *Instagram*. Ketika merasa bahwa *Instagram* membuat perubahan yang baik dan mungkin dapat mengatasi masalah, maka akan didorong untuk mengulang dan terus meningkatkan rasa percaya diri. Tingkat kepercayaan diri seseorang dapat

diukur dengan menggunakan aspek-aspek kepercayaan diri seperti optimisme, kepercayaan diri, objektivitas, tanggung jawab, rasionalitas, dan realistikitas.

Hasil uji hipotesis kedua disimpulkan bahwa variabel mempunyai korelasi yang signifikan. Sesuai dengan hasil tersebut maka disimpulkan  $H_02$  ditolak dan  $H_a2$  diterima atau terdapat hubungan antara Harga Diri dengan Intensitas Penggunaan Media pada siswa/siswi SMK. Semakin tinggi harga diri pada siswa/siswi SMK, maka meningkatkan adanya pula Intensitas Penggunaan Media *Instagram* pada siswa/siswi SMK.

Harga diri, seperti yang didefinisikan oleh Santrock (1998), adalah dimensi evaluasi diri yang komprehensif. Konsep diri, di sisi lain, adalah evaluasi dari domain yang lebih spesifik. Dengan demikian, harga diri adalah bentuk penilaian secara baik dan buruk oleh seseorang terhadap diri sendiri (Desmita, 2017). Persepsi diri positif akan menumbuhkan rasa penerimaan dan penghargaan diri yang lebih besar, serta penolakan yang lebih besar terhadap menyalahkan diri sendiri. Orang yang positif seringkali merasa bangga terhadap diri sendiri dan siap saat mendapat tantangan. Sebaliknya, harga diri yang rendah pada seseorang akan memberikan dampak seseorang menganggap tidak berharga dan tidak efektif dan terus-menerus menyalahkan diri sendiri atas kekurangan. Hal tersebut juga terjadi pada pengguna *Instagram*.

Hasil uji hipotesis ketiga disimpulkan bahwa variabel mempunyai korelasi yang signifikan. Sesuai dengan hasil tersebut maka disimpulkan  $H_03$  ditolak dan  $H_a3$  diterima atau terdapat hubungan antara kepercayaan diri dan harga diri dengan Intensitas Penggunaan Media *Instagram* pada siswa/siswi

SMK. Semakin tinggi kepercayaan diri dan harga diri pada siswa/siswi SMK, maka meningkatkan adanya pula Intensitas Penggunaan Media *Instagram* pada siswa/siswi SMK.

Kepercayaan diri dan harga diri memiliki hubungan yang signifikan dengan Intensitas Penggunaan Media *Instagram*. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Penelitian oleh Lutfitasari, C pada tahun 2022 berjudul “Kepercayaan Diri Generasi Milenial Pengguna Media Sosial Instagram”. Hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan Diri berpengaruh positif pada pengguna Media Sosial Instagram. Para generasi milenial pengguna Instagram sangat bervariasi mengekspresikan dirinya yang ditunjukkan dengan menampilkan hobi dan kegemarannya. seperti berlibur, ber-make up, bernyanyi atau pada saat memamerkan OOTD dengan penampilan terbaik versi mereka di Instagram.

Penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ivana Rizki, A., & Ruhaena, L. (2017) berjudul “Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan harga diri”. Informasi dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan survei tentang kekuatan tujuan hiburan virtual *Instagram* dan skala kepercayaan. Konsekuensi dari pemeriksaan informasi menggunakan rho Spearman menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang kritis antara kekuatan tujuan hiburan berbasis web *Instagram* dan kepercayaan diri.

Penelitian ini juga sudah mencapai tujuannya yaitu untuk membuktikan dan menguatkan teori dengan realita yang telah dikemukakan sebelumnya oleh

Hidayati, SRN, & Savira, SI (2021), yang menyatakan bahwa terdapat kepercayaan diri dengan Intensitas Penggunaan Media *Instagram*, semakin tinggi rasa percaya diri maka semakin tinggi pula intensitas penggunaan media *Instagram*. Selain itu penelitian yang telah dilakukan oleh Ivana Rizki, A., & Ruhaena, L. (2017) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara harga diri dengan Intensitas Penggunaan Media *Instagram*. Hubungan positif menunjukkan bahwa semakin tinggi harga diri maka meningkatkan adanya Intensitas Penggunaan Media *Instagram*. Sebaliknya, apabila diperoleh skor rendah pada harga diri, maka menurunkan Intensitas Penggunaan Media *Instagram*. Belum ada penelitian yang meneliti 3 variabel sekaligus yaitu kepercayaan diri, harga diri, dan Intensitas Penggunaan Media *Instagram*. Penelitian terdahulu yang menjadi referensi hanya meneliti hubungan kepercayaan diri dengan Intensitas Penggunaan Media *Instagram* ataupun harga diri dengan Intensitas Penggunaan Media *Instagram*. Oleh karena itu, peneliti meneliti variabel tersebut untuk pembaharuan penelitian.

