

APAKAH INTENSITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM BERHUBUNGAN DENGAN KEPERCAYAAN DIRI: ANALISIS KORELASI PADA MAHASISWA BARU

Panji Candra Ramadhan^{1*}, Aprillia Mega Rosdiana², Billah Ahsanul Karima³

^{1,2,3}Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, E-mail: panjican123@gmail.com

ABSTRACT: DOES INSTAGRAM USAGE INTENSITY RELATED TO SELF CONFIDENCE: CORRELATION ANALYSYS OF COLLEGE FRESHMAN STUDENT

New students tend to think positively and are confident about their ability to use Instagram social media. This study aims to determine the level of intensity of using Instagram social media, the level of self-confidence, and the relationship between the intensity of the use of social media with the confidence of freshman college studentd majoring in management at UIN Malang Class of 2021. The sample were 73 freshman who have an Instagram account and access it at least one hour per day. The scale used to collect data is the intensity scale of Instagram social media use and the self-confidence scale. The data analysed by correlational test to determine the relationship between the intensity of social media use and self-confidence. The results of this study found that the intensity of using Instagram social media was not related to self-confidence. It means that the high and low intensity of using Instagram social media has no effect on the high and low level of student self-confidence.

Keywords: College Freshman Students, Instagram Usage Intensity, Self Confidence

Mahasiswa baru cenderung memiliki cara berpikir yang positif dan percaya diri terhadap kemampuannya dalam memanfaatkan media sosial Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat intensitas penggunaan media sosial Instagram, tingkat kepercayaan diri, serta hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan kepercayaan diri mahasiswa baru jurusan manajemen UIN Malang Angkatan 2021. Sampel dalam penelitian ini adalah 73 mahasiswa baru yang memiliki akun instagram dan mengaksesnya minimal satu jam per hari. Skala yang digunakan untuk mengumpulkan data yakni skala intensitas penggunaan media sosial Instagram dan skala kepercayaan diri. Data dianalisis menggunakan uji korelasional untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan kepercayaan diri. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa intensitas penggunaan media sosial instagram tidak berhubungan dengan kepercayaan diri. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya intensitas penggunaan media sosial instagram tidak berpengaruh dengan tinggi rendahnya tingkat kepercayaan diri mahasiswa.

Kata Kunci : Mahasiswa Baru, Intensitas Penggunaan Instagram, Kepercayaan Diri

PENDAHULUAN

Kepercayaan diri dapat mempengaruhi kinerja maupun prestasi mahasiswa tingkat awal yang sedang beradaptasi dengan pendidikan jenjang keberlanjutan setelah Sekolah Menengah Akhir. Selayaknya visi dari program studi manajemen di UIN Malang (Asnawi, 2020) yakni menciptakan kematangan profesional di bidang manajemen dan bertujuan meningkatkan

pengenalan dan pencitraan oleh masyarakat terhadap program studi manajemen. Kepercayaan diri positif berdampak pada alur pembelajaran yang sehat, dikarenakan seseorang umumnya berhasil dalam hubungan interpersonal dan lebih spesifik mampu terlibat secara pribadi dengan orang lain. Pada kesimpulannya, kepercayaan diri merupakan hal

APAKAH INTENSITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM BERHUBUNGAN DENGAN KEPERCAYAAN DIRI :
ANALISIS KORELASI PADA MAHASISWA BARU

yang penting sebagai modal mahasiswa untuk dapat melalui proses pembelajaran maupun pengaktualisasian diri secara utuh.

