



E-ISSN: 2809-4735
P-ISSN: 2809-6932

At Tawasul

Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam



Vol. 1 No. 1 Agustus 2021

<http://jurnal.iuqibogor.ac.id>

HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI PADA MAHASISWA KPI IUQI BOGOR

Galih Pratama, Nurul Octavia Rahayu
Institut Ummul Quro Al-Islami Bogor
galih.pratama@iuqibogor.ac.id

Naskah masuk:01-07-2021, direvisi:10-07-2021, diterima:25-07-2021, dipublikasi:01-08-2021

ABSTRAK

Kepercayaan diri mempengaruhi kemampuan seseorang dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain. Intensitas adalah suatu aktivitas seseorang yang berkaitan dengan perasaan yang akan dilakukan secara berulang-ulang. Kesenangan seseorang dalam menggunakan media sosial Instagram memungkinkan seseorang melakukan berbagai aktivitasnya di Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan dan arah intensitas penggunaan media sosial instagram dengan tingkat kepercayaan diri pada mahasiswa aktif KPI IUQI Bogor. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini termasuk metode statistik deskriptif dengan pendekatan korelasional. Populasi dari penelitian ini adalah 109 Mahasiswa aktif KPI IUQI Bogor, dan sampel yang digunakan berjumlah 27 Mahasiswa dengan kriteria pengguna aktif instagram dan berumur 17-20 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial instagram memiliki hubungan yang signifikan dengan tingkat kepercayaan diri mahasiswa KPI IUQI Bogor hal berdasarkan hasil uji korelasi nilai signifikansi atau sig. (2-tailed) sebesar 0,005. Karena nilai sig. (2-tailed) $0,002 < 0,05$, maka artinya ada hubungan yang signifikan antara variabel intensitas penggunaan media sosial instagram dan tingkat kepercayaan diri dengan tingkat keamatan yang kuat dan arah yang negatif antara dua variabel.

Kata Kunci: *Intensitas, Instagram, Media, Sosial*

ABSTRACT

Self-confidence affects a person's ability to communicate and interact with others. Intensity is a person's activity related to feelings that will be carried out repeatedly. A person's pleasure in using Instagram social media allows a person to carry out various activities on Instagram. This study aims to determine the relationship and direction of the intensity of the use of social media Instagram with the level of confidence in active students of KPI IUQI Bogor. This research is a descriptive statistical research with a correlational approach. The population of this study were 109 active students of KPI IUQI Bogor, and the sample used was 27 students with active Instagram user criteria and aged 17-20 years. The results showed that the intensity of the use of social media Instagram had a significant relationship with the level of confidence of the Bogor IUQI KPI students based on the results of the correlation test of the significance value or sig. (2-tailed) of 0.005. Because the sig. (2-tailed) $0.002 < 0.05$, it means that there is a significant relationship between the intensity of the use of Instagram social media and the level of self-confidence with a strong level of closeness and a negative direction between the two variables.

Keywords: *Intensity, Media, Self-confidence.*



PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu, tidak bisa dipungkiri perkembangan media sosial sangat pesat dan meliputi segala aspek kehidupan. Pengaruh media sosial sangat kuat terutama dalam bidang komunikasi. Perkembangan media sosial membawa kita dalam kemudahan berkomunikasi, salah satunya adalah media sosial Instagram. Instagram sendiri pada awal tahun 2016 telah naik jumlah pengguna menjadi lebih dari 400 juta pengguna dengan sekitar 80 juta gambar yang diunggah setiap harinya. Negara Indonesia ada sekitar 12.000 pengguna yang tergabung dalam komunitas pengguna instagram yang bernama instameet.

Kemudian ada beberapa alasan utama mengapa remaja sering menggunakan media sosial Instagram. Pertama adalah mendapatkan perhatian, Hasil penelitian dari *Pew Research Center Study*, Amerika Serikat tahun 2015 terhadap 743 anak remaja, menunjukkan bahwa sebagian besar remaja berbagi informasi di sosial media. Berbagai informasi menjadi kunci bagi mereka untuk mendapatkan perhatian bagi diri mereka sendiri. Mereka seringkali mengeluhkan tentang 'oversharing' yang dilakukan pengguna media sosial lain. Padahal, mereka sendiri juga terjebak di dalamnya. Mereka berbagi begitu banyak hal (bahkan yang bersifat pribadi) di dalam media sosial.

Alasan yang kedua adalah menumbuhkan citra, Media sosial tidak akan mampu mendeskripsikan pribadi seorang pengguna secara utuh. Oleh sebab itu, remaja menjadikan media sosial penumbuh citra positif mereka. Remaja akan cenderung memberikan kesan yang baik saat di media sosial. Mereka berharap orang lain melihat mereka seperti apa yang mereka harapkan.