Secara umum, penelitian ini tidak lepas dari kekurangan, mengingat keterbatasan informasi dalam memperoleh literatur dalam terhadap ketiga faktor tersebut dan cakupan sampel variabel ini terlalu terbatas, khususnya hanya mencakup mahasiswa SMK Ma'arif NU Doro Kabupaten Pekalongan. Saran oleh peneliti adalah sampel dalam penelitian ini diperluas dan melakukan penelitian di tempat berbeda, serta meneliti faktor lain yang memengaruhi intensitas penggunaan *Instagram*.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan gambaran hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap siswa/siswi SMK dengan jumlah subjek 241, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan antara kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK. Korelasi dari hasil pengujian mengungkapkan adanya hubungan yang sedang antara kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK. Apabila diperoleh skor tinggi pada kepercayaan diri maka meningkatkan adanya intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK. Sebaliknya, apabila diperoleh skor rendah pada kepercayaan diri maka menurunkan intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK.
2. Terdapat hubungan antara harga diri dan intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK. Korelasi dari hasil pengujian mengungkapkan adanya hubungan rendah antara harga diri dan intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK. Apabila diperoleh skor tinggi pada harga diri maka meningkatkan adanya intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK. Sebaliknya, apabila diperoleh skor rendah pada harga diri maka menurunkan intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK.
3. Terdapat hubungan antara kepercayaan diri dan harga diri dengan intensitas



penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK. Korelasi dari hasil pengujian mengungkapkan adanya hubungan yang sedang antara kepercayaan diri dan harga diri dengan intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK. Apabila diperoleh skor tinggi pada kepercayaan diri dan harga diri maka meningkatkan adanya intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK. Sebaliknya, apabila diperoleh skor rendah pada kepercayaan diri dan harga diri maka menurunkan intensitas penggunaan media *Instagram* pada siswa/siswi SMK.

## **B. Saran**

Berdasarkan gambaran hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyarankan:

### **1. Bagi Subjek Penelitian**

Siswa sekolah menengah kejuruan diharapkan memiliki rasa percaya diri yang besar sehingga dapat dimanfaatkan untuk hal-hal positif dengan memanfaatkan media *Instagram*.

### **2. Bagi Masyarakat**

Masyarakat daerah setempat dapat membantu dengan memberikan bantuan agar siswa/siswi memiliki keberanian yang besar dan tidak kehilangan rasa percaya diri sekaligus mengembangkan potensi diri yang positif melalui media *Instagram*. Dengan bantuan yang diberikan oleh daerah setempat, siswa/siswa akan semakin yakin untuk menumbuhkan potensi diri positif melalui media *Instagram*.

3. Bagi Peneliti selanjutnya.

Para peneliti selanjutnya diharapkan mempertimbangkan berbagai faktor yang dapat memengaruhi intensitas penggunaan media *Instagram*, dan selain itu juga diharapkan melakukan penelitian dengan subjek penelitian berbeda agar melengkapi hasil penelitian. Subyek penelitian dapat dilakukan pada mahasiswa dan faktor yang dapat diteliti misalnya tentang konsep diri dan kematangan diri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abugaza, A. (2013). *Social Media Political*. PT. Tali Writing & Publishing House.
- Alwisol. (2009). *Psikologi Kepribadian*. UMM Press.
- Andarwati, I. (2016). Citra Diri Ditinjau dari Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* pada Siswa Kelas XI SMA N 9 Yogyakarta. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*.
- Angelis, B. De. (1997). *Percaya Diri Sumber Sukses Kemandirian*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2009). Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif. Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR.
- Aprilia, N. (2016). *Instagram* Sebagai Ajang Eksistensi Diri Studi Fenomenologi Mengenai Pengguna *Instagram* Sebagai Ajang Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas. Universitas Pasundan.
- Ardari, C. S. S. (2016). Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Intensitas Penggunaan Media Sosial Pada Remaja Awal. Universitas Senata Dharma.
- Ardial. (2014). Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi. PT.Bumi Aksara.
- Astaningtias, N. M. I. N., & Andhini, L. P. R. (2023). Kepercayaan Diri Ditinjau Dari Intensitas Penggunaan Media Sosial Di Era Digital 4.0. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan (J-P3K)*, 4(2), 114-120.
- Avelina, Y., dkk (2022). *Keperawatan Jiwa*. Media Sains Indonesia.
- Azwar, S. (2018). *Metode Penelitian Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Cahya Permana, T., & Prihartanti, N. (2020). Hubungan antara eksistensi diri dan kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial Instagram (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Casdari. (2006). *Peranan Motivasi Berprestasi terhadap Prestasi Kerja pada Agen yang Bekerja di Kantor Operasional Pondok Gede dan Kalimalang Ajb Bumiputera 1912 Cabang Jakarta*. Universitas Indonesia.
- Dalila, F., Putri, A. M., & Harkina, P. (2021). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Harga Diri. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 3(1), 47-55.