Santrock (2007) berpendapat bahwa rasa percaya diri adalah dimensi evaluatif secara keseluruhan dari dalam diri individu. Kepercayaan diri didapat dari berbagai pengalaman hidup yang akan berhubungan terhadap bertindak dengan baik. Dengan bermodalkan kepercayaan diri yang baik, individu dapat beraktualisasi dengan potensi apapun yang dimilikinya. Hal ini berhubungan dengan betapa pentingnya kepercayaan diri terhadap jalannya kehidupan seorang individu yang ingin beraktualisasi dalam pembelajaran (Tanjung & Amelia, 2017). Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa mahasiswa baru cenderung mengalami *culture shock* yang mana didalamnya disebabkan karena rendahnya kepercayaan diri mereka. Hal ini ditunjukkan oleh sikap menarik diri dari pergaulan sosial, merasa ditolak, dan kehilangan identitas diri dan tujuan hidup. Penelitian diatas dilakukan oleh Chafsoh (2020) dengan judul munculnya *culture shock* pada mahasiswa baru dalam perkuliahan daring selama pandemic covid-19.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Sonia (2020) menyatakan bahwa mahasiswa kedokteran UNS tahun 2018 cenderung memiliki rasa percaya diri yang rendah. Mereka kecanduan dalam menggunakan media sosial jika dibandingkan dengan mahasiswa yang

memiliki kepercayaan diri tinggi. Kaburnya dalam memahami identitas merupakan faktor yang membuat mereka kurang percaya diri. Penelitian lain yang dilakukan oleh Ranggamukti (2011) menemukan bahwa mahasiswa dengan kepercayaan diri yang rendah berpandangan bahwa lingkungannya negatif sehingga hal tersebut tidak menarik baginya. Kecemasan terhadap lingkungan menimbulkan pandangan yang negatif.

Wawancara yang dilakukan pada mahasiswa baru fakultas Ekonomi UIN Malang Angkatan 2021 pada 12 september. Subjek CNA memiliki kecenderungan perilaku yang bertolak belakang dengan kepercayaan diri yang diungkapkannya melalui wawancara. Subjek merasa tidak aman dalam bermedia sosial maupun berinteraksi dalam Instagram. Hal tersebut membuatnya harus menggunakan akun kedua dalam menggunakan Instagram dikarenakan menghindari untuk dilihat oleh *followers* di akun utamanya. Akun kedua tersebut digunakan untuk memposting tugas yang ada pada orientasi akademik.

Hakim (2002) mengungkapkan bahwa karakteristik individu memiliki kepercayaan diri yakni memiliki keberanian untuk menghadapi penolakan dalam artian menjadi dirinya sendiri dan jauh dari sikap konformitas. Subjek lain yang berinisial SF juga merupakan pengguna aktif Instagram yang mengakses tiga jam dan bisa lebih perharinya. Adanya pandemi covid-19

Panji Candra Ramadhan, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email: panjican123@gmail.com

Aprillia Mega Rosdiana, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email: apriliamegarosdiana@psi.uin-malang.ac.id

Billah Ahsanul Karima, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email : rimahujan123@gmail.com

APAKAH INTENSITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM BERHUBUNGAN DENGAN KEPERCAYAAN DIRI :
ANALISIS KORELASI PADA MAHASISWA BARU

yang mengharuskan mahasiswa untuk belajar dengan metode daring membuatnya merasa tidak berani dalam berinteraksi melalui media sosial. Subjek SF menyatakan sulit beradaptasi dalam media sosial karena takut akan penolakan atas dirinya dari orang lain. Hal ini membuatnya semakin sulit beradaptasi dalam pembelajaran metode daring yang ada pada orientasi akademik untuk mahasiswa baru. Lalu, subjek lain yang berinisial DRD juga memiliki kemiripan dengan subjek SF yang merasa bahwa dirinya sulit beradaptasi dalam pembelajaran metode daring ini. Kebutuhan akan media komunikasi oleh masyarakat semakin tinggi seiring perkembangan teknologi komunikasi maupun informasi, yang salah satunya yakni media sosial instagram merupakan salah satu wujud perkembangan teknologi tersebut. Sari (2017) menyebut bahwa hal ini berdampak pada mudahnya masyarakat mendapatkan kebutuhan akan informasi maupun komunikasi.