Intensitas Penggunaan, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia intensitas ialah keadaan tingkatan atau ukuran intensnya Selain itu, intensitas memiliki arti keseriusan, kesungguhan, ketekunan, ketajaman, intensitas dapat juga diartikan intensif yaitu intens, mendalam, serius dan sungguh-sungguh. Sedangkan intens sendiri adalah bersemangat, enerjik, gantur, getol, khusyuk, giat, kuat, hebat, tekun, mencolok. Menurut Horrigan dalam Ria Sabekti (2019) terdapat dua hal mendasar yang harus diamati untuk mengetahui intensitas penggunaan internet seseorang, yakni frekuensi internet yang sering digunakan dan lama menggunakan setiap kali penggunaan internet yang dilakukan oleh pengguna internet. Terdapat dua aspek yang mendukung adanya intensitas yaitu Durasi, dan Frekuensi.

Media Sosial, kehadiran situs jejaring sosial (*social networking site*) atau sering disebut dengan media sosial seperti facebook dan twitter merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas, atau bahkan pengguna, juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber. Selain itu media sosial merupakan konten yang berisi informasi. Media sosial juga memfasilitasi adanya interaksi antar sesama pengguna untuk saling berinteraksi atau bertukar informasi. Media sosial bersifat *user generated* semua orang bisa menciptakan kontennya sendiri. Platform media sosial mengambil berbagai bentuk termasuk majalah, forum internet, web blog, foto atau gambar, video maupun bookmark sosial. Adapun beberapa karakteristik media sosial, diantaranya adalah: *engaging*, empati, *thrusworthy*, dan *unique*.

Tingkat Kepercayaan diri, rasa percaya diri adalah sebetuk keyakinan kuat pada jiwa, kesepahaman dengan jiwa, dan kemampuan menguasai jiwa. Percaya diri adalah

penilaian yang relatif terhadap diri sendiri, mengenai kemampuan, bakat, kepemimpinan, inisiatif, dan sifat-sifat lain serta kondisi-kondisi yang mewarnai perasaan manusia. Kepercayaan diri merupakan keyakinan atas kemampuan diri sendiri, sehingga individu tidak ragu untuk bertindak merasa bebas melakukan hal-hal yang disukai, bertanggung jawab, sopan saat berinteraksi dengan orang lain, menghargai orang lain, memiliki dorongan berprestasi serta mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri. Selain itu, kepercayaan diri adalah suatu bentuk keyakinan atau aspek kepribadian yang berfungsi untuk mengaktualisasikan potensi dan kemampuan yang dimiliki oleh individu dalam mencapai berbagai dengan cara memberikan penilaian positif baik terhadap diri sendiri, lingkungan maupun situasi.

Penelitian yang menghubungkan antara kepercayaan diri dan media sosial pertama kali dilakukan di *University of Strathclyde, Ohio University dan University of Iowa* melakukan survei atas 881 pelajar di Amerika Serikat. Berdasarkan penelitian tersebut ditemukan hubungan antara waktu yang dihabiskan di media sosial dengan perbandingan negatif mengenai kesan tubuh. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Andry Ivana Rizki (2017) didapatkan hasil penelitian bahwa tidak ada hubungan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan harga diri pada siswa kelas XI SMK Negeri 7 Surakarta yang berusia 16-17 tahun. Tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya, penelitian lain yang dilakukan oleh Arum Sonia, dkk (2020) menunjukkan, didapatkan bahwa ada hubungan korelasi signifikan negative antara tingkat kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial WhatsApp, pada mahasiswa FK UNS angkatan tahun 2018, hasil ini berdasarkan Analisa data yang menunjukkan nilai koefisien korelasi (r) -0,458 dan nilai signifikan (p) $0,000 < 0,05$.

Berdasarkan beberapa fenomena dan penelitian terdahulu yang dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti “Hubungan intensitas penggunaan media sosial instagram dengan tingkat kepercayaan diri pada mahasiswa KPI IUQI Bogor”.

Lalu, berdasarkan gambaran di atas, maka rumusan masalah yang akan penulis teliti adalah Pertama, bagaimana hubungan intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan tingkat kepercayaan diri? Kedua, bagaimana arah hubungan intensitas penggunaan media sosial instagram dengan tingkat kepercayaan diri?