- Darmawan, K., Pratikto, H., & Suhadianto, S. (2023). Narsistik Era Digital: Investigasi mendalam harga diri dan intensitas penggunaan media sosial. *JIWA: Jurnal Psikologi Indonesia*, 1(1).
- Desmita. (2017). *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. PT Remaja Rosdakarya.
- Dewi, C. G., & Ibrahim, Y. (2019). Hubungan Self-Esteem (Harga Diri) dengan Perilaku Narsisme Pengguna Media Sosial *Instagram* pada Siswa SMA. *Neo Konseling*, 1.
- Fitri, A. A. (2021). Hubungan antara Harga Diri dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* pada Remaja di Kota Pekanbaru. Universitas Islam Riau.
- Ghufron, M. N., & Rini, R. S. (2010). *Teori-Teori Psikologi (Cetakan I)*. Ar-Ruzz Media.
- Goodstats. (2022). 8 Negara Pengguna *Instagram* Terbanyak 2022. Goodstats.Id.
- Hidayati, SRN, & Savira, SI (2021). Hubungan antara konsep diri dan kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial sebagai moderator pada mahasiswa psikologi. *Prosiding Seminar Nasional*.
- Ivana Rizki, A., & Ruhaena, L. (2017). *Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan harga diri* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Judhita, C. (2011). Hubungan penggunaan situs jejaring sosial facebook terhadap perilaku remaja di kota Makassar. *Jurnal Penelitian Iptek-Kom*.
- Latipun. (2015). *Psikologi Eksperimen (Edisi keti)*. UMM Press.
- Lauster, P. (2002). *Tes Kepribadian (alih bahasa: D.H Gulo)*. PT. Bumi Aksara.
- Liang, S. (2021). Kecenderungan perilaku narsistik dengan intensitas penggunaan media sosial instagram. *Experientia: Jurnal Psikologi Indonesia*, 9(1), 32-41.
- Lutfitasari, C. (2022). Kepercayaan Diri Generasi Milenial Pengguna Media Sosial Instagram (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Marizka, D. S., Maslihah, S., & Wulandari, A. (2019). Bagaimana Self-Compassion Memoderasi Pengaruh Media Sosial terhadap Ketidakpuasan Tubuh?. *Jurnal Psikologi Insight*, 3, 56–69.
- Musianto, L. S. (2002). Perbedaan Pendekatan Kuantitatif dengan Pendekatan Kualitatif dalam Metode Penelitian. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.4, 125.

- Ningsih, E. (2021). Hubungan Loneliness Dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Pada Mahasiswa. Universitas Islam Riau.
- Pahlevi, R. (2022). Penetrasi Internet di Kalangan Remaja Tertinggi di Indonesia. Databooks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/penetrasi-internet-di-kalangan-remaja-tertinggi-di-indonesia>
- Putra, J. S. (2018). Peran Syukur sebagai Moderator Pengaruh Perbandingan Sosial terhadap Self-esteem pada remaja pengguna media sosial. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(2), 197-210.
- Putra, J. S. (2018). Peran Syukur sebagai Moderator Pengaruh Perbandingan Sosial terhadap Self-esteem pada remaja pengguna media sosial. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(2), 197–210.
- Rahardjo, W., & Mulyani, I. (2020). Instagram addiction in teenagers: The role of type D personality, self-esteem, and fear of missing out. *Psikohumaniora: Jurnal penelitian psikologi*, 5(1), 29-44.
- Rahardjo, W., & Mulyani, I. (2020). Instagram addiction in teenagers: The role of type D personality, self-esteem, and fear of missing out. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 5(1), 29–44.
- Riyanto, A. D. (2022). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022. Andi.Link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Santrock, J. W. (2003). *Adolescence*. Erlangga.
- Selviana, & Yulinar, S. (2022). Pengaruh Self Image dan Penerimaan Sosial terhadap Kepercayaan Diri Remaja yang Mengunggah Foto Selfie di Media Sosial Instagram. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 6. file:///C:/Users/Asus/Downloads/1483-Article Text-2397-1-10-20211028.pdf
- Shihab, M. Quraish. 2022. Tafsir Al-Mishbah Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an Jilid 1-15. Lentera Hati
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian (Ayup (ed.))*. Literasi Media Publishing.
- Statista.com. (2022). Share of Instagram users in Indonesia as of August 2022, by age group. Hanadian, Nurhayati.
- Sudardjo, S., & Purnamaningsih, E. H. (2003). Kepercayaan Diri dan Kecemasan Komunikasi Interpersonal pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi*.
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian (keduabelas)*. CV. Alfabeta.
- Sukmasari, R. (2013). Tak Hanya Facebook, Instagram Juga Bisa Pengaruhi Psikis Seseorang. Detik Health.

- Sukria. (2006). Kemampuan Menyelesaikan Masalah Ditinjau dari Kepercayaan Diri dan Dukungan Sosial pada Remaja Akhir. Universitas Gajah Mada.
- Supratiknya, A. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kuantitatif dalam Psikologi*. Penerbit Universitas Samata Dharma.
- Syifa, A. N., & Irwansyah, I. (2022). Dampak Media Sosial Instagram terhadap Kepercayaan Diri Anak Remaja. Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi), 3(2), 102-116.
- Taqwa, M. I. (2018). Intensitas Penggunaa Media Sosial *Instagram* Stories dengan Kesehatan Mental. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Wahyuni, S. D. (2019). Penggunaan *Instagram* sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online. Universitas Pasundan.
- Widyarini, N. (2009). *Seri Psikologi Populer : Kunci Pengembangan Diri*. PT. Alex Media Komputindo.
- Wikipedia.org. (2022). Pengertian *Instagram*. Wikipedia.Org.
- Yadi, L. O. (2021). Jamaluddin: Menjaga Kehormatan dan Harga Diri Menurut Islam. Kemenag. <https://sultra.kemenag.go.id/berita/read/510781/jamaluddin--menjaga-kehormatan-dan-harga-diri-menurut-islam>
- Yudrik, J. (2011). Psikologi Perkembangan. Prenadamedia Group.
- Yulikhah, S., Bukhori, B., & Murtadho, A. (2019). Self concept, self efficacy, and interpersonal communication effectiveness of student. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 4(1), 65-76.
- Yulikhah, S., Bukhori, B., & Murtadho, A. (2019). Self concept, self efficacy, and interpersonal communication effectiveness of student. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 4(1), 65–76.

