

**HUBUNGAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN INTENSITAS
MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian

Syarat Memperoleh Gelar Derajat

Sarjana S-1 Psikologi



Oleh:

Tuti Anggun Sari

1709110005

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH**

2022

PENGESAHAN

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh
Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi

Pada Tanggal

20092022

MENGESAHKAN
Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Aceh

Dekan,



(Barmawi, M. Si)

Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Devi Yanti, M.Psi., Psikolog

Des

2. Sufrina Keumala Ayu, M.Ed

[Signature]

3. Hanna Amalia, M. Psi., Psikolog

[Signature]

4. Julia Aridhona, M.Si

[Signature]

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tuti Anggun Sari

NPM : 1709110005

Fakultas : Psikologi

Menyatakan skripsi yang saya susun dengan judul **“Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Intensitas Menggunakan Media Sosial Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh”** ini, secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika kemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya sanggup menerima segala sanksi sesuai dengan peraturan dan undang-undang yang berlaku.

Banda Aceh, 15 Juni 2021

Yang Menyatakan,



Tuti Anggun Sari

• 1709110005

MOTTO

“ Kamu tidak Harus Menjadi Hebat untuk Memulai, Tetapi Memulailah untuk
Menjadi Hebat “

(Zig Ziglar)

“ Rasa Malas Mu Takkan Pergi dengan Sendirinya, Maka Kikislah dan Mulai
Merangkak Meninggalkannya “

(Tuti Anggun Sari)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT dengan segala ridha dan karunia-Nya, skripsi ini dapat tersusun dengan baik dan dapat terselesaikan sebagaimana mestinya, dan tak lupa pula Shalawat beriringi salam saya sanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai panutan umat muslim yang telah memperjungkan agama Islam.

Dengan rasa bangga kupersembahkan Karya Sederhana ini dengan segala perjuangan saya hingga titik ini kepada orang tua saya (Alm. Akman, Bastia Lestina dan Asmuddin) serta kakak-kakak dan adik tercinta (Hamnisa Gusti, Rosa Nurhalizah, Liana Hayati, Alia Oka Sari, dan Anugra Fitra) yang telah memberikan doa, dukungan baik secara psikologis maupun finansial, dan juga semangat dalam menyelesaikan skripsi ini semoga semua doa dan dukungan dari kalian dapat selalu menjadi berkah dan motivasi yang baik untukku.

Serta untuk seluruh keluarga, dan teman-teman yang telah memberikan bantuan dengan tulus, meluangkan waktu, memberi semangat, doa, dan motivasi

Kalian semualah yang menjadi semangat terbesar saya untuk segera menyelesaikan tugas akhir bernama skripsi ini.

KATA PENGANTAR



Puji syukur kepada Allah SWT. yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan serta kelancaran sehingga skripsi dengan judul “Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Intensitas Menggunakan Media Sosial Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh” ini dapat diselesaikan. Shalawat beriringan salam tak lupa disampaikan kepada Rasulullah SAW. yang telah membawa ilmu pengetahuan sehingga dapat berkembang pesat hingga saat ini.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi pada Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh. Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Barmawi, M.Si., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh.
2. Ibu Devi Yanti, S. Psi., M. Psi., Psikolog, selaku Dosen Pembimbing I yang telah dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam membantu penulis selama penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Julia Aridhona, S. Psi.,M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang juga dengan sabar membimbing dan membantu penulis selama penyusunan ini hingga selesai serta telah meluangkan waktu berharganya untuk penulis.
4. Seluruh Dosen dan Staf Akademik Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah banyak membantu penulis selama proses perkuliahan.

5. Kepada orang tuaku Alm. Akman, S.Pd., Bastia Lestina, Amd.Keb., dan Asmuddin yang telah banyak memberi doa serta dukungan berupa finansial, moral dan juga semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Kepada ibu Baiti dan Bapak Asfar terimakasih telah memberikan doa, motivasi, serta semangat tanpa henti kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada kakak-kakak ku Hamnisa Gusti, S.Pd., dr. Rosa Nuhalizah., dan Liana Hayati, Amd.Keb., Alia Oka Sari S.Pd., dan Adik ku Anugra Fitra, yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi, harapan dan selalu ada untuk penulis sehingga penulis dapat merasa sangat bersyukur memiliki keluarga yang sempurna.
8. Kepada kak Renika Dwi Setia, Khairan Nabila Yoza, Cintia Dewi Herlita terima kasih telah banyak membantu, dan dengan sabar menjelaskan banyak hal tentang skripsi.
9. Kepada teman-temanku Suci Ramadhani, Dina Safira, Khairan Nabila Yoza, Hanif Brilliant Tamma. R, Cintia Dewi Herlita, Riska Novira, Teuku Muhammad Ferdial, Haikal Dina, Muhammad Suhail yang sudah menjadi orang baik dan menerima penulis dengan tulus sebagai teman yang sama-sama berjuang dibangku perkuliahan ini.
10. Kepada temanku Delvi Saputri yang telah memberikan banyak bantuan dengan tulus, memberikan motivasi dan semangat tanpa henti kepada penulis hingga saat ini dan kepada Arga Imam Cahyadi yang telah memberikan semangat, dukungan dan motivasi dari awal penyusunan skripsi ini hingga selesai.
11. Kepada teman-teman Psikologi 2017 dan kakak kelas yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu, terimakasih telah banyak membantu, memberikan arahan, semangat dan motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
12. Kepada diriku sendiri yang sampai saat ini masih tetap kuat walaupun berada dititik paling bawah sekalipun. Terimakasih ya sudah berjuang.
13. Kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga diharapkan arahan, bimbingan, serta saran dari pembaca untuk membuat penulis menjadi lebih baik lagi. Semoga tugas akhir skripsi ini dapat memberikan informasi dan manfaat pada pembaca sekalian.

Banda Aceh, 26 Januari 2022

Penulis,

Tuti Anggun Sari
1709110048

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Keaslian Penelitian.....	7
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	10
1. Manfaat Teoritis	10
2. Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Kepercayaan Diri	11
1. Pengertian Kepercayaan Diri.....	11
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Diri	12
3. Aspek-Aspek Kepercayaan Diri	16
4. Jenis-jenis Kepercayaan Diri	18
B. Intensitas menggunakan media sosial	19

1. Pengertian Intensitas menggunakan media sosial	19
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensitas menggunakan media sosial	20
3. Aspek-Aspek Intensitas menggunakan media sosial.....	21
4. Karakteristik Media Sosial	23
5. Jenis-jenis Media Sosial	24
6. Fungsi Media Sosial	25
7. Dampak Media Sosial.....	25
C. <i>Instagram</i>	27
D. Mahasiswa.....	28
1. Pengertian Mahasiswa.....	28
2. Karakteristik Mahasiswa.....	29
E. Hubungan Kepercayaan Diri dengan Intensitas Menggunakan Media Sosial.....	29
F. Hipotesis.....	31

BAB III METODE PENELITIAN 32

A. Variabel Penelitian	32
B. Definisi Operasional.....	32
1. Kepercayaan Diri.....	32
2. Intensitas menggunakan media sosial.....	33
C. Populasi dan Sampel	33
D. Metode Pengumpulan Data.....	34
E. Validitas dan Reliabilitas	36
1. Uji Validitas	36
2. Uji Reliabilitas	37
F. Analisis Data	37
1. Uji Normalitas	37
2. Uji Linieritas.....	37
3. Uji Korelasi.....	38

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN..... 39

A. Orientasi Kancan Penelitian.....	39
B. Persiapan Penelitian	41
1. Pengurusan Surat Izin Penelitian.....	42
2. Penyusunan Alat Ukur.....	42
C. Pelaksanaan Penelitian	42
D. Hasil Penelitian	43
1. Uji Instrumen.....	43

2. Deskripsi Subjek dan Data Penelitian	47
3. Uji Asumsi	50
4. Uji Hipotesis	53
E. Pembahasan.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Bobot Penilaian Pernyataan <i>Favorable</i> dan <i>Unfavorable</i>	35
Tabel 2. <i>Blue Print</i> Skala Kepercayaan Diri	35
Tabel 3. <i>Blue Print</i> Skala Intensitas Menggunakan Media Sosial.....	36
Tabel 4. Hasil Analisis Diskriminasi Aitem Skala Kepercayaan Diri Sebelum Aitem Tidak Valid Dibuang	45
Tabel 5. Hasil Analisis Diskriminasi Aitem Skala Kepercayaan Diri Valid Gugur.....	46
Tabel 6. Hasil Analisis Diskriminasi Aitem Skala Intensitas Menggunakan Media Sosial Sebelum Aitem Tidak Valid Dibuang	46
Tabel 7. Hasil Analisis Diskriminasi Aitem Intensitas Menggunakan Media Sosial Valid Gugur	46
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Sebelum Aitem Tidak Valid Dibuang	47
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Sesudah Aitem Tidak Valid Dibuang	47
Tabel 10. Hasil Deskripsi Data Penelitian.....	48
Tabel 12. Norma Pengkategorian	50
Tabel 13. Hasil Uji Normalitas.....	51
Tabel 14. Hasil Uji Linieritas	52
Tabel 15. Hasil Uji Korelasi	53