Kebebasan menjelajahi media sosial instagram yang dilakukan oleh mahasiswa merupakan bentuk kepemilikan atas keyakinan terhadap potensi maupun kemampuannya sehingga ia dapat berinteraksi maupun berkomunikasi melalui media sosial instagram dengan tujuan meningkatkan kepercayaan dirinya. Pada tajak lain yakni penelitian yang dilakukan oleh Umami & Rosdiana (2022) dengan judul Intensitas Bermedia Sosial dan

Self-Awareness pada Remaja mengatakan bahwa remaja yang secara umum merupakan mahasiswa tingkat awal memiliki kecenderungan perilaku menggunakan media sosial dengan intensitas yang tinggi, namun pada hasil penelitiannya menyatakan bahwa kebanyakan remaja di Lombok Timur memiliki tingkat intensitas penggunaan media sosial dan tingkat *self-awareness* yang sedang. Hal ini berarti terdapat hubungan negatif terkait intensitas penggunaan media sosial terhadap *self-awareness* pada remaja di Lombok Timur.

Chaplin (2011) mengartikan intensitas sebagai suatu kekuatan dari tingkah laku atau bisa juga merupakan suatu pengalaman seperti intensitas dari reaksi emosi. Intensitas penggunaan media sosial merupakan wujud dari sebuah aktivitas mengakses media sosial yang dilakukan baik lama maupun tidaknya sesuai pengalaman seorang individu. Dapat diperhatikan dari frekuensi maupun durasi penggunaan media sosial instagram untuk melihat hubungannya dengan kepercayaan diri. Karena, individu yang memiliki pikiran positif akan memiliki kepercayaan diri atas kemampuannya untuk memanfaatkan media sosial. Hasil survey dari Poushter (2018) menyatakan bahwa 743 remaja pengguna media sosial secara umum merasa kewalahan oleh drama yang ada di media sosial. Bentuknya terkait tekanan untuk membangun citra positif diri sendiri dalam memperkuat persahabatan,

Panji Candra Ramadhan, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email: panjican123@gmail.com

Aprillia Mega Rosdiana, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email: apriliamegarosdiana@psi.uin-malang.ac.id

Billah Ahsanul Karima, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email : rimahujan123@gmail.com

APAKAH INTENSITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM BERHUBUNGAN DENGAN KEPERCAYAAN DIRI :
ANALISIS KORELASI PADA MAHASISWA BARU

berbagi pendapat maupun membantu sesama. Kemudian, data menyebutkan 26% remaja mempercayai media sosial memiliki dampak negatif pada harga diri mereka.

Instagram merupakan media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia yang mencapai 98,06 juta pengguna (Annur, 2021). Aditya (2015) berpendapat bahwa instagram yang berasal dari penggabungan kata *instan* dan *telegram*. Dalam kinerjanya instagram merupakan media yang dapat digunakan untuk mengunggah foto-foto maupun keterangannya yang digerakkan oleh pengguna dan modal jaringan internet. Constine (2016) menjelaskan bahwa para pengguna instagram mampu berbagi maksimal 10 foto pada setiap kali mengunggah postingan atau bisa juga berupa video yang berdurasi hingga satu menit. Fitur instagram lainnya yakni stories yang dipergunakan untuk mengunggah foto dan video dengan batas durasi maksimal 15 detik dan secara otomatis bisa terhapus setelah jangka waktu 24 jam. Mayoritas pengguna instagram di Indonesia pada fase remaja hingga dewasa awal yakni 18 – 24 tahun mencapai 33,90 juta pengguna.