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif yang didukung dengan data kualitatif. Kuantitatif deskriptif menurut M. Nasir dan Prasowot adalah metode yang yang digunakan untuk meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu system pemikiran ataupun suatu strata, peristiwa pada masa sekarang (peristiwa sedang berjalan). Berdasarkan uraian tersebut, penelitian kuantitatif deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang berdasarkan data yang dikumpulkan secara sistematis mengenai fakta atau sifat dari obyek yang diteliti dengan menggabungkan hubungan antar variabel yang terlibat, kemudian diinterpretasikan berdasarkan teori-teori atau berbagai sumber literatur yang berhubungan tentang Intensitas penggunaan media sosial dan Tingkat kepercayaan diri.

Kemudian untuk memudahkan data dan informasi yang mengungkapkan dan menjelaskan permasalahan dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif

analisis dengan Teknik kolerasi. Pada penelitian survei ini dilakukan secara batas, yaitu hanya dengan data penelitian yang yang sudah dikumpulkan dari sampel mewakili populasi. Data tersebut memperoleh kuesioner atau angket yang disebarakan kepada mahasiswa aktif Institut Ummul Quro Al-Islami Bogor Prodi KPI. Sedangkan populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Aktif KPI IUQI Bogor yang berjumlah 109.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Teknik Nonprobability Sampling dengan tipe sample Purposive Sampling. Purposive sampling adalah Teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan sekelompok subjek dalam purposive sampling didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. peneliti mengambil sampel sebesar 25% dari 100% populasi yang ada, dengan jumlah 27 Mahasiswa aktif Institut Ummul Quro Al-Islami Bogor dari jumlah populasi sebanyak 109 Mahasiswa. Sampel diambil dengan memenuhi kriteria, pengguna aktif media sosial Instagram dan berumur 17-20 tahun.

Data primer dalam penelitian ini adalah langsung diambil dari lapangan dengan cara survei, menyebarkan angket atau kuesioner dan observasi. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber rujukan/literatur berupa dokumen-dokumen yang berhubungan dengan topik penelitian, profil dan data monografi lokasi penelitian, buku, internet, jurnal-jurnal penelitian dan laporan penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berjenis kuesioner tertutup dengan skala pengukuran, rentangan dan bobot nilai pada angket ini menggunakan skala likert untuk variabel X dan Y.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dalam penelitian ini, penulis menggunakan uji korelasi rank spearman. Uji korelasi rank spearman merupakan bagian dari statistic non parametrik (tidak memerlukan asumsi normalitas dan linearitas), uji ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel. Arah hubungan antar variabel dapat bersifat positif atau negatif.

Penafsiran analisis korelasi: **Pertama**, melihat signifikasi hubungan. **Kedua**, melihat kekuatan hubungan. **Ketiga**, melihat arah hubungan. Dasar pengambilan keputusan: **Pertama**, jika nilai signifikasi $< 0,05$, maka berkolerasi. **Kedua**, jika nilai signifikasi $> 0,05$, maka tidak berkolerasi. Pedoman kekuatan hubungan (correlation coefficient): $0,00 - 0,25$ = korelasi sangat lemah, $0,26 - 0,50$ = korelasi cukup, $0,51 - 0,75$ = korelasi kuat, $0,76 - 0,79$ = korelasi sangat kuat, $1,00$ = sempurna.

Kriteria arah hubungan: **Pertama**, arah korelasi dilihat dari angka correlation coefficient. **Kedua**, besarnya nilai correlation coefficient antara $+1$ s/d -1 . **Ketiga**, nilai correlation coefficient bernilai positif, maka hubungan kedua variabel searah, artinya semakin meningkatnya 1 variabel maka akan memperkuat hubungan dengan variabel lain. **Keempat**, nilai correlation coefficient bernilai negatif, maka hubungan kedua variabel tidak searah.

Tabel I
Uji Korelasi menggunakan Rank Spearman

		Intensitas penggunaan	Tingkat Kepercayaan diri
Intensitas penggunaan	<i>Correlation coefficient</i>	1.000	-,529**
	<i>Sig. 2 tailed</i>	.	.005
	N	27	27
Tingkat kepercayaan diri	<i>Correlation coefficient</i>	-,529**	1.000
	<i>Sig. 2 tailed</i>	.005	.
	N	27	27

Pertama, Melihat signifikansi hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan tingkat kepercayaan diri, berdasarkan tabel I, diketahui nilai signifikansi atau sig. (2-tailed) sebesar 0,005. Karena nilai sig. (2-tailed) 0,002 < lebih kecil dari 0,05, maka artinya ada hubungan yang signifikan antara variabel intensitas penggunaan media sosial instagram dan tingkat kepercayaan diri.