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Skala <i>Try Out</i>	64
2. Tabulasi Data <i>Try Out</i> Kepercayaan Diri	70
3. Tabulasi Data <i>Try Out</i> Intensitas Menggunakan Media Sosial.....	71
.....	
4. Reliabilitas dan Analisis Diskriminasi Aitem Skala <i>Try Out</i> Sebelum Aitem Tidak Valid Dibuang.....	72
.....	
5. Reliabilitas dan Analisis Diskriminasi Aitem Skala <i>Try Out</i> Sesudah Aitem Tidak Valid Dibuang.....	76
.....	
6. Skala Penelitian.....	79
7. Tabulasi Data Penelitian	84
8. Uji Deskriptif	86
9. Hasil Uji Frekuensi	86
10. Hasil Uji Asumsi.....	89
11. Hasil Uji Hipotesis.....	90
12. SK Pembimbing.....	91
13. Surat Permohonan Izin Penelitian.....	92
14. Biodata Penulis	93

**HUBUNGAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN INTENSITAS
MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA PSKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH**

Tuti Anggun Sari

Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh
Jl. Muhammadiyah No. 91, Batoh, Lueng Bata, Banda Aceh
tutyangguns@gmail.com

ABSTRAK

Kepercayaan diri adalah keyakinan dalam diri individu yang berani menerima resiko baik ataupun buruk setiap tindakan yang dilakukan tanpa terpengaruh oleh orang lain dan bebas melakukan hal yang diinginkannya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah ada hubungan antara kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Subjek dalam penelitian ini sebanyak 65 orang mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh, dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Pengambilan data menggunakan metode skala *Likert*, dengan menyebarkan kuesioner kepada subjek penelitian. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi *Product Moment*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial pada mahasiswa psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh dengan nilai $r = 0,962$ dan nilai signifikan $P = 0,000$. Terdapat hubungan positif signifikan antara kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Kata Kunci: Intensitas, kepercayaan diri, media sosial.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan informasi semakin membawa perubahan besar di kehidupan manusia dalam berbagai bidang teknologi salah satunya media sosial. Media sosial adalah media yang membuat setiap orang dapat bersosialisasi satu sama lain yang dilakukan secara online dan membuat setiap penggunanya dapat berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Pada zaman sekarang ini tidak bisa dipungkiri banyak orang yang menggunakan media sosial, yang penggunanya pun semakin meningkat pada setiap tahunnya sehingga menjadikan media sosial semakin populer disemua kalangan.

Data menunjukkan bahwa pengguna media sosial pada setiap tahunnya semakin meningkat, pengguna aktif media sosial yang paling sering menggunakan media sosial dimulai dari usia 18 tahun sampai dengan usia 24 tahun (tribunnews, 2020). Sejalan dengan itu laporan dari *Royal College* (2019) di Inggris, 90% pengguna media sosial berasal dari usia 16-24 tahun yang merupakan pengguna aktif media sosial, dan 10% lainnya adalah usia 55-64 tahun keatas. Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa yang paling aktif menggunakan media sosial adalah kalangan remaja dan dewasa awal.

Media sosial terdiri dari dua kata yaitu *social* yang artinya sebuah interaksi kemasyarakatan dan *media* yaitu suatu tempat untuk sosial itu sendiri (Abidin & Fahmi, 2019). Menurut Dijk (dalam Sagiyanto & Ardiyanti, 2018), media sosial merupakan media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna dalam berkolaborasi dan beraktivitas. Sejalan dengan itu Wijaya (2015), mengungkapkan media sosial yang sering digunakan pada saat ini adalah *Instagram, whatsapp, facebook, twitter, google, dan youtube*. Menurut Ariani & Trigartanti (2016), salah satu media sosial yang paling banyak digemari adalah *Instagram*, karena di *Instagram* seseorang dapat membagikan aktivitasnya sehari-hari dan pengguna lain bebas untuk memberikan tanggapannya.

Para pengguna aktif *Instagram* ini memiliki intensitas yang berbeda-beda dalam setiap penggunaannya. Intensitas menggunakan *Instagram* ini merupakan tingkat kekuatan sikap individu dan tingkat kedalamannya dalam menggunakan fitur-fitur *Instagram* dengan memperhatikan durasi waktu dalam penggunaan setiap harinya. Ada yang dapat menghabiskan waktu lebih dari dua jam perharinya dan bahkan ada yang sampai lupa waktu. Hal ini bisa saja terjadi karena individu memiliki rasa ketertarikan terhadap objek tertentu sehingga menjadikan hal tersebut sebagai target perilakunya misalnya gaya berpakaian dari pengguna lain, *make up* yang digunakan, keindahan fotografi yang dibagikan dan lain-lain sebagainya (Ariani & Trigartanti, 2016). Pengguna aktif ini juga dapat menjadikan *Instagram* sebagai salah satu sumber informasi serta menjadikan *Instagram* sebagai media utama untuk berinteraksi

dengan orang lain melalui tanggapan-tanggapan dikolom komentar, postingan yang disukai, ataupun melalui pesan langsung yang ditujukan kepada individu atau pengguna *Instagram* lainnya (Krisnawati, 2015).

Hasil penelitian Sabekti (2019), menyatakan bahwa para pengguna aktif ini dapat menghabiskan waktu berjam-jam setiap harinya hanya untuk melihat postingan-postingan dari pengguna lain, baik itu berupa foto atau video. Kemudian beberapa individu juga mengakui bahwa ada yang kurang jika dalam satu hari tidak membagikan kegiatannya di *Instagram*, beberapa individu mengakui bahwa kepercayaan dirinya akan semakin meningkat apabila unggahan atau *story* yang dibagikan di *Instagram* dilihat oleh banyak orang dan mendapatkan respon yang baik dari pengguna lain, yang mana menurut individu hal itu dapat membuat dirinya lebih diakui karena kecantikan atau ketampanan yang dimiliki, keahliannya dalam memadamkan pakaian yang digunakan atau karena kemampuan atau ide-ide yang dimiliki bisa di ketahui oleh pengguna lain. Mendapat pujian ataupun respon positif dari pengguna media sosial *Instagram* menimbulkan rasa percaya diri bagi individu, sehingga tidak jarang perilaku tersebut diulangi kembali untuk meningkatkan kepercayaan diri dalam diri individu.

Kepercayaan diri adalah keyakinan akan kemampuan diri sendiri dan memiliki harapan yang nyata, bahkan pada saat harapan yang di inginkan tidak terwujud, maka individu mampu tetap berpikiran positif serta dapat menerimanya (Sarastika dalam Puspitasari, 2014). Menurut Ghufron & Risnawati (2010), kepercayaan diri

merupakan salah satu aspek kepribadian seperti kepercayaan akan kemampuan diri sendiri sehingga tidak terpengaruh oleh orang lain kemudian dapat bertindak sesuai dengan kehendaknya sendiri, optimis, cukup toleran, gembira, dan bertanggung jawab.

Sejalan dengan hal tersebut, Lauster (dalam Sahrnanca & Astorini, 2013) mendefinisikan kepercayaan diri sebagai suatu perasaan atau sikap seseorang akan kemampuan diri sendiri sehingga individu yang bersangkutan tidak terlalu cemas dalam setiap tindakannya, dapat merasa bebas melakukan hal yang diinginkannya serta bertanggung jawab atas perbuatannya, sopan dan hangat dalam berinteraksi dengan individu lainnya.