Sebuah perusahaan riset dan analisis dari Inggris, TNS, menyebutkan bahwa Indonesia berada diperingkat ke-3 pengguna Instagram (Mailanto, 2016). Pada artikel di okezone.com, oleh Paul Webster, Brand Development Lead Instagram APAC pada

tanggal 14 januari 2016 mengatakan yaitu sekitar 59% pengguna aktif pada instagram adalah mayoritas remaja/anak muda, terdidik, dan mapan yang selalu mengupdate informasi atau pun mengunggah foto ke media sosial dengan rentang usia 18-24 tahun. Lalu, pada tahun 2021 mengalami penetrasi menjadi sebuah media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia yang mencapai 98,06 juta pengguna (Annur, 2021). Mayoritas pengguna instagram di Indonesia pada fase remaja hingga dewasa awal yakni 18 – 24 tahun mencapai 33,90 juta pengguna.

Sejalan dengan penelitian oleh Winasty(2021) menemukan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara variabel kepercayaan diri dengan variabel kecanduan terhadap media sosial. Terbukti bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan diri mahasiswa maka semakin rendah tingkat kecanduannya terhadap media sosial. Ardari (2016) pada penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Remaja Awal, ditemukan bahwa kepercayaan diri tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan media sosial pada remaja. Kepercayaan diri tidak muncul sebagai faktor yang mempengaruhi frekuensi penggunaan media sosial. Pada dasarnya, remaja memiliki sikap dan cara berfikir yang positif akan lebih percaya diri terhadap kemampuannya dalam memanfaatkan media

Panji Candra Ramadhan, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email: panjican123@gmail.com

Aprillia Mega Rosdiana, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email: apriliamegarosdiana@psi.uin-malang.ac.id

Billah Ahsanul Karima, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email : rimahujan123@gmail.com

APAKAH INTENSITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM BERHUBUNGAN DENGAN KEPERCAYAAN DIRI :
ANALISIS KORELASI PADA MAHASISWA BARU

sosial. Selain itu, tujuan yang kuat dari keterlibatan menggunakan media sosial memiliki kemungkinan yang besar untuk bertindak sesuai dengan tujuan mereka.

Penelitian lain yang berjudul Hubungan antara Eksistensi Diri dan Kepercayaan Diri dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram oleh Permana & Prihartanti (2020) ditemukan terdapat hubungan positif yang signifikan antara kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan instagram. Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan diri itu sendiri dengan ketergantungan terhadap media sosial instagram. Semakin tinggi kepercayaan diri yang dimiliki mahasiswa, maka semakin tinggi pula intensitas penggunaan instagram, sebaliknya semakin rendahnya kepercayaan diri yang dimiliki mahasiswa maka semakin rendah intensitas penggunaan instagramnya. Mahasiswa yang memiliki kepercayaan diri tinggi menggunakan media sosial instagram dengan intensitas yang tinggi dikarenakan untuk mengatur maupun memelihara pertemanan yang telah terjalin.

Kajian lebih mendalam mengenai Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Kepercayaan Diri Mahasiswa Jurusan Manajemen UIN Malang Angkatan 2021 merasa diperlukan khususnya pada mahasiswa jurusan manajemen UIN Malang angkatan 2021 yang dituntut untuk

membentuk citra diri yang baik dan dapat mengaplikasikannya di media sosial instagram sebagai media pembelajaran mereka. Ditemukan hipotesis awal berdasarkan teori yang telah dituliskan yakni, terdapat hubungan negatif antara intensitas pengguna media sosial instagram terhadap kepercayaan diri pada mahasiswa baru jurusan manajemen UIN Malang. Demikian artinya berarti tinggi atau rendahnya intensitas penggunaan media sosial instagram berhubungan dengan tinggi atau rendahnya kepercayaan diri. Penelitian ini dilakukan saat kondisi pasca pandemi covid-19 atau *new normal* yang mana kebiasaan dalam menjalankan aktivitas melalui lingkup virtual mengalami transformasi. Terutama pada lingkup pendidikan yang mengharuskan mahasiswa dapat beradaptasi dengan sistem yang berbeda dari sebelumnya. Selain itu, subjek yang merupakan mahasiswa baru dituntut untuk menyesuaikan terhadap budaya maupun metode pembelajaran yang ada pada kampus.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan skala intensitas penggunaan media sosial instagram dan skala kepercayaan diri. Keduanya disusun berdasarkan model skala likert. Skala kepercayaan diri digunakan untuk melihat