# LAMPIRAN

Lampiran 1 Nota Persetujuan Judul Skripsi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN  
JURUSAN PSIKOLOGI**

Jl. Prof. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 76433370

**NOTA PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI**

Berikut ini, usulan skripsi yang berjudul

**HUBUNGAN ANTARA TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI DAN HARGA  
DIRI DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM PADA SISWA SMK MA'ARIF NU DORO**

Atas nama mahasiswa

Nama : Fatima Azzahra  
NIM : 1807016099  
Semester : VIII (delapan)  
Konsentrasi : Psikologi Klinis

Dengan ini diterima / ~~tidak diterima~~ dengan judul tersebut dengan catatan sebagai berikut

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....

Demikian nota persetujuan ini untuk dijadikan dasar penetapan pembimbing skripsi.

Semarang, 11 September 2023  
Ketua Jurusan Psikologi



Wening Wihartati, S.Psi., M.Si  
NIP 197711022006042004

*Tembusan*

1. Yang bersangkutan.
2. Arsip.



## Lampiran 2 Uji Coba Instrumen Intensitas Penggunaan Media(Y)

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
Perhatian	Rasa perhatian yang besar dalam mengakses media sosial yang digemarinya	1, 2	15,16	4
Pemghayatan	Memahami dan menyerap segala informasi yang diperoleh dari sosial media	3,4	9,10	4
Durasi	Selang waktu dalam mengakses media sosial dalam satuan jam	7,8	13, 14	4
Frekuensi	Pengulangan dalam membuka situs media sosial	5,6	11,12	4

**INSTRUMEN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA  
(UJI COBA)**

<b>Nama</b>	<b>:</b>	
<b>No. Presensi</b>	<b>:</b>	
<b>Asal Sekolah</b>	<b>:</b>	

**Petunjuk Pengisian Angket**

1. Tulislah identitas pada kolom yang sudah di sediakan!
2. Bacalah angket dibawah ini dengan saksama dan jawablah dengan jujur sesuai dengan keadaan sebenarnya!
3. Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan yang anda alami dan rasakan sendiri.
4. Berilah tanda centang (✓) pada kolom yang disediakan!
5. Jika ingin mengganti jawaban baru, berilah dua garis mendaar pada jawaban sebelumnya (↔) kemudian beri tanda (✓) pada jawaban yang baru.
6. Tanyakan jika ada hal yang kurang jelas.
7. Periksa kembali sebelum angket diserahkan

**Keterangan Pilihan Jawaban**

1. SS     jika Sangat Setuju
2. S     jika Setuju
3. TS    jika Tidak Setuju
4. STS   jika Sangat Tidak Setuju

Catatan: Angket ini hanya untuk mengambil data penelitian dan **tidak akan memengaruhi nilai siswa pada mata pelajaran apapun.**

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya selalu membuka media sosial yang digemari setiap hari				

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
2.	Saya menganggap media sosial adalah sumber informasi pertama				
3.	Saya mencerna semua informasi dari media sosial				
4.	Saya membuka banyak informasi di media sosial pada semua topik bahasan				
5.	Saya menjelajahi media sosial cukup sekali dalam sehari				
6.	Saya merasa biasa saja jika tidak menggunakan media sosial				
7.	Saya membuka media sosial dari dua sampai tiga jam dalam sehari				
8.	Saya membuka media sosial lebih dari tiga jam dalam sehari				
9.	Saya memilah informasi dari media sosial				
10.	Saya melakukan analisis pada informasi dari media sosial				
11.	Saya menjelajahi media sosial berkali-kali dalam sehari				
12.	Saya merasa kesepian saat mematikan media sosial				
13.	Saya membuka media sosial kurang dari satu jam dalam sehari				
14.	Saya membuka media sosial dari satu sampai dua jam dalam sehari				
15.	Saya selalu membuka banyak sosial media untuk mencari semua informasi yang sedang viral				
16..	Saya menghabiskan banyak waktu dalam menggunakan sosial media				

Lampiran 3 Uji Coba Instrumen Kepercayaan Diri (X1)

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
Keyakinan pada diri sendiri	Percaya pada kemampuan diri sendiri	1, 2	7, 8	4
Optimis	Memiliki sikap yang positif dalam menghadapi segala hal tentang kemampuan yang dimiliki	5, 6	11, 12	4
Objektif	Memiliki harapan yang realistis dan cara pandang terhadap semua hal sesuai keadaan sebenarnya	9, 10	15, 16	4
Bertanggung jawab	Memiliki keberanian untukanggung segala sesuatu yang menjadi konsekuensinya	13, 14	19, 20	4
Rasional dan realistis	Mampu menganalisis dan menentukan langkah yang pasti dalam menyelesaikan masalah atau konflik dengan menggunakan pemikiran yang masuk akal	17, 18	3, 4	4

**INSTRUMEN KEPERCAYAAN DIRI  
(UJI COBA)**

<b>Nama</b>	<b>:</b>	
<b>No. Presensi</b>	<b>:</b>	
<b>Asal Sekolah</b>	<b>:</b>	

**Petunjuk Pengisian Angket**

1. Tulislah identitas pada kolom yang sudah di sediakan!
2. Bacalah angket dibawah ini dengan saksama dan jawablah dengan jujur sesuai dengan keadaan sebenarnya!
3. Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan yang anda alami dan rasakan sendiri.
4. Berilah tanda centang (✓) pada kolom yang disediakan!
5. Jika ingin mengganti jawaban baru, berilah dua garis mendaar pada jawaban sebelumnya (≠) kemudian beri tanda (✓) pada jawaban yang baru.
6. Tanyakan jika ada hal yang kurang jelas.
7. Periksa kembali sebelum angket diserahkan