Peneliti juga melakukan wawancara awal terhadap dua orang responden yang merupakan mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh, yaitu LH, dan CA yang merupakan pengguna aktif media sosial *Instagram*. Hasil wawancaranya dengan LH adalah sebagai berikut:

“ Ketika menggunakan Instagram saya merasa terhibur gitu apa lagi disaat tidak ada kerjaan, bisa liat-liat cerita orang lain, kadang ada kan yang buat story itu pakai filter-filter gitu terus menurut aku filternya bagus ya aku cobain, dan ternyata aku suka langsung tu aku pakai jilbab dan post story karena menurut aku disitu aku kelihatan cantik dan glowing hahahaha. Pada saat ngambil foto atau video tu aku bisa buatnya berulang-ulang dan fokus sampai kek pesan-pesan yang masuk gitu gak aku open sampai aku dapat yang menurut aku benar-benar bagus hahahaha, dan bisa sampai menghabiskan waktu lebih dari 30 menit gitu, lain lagi kalau udah aku posting ceritanya bisa tiga atau empat menit sekali aku cek siapa aja yang udah liat, kadang aku kan buat story itu bisa dua atau tiga sekaligus itu aku cek dan aku liat juga apa banyak yang liat itu sama kayak distory pertama kalau misalnya sama yaa menurut aku bearti banyak yang suka gitu besok-besoknya aku buat lagi, tapi kalau misalnya

sebaliknya ya aku besok-besoknya buat gaya lain lagi hahahaha. Kalau ngepost foto, lain lagi setiap masuk notifikasi siapa yang like langsung aku cek dan liat udah berapa orang yang menyukai ada ngak yang memberikan komentar gitu sih”

Sedangkan Menurut CA adalah sebagai berikut :

“ Kalau menurut saya menggunakan Instagram itu tujuan utamanya sih untuk mencari informasi tapi lama kelamaan karena mengikuti zaman sekarang jadi kek tempat berbagi cerita atau aktivitas sehari-hari gitu, kadang aku suka buat-buat story ketika lagi nongkrong sama kawan-kawan biar orang lain tau kegiatan aku pada saat itu sekalian buat lokasi nongkrongnya itu dimana misalnya kek diwarkop apa gitu. Tapi kalau aku post foto itu lain lagi harus ada captionkan nah dari situ saya mau liat berapa orang yang suka dengan postingan saya terus kalau bagiin cerita di Instagram saya mau liat juga siapa aja yang udah liat, berapa banyak viewsnya terus tanggapan mereka gimana, jadi kan semakin intens aku buka IGnya apa lagi kalau masuk notifikasi kayak like gitu langsung cepat cepat buka hahahaha, ketika makin banyak yang suka atau nanggapi positif postingan saya jadi kek merasa lebih diakui yang membuat saya semakin percaya diri. Kalau untuk foto-foto yang udah lama misalnya 2017 ya ngak aku hapus atau aku arsipkan karena itu menurut aku jadi kenang-kenangan, terus orang lain bisa liat juga perubahan aku dari tahun ketahun itu gimana”

Berdasarkan wawancara awal di atas LH menyatakan bahwa menggunakan *Instagram* adalah suatu hiburan dengan melihat cerita orang lain kemudian menggunakan filter-filter *Instagram* untuk membuat foto atau video yang akan dibagikan di *Instagram*, karena menurut subjek filter dapat membuat diri subjek semakin terlihat cantik dan *glowing*. Pada saat subjek mengambil foto dan video, dilakukan berulang kali bahkan menghabiskan waktu lebih dari 30 menit, ketika subjek membagikan ceritanya di *Instagram* subjek juga melihat berulang kali sudah berapa orang yang telah melihat unggahan foto atau video tersebut. Semakin banyak orang yang melihat cerita yang dibagikan maka hal itu semakin menambah kepercayaan diri untuk terus membagikan foto atau video di *Instagram*.

Sedangkan menurut hasil wawancara dengan subjek berinisial CA menggunakan *Instagram* merupakan suatu wadah untuk mencari informasi namun seiring perkembangan zaman *Instagram* menjadi tempat untuk subjek membagikan kegiatan sehari-hari, ketika subjek membagikan sesuatu di *Instagram* subjek ingin mengetahui berapa orang yang memberikan *like*, berapa orang yang memberikan komentar dan berapa orang yang sudah melihat cerita yang dibagikan sehingga membuat diri subjek merasa lebih diakui dan percaya diri serta semakin sering menggunakan *Instagram*. Kemudian menurut subjek foto-foto lama yang dibagikan di *Instagram* tidak perlu dihapus atau di arsipkan karena dapat menjadi kenangan dan orang lain dapat melihat perubahan diri subjek dari tahun ketahun.

Setiap unggahan yang diposting di *Instagram* dapat menggambarkan rasa kepercayaan diri yang dimiliki oleh setiap penggunanya, karena kepercayaan diri ini sangat berpengaruh terhadap cara individu berkomunikasi dan berinteraksi dengan pengguna lain di *Instagram*. Baik itu dilihat dari keterangan pada setiap unggahan, cerita yang dibagikan setiap hari, dan bagaimana individu tersebut berkomunikasi dengan orang lain serta bagaimana cara individu menanggapi setiap tanggapan dari pengguna lain di *Instagram*.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai hubungan kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada hubungan kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh?
2. Bagaimana hubungan kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh?

C. Keaslian Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu ada beberapa hasil penelitian tentang kepercayaan diri diantaranya :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Aristyo Rahadian (2016) dengan judul “Hubungan intensitas menggunakan sosial media *Instagram* dengan kematangan emosi pada remaja”. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan jumlah responden sebanyak 80 orang yang merupakan mahasiswa psikologi UMS tahun 2017. Analisis data yang dilakukan menggunakan uji korelasi *product moment*. Hasilnya menunjukkan nilai koefisien korelasi $r = -0,484$ dengan $P = 0,000$, hipotesis diterima. Yang berarti bahwa ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara hubungan intensitas menggunakan sosial media *Instagram* dengan kematangan emosi pada remaja. Bedanya penelitian ini dengan penelitian Aristyo Rahadian (2017), adalah penelitian ini membahas tentang Hubungan kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas

Muhammadiyah Aceh sedangkan penelitian dari Aristyo membahas tentang hubungan intensitas menggunakan sosial media *Instagram* dengan kematangan emosi pada remaja.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Andi Syaputra dan Diyan Muqaddis Muqaddis pada tahun 2017 tentang ” Hubungan kepercayaan diri terhadap intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa prodi S-1 farmasi Universitas Ubudiyah Indonesia. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan jumlah responden sebanyak 173 orang berusia 12-15 tahun dan mempunyai akun media sosial. Alat pengumpulan data menggunakan skala kepercayaan diri dengan skala intensitas penggunaan media sosial. Analisis data adalah uji regresi linear sederhana, hasilnya menunjukkan nilai R square $r= 0,003$ ($F=0,434$ dan $t= 0,659$) dengan nilai signifikan sebesar 0,511. Hal tersebut berarti bahwa kepercayaan diri tidak berpengaruh terhadap intensitas menggunakan media sosial. Bedanya penelitian ini dengan penelitian Andi Syaputra dan Muqaddis Muqaddis (2017), adalah penelitian ini membahas tentang Hubungan kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial *Instagram* pada mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh sedangkan penelitian dari Andi dan Muqaddis membahas tentang Hubungan kepercayaan diri terhadap intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa prodi S-1 farmasi Universitas Ubudiyah Indonesia
3. Penelitian yang dilakukan oleh Arum Sonia Azhara Nur Anisa, Istar Yuliadi, dan Dian Nugroho (2020) dengan judul “ Hubungan tingkat kepercayaan diri

dengan intensitas penggunaan media sosial *whatsapp* pada mahasiswa kedokteran 2018”. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan jumlah responden sebanyak 60 orang yang merupakan mahasiswa kedokteran 2018 yang terdiri dari (perempuan 43 orang dan laki-laki 17 orang). Analisis data menggunakan korelasi spearman hasilnya menunjukkan nilai koefisien korelasi (r) – 0,458 dan nilai signifikan (p) $0,000 < 0,05$. Yang berarti bahwa ada hubungan antara tingkat kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial *whatsapp* pada mahasiswa kedokteran 2018. Bedanya penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Arum Sonia Azhara Nur Anisa, Istar Yuliadi, dan Dian Nugroho (2020), adalah penelitian ini membahas tentang hubungan kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh sedangkan penelitian Arum Sonia Azhara Nur Anisa, Istar Yuliadi, dan Dian Nugroho (2020) membahas tentang hubungan tingkat kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial *whatsapp* pada mahasiswa kedokteran 2018.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat apakah ada hubungan kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial dan bagaimana hubungan kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis. Adapun manfaat yang diharapkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan referensi untuk semua orang tentang hubungan kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial khususnya psikologi klinis.

2. Manfaat Praktis

Dari segi praktisi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi bagi masyarakat dan terutama mahasiswa mengenai hubungan kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kepercayaan Diri

1. Pengertian Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri adalah kemampuan individu untuk berpikir rasional seperti yakin terhadap diri sendiri, memiliki ide dan memiliki proses berpikir yang tidak mengandung unsur yang menuntut individu, sehingga ketika menghadapi suatu masalah atau persoalan individu mampu menilai, menganalisa, menimbang, dan memberi keputusan (Prabowo, 2017). Sedangkan menurut Ghufron & Risnawati (2010) kepercayaan diri adalah salah salah satu aspek kepribadian misalnya kepercayaan akan kemampuan diri sendiri sehingga tidak mudah terpengaruh oleh orang lain dan dapat bertindak sesuai kehendaknya sendiri, optimis, cukup toleran, gembira, serta bertanggung jawab. Selain itu Sarastika (dalam Puspitasari, 2014), menyatakan kepercayaan diri adalah keyakinan akan kemampuan diri sendiri dan memiliki harapan yang nyata, bahkan pada saat harapan yang di inginkan tidak terwujud, maka individu mampu tetap berpikiran positif serta dapat menerimanya.