Panji Candra Ramadhan, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email: panjican123@gmail.com

Aprillia Mega Rosdiana, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email: apriliamegarosdiana@psi.uin-malang.ac.id

Billah Ahsanul Karima, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email : rimahujan123@gmail.com

APAKAH INTENSITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM BERHUBUNGAN DENGAN KEPERCAYAAN DIRI :
ANALISIS KORELASI PADA MAHASISWA BARU

tingkat kepercayaan diri dengan menggunakan aspek teori yang dikemukakan oleh Lauster (2002) yakni ambisi normal, kemandirian, optimisme, perasaan aman, toleransi, dan keyakinan akan diri sendiri. Sedangkan Skala intensitas media sosial digunakan untuk

mengukur kekuatan ataupun kedalaman terhadap suatu sikap pada individu. Skala yang digunakan diadaptasi dari Umami & Rosdiana (2022) yang memiliki empat aspek yakni perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi.

Tabel 1.

Nilai Validitas dan Reliabilitas Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

| Aspek | Item | Validitas | Reliabilitas |
|-------------|--|-----------|--------------|
| Perhatian | Saya suka update kegiatan sehari-hari di instagram | .640 | .867 |
| Penghayatan | Saya mempercayai berita yang ada di instagram | .533 | |
| Durasi | Saya biasanya menggunakan instagram lebih dari 3 jam perhari | .508 | |
| Frekuensi | Dalam sehari, saya dapat membuka instagram lebih dari 4 kali | .602 | |

Tabel 2.

Nilai Validitas dan Reliabilitas Skala Kepercayaan Diri

| Aspek | Item | Validitas | Reliabilitas |
|-----------------------------|---|-----------|--------------|
| Ambisi Normal | Saya melihat kemampuan diri dalam menentukan sebuah target | .410 | .880 |
| Kemandirian | Saya terus berusaha sendiri walaupun mengalami kegagalan | .475 | |
| Optimisme | Saya akan berusaha lebih keras lagi jika saya mengalami kegagalan | .599 | |
| Perasaan Aman | Saya tetap merasa tenang walaupun berada di lingkungan baru | .283 | |
| Toleransi | Penting bagi saya untuk mendengar pendapat orang lain | .513 | |
| Keyakinan akan Diri Sendiri | Saya berkeyakinan mampu menghadapi masalah dengan baik | .520 | |

Adapun populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa baru fakultas ekonomi jurusan manajemen Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2021 yang memiliki akun instagram serta mengaksesnya minimal 1 jam perhari yang saat ini berjumlah 271 mahasiswa

dan diambil sampel sebanyak 73 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan perhitungan menggunakan rumus slovin. Teknik analisis data yang digunakan yakni uji normalitas, uji linieritas, uji kategorisasi, dan uji korelasional menggunakan teknik *product moment pearson*.

Panji Candra Ramadhan, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email: panjican123@gmail.com

Aprillia Mega Rosdiana, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email: apriliamegarosdiana@psi.uin-malang.ac.id

Billah Ahsanul Karima, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email : rimahujan123@gmail.com

APAKAH INTENSITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM BERHUBUNGAN DENGAN KEPERCAYAAN DIRI :
ANALISIS KORELASI PADA MAHASISWA BARU

HASIL

Tabel 3.

Kategorisasi Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

| Kategori | Kriteria | Frekuensi |
|----------|-------------------------|-----------|
| Tinggi | $X > 65,5$ | 7 |
| Sedang | $54,5 \leq X \leq 65,5$ | 40 |
| Rendah | $X < 54,5$ | 26 |

Pada variabel intensitas penggunaan instagram, ditemukan mayoritas mahasiswa manajemen angkatan 2021 UIN Malang memiliki tingkat intensitas mengakses instagram sedang. Data yang didapat yakni 7 mahasiswa berada pada tingkat kategori rendah, 40 mahasiswa

berada pada kategori sedang, dan 26 mahasiswa berada pada tingkat kategori tinggi. Secara umum sebanyak 54.8% dari 100% jumlah total subjek, berada pada kategori sedang saat mengakses instagram.