**Keterangan Pilihan Jawaban**

1. SS     jika Sangat Setuju
2. S     jika Setuju
3. TS    jika Tidak Setuju
4. STS   jika Sangat Tidak Setuju

Catatan: Angket ini hanya untuk mengambil data penelitian dan **tidak akan memengaruhi nilai siswa pada mata pelajaran apapun.**

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya mempunyai rasa kepercayaan diri yang baik				

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
2.	Saya dianggap teman mempunyai rasa percaya diri yang baik				
3.	Saya menyelesaikan permasalahan dengan lebih mengutamakan perasaan				
4.	Saya kesulitan menganalisis dan menentukan langkah pada permasalahan sulit				
5.	Saya mempunyai sikap optimis yang baik				
6.	Saya selalu berusaha mempunyai pikiran yang positif				
7.	Saya merasa diri saya pemalu				
8.	Saya dianggap teman sebagai pemalu				
9.	Saya berusaha menilai permasalahan sesuai kenyataan				
10.	Saya mencari banyak solusi saat menghadapi masalah yang sulit				
11.	Saya mempunyai sikap pesimis saat menghadapi masalah sulit				
12.	Saya merasa sulit untuk mempunyai pikiran yang positif				
13.	Saya menyadari tanggungjawab itu sangat penting				
14.	Saya berusaha menerima konsekuensi dari tindakan yang dilakukan				
15.	Saya lebih menyukai menilai permasalahan dengan berdiskusi pada seseorang				
16..	Saya kesulitan mencari solusi dari permasalahan sulit yang dihadapi				
17.	Saya menyelesaikan permasalahan dengan lebih mengutamakan pikiran				

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
18.	Saya mudah menganalisis dan menentukan langkah pada permasalahan sulit				
19.	Saya menyadari tanggungjawab itu bersifat fleksibel sesuai keadaan				
20.	Saya merasa konsekuensi dari tindakan dapat diubah sesuai keadaan				

Lampiran 4 Uji Coba Instrumen Harga Diri (X2)

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
Keberartian diri (Significance)	Perhatian dan kasih sayang dari lingkungan sekitar	1, 2	15,16	4
Kekuatan individu (power)	Inisiatif dan potensi yang dapat dikembangkan atau diunggulkan pada diri	3,4	9,10	4
Kompetensi (competence)	Kemampuan untuk mencapai tujuan	7,8	13, 14	4
Kebajikan menaati aturan (virtue)	Memiliki kemampuan untuk memahami dan menaati aturan yang berlaku	5,6	11,12	4



**INSTRUMEN HARGA DIRI  
(UJI COBA)**

<b>Nama</b>	<b>:</b>	
<b>No. Presensi</b>	<b>:</b>	
<b>Asal Sekolah</b>	<b>:</b>	

**Petunjuk Pengisian Angket**

1. Tulislah identitas pada kolom yang sudah di sediakan!
2. Bacalah angket dibawah ini dengan saksama dan jawablah dengan jujur sesuai dengan keadaan sebenarnya!
3. Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan yang anda alami dan rasakan sendiri.
4. Berilah tanda centang (✓) pada kolom yang disediakan!
5. Jika ingin mengganti jawaban baru, berilah dua garis mendaar pada jawaban sebelumnya (↔) kemudian beri tanda (✓) pada jawaban yang baru.
6. Tanyakan jika ada hal yang kurang jelas.
7. Periksa kembali sebelum angket diserahkan

**Keterangan Pilihan Jawaban**

1. SS     jika Sangat Setuju
2. S     jika Setuju
3. TS    jika Tidak Setuju
4. STS   jika Sangat Tidak Setuju

Catatan: Angket ini hanya untuk mengambil data penelitian dan **tidak akan memengaruhi nilai siswa pada mata pelajaran apapun.**

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya mudah mendapat perhatian positif dan kasih sayang dari lingkungan sekitar				

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
2.	Saya merasa mudah memberikan sikap positif pada lingkungan				
3.	Saya merasa mempunyai potensi yang sedikit dalam diri				
4.	Saya merasa kesulitan mengembangkan potensi diri				
5.	Saya berusaha membagikan informasi valid dan bermanfaat di media sosial				
6.	Saya mengecek kevalidan informasi sebelum dibagikan				
7.	Saya tidak menyukai mengekspresikan diri di media sosial				
8.	Saya kesulitan mengekspresikan diri di media sosial				
9.	Saya mempunyai inisiatif dan potensi besar yang dapat dikembangkan				
10.	Saya merasa dapat mengembangkan potensi diri				
11.	Saya mempunyai minat yang rendah dalam membagikan informasi				
12.	Saya merasa membagikan informasi bukan tindakan yang dibenarkan				
13.	Saya mampu mengekspresikan diri di media sosial				
14.	Saya mempunyai media sosial yang aktif dan interaktif pada banyak pengguna				
15.	Saya sulit mendapat perhatian positif dan kasih sayang dari lingkungan sekitar				
16..	Saya merasa kesulitan memberikan sikap positif pada lingkungan				

## Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

## Variabel Penggunaan Media Sosial (Y)

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	25	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	25	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	16