Menurut Balke (dalam Nainggolan, 2011) Kepercayaan diri merupakan keinginan individu untuk melakukan suatu yang paling menakutkan bagi dirinya sendiri dan mampu meyakini bahwa dirinya dapat mengelola apapun yang menjadi resikonya. Kemudian Lauster (dalam Sahrnanca & Astorini, 2013) juga menyatakan kepercayaan diri adalah suatu perasaan atau sikap seseorang akan kemampuan diri

sendiri sehingga individu yang bersangkutan tidak terlalu cemas dalam setiap tindakannya, dapat merasa bebas melakukan hal yang dinginkannya serta bertanggung jawab atas perbuatannya, sopan dan hangat dalam berinteraksi dengan individu lainnya.

Berdasarkan beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri adalah keyakinan dalam diri individu yang berani menerima resiko baik ataupun buruk setiap tindakan yang dilakukan tanpa terpengaruh oleh orang lain dan bebas melakukan hal yang diinginkannya.

1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Diri

Menurut Prabowo (2017), bahwa kepercayaan diri dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal yang berasal dari dalam diri individu dan faktor eksternal yang berasal dari luar individu atau lingkungan sekitarnya. Adapun faktor internal kepercayaan diri mencakup :

a. Konsep diri

Konsep diri adalah gagasan tentang individu itu sendiri. Seseorang yang memiliki rasa percaya diri akan mempunyai konsep diri positif, sebaliknya individu yang mempunyai rasa rendah diri biasanya mempunyai konsep diri negatif.

b. Harga diri

Harga diri merupakan penilaian yang diberikan untuk diri sendiri. Seseorang yang memiliki harga diri tinggi akan mempunyai rasa percaya diri yang tinggi juga sedangkan individu yang memiliki harga diri rendah cenderung kurang percaya diri.

c. Kondisi fisik

Individu yang merasa memiliki ketidakmampuan fisik akan mempunyai rasa percaya diri rendah.

d. Pengalaman hidup

Pengalaman yang buruk dimasa lalu dapat menyebabkan rendahnya kepercayaan diri seseorang, apa lagi jika pada dasarnya individu adalah seseorang yang memiliki rasa tidak aman, kurang perhatian dan kurang kasih sayang.

Adapun faktor eksternal yang mempengaruhi kepercayaan diri meliputi :

a. Pendidikan

Individu yang tingkat pendidikannya tinggi memiliki rasa percaya diri yang lebih tinggi karena merasa lebih mandiri dan tidak tergantung pada orang lain.

b. Pekerjaan

Bekerja dapat mengembangkan kemampuan diri dan keraktivitas serta rasa percaya diri seseorang.

c. Lingkungan

Dukungan yang baik dari lingkungan juga dapat meningkatkan rasa percaya diri seseorang.

Sedangkan menurut Ghufron & Risnawati (2017) faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri seseorang adalah sebagai berikut :

1. Konsep diri

Terbentuknya konsep diri pada individu diawali dari pergaulannya dalam suatu kelompok. Setiap intraksi yang dilakukan oleh seseorang akan menghasilkan konsep diri.

2. Harga diri

Tingkat harga diri seseorang sangat berpengaruh terhadap rasa kepercayaan diri yang dimilikinya.

3. Pengalaman

Pengalaman yang ada dalam diri individu dapat menimbulkan rasa percaya diri seseorang, namun pengalaman juga dapat menurunkan rasa percaya diri individu, tergantung bagaimana seseorang menyikapinya.

4. Pendidikan

Pendidikan sangat berpengaruh terhadap rasa percaya diri yang ada dalam diri setiap orang. Individu yang memiliki Pendidikan tinggi akan memiliki rasa kepercayaan diri yang tinggi, sedangkan individu yang pendidikanya lebih rendah tingkat kepercayaan dirinya juga rendah.

Menurut Vandini (2015) faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri individu dibagi menjadi dua faktor yaitu :

a. Faktor internal :

1) Konsep diri

Konsep diri merupakan awal terbentuknya rasa kepercayaan diri individu. Seseorang dapat memperoleh konsep diri dari pergaulan kelompok namun ada yang dapat memberikan dampak positif dan ada juga yang dapat memberi dampak negatif.

2) Harga diri

Seseorang yang memiliki tingkat harga diri tinggi tentu akan memiliki rasa percaya diri yang tinggi pula, dan sebaliknya individu yang tingkat harga dirinya rendah akan memiliki rasa kepercayaan diri yang rendah juga.

3) Kondisi fisik

Perubahan kondisi fisik seseorang juga sangat berpengaruh terhadap rasa kepercayaan dirinya. Individu yang kondisi fisiknya kurang baik akan memiliki rasa kepercayaan diri rendah sedangkan individu yang kondisi fisiknya baik akan memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi pula.

4) Pengalaman hidup

Pengalaman hidup dapat menyebabkan menurunnya tingkat rasa percaya diri seseorang namun pengalaman hidup juga dapat meningkatkan rasa kepercayaan diri dalam diri individu.

B. Faktor eksternal :

1) Pekerjaan

Seseorang yang memiliki pekerjaan dapat meningkatkan rasa kepercayaan dirinya karena merasa puas dapat mengembangkan kemampuan dan keraktivitas yang ada dalam diri individu.

2) Lingkungan

Seseorang yang mendapatkan dukungan dari lingkungan sekitarnya akan merasa nyaman dan memiliki rasa percaya diri yang tinggi.

Faktor-faktor di atas merupakan faktor yang sering mempengaruhi kepercayaan diri individu.

1. Aspek-Aspek kepercayaan diri

Menurut Prabowo (2017) mengemukakan beberapa aspek yaitu :

a. Keyakinan

Yakin terhadap kemampuan diri merupakan bentuk sikap positif kepada dirinya bahwa individu paham dengan segala sesuatu yang dilakukannya.

b. Optimis

Selalu berpikir positif, memiliki pandangan baik dalam menghadapi masalah yang ada pada dirinya.

c. Obyektif

Seseorang yang percaya diri memandang permasalahan atau sesuatu sesuai dengan kebenaran yang semestinya, bukan menurut dirinya sendiri atau kebenaran pribadi.

d. Tanggung jawab

Individu bersedia menanggung segala konsekuensi terhadap apa yang dilakukannya.

e. Rasional

Selalu menggunakan pemikiran yang nyata dalam menyelesaikan suatu masalah dan dapat diterima oleh logika.

Sedangkan menurut Lauser (dalam Ghufroon & Risnawati, 2017), aspek-aspek yang mempengaruhi kepercayaan diri adalah :

1. Keyakinan akan kemampuan diri, merupakan individu yang yakin akan kemampuan yang dimilikinya.
2. Optimis, merupakan seseorang yang selalu berpandangan baik dan positif terhadap apa yang ada dalam dirinya.

3. Obyektif, individu yang memandang suatu masalah sesuai dengan kebenaran yang ada bukan berdasarkan kepentingan pribadi.
4. Bertanggung jawab, merupakan seseorang yang siap menanggung segala sesuatu apa yang telah dilakukannya.

Menurut Rini, (2014) aspek- aspek yang mempengaruhi kepercayaan diri yaitu:

- a. Keyakinan akan kemampuan diri, selalu berpikir positif dan stabil dalam melakukan sesuatu
- b. Optimis, selalu berpikiran baik tentang segala hal dalam menghadapi diri
- c. Obyektif, memiliki pandangan yang sesuai dengan kebenaran yang ada
- d. Bertanggung jawab, kesediaan menerima segala sesuatu yang telah menjadi konsekuensinya
- e. Rasional dan realistis, analisis terhadap suatu masalah atau kejadian dengan menggunakan pemikiran yang dapat diterima oleh orang lain.

1. Jenis-jenis kepercayaan diri

Menurut Prabowo (2017), ada dua jenis kepercayaan diri yaitu :

- a. Percaya diri lahir

Percaya diri lahir membuat individu harus menunjukkan pada dunia luar bahwa individu yakin akan dirinya sendiri, yaitu melalui pengembangan keterampilan dalam bidang-bidang tertentu, seperti sebagai berikut: penampilan diri, tujuan jelas, komunikasi, ketegasan.

b. Percaya diri batin

Jika individu ingin mengukur kepercayaan diri batin maka individu tersebut harus mengetahui ciri-ciri utama yang ada dalam percaya diri batin. Adalah sebagai berikut : pengendalian perasaan, cinta diri sendiri, pemahaman diri, pemikiran positif

B. Intensitas Menggunakan Media Sosial

1. Pengertian Intensitas Menggunakan Media Sosial

Media sosial adalah media *online* yang membuat setiap penggunaannya mudah untuk berinteraksi satu sama lain secara sosial Doni, (2017). Sedangkan Dijk (dalam Sagiyanto dan Ardiyanti, 2018) juga menyatakan media sosial adalah media yang memfokuskan pada ekstensi pengguna dalam berkolaborasi dan beraktivitas. Sejalan dengan itu, Chris Brogan (dalam Wibisono & Mulyani, 2018) menyatakan media sosial adalah suatu media untuk berkolaborasi dan berkomunikasi yang memiliki beragam bentuk interaksi didalamnya. Menurut Putri, Nurmawati, dan Budiarti (2016) media sosial merupakan media yang mengajak setiap orang berpartisipasi untuk mendapatkan komentar dan *feedback*, serta dapat membagikan informasi secara cepat dan tanpa batas.