Tabel 4.

Kategorisasi Kepercayaan diri

| Kategori | Kriteria | Frekuensi |
|----------|---------------------------|-----------|
| Tinggi | $X > 86,33$ | 64 |
| Sedang | $68,67 \leq X \leq 86,33$ | 9 |
| Rendah | $X < 68,67$ | 0 |

Pada variabel kepercayaan diri, ditemukan mayoritas mahasiswa manajemen angkatan 2021 UIN Malang memiliki tingkat kepercayaan diri tinggi. Data yang didapat yakni 9 mahasiswa berada pada kategori sedang, dan 64 mahasiswa berada pada tingkat kategori tinggi. Secara umum sebanyak 87.7% dari 100% jumlah total subjek, tingkat kepercayaan dirinya berada pada kategori tinggi.

Berdasarkan hasil dari uji normalitas ditemukan data terdistribusi normal ($p = .200$). Lebih lanjut dari hasil uji *compare means test for linierity*, hubungan kedua variabel linear ($p = .272$). Oleh karena itu uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan korelasi Pearson. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan teknik *product moment pearson* dengan bantuan program IBM SPSS 25 for windows.

Tabel 5.

Hasil Korelasi Product Moment Pearson

| Variabel | Kepercayaan diri |
|---------------------------------|------------------|
| Intensitas Penggunaan Instagram | 0,199 |

Tabel diatas menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara intensitas

penggunaan media sosial dengan kepercayaan diri pada mahasiswa baru jurusan manajemen

Panji Candra Ramadhan, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email: panjican123@gmail.com

Aprillia Mega Rosdiana, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email: apriliamegarosdiana@psi.uin-malang.ac.id

Billah Ahsanul Karima, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email : rimahujan123@gmail.com

APAKAH INTENSITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM BERHUBUNGAN DENGAN KEPERCAYAAN DIRI :
ANALISIS KORELASI PADA MAHASISWA BARU

UIN Malang angkatan 2021 ($r(71) = .199, p > .05$). Demikian artinya tinggi atau rendahnya

intensitas penggunaan instagram tidak berhubungan dengan kepercayaan diri.

DISKUSI

Hasil dari penelitian ini menolak hipotesis yang telah ditetapkan yakni intensitas penggunaan instagram tidak berhubungan dengan kepercayaan diri. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2021) yang menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial TikTok. Hal ini dikarenakan kepercayaan diri bukan menjadi faktor utama yang membuat seseorang menggunakan media sosial. Hasil yang berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh Permana & Prihartanti (2020) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara eksistensi diri dan kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial instagram. Hal ini berarti semakin tinggi eksistensi diri dan kepercayaan diri pada seseorang, maka akan semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial instagram. Pada umumnya pengguna instagram menjadikan media sosial sebagai ajang eksistensi diri yang dilakukan dengan memperbanyak unggahan foto maupun video serta saling mengikuti di instagram. Hal tersebut dirasa sebagai bentuk eksistensi diri yang merupakan salah satu ciri individu memiliki kepercayaan diri. Sejalan dengan penelitian Ardari (2016) kepercayaan diri tidak mempengaruhi intensitas penggunaan

media sosial pada remaja awal. Remaja terdorong untuk ikut dalam bagian dari kelompoknya, memiliki pemikirannya sendiri sehingga tindakan yang akan dilakukannya di media sosial berdasarkan kehendak mereka sendiri.