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir01	46.3600	72.407	.322	.834
Butir02	46.2800	66.543	.649	.813
Butir03	46.2000	70.000	.582	.819
Butir04	46.2800	68.293	.528	.821
Butir05	46.0800	73.160	.505	.825
Butir06	46.4800	72.593	.355	.831
Butir07	46.3600	71.573	.401	.828
Butir08	46.4000	71.000	.425	.827
Butir09	46.3600	68.240	.530	.821
Butir10	46.2000	69.250	.633	.816
Butir11	46.3200	69.227	.641	.816
Butir12	46.3200	71.643	.407	.828
<b>Butir13</b>	<b>46.0800</b>	<b>78.660</b>	<b>.095</b>	<b>.840</b>
Butir14	46.1600	69.973	.473	.824
Butir15	46.4000	73.333	.294	.835
Butir16	46.1200	72.527	.326	.833

## Variabel Kepercayaan Diri (X1)

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	25	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	25	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.876	20

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir01	56.7200	129.543	.547	.885
Butir02	56.7200	125.293	.633	.882
Butir03	56.6800	127.060	.568	.885
Butir04	56.4400	129.007	.592	.884
<b>Butir05</b>	<b>56.8800</b>	<b>142.943</b>	<b>-.059</b>	<b>.903</b>
Butir06	56.6400	128.240	.604	.884
Butir07	56.7600	130.857	.415	.889
Butir08	56.6400	129.157	.436	.889
Butir09	56.6400	128.240	.604	.884
Butir10	56.6000	121.417	.779	.877
Butir11	56.6000	125.500	.718	.880
Butir12	56.6000	132.250	.428	.889
Butir13	56.7200	127.627	.582	.884
Butir14	56.5600	128.257	.550	.885
Butir15	56.5200	126.927	.686	.882
Butir16	56.5200	133.593	.347	.891
<b>Butir17</b>	<b>56.4000</b>	<b>144.417</b>	<b>-.117</b>	<b>.904</b>
Butir18	56.6800	128.393	.558	.885
Butir19	56.5200	122.177	.749	.879
Butir20	56.5600	127.423	.677	.882

## Variabel Harga Diri (X2)

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	25	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	25	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.892	20

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir01	45.1600	73.723	.329	.846
Butir02	45.2400	64.440	.751	.822
Butir03	45.1600	72.390	.480	.839
Butir04	45.3200	69.143	.576	.834
Butir05	45.1200	70.360	.544	.836
Butir06	45.2000	69.000	.498	.838
<b>Butir07</b>	<b>45.4000</b>	<b>79.500</b>	<b>-.052</b>	<b>.868</b>
Butir08	45.2800	72.127	.298	.850
Butir09	45.1200	73.027	.366	.844
Butir10	45.2400	64.440	.751	.822
Butir11	45.1600	72.390	.480	.839
Butir12	45.3200	69.143	.576	.834
Butir13	45.1200	70.360	.544	.836
Butir14	45.2000	69.000	.498	.838
Butir15	45.1200	74.110	.404	.843
Butir16	45.4400	68.840	.540	.835

Lampiran 6 Instrumen Penelitian Intensitas Penggunaan Media Sosial (Y)

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
Perhatian	Rasa perhatian yang besar dalam mengakses media sosial yang digemarinya	1, 2	14,15	4
Pemghayatan	Memahami dan menyerap segala informasi yang diperoleh dari sosial media	3,4	9,10	4
Durasi	Selang waktu dalam mengakses media sosial dalam satuan jam	7,8	13	3
Frekuensi	Pengulangan dalam membuka situs media sosial	5,6	11,12	4

### INSTRUMEN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA

<b>Nama</b>	<b>:</b>	
<b>No. Presensi</b>	<b>:</b>	
<b>Asal Sekolah</b>	<b>:</b>	

#### **Petunjuk Pengisian Angket**

1. Tulislah identitas pada kolom yang sudah di sediakan!
2. Bacalah angket dibawah ini dengan saksama dan jawablah dengan jujur sesuai dengan keadaan sebenarnya!
3. Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan yang anda alami dan rasakan sendiri.
4. Berilah tanda centang (✓) pada kolom yang disediakan!
5. Jika ingin mengganti jawaban baru, berilah dua garis mendaar pada jawaban sebelumnya (✗) kemudian beri tanda (✓) pada jawaban yang baru.
6. Tanyakan jika ada hal yang kurang jelas.
7. Periksa kembali sebelum angket diserahkan

#### **Keterangan Pilihan Jawaban**

1. SS     jika Sangat Setuju
2. S     jika Setuju
3. TS    jika Tidak Setuju
4. STS   jika Sangat Tidak Setuju

Catatan: Angket ini hanya untuk mengambil data penelitian dan **tidak akan memengaruhi nilai siswa pada mata pelajaran apapun.**

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya selalu membuka media sosial yang digemari setiap hari				
2.	Saya menganggap media sosial adalah sumber informasi pertama				

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
3.	Saya mencerna semua informasi dari media sosial				
4.	Saya membuka banyak informasi di media sosial pada semua topik bahasan				
5.	Saya menjelajahi media sosial cukup sekali dalam sehari				
6.	Saya merasa biasa saja jika tidak menggunakan media sosial				
7.	Saya membuka media sosial dari dua sampai tiga jam dalam sehari				
8.	Saya membuka media sosial lebih dari tiga jam dalam sehari				
9.	Saya memilah informasi dari media sosial				
10.	Saya melakukan analisis pada informasi dari media sosial				
11.	Saya menjelajahi media sosial berkali-kali dalam sehari				
12.	Saya merasa kesepian saat mematikan media sosial				
13.	Saya membuka media sosial dari satu sampai dua jam dalam sehari				
14.	Saya selalu membuka banyak sosial media untuk mencari semua informasi yang sedang viral				
15.	Saya menghabiskan banyak waktu dalam menggunakan sosial media				