Intensitas penggunaan media sosial adalah rasa ketertarikan dan perhatian individu dalam menggunakan media sosial dilihat dari kedalaman dan kekuatannya dalam menggunakan media sosial (Aziz, 2020). Menurut Azjen (dalam Frisnawati, 2012) intensitas penggunaan media sosial adalah suatu perilaku individu yang mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian menggunakan media sosial dengan durasi

atau frekuensi waktu yang lama serta selalu memperhatikan jumlah pertemanan yang dibentuk individu. Sejalan dengan itu Ardari (2016), menyatakan media sosial merupakan tingkat kedalaman atau kekuatan sikap dalam memanfaatkan fasilitas-fasilitas media sosial dengan memperhatikan durasi waktu dan frekuensi perharinya.

Menurut Pebriyana (2021), intensitas menggunakan media sosial adalah kekuatan yang berasal dari dalam diri seseorang berdasarkan seberapa sering penggulungan waktu yang dihabiskan dan kedalaman sikap individu saat menggunakan media sosial. Rismana, (dalam Pebriyana 2021), juga menyatakan intensitas menggunakan media sosial adalah gambaran kekuatan sikap dan lamanya seseorang dalam menggunakan media sosial dengan tujuan tertentu.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas disimpulkan bahwa media sosial adalah rasa ketertarikan dalam diri individu dalam menggunakan media sosial, dengan memperhatikan berapa lama waktu yang dihabiskan individu dalam setiap harinya.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensitas Penggunaan Media Sosial

Beberapa faktor yang memengaruhi intensitas penggunaan media sosial menurut Stanley dan Dennis (2010) antara lain:

- a. Sosial, proses internal dimana memungkinkan individu untuk memilih, bagaimana individu berhubungan dengan orang lain memahami orang lain dan ikut merasakannya, mengorganisasi serta menafsirkan stimulus dari lingkungan serta proses ini memengaruhi perilaku individu.
- b. Karakteristik individu, yakni sebuah faktor yang menjadi penyebab adanya ketidaksamaan dalam perilaku, karakteristik individu dalam hubungannya dengan

penggunaan media sosial yakni masa kerja yang objektif, status pekerjaan, jenis kelamin, dan usia atau umur.

c. Motivasi, ialah tenaga penggerak, hasrat, dan dorongan yang asalnya dari dalam diri untuk menjalankan suatu hal yang akan mempengaruhi cara bertindak seseorang, individu memiliki keinginan atau dorongan untuk mencari pertemanan lewat jejaring sosial, kegiatan membuka atau menulis status akun.

d. Emosional (*mood*), merupakan pengungkapan seseorang dalam keadaan perasaan yang melibatkan pikiran-pikiran alam bawah sadar yang merupakan komponen dari ingatan atau sebab terus-menerus mengingat kejadian yang memicu yaitu senang, sedih, marah, benci kecewa, atau prustasi

Sementara Faktor- faktor yang mempengaruhi intensitas menggunakan media sosial menurut Andarwati (dalam Elita, 2021) adalah sebagai berikut: persepsi penggunaan, persepsi nilai informasi, suasana emosi (*mood*), tingkat mengidentifikasi individu dimedia sosial

2. Aspek- aspek intensitas menggunakan media sosial

Aspek-aspek intenitas menggunakan media sosial menurut Azjen (dalam Frisnawati, 2012) adalah sebagai berikut :

a. Perhatian

Rasa ketertarikan dalam diri individu terhadap suatu objek sehingga menjadikan objek tersebut sebagai target dari perilaku

b. Penghayatan

Merupakan penyerapan dan pemahaman terhadap informasi yang akan dijadikan pengetahuan bagi individu

c. Durasi

Merupakan selang waktu individu dalam menggunakan media sosial pada setiap jamnya

d. Frekuensi

Merupakan banyaknya pengulangan waktu yang dilakukan individu dalam satu harinya.

Menurut Anggi (2012) aspek-aspek untuk mengukur intensitas penggunaan media sosial pada individu, yaitu:

1. Perhatian, yaitu minat atau ketertarikan seseorang akan sebuah aktivitas yang akan jauh lebih kuat dijalankan daripada aktivitas lainnya. Maksudnya yakni individu memberikan perhatian atau minat yang lebih saat mengakses media sosial, oleh karenanya individu menikmati kegiatan menggunakan media sosial.

2. Penghayatan, mengarah kepada terdapatnya usaha seseorang untuk menyerap, menghayati, menikmati, dan memahami informasi yang didapat sebagai sebuah pengetahuan. Media sosial memberi beragam informasi yang dapat memengaruhi seseorang untuk mengaplikasikannya dalam kehidupan nyata.

3. Durasi, lamanya sesuatu yang berlangsung atau lamanya selang waktu Frekuensi, banyaknya pengulangan perilaku baik disengaja maupun tidak. Andarwati dan Sukarto (2005) memaparkan bahwa intensitas hanya mengacu kepada:

- a. Durasi yang menyatakan suatu satuan kurun waktu (per jam atau per menit)
- b. Fekuensi yang menyatakan suatu satuan kurun waktu (per bulan, per minggu, per hari).

4. Karakteristik Media Sosial

Menurut tim Humas Kementrian Perdagangan RI (dalam Sagiyanto & Ardiyanti, 2018) terdapat beberapa ciri media sosial, yaitu :

- a. Konten yang dibagikan di media sosial tidak hanya kepada satu orang saja namun dapat dilihat oleh banyak orang.
- b. Isi pesan dapat terkirim tanpa adanya perantara dan penghambat.
- c. Isi pesan disampaikan secara *online* dan langsung.
- d. Konten yang dibagikan di media sosial dapat diterima lebih cepat.
- e. Pengguna media sosial dapat lebih menjadi kreatif dan dapat beraktualisasi diri.
- f. Dalam media sosial memiliki fungsi seperti identitas, berbagi, percakapan, hubungan, kehadiran, kelompok dan reputasi.

5. Jenis-jenis Media Sosial

Menurut Kaplan dan Haenlein (dalam Sagiyanto&Ardiyanti, 2018) media sosial dibagi dalam beberapa jenis adalah :

- a. Konten atau isi, dimana setiap pengguna *website* ini dapat saling berbagi konten multimedia seperti foto, video, *e-book*, *youtube*, dan lain-lain sebagainya.
- b. Proyek kolaborasi *website*, pengguna diizinkan untuk dapat menambah, mengubah, bahkan membuang konten yang terdapat di *website* tersebut seperti *Wikipedia*.

- c. Blog dan microblog, pengguna bebas untuk mengungkapkan segala sesuatu seperti pengalaman, perasaan, pernyataan atau kritikan terhadap sesuatu pada blog seperti *twitter*.
- d. Situs jejaring sosial, pengguna memiliki koneksi agar terhubung dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi atau kelompok sehingga bisa terhubung dan diakses oleh pengguna lain seperti *BBM, line, facebook, whatsapp, Instagram* dan lain-lain.
- e. *Virtural social world*, yang mana pada aplikasi ini memiliki wujud dunia virtual yang bisa memberikan kesempatan pada pengguna berada dalam dunia virtual agar dapat berinteraksi dengan individu lainnya.
- f. *Virtual game world*, dengan menggunakan aplikasi 3D pengguna bisa muncul dalam wujud apa saja yang sesuai dengan keinginan individu dan berinteraksi dengan orang lain dengan bentuk atau wujud yang sama seperti *game online*.

6. Fungsi media sosial

Menurut Doni (2017), ada beberapa fungsi media sosial adalah sebagai berikut :

- a. Media sosial dapat memperluas interaksi sosial setiap pengguna dengan menggunakan teknologi web dan internet.
- b. Dapat mengirim informasi dan komunikasi ke semua orang dengan cepat.
- c. Mendukung demokrasi pengetahuan dan informasi.

7. Dampak media sosial

Menurut Putri, Nurwati, dan Budiarti (2016), media sosial dapat memberikan dampak positif dan negatif bagi seseorang, dampak tersebut adalah sebagai berikut:

a. Dampak Positif

1. Dapat memperbanyak dan memperluas jaringan pertemanan.
2. Mempermudah dalam komunikasi
3. Dapat menjadi tempat promosi.

b. Dampak Negatif

1. Melalui media sosial rentan terjadinya kejahatan.
2. Dapat menyebabkan terjadinya penipuan.
3. Penggunaan media sosial yang berlebihan dapat mengganggu aktivitas dan kegiatan belajar.