Kepercayaan diri tidak muncul sebagai faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial. Remaja yang memiliki sikap dan berfikir yang positif akan percaya diri terhadap kemampuannya dalam memanfaatkan instagram. Sejalan dengan pendapat Lauster (2002) yang menyatakan bahwa kepercayaan diri merupakan suatu keyakinan individu atas kemampuan yang dimilikinya hal tersebut membuatnya tidak ragu dalam melakukan sesuatu, merasa bebas melakukan apapun yang diinginkannya, bertanggung jawab atas tindakannya, mampu menghargai orang lain, mengenal kelebihan serta kekurangan yang dimilikinya serta memiliki dorongan untuk suatu pencapaian. Tujuan mereka dalam bermedia sosial bukan lagi untuk menunjukkan eksistensi kepada orang lain. Melainkan berdasarkan pada rasa keingintahuan terhadap informasi yang mereka butuhkan di media sosial instagram. Mahasiswa baru jurusan manajemen angkatan 2021

Panji Candra Ramadhan, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email: panjican123@gmail.com

Aprillia Mega Rosdiana, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email: apriliamegarosdiana@psi.uin-malang.ac.id

Billah Ahsanul Karima, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email : rimahujan123@gmail.com

APAKAH INTENSITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM BERHUBUNGAN DENGAN KEPERCAYAAN DIRI :
ANALISIS KORELASI PADA MAHASISWA BARU

sebagian besar memiliki tingkat toleransi yang tinggi dalam menerima pendapat orang lain yang memungkinkannya dapat berinteraksi pada siapapun dalam media sosial dengan percaya diri. Kepercayaan diri tentunya didapatkan dari berbagai pengalaman selama hidup yang akan berdampak pada aktivitas belajar yang lebih baik.

Penelitian ini menjelaskan bahwa kepercayaan diri tidak hanya dipengaruhi oleh media sosial Instagram karena perkembangan atas teknologi berbasis virtual telah berkembang secara pesat. Seperti adanya media sosial lain yang saat ini lebih diminati oleh pengguna khususnya mahasiswa baru yang sedang menjalankan studi di kampus, contohnya facebook, twitter, TikTok, dan lain sebagainya (Dewi, 2021). Media sosial yang muncul merupakan sarana berinteraksi maupun berbagi informasi yang menjadi bagian dari proses pembelajaran yang efisien dalam menghadapi situasi pandemic covid-19 dan perkembangan teknologi yang begitu pesat. Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yakni kurangnya pengambilan sampel yang dilakukan, serta wawancara yang kurang mendalam terkait penggambaran fenomena yang diangkat. Namun, penelitian ini memiliki kekurangan berupa jumlah subjek yang kurang mewakili jumlah keseluruhan populasi. Selain itu, wawancara mendalam perlu

dilakukan untuk mencari faktor yang menjadi penyebab adanya fenomena.

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa intensitas penggunaan instagram tidak berhubungan dengan kepercayaan diri. Demikian artinya tinggi atau rendahnya intensitas penggunaan instagram tidak berpengaruh terhadap tinggi rendahnya kepercayaan diri mahasiswa baru jurusan manajemen UIN Malang angkatan 2021.

Peneliti menyarankan agar dilakukannya penelitian lebih lanjut terkait intensitas penggunaan instagram maupun kepercayaan diri, serta fenomena-fenomena yang berkembang pada lingkup sosial. Teknologi berbasis media sosial akan semakin berkembang dan melewati masa transformasi secara berkala. Selain itu perlu dilakukannya pengambilan sampel yang lebih besar serta wawancara mendalam terkait fenomena yang ada diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya, R. (2015). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi pada Komunitas Fotografi Pekanbaru. *Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(1), 1–23.