Lampiran 7 Instrumen Penelitian Kepercayaan Diri (X1)

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
Keyakinan pada diri sendiri	Percaya pada kemampuan diri sendiri	1, 2	6, 7	4
Optimis	Memiliki sikap yang positif dalam menghadapi segala hal tentang kemampuan yang dimiliki	5	10, 11	3
Objektif	Memiliki harapan yang realistis dan cara pandang terhadap semua hal sesuai keadaan sebenarnya	8, 9	14, 15	4
Bertanggung jawab	Memiliki keberanian untukanggung segala sesuatu yang menjadi konsekuensinya	12, 13	17, 18	4
Rasional dan realistis	Mampu menganalisis dan menentukan langkah yang pasti dalam menyelesaikan masalah atau konflik dengan menggunakan pemikiran yang masuk akal	16	3, 4	3

### INSTRUMEN KEPERCAYAAN DIRI

<b>Nama</b>	<b>:</b>	
<b>No. Presensi</b>	<b>:</b>	
<b>Asal Sekolah</b>	<b>:</b>	

#### **Petunjuk Pengisian Angket**

1. Tulislah identitas pada kolom yang sudah di sediakan!
2. Bacalah angket dibawah ini dengan saksama dan jawablah dengan jujur sesuai dengan keadaan sebenarnya!
3. Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan yang anda alami dan rasakan sendiri.
4. Berilah tanda centang (✓) pada kolom yang disediakan!
5. Jika ingin mengganti jawaban baru, berilah dua garis mendaar pada jawaban sebelumnya (↔) kemudian beri tanda (✓) pada jawaban yang baru.
6. Tanyakan jika ada hal yang kurang jelas.
7. Periksa kembali sebelum angket diserahkan

#### **Keterangan Pilihan Jawaban**

1. SS     jika Sangat Setuju
2. S     jika Setuju
3. TS    jika Tidak Setuju
4. STS   jika Sangat Tidak Setuju

Catatan: Angket ini hanya untuk mengambil data penelitian dan **tidak akan memengaruhi nilai siswa pada mata pelajaran apapun.**

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya mempunyai rasa kepercayaan diri yang baik				
2.	Saya dianggap teman mempunyai rasa percaya diri yang baik				

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
3.	Saya menyelesaikan permasalahan dengan lebih mengutamakan perasaan				
4.	Saya kesulitan menganalisis dan menentukan langkah pada permasalahan sulit				
5.	Saya selalu berusaha mempunyai pikiran yang positif				
6.	Saya merasa diri saya pemalu				
7.	Saya dianggap teman sebagai pemalu				
8.	Saya berusaha menilai permasalahan sesuai kenyataan				
9.	Saya mencari banyak solusi saat menghadapi masalah yang sulit				
10.	Saya mempunyai sikap pesimis saat menghadapi masalah sulit				
11.	Saya merasa sulit untuk mempunyai pikiran yang positif				
12.	Saya menyadari tanggungjawab itu sangat penting				
13.	Saya berusaha menerima konsekuensi dari tindakan yang dilakukan				
14.	Saya lebih menyukai menilai permasalahan dengan berdiskusi pada seseorang				
15.	Saya kesulitan mencari solusi dari permasalahan sulit yang dihadapi				
16..	Saya mudah menganalisis dan menentukan langkah pada permasalahan sulit				
17.	Saya menyadari tanggungjawab itu bersifat fleksibel sesuai keadaan				
18.	Saya merasa konsekuensi dari tindakan dapat diubah sesuai keadaan				

Lampiran 8 Instrumen Penelitian Harga Diri (X2)

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
Keberartian diri (Significance)	Perhatian dan kasih sayang dari lingkungan sekitar	1, 2	14,15	4
Kekuatan individu (power)	Inisiatif dan potensi yang dapat dikembangkan atau diunggulkan pada diri	3,4	8,9	4
Kompetensi (competence)	Kemampuan untuk mencapai tujuan	7	12, 13	3
Kebajikan menaati aturan (virtue)	Memiliki kemampuan untuk memahami dan menaati aturan yang berlaku	5,6	10,11	4

### INSTRUMEN HARGA DIRI

<b>Nama</b>	<b>:</b>	
<b>No. Presensi</b>	<b>:</b>	
<b>Asal Sekolah</b>	<b>:</b>	

#### **Petunjuk Pengisian Angket**

1. Tulislah identitas pada kolom yang sudah di sediakan!
2. Bacalah angket dibawah ini dengan saksama dan jawablah dengan jujur sesuai dengan keadaan sebenarnya!
3. Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan yang anda alami dan rasakan sendiri.
4. Berilah tanda centang (✓) pada kolom yang disediakan!
5. Jika ingin mengganti jawaban baru, berilah dua garis mendaar pada jawaban sebelumnya (↔) kemudian beri tanda (✓) pada jawaban yang baru.
6. Tanyakan jika ada hal yang kurang jelas.
7. Periksa kembali sebelum angket diserahkan

#### **Keterangan Pilihan Jawaban**

1. SS     jika Sangat Setuju
2. S     jika Setuju
3. TS    jika Tidak Setuju
4. STS   jika Sangat Tidak Setuju

Catatan: Angket ini hanya untuk mengambil data penelitian dan **tidak akan memengaruhi nilai siswa pada mata pelajaran apapun.**