Sedangkan menurut Cahyono (2016), media sosial dapat memberikan dampak positif dan negatif bagi individu adalah sebagai berikut:

a. Dampak positif

1. Mempermudah setiap penggunaannya dalam berinteraksi.
2. Memperluas pergaulan dan pertemanan.
3. Jarak dan waktu bukan lagi menjadi masalah dalam menjalin silaturahmi.
4. Individu lebih mudah dalam mengekspresikan diri.
5. Informasi dapat tersebar secara cepat.
6. Biaya lebih murah dibandingkan media lainnya.

b. Dampak negatif

1. Menjauhkan diri dari orang-orang terdekat.
 2. Dapat menurunkannya interaksi secara langsung.
 3. Dapat membuat individu kecanduan internet.
 4. Privasi tidak lagi terjaga.
1. Dapat menimbulkan konflik.

Kemudian Putri, dan Dkk ,(2016) juga menyatakan ada dua dampak media sosial yaitu :

a. Dampak positif

1. Dapat menjadi tempat promosi yang murah dan baik.
2. Memperluas pertemanan setiap pengguna.
3. Merupakan media komunikasi yang cepat dan mudah.

b. Dampak negatif

1. Dapat mengganggu aktivitas dan kegiatan belajar remaja.
2. Dapat memancing bahaya kejahatan.
3. Dapat menyebabkan terjadinya penipuan.

C. Instagram

Pada zaman sekarang ini media sosial yang sangat digemari dimasyarakat adalah *Instagram*. Menurut (Sagiyanto dan Ardiyanti, 2018), *Instagram* terdiri dari dua kata yaitu *insta* dan *gram*, *insta* memiliki arti instan sedangkan *gram* berasal dari kata *telegram* yang berfungsi untuk membagikan informasi secara cepat kepada

semua orang baik berupa tulisan, foto dan video. Ariani dan Trigartanti (2016), juga menyatakan salah satu media sosial yang paling banyak digemari adalah *Instagram*, karena di *Instagram* seseorang dapat membagikan kegiatannyasehari-hari dan pengguna lain bebas untuk memberikan tanggapannya.

Setiap unggahan individu di *Instagram* berharap akan direspon positif oleh pengguna lain dan dapat diterima dengan baik agar dapat meningkatkan rasa kepercayaan dirinya, semakin banyak yang merespon positif maka semakin intens seseorang menggunakan *Instagram*. Namun ada pula beberapa pengguna yang memberikan komentar negatif terhadap apa yang diunggah atau diposting sehingga membuat individu lebih selektif dalam membagikan sesuatu di *Instagram*.

Aplikasi *Instagram* memiliki sebuah fitur yang disebut instastory yang banyak digunakan oleh pengguna *Instagram* untuk membagikan kegiatannya sehari-hari kepada orang lain, baik hal yang dialami maupun kegiatan yang sedang dilakukan pada saat itu. Setiap pengguna bebas mengespresikan semua hal yang ingin dibagikan sehingga membuat penggunanya menjadi lebih aktif dan kreatif melalui fitur-fitur yang tersedia di *Instagram* misalnya emotikon, stiker, filter, *boomerang* dan lain-lain dengan durasi waktu 24 Jam.

D. Mahasiswa

1. Pengertian mahasiswa

Dalam kamus bahasa Indonesia (KBI) mahasiswa adalah individu yang sedang belajar pada salah satu perguruan tinggi (Kamus Bahasa Indonesia Online, kbbi.web.id). Menurut Hartaji (dalam Sholichah, Paulana, dan Fitriya, 2018) mahasiswa ada individu yang sedang dalam proses menuntut ilmu dan terdaftar pada salah satu perguruan tinggi yang terdiri dari universitas, politeknik, institut, dan sekolah tinggi. Sedangkan menurut Siswoyo (dalam Khairun dan Nurmala, 2020) mahasiswa adalah individu yang sedang menuntut ilmu di tingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau pun Lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Sejalan dengan itu Yusuf (dalam Khairun dan Nurmala, 2020) juga menyebutkan mahasiswa adalah individu yang telah mengalami transisi dari sekolah menengah atas menuju universitas.

2. Karakteristik Mahasiswa

Menurut Santrock (dalam Paramita, 2010), karakteristik mahasiswa adalah sebagai berikut:

- a. Mulai tertarik dengan lawan jenis
- b. Munculnya rasa keseriusan dalam menjalin sebuah hubungan
- c. Kondisi fisik yang mulai berubah, pada laki-laki tumbuhnya kumis sedangkan pada perempuan pinggul semakin melebar

d. Sudah matang untuk karirnya

e. Mulai menerima diri

E. Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Intensitas Menggunakan Media Sosial

Para pengguna aktif *Instagram* memiliki intensitas yang berbeda-beda dalam setiap penggunaannya. Intensitas menggunakan *Instagram* ini merupakan tingkat kekuatan sikap individu dan tingkat kedalamannya dalam menggunakan fitur-fitur *Instagram* dengan memperhatikan durasi waktu dalam penggunaan setiap harinya. Ada yang dapat menghabiskan waktu lebih dari dua jam perharinya dan bahkan ada yang sampai lupa waktu. Hal ini bisa saja terjadi karena individu memiliki rasa ketertarikan terhadap objek tertentu sehingga menjadikan hal tersebut sebagai target perilakunya misalnya gaya berpakaian dari pengguna lain, *make up* yang digunakan, keindahan fotografi yang dibagikan dan lain-lain sebagainya (Ariani dan Trigartanti, 2016). Individu yang mendapatkan pujian atau respon positif dari pengguna media sosial *Instagram* dapat menimbulkan rasa percaya diri bagi individu, sehingga tak jarang perilaku itu diulangi kembali untuk meningkatkan rasa kepercayaan diri dalam diri individu.

Kepercayaan diri adalah kemampuan individu untuk berpikir rasional seperti yakin terhadap diri sendiri, memiliki ide dan memiliki proses berpikir yang tidak mengandung unsur yang menuntut individu, sehingga ketika menghadapi suatu masalah atau persoalan individu mampu menilai, menganalisa, menimbang, dan memberi keputusan (Prabowo, 2017). Sedangkan menurut Ghufron dan Risnawati

(2010), kepercayaan diri adalah salah satu aspek kepribadian misalnya kepercayaan akan kemampuan diri sendiri sehingga tidak mudah terpengaruh oleh orang lain dan dapat bertindak sesuai kehendaknya sendiri, optimis, cukup toleran, gembira, serta bertanggung jawab.

Sementara itu intensitas menggunakan media sosial adalah rasa ketertarikan dan perhatian individu dalam menggunakan media sosial dilihat dari kedalaman dan kekuatannya dalam menggunakan media sosial (Aziz, 2020). Menurut Azjen (dalam Frisnawati, 2012) intensitas penggunaan media sosial adalah suatu perilaku individu yang mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian menggunakan media sosial dengan durasi atau frekuensi waktu yang lama serta selalu memperhatikan jumlah pertemanan yang dibentuk individu. Kepercayaan diri yang ada dalam diri individu dapat membuat individu bebas melakukan hal yang diinginkan termasuk menggunakan media sosial, dapat menerima baik atau buruknya setiap tanggapan dari pengguna lain, dan ada rasa ketertarikan sendiri di media sosial tanpa terpengaruh dengan orang lain sehingga individu memiliki kedalaman waktu yang berbeda-beda pada saat menggunakan media sosial.

F. Hipotesis

Berdasarkan hasil uraian diatas, maka hipotesis yang di ajukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah :

Ha : Adanya hubungan antara kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial pada mahasiswa universitas Muhammadiyah Aceh.

Ho : Tidak ada hubungan antara kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial pada mahasiswa universitas Muhammadiyah Aceh.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian

Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), yaitu:

1. Variabel bebas (X) : Kepercayaan diri
2. Variabel terikat (Y) : Intensitas menggunakan media sosial

B. Definisi Operasional

Menurut Azwar (2010) definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik yang dapat diamati. Berikut adalah definisi operasional kepercayaan diri dan intensitas menggunakan media sosial

1. Kepercayaan diri

Kepercayaan diri adalah kemampuan individu untuk berpikir rasional seperti yakin terhadap diri sendiri, memiliki ide dan memiliki proses berpikir yang tidak mengandung unsur yang menuntut individu, sehingga ketika menghadapi suatu masalah atau persoalan individu mampu menilai, menganalisa, menimbang, dan memberi keputusan (Prabowo, 2017).