Annur, C. M. (2021). Ada 91 Juta Pengguna

Panji Candra Ramadhan, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email: panjican123@gmail.com
Aprillia Mega Rosdiana, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email: apriliamegarosdiana@psi.uin-malang.ac.id
Billah Ahsanul Karima, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email : rimahujan123@gmail.com

APAKAH INTENSITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM BERHUBUNGAN DENGAN KEPERCAYAAN DIRI :
ANALISIS KORELASI PADA MAHASISWA BARU

- Instagram di Indonesia , Mayoritas Usia Berapa ? *Katadata.Co.Id*, November, 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>
- Ardari, C. (2016). *Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Remaja Awal* (Vol. 85, Issue 1). Universitas Sanata Dharma.
- Asnawi. (2020). Pedoman akademik 2020-2021. *Pedoman Akademik*, 123.
- Chafsoh, A. M. (2020). Munculnya Culture Shock Pada Mahasiswa Baru Dalam Perkuliahan Daring Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Sejarah Artikel*, 1(1), 1–11.
- Chaplin, J. P. (2011). *Kamus Lengkap Psikologi*. Rajawali Pers.
- Constine. (2016). Instagram launches “Stories,” a Snapchatty feature for imperfect sharing | *TechCrunch*. *Techcrunch.Com*, 1–10. <https://techcrunch.com/2016/08/02/instagram-stories/>
- Dewi, C. M., Putri, A. S., Zamzam Nugraha, M. P., & Haq, A. H. B. (2021). Kepercayaan diri dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok di Masa Pandemi : Studi Korelasi. *Fenomena*, 29(2). <https://doi.org/10.30996/fn.v29i2.4653>
- Hakim, T. (2002). *Mengatasi Rasa Tidak Percaya Diri*. Puspa Swara.
- Lauster, P. (2002). *Tes Kepribadian*. Gaya Media Pratama.
- Mailanto. (2016). Pengguna Instagram di Indonesia Terbanyak, Mencapai 89% : Okezone techno. *Okezone.Com*, 1–5.
- Permana, T. C., & Prihartanti, N. (2020). *Hubungan Antara Eksistensi Diri Dan Kepercayaan Diri Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram*. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/83338>
- Poushter, J., Bishop, C., & Chwe, H. (2018). Social Media Use Continues to Rise in Developing Countries but Plateaus Across Developed Ones. *Pew Research Center*, June.
- Ranggamukti, B. (2011). Hubungan antara kepercayaan diri dengan frekuensi mengakses situs jejaring sosial.
- Santrock, J. W. (2007). *Adolescence*. McGraw-Hill.
- Sari, M. P. (2017). Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau. *Fenomena Penggunan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau*, 53(9), 1–13.
- Sonia, A., Nur, A., Yuliadi, I., & Nugroho, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Whatsapp Pada Mahasiswa Kedokteran 2018. *Wacana*, 12(1), 86–109.

Panji Candra Ramadhan, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email: panjican123@gmail.com
Aprillia Mega Rosdiana, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email: apriliamegarosdiana@psi.uin-malang.ac.id
Billah Ahsanul Karima, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Email : rimahujan123@gmail.com

APAKAH INTENSITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM BERHUBUNGAN DENGAN KEPERCAYAAN DIRI :
ANALISIS KORELASI PADA MAHASISWA BARU

Tanjung, Z., & Amelia, S. (2017).
Menumbuhkan Kepercayaan Diri
Siswa. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan
Indonesia)*, 2(2), 2–6.
<https://doi.org/10.29210/3003205000>

Umami, M., & Rosdiana, A. M. (2022).
Intensitas Bermedia Sosial dan Self
Awareness pada Remaja. *Jurnal
Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas
Yudharta Pasuruan*, 9, 133–145.

Winasty, D. (2021). Hubungan Kepercayaan
Diri Dengan Kecanduan Media Sosial
(Instagram) Pada Mahasiswa.
*Journal Universitas Muhammadiyah
Surakarta*, 3(7), 1–13.

Panji Candra Ramadhan, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik
Ibrahim Malang, Email: panjican123@gmail.com

Aprillia Mega Rosdiana, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
Malang, Email: apriliamegarosdiana@psi.uin-malang.ac.id

Billah Ahsanul Karima, Program Studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
Malang, Email : rimahujan123@gmail.com