Kedua, Melihat tingkat kekuatan (keamatan) hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan tingkat kepercayaan diri, berdasarkan tabel I, diperoleh angka korelasi koefisien sebesar -0,529 artinya tingkat kekuatan hubungan korelasi antara variabel intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan tingkat kepercayaan diri adalah sebesar -0,529 atau kuat.

Ketiga, melihat arah jenis hubungan, variabel intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan tingkat kepercayaan diri. Angka koefisien korelasi pada hasil di atas, bernilai negative, yaitu -0,529, sehingga hubungan kedua variabel tersebut bersifat tidak searah.

Pembahasan, berdasarkan hasil dan penelitian mengenai hubungan intensitas penggunaan media sosial instagram dengan tingkat kepercayaan diri mahasiswa KPI Institut Ummul Quro Al-Islami bogor sebagai berikut: Intensitas penggunaan media sosial instagram memiliki hubungan dengan tingkat kepercayaan diri mahasiswa, hal ini dapat dilihat dengan diperolehnya nilai signifikansi atau sig. (2-tailed) sebesar 0,005. Karena nilai sig. (2-tailed) 0,005 < lebih kecil dari 0,05, maka artinya ada hubungan yang signifikan antara variabel intensitas penggunaan media sosial instagram dan tingkat kepercayaan diri. Sedangkan tingkat kekuatan (keamatan) hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan tingkat kepercayaan diri, memperoleh angka korelasi koefisien sebesar -0,529 yang artinya memiliki kekuatan (keamatan) yang kuat antar variabel, dengan catatan, arah jenis hubungan kedua variabel bernilai negative, sehingga hubungan kedua variabel tersebut tidak searah.

SIMPULAN

Terdapat hubungan yang signifikan antara Intensitas penggunaan media sosial instagram dengan tingkat kepercayaan diri mahasiswa, hal ini dapat dilihat dengan diperolehnya nilai signifikansi atau sig. (2-tailed) sebesar 0,005. Karena nilai sig. (2-tailed) 0,005 < lebih kecil dari 0,05, maka artinya ada hubungan yang signifikan antar dua variable.

Dapat diketahui arah hubungan variable intensitas penggunaan media social instagram dengan tingkat kepercayaan diri memiliki angka koefisien korelasi bernilai negatif, yaitu $-0,0529$, sehingga arah hubungan kedua variable tersebut bersifat tidak searah atau berlawanan. Maka artinya semakin rendah intensitas penggunaan media social instagram, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan diri seorang mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Uqshari, Y., 2005. *Percaya itu pasti*. 1 ed. Jakarta: Gema Insani.
- Iswidharmanjaya, D, dkk., 2013 *Suatu hari menjadi lebih percaya diri*, Cet. 1. Jakarta: PT. Elex media komputindo.
- Liliwiri, A., 2017. *Komunikasi Antarpersonal*. 2 ed. Jakarta: KENCANA.
- Nashrullah, R., 2015. *Teori Dan Riset Media Siber*. 1 ed. Jakarta: Kencana prenada media group.
- Nasional, D. p., 2009. *Tesaurus Alfabetis Bahasa Indonesia*. Bandung: PT Mizan.
- Nur, E., 2020. *Melejitkan pemasaran UMKM melalui media sosial*. 1 ed. Gresik, Jawa Timur: Caremedia Communication.
- Sugiyono., 2017 *Metode penelitian kauntitatif dan R &D*. Bandung: Alfabeta.
- LAUSTER, P., 2006. *TES KEPRIBADIAN*. CET. 16 ED. JAKARTA: BUMI AKSARA.
- ARUM S, D., 2020. HUBUNGAN TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL WHATSAPP PADA MAHASISWA KEDOKTERAN 2018. *JURNAL WANACA PSIKOLOGI*, VOLUME VOL 12.
- Pratiwi, E. D., 2016. Faktor yang mempengaruhi niat menggunakan instagram dengan the theory of reasoned action menggunakan amos 21. *JURNAL TEKNIK KOMPUTER AMIK BSI*, Volume Vol II, p. 68.
- Sendy, Cicilia. (2016). Pengaruh kepercayaan diri terhadap intensitas penggunaan media sosial pada remaja awal. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Andry, Ivana. 2017. "Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Harga diri". Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- JATMIKA, A. (2013, JUNI 28). *4 ALASAN REMAJA GEMAR SOSIAL MEDIA*. RETRIEVED FROM TEKNO TEMPO.CO: [HTTPS://TEKNO.TEMPO.CO](https://teknو.tempo.co)
- Kamus Online*. (n.d.). Retrieved from KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia): www.kbbi.web.id