Penelitian ini akan diukur menggunakan skala berdasarkan aspek-aspek kepercayaan diri menurut teori yang dikemukakan oleh (Prabowo, 2017) yaitu:

Keyakinan, Optimis, Obyektif, Tanggung jawab, Rasional

2. Intensitas Menggunakan Media Sosial

Intensitas penggunaan media sosial adalah suatu perilaku seseorang yang memiliki rasa ketertarikan dan perhatian menggunakan media sosial dengan durasi atau frekuensi waktu yang lama serta selalu memperhatikan jumlah pertemanan yang dibentuk individu Azjen (dalam Frisnawati, 2012).

Azjen (dalam Frisnawati, 2012) aspek-aspek untuk mengukur intensitas penggunaan media sosial pada individu, yaitu:Perhatian,Penghayatan, Durasi, Frekuensi

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian sehingga dapat dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyanto, 2013). Sedangkan menurut Azwar (2010), populasi adalah kelompok yang ingin ingin diteliti dan digeneralisasikan dalam penelitian.

Populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh yang berjumlah 85 orang yang aktif menggunakan media sosial *Instagram*.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2013), sampel adalah bagian dari populasi yang telah ditentukan oleh peneliti. Sedangkan menurut Riduwan (2014), mendefinisikan sampel adalah bagian dari populasi atau perwakilan dari populasi yang digunakan dalam penelitian yang memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh peneliti.

Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *teknik nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sumber data dengan kriteria atau pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel yang memiliki ciri-ciri atau kriteria yang telah ditetapkan.

Adapun kriteria responden yang akan menjadi pertimbangan dalam populasi yang akan menjadi sampel dipenelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh
- b. Usia 18-22 tahun
- c. Aktif menggunakan *Instagram*

D. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, untuk mengumpulkan data menggunakan metode skala. Skala adalah sebuah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan informasi tentang seseorang yang menjadi sampel penelitian. Subjek diminta untuk memberikan respon dari beberapa

pernyataan yang telah disediakan dan memberikan respon yang sesuai dengan keadaan subjek dengan tujuan untuk melihat hal-hal yang sedang diteliti (Noor, 2014).

Model skala yang dilakukan dalam penelitian ini adalah skala kepercayaan diri dan skala intensitas menggunakan media sosial. Skala kepercayaan diri diukur dengan teori yang dikemukakan Prabowo (2017). Sedangkan skala intensitas menggunakan media sosial diukur dengan teori yang dikemukakan Anggi (2012). Jenis skala yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk melihat dan mengukur pendapat, sikap, persepsi baik dari individu maupun dari kelompok. Dalam skala ini subjek diminta untuk memberikan respon setuju atau tidak mengenai pernyataan yang telah disediakan. Skala ini dibuat dengan dua bentuk pernyataan, yaitu pernyataan yang *favorable* dan *unfavorable* dan terdapat empat alternatif jawaban yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS).

Tabel 1. Bobot Penilaian Pernyataan *Favorable* dan *Unfavorable*

NO	Alternatif Jawaban	Nilai Pernyataan	
		<i>Favorabel</i>	<i>Unfavorabel</i>
1.	Sangat Setuju (SS)	4	1
2.	Setuju (S)	3	2
3.	Tidak Setuju (TS)	2	3
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Tabel. 2 Blue Print Skala Kepercayaan Diri

No	Aspek	Aitem		Jumlah	Bobot %
		Favorable	Unfavorable		
1	Keyakinan	5	5	10	21,74%
2	Optimis	5	5	10	21,74%
3	Obyektif	4	4	8	17,39%
4	Tanggung jawab	4	4	8	17,39%
5	Rasional	5	5	10	21,74%
	Total	23	23	46	100%

Tabel. 3 Blue Print Skala Intensitas Menggunakan Media Sosial

No	Aspek	Aitem		Jumlah	Bobot %
		Favorable	Unfavorable		
1	Perhatian	6	6	12	25%
2	Penghayatan	6	6	12	25%
3	Durasi	6	6	12	25%
4	Frekuensi	6	6	12	25%
	Total	24	24	48	100%

A. Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yaitu bagaimana ketetapan serta kecermatan pada suatu skala yang digunakan dalam sebuah penelitian. Uji validitas digunakan untuk melihat skala tersebut valid atau tidak. Sebuah skala dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika skala tersebut menjalankan fungsi ukurnya dengan tepat dan akurat sesuai dengan maksud yang ingin diukur melalui tes tersebut (Azwar, 2010).

Penelitian ini menggunakan validitas isi yang diestimasi dengan pengujian pada kelayakan atau relevansi isi tes melalui analisis rasional melalui *expert*

judgement. Expert Judgement dalam penelitian ini adalah dosen pembimbing yang memahami tentang penyusunan skala psikologi.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk melihat sejauh mana pengukuran dapat dipercaya. Perhitungan reliabilitas pada penelitian ini menggunakan formula *Alpha Cronbach* dan dengan menggunakan bantuan dari fasilitas komputer yaitu program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 23 *for window* (Azwar, 2010).

B. Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui data yang didapatkan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov Test* dan dengan menggunakan bantuan dari fasilitas komputer yaitu program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 23 *for window*. Data distribusi normal dengan taraf signifikannya adalah $p > 0,05$ sedangkan data yang berdistribusi tidak normal dengan taraf signifikan $p < 0,05$ (Noor, 2014).

2. Uji Linearitas

Uji linearitas dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah variabel kontrol diri dengan variabel pengungkapan diri memiliki hubungan yang linear atau bahkan tidak. Uji linear ini biasanya dilakukan untuk prasyarat dalam menganalisis korelasi dan regresi. Uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan dari fasilitas komputer yaitu program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS)

versi *23for window*. Taraf signifikan jika antara kedua variabel memiliki hubungan linear adalah $p < 0,05$ sedangkan jika tidak memiliki hubungan linear taraf signifikannya adalah $p > 0,05$ (Azwar, 2010).

3. Uji Korelasi

Penelitian ini menggunakan analisis korelasi sederhana dengan program SPSS, untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel. Koefisien korelasi adalah pengukuran statistik kovarian atau asosiasi antara dua variabel dengan menggunakan metode korelasi pearson.

Besarnya koefisien korelasi berkisar antara +1 s/d -1. Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan (*strength*) hubungan linear dan arah hubungan dua variabel acak. Jika koefisien korelasi positif, maka kedua variabel mempunyai hubungan searah. Artinya jika nilai variabel X tinggi, maka nilai variabel Y akan tinggi pula. Sebaliknya, apabila koefisien korelasi negatif, maka kedua variabel mempunyai hubungan terbalik.

Dimana dengan nilai signifikan $p < 0.05$ maka kedua variabel signifikan. Sebaliknya, jika nilai signifikan $p > 0.05$ maka kedua hubungan variabel tidak signifikan (Azwar, 2010). Untuk mempermudah dalam melakukan perhitungan secara statistik, maka penelitian menggunakan bantuan program SPSS *23 for windows*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Orientasi Kancan Penelitian

Orientasi kancan penelitian ini merupakan salah satu tahapan yang harus dilakukan sebelum melakukan penelitian. Hal ini bertujuan untuk mengetahui orientasi kancan penelitian secara detail dan membantu peneliti agar dapat mempersiapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Untuk mendapat informasi tentang fenomena permasalahan penelitian yang diperlukan, peneliti awalnya melakukan observasi dan wawancara yang mengacu pada sampel yang diinginkan. Peneliti memilih salah satu perguruan tinggi swasta di Banda Aceh yaitu Universitas Muhammadiyah Aceh. Sedangkan data untuk penelitian, peneliti hanya mengambil salah satu fakultas, yaitu fakultas psikologi.

1. Profil Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh

Psikologi adalah salah satu Program Studi yang ada di Universitas Muhammadiyah Aceh (UNMUHA), prodi psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh mulai beroperasi dan menerima mahasiswa pertama kalinya setelah diterimannya izin Operasional Penyelenggaraan Program Studi dari pemerintah melalui SK Mendiknas No.3495/D/T/2004 dan telah mendapat perpanjangan izin Penyelenggaraan Program Studi berdasarkan SK. No.777/D/T/2008 (berakhir tanggal 30 Agustus 2012) dan tahun 2011 Prodi Psikologi sudah terakreditasi BAN PT. Pada tahun 2016, Prodi Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh telah terakreditasi peringkat B

berdasarkan Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Nomor: 0688/SK/BAN-PT/Akred/S/VI/2016.

Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh beralamat di Jln Muhammadiyah Aceh Memiliki 313 orang mahasiswa/i berdasarkan yang masih tercatat aktif dan 17 orang dosen tetap seta 3 orang staff akademik total karyawan 20 orang. Fasilitas yang disediakan yaitu ruangan akademik atau dosen, ruangan perkuliahan, perpustakaan mini, lab Psikologi, *infocus* dan terdapat pendingin diruangan perkuliahan, akademik maupun ruangan dosen.