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya mudah mendapat perhatian positif dan kasih sayang dari lingkungan sekitar				

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
2.	Saya merasa mudah memberikan sikap positif pada lingkungan				
3.	Saya merasa mempunyai potensi yang sedikit dalam diri				
4.	Saya merasa kesulitan mengembangkan potensi diri				
5.	Saya berusaha membagikan informasi valid dan bermanfaat di media sosial				
6.	Saya mengecek kevalidan informasi sebelum dibagikan				
7.	Saya kesulitan mengekspresikan diri di media sosial				
8.	Saya mempunyai inisiatif dan potensi besar yang dapat dikembangkan				
9.	Saya merasa dapat mengembangkan potensi diri				
10.	Saya mempunyai minat yang rendah dalam membagikan informasi				
11.	Saya merasa membagikan informasi bukan tindakan yang dibenarkan				
12.	Saya mampu mengekspresikan diri di media sosial				
13.	Saya mempunyai media sosial yang aktif dan interaktif pada banyak pengguna				
14.	Saya sulit mendapat perhatian positif dan kasih sayang dari lingkungan sekitar				
15.	Saya merasa kesulitan memberikan sikap positif pada lingkungan				

## Lampiran 7 Deskriptif Data &amp; Kategorisasi Variabel

## Deskripsi Data Variabel Penelitian

		<b>Statistics</b>		
		X1_KP	X2_HG	Y_IPM
N	Valid	214	214	214
	Missing	0	0	0
Mean		47.6121	45.6963	41.7897
Std. Deviation		6.23966	5.14086	5.48559
Minimum		31.00	29.00	28.00
Maximum		70.00	56.00	54.00

Distribusi Subjek Variabel Intensitas Penggunaan Media *Instagram*

		<b>Kategori</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	34	15.9	15.9	15.9
	Sedang	121	56.5	56.5	72.4
	Tinggi	59	27.6	27.6	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

## Distribusi Subjek Variabel Kepercayaan Diri

		<b>Kategori</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	30	14.0	14.0	14.0
	Sedang	136	63.6	63.6	77.6
	Tinggi	48	22.4	22.4	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

## Distribusi Subjek Variabel Harga diri

		<b>Kategori</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	36	16.8	16.8	16.8
	Sedang	127	59.3	59.3	76.2
	Tinggi	51	23.8	23.8	100.0
	Total	214	100.0	100.0	



## Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov Smirnov***One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		214
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.96652074
Most Extreme Differences	Absolute	.032
	Positive	.031
	Negative	-.032
Test Statistic		.032
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

## Lampiran 9 Uji Linearitas

Hasil Uji Linieritas Variabel Kepercayaan Diri dengan Intensitas Penggunaan  
Media *Instagram*

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y_IPM * X1_KP	Between Groups	(Combined)	1837.992	31	59.290	2.360	.000
		Linearity	1053.353	1	1053.353	41.936	.000
		Deviation from Linearity	784.639	30	26.155	1.041	.416
	Within Groups	4571.545	182	25.118			
Total			6409.537	213			

Hasil Uji Linieritas Variabel Harga Diri dengan Intensitas Penggunaan Media  
*Instagram*

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y_IPM * X2_HG	Between Groups	(Combined)	1355.797	24	56.492	2.113	.003
		Linearity	692.451	1	692.451	25.896	.000
		Deviation from Linearity	663.346	23	28.841	1.079	.372
	Within Groups	5053.740	189	26.739			
Total			6409.537	213			

## Lampiran 10 Uji Hipotesis

Hasil Uji Hipotesis Variabel Kepercayaan Diri dengan Intensitas Penggunaan  
Media *Instagram*

**Correlations**

		X1_KP	Y_IPM
X1_KP	Pearson Correlation	1	.405**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	214	214
Y_IPM	Pearson Correlation	.405**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	214	214

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Hipotesis Variabel Harga Diri dengan Intensitas Penggunaan Media  
*Instagram*

**Correlations**

		X2_HG	Y_IPM
X2_HG	Pearson Correlation	1	.329**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	214	214
Y_IPM	Pearson Correlation	.329**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	214	214

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Hipotesis Variabel Kepercayaan Diri dan Harga diri dengan Intensitas  
Penggunaan Media *Instagram*

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.425 <sup>a</sup>	.180	.173	4.99000	.180	23.205	2	211	.000

a. Predictors: (Constant), X2\_HG, X1\_KP

## Lampiran 11 Riwayat Hidup

**RIWAYAT HIDUP****C. Identitas Diri**

Nama Lengkap : Fatima Azzahra  
Tempat & Tanggal Lahir : Pekalongan, 4 Juli 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat Rumah : Dk. Penangkan, Rt.7 Rw.3, Ds. Penangkan, Kec.  
Doro, Kab. Pekalongan  
No. Handphone : 085867100429  
Email : fatimaazzahra0407@gmail.com

**D. Riwayat Pendidikan**

1. TK Muslimat NU Galangpengampon Lulus Tahun 2005
2. SD Negeri 01 Doro Lulus Tahun 2012
3. Mts Syarif Hidayah Doro Lulus Tahun 2015
4. SMA Negeri 1 Kedungwuni Lulus Tahun 2018

Pekalongan, 02 Januari 2024



Fatima Azzahra  
NIM. 1807016099