1. Visi, Misi dan Motto Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh

a. Visi Fakultas Psikologi

Menjadi pusat pengembangan Psikologi yang berorientasi pada kesehatan mental dan masalah pendidikan anak dalam ilmu pengetahuan dan teknologi berlandaskan nilai islami di tingkat nasional pada tahun 2026.

b. Misi Fakultas Psikologi

1. Menyelenggarakan pendidikan yang bermoral dan berdaya saing tinggi.
2. Melaksanakan penelitian Psikologi yang berorientasi pada tujuan dan kebutuhan masyarakat.
3. Menyelenggarakan pengabdian masyarakat dengan keahlian dalam bidang pelayanan Psikologi.
4. Menghasilkan sarjana Psikologi yang berjiwa *enterpreunership* serta berorientasi pada masalah Psikologi di masyarakat.

c. Motto Fakultas Psikologi

1. Meningkatkan kualitas pendidikan Psikologi untuk menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi dalam menyelesaikan problematika masyarakat.
2. Memperkenalkan dan memahami berbagai macam teknik pengukuran Psikologi dalam penyelesaian masalah Psikologi.
3. Menghasilkan lulusan sarjana Psikologi yang berjiwa mandiri, kreatif, berkarakter dan islami.
4. Menyelenggarakan penelitian-penelitian dan pengabdian masyarakat untuk mencari solusi terhadap permasalahan Psikologi dengan berkerjasama dengan berbagai pihak baik tingkat regional, nasional maupun internasional.

C. Persiapan Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, beberapa persiapan yang matang dilakukan oleh peneliti untuk menghindari kesalahan yang tidak diinginkan dalam proses penelitian. Persiapan penelitian dimulai dengan melakukan observasi dan wawancara pada beberapa sasaran subjek penelitian di lokasi penelitian yang dituju. Setelah melakukan observasi dan wawancara awal, peneliti menyusun alat ukur yang akan digunakan dalam pengambilan data penelitian, mengurus perizinan melakukan uji coba (*try out*) alat tes dan perizinan melakukan penelitian, selanjutnya melakukan proses penelitian hingga selesai.

1. Pengurusan Surat Izin Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, peneliti memperoleh izin melakukan uji coba (*try out*) alat tes di Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh. Kemudian

peneliti memperoleh izin melakukan penelitian yang dikeluarkan oleh dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh dengan nomor surat 013/UM.M6/F/2022 pada tanggal 12 Januari 2022. Surat tersebut ditujukan kepada Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh.

2. Persiapan Alat Ukur

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala kepercayaan diri dan intensitas menggunakan media sosial dengan menggunakan skala *likert* sebagai alat ukur. Aitem skala kepercayaan diri disusun berdasarkan aspek-aspek kepercayaan diri menurut Prabowo (2017), yang terdiri dari 46 aitem. Sedangkan aitem skala intensitas menggunakan media sosial disusun berdasarkan aspek-aspek intensitas menggunakan media sosial menurut Atjen (dalam Frisnawati, 2012) yang terdiri dari 48 aitem.

D. Pelaksanaan Penelitian

Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan di Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh dalam kurun waktu kurang lebih 1 (satu) minggu. Uji coba (*try out*) skala penelitian ini dilakukan kepada 30 orang mahasiswa aktif Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh. Selanjutnya penelitian skala dilakukan kepada mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh yang pembagiannya telah dilakukan berdasarkan rumus teknik *non probability sampling*.

Skala penelitian dibagikan secara *online* melalui *google form* yaitu dengan cara membagikan *link* untuk pengisian skala yang dikirim ke grup kelas tiap angkatan melalui komandan tingkat (komting) Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah

Aceh. Pembagian link ini dilakukan karena kondisi pandemi sehingga sulit untuk bertatap muka atau bertemu secara langsung. Setelah semua skala terisi, langkah selanjutnya peneliti melakukan skoring dan menganalisis data menggunakan program SPSS (*Statistic Program For Social Science*) versi 23.0 *For Windows*.

Hambatan yang ditemui dalam pelaksanaan penelitian ini adalah saat penelitian mahasiswa psikologi angkatan 2018 sedang sibuk dengan ujian dan penyelesaian laporan magang, serta seminar proposal sedangkan mahasiswa psikologi lainnya sedang dalam masa libur setelah ujian final. Hal ini menyebabkan peneliti kesulitan memperoleh data dan membutuhkan waktu beberapa hari untuk mengumpulkan data yang diinginkan.

Hasil analisis uji coba yang diperoleh yaitu dari 46 aitem skala kepercayaan diri yang disebarkan pada subjek penelitian hanya diperoleh 38 aitem yang dinyatakan valid dan dari 48 aitem skala intensitas menggunakan media sosial yang disebarkan pada subjek penelitian hanya terdapat 27 aitem yang valid.

E. Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Sebelum melakukan penelitian peneliti terlebih dahulu melakukan uji validitas. Uji validitas yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui atau mengukur kelayakan pada sebuah aitem. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan pakar ahli (*expert judgement*) yaitu dua orang dosen pembimbing yang akan menilai

kelayakan dan menyarankan memperbaiki beberapa aitem yang kurang baik. Setelah peneliti memperbaiki beberapa aitem-aitem yang kurang baik tersebut, dosen pembimbing menyatakan bahwa semua aitem dari kedua variabel layak untuk diuji cobakan (*try out*).

b. Diskriminasi Aitem Uji Coba

Diskriminasi aitem uji coba dilakukan untuk melihat aitem yang gugur dengan nilai *Corrected Item-Total* di bawah 0,3, sesuai dengan taraf ketentuan aitem yang memiliki nilai diatas 0,3 dapat dilanjutkan dan digunakan untuk penelitian selanjutnya. Berdasarkan hasil analisis yang telah peneliti lakukan aitem valid yang layak digunakan pada skala kepercayaan diri sebanyak 46 aitem, hanya tersisa 38 aitem dan yang gugur sebanyak 8 aitem. Hasil analisis data aitem skala kepercayaan diri dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 4. Hasil Analisis Diskriminasi Aitem Skala Kepercayaan Diri Sebelum Aitem Tidak Valid Dibuang

No	Aspek	NomorAitem		Total
		Favorable	Unfavorable	
1	Keyakinan	1, 3, 5, 7, 8	2 , 4, 6, 9 , 10	10
2	Optimis	11, 13, 14, 16, 18	12, 15 , 17, 19, 20	10
3	Obyektif	22, 24, 25, 26	21, 23, 27, 28	8
4	Tanggung jawab	29, 31, 32 , 34	30, 33, 35, 36	8
5	Rasional	37, 38, 40 , 42, 43	39, 41, 44 , 45, 46	10
	Total	23	23	46

Ket: Nomor yang dicetak tebal merupakan aitem yang tidak valid

Tabel 5. Hasil Analisis Diskriminasi Aitem Skala Kepercayaan Diri Valid Gugur

No	Aspek	Nomor Aitem		Total
		Valid	Gugur	
1	Keyakinan	1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10	2, 9	10
2	Optimis	11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18	15, 18	10
3	Obyektif	21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28		8
4	Tanggung jawab	29, 30, 31, 33, 34, 35	32, 36	8
5	Rasional	37, 38, 39, 41, 42, 43, 45, 46	40, 44	10
	Total	38	8	46

Sedangkan untuk skala intensitas menggunakan media sosial dari 48 aitem hanya tersisa 27 aitem, total aitem gugur sebanyak 21 aitem. Hasil analisis data aitem skala intensitas menggunakan media sosial dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 6. Hasil Analisis Diskriminasi Aitem Skala Intensitas Menggunakan Media Sosial Sebelum Aitem Tidak Valid Dibuang

No	Aspek	Aitem		Total
		Favorable	Unfavorable	
1	Perhatian	1, 4 , 5, 7, 10, 12	2, 3 , 6, 8, 9,11	12
2	Penghayatan	13,16, 17, 19 , 20, 22	14 , 15, 18, 21, 23, 24	12
3	Durasi	25, 27, 29, 30 , 31, 33	26 , 28, 32, 34 , 35, 36	12
4	Frekuensi	38, 40, 43 , 44, 46, 48	37 , 39, 41 , 42, 45, 47	12
	Total	24	24	48

Ket: Nomor yang dicetak tebal merupakan aitem yang tidak valid

Tabel 7. Hasil Analisis Diskriminasi Aitem Skala Intensitas Menggunakan Media Sosial Valid Gugur

No	Aspek	Aitem		Total
		Valid	Gugur	
1	Perhatian	1, 2, 5, 6, 7, 8, 10, 12	3, 4, 9, 11	12
2	Penghayatan	13, 15, 16, 18, 20, 21, 22, 23	14, 17, 19, 24	12
3	Durasi	25, 28, 31, 33, 35	26, 27, 29, 30, 32, 34, 36	12
4	Frekuensi	38, 39, 42, 44, 46, 48	37, 40, 41, 43, 45, 47	12
	Total	27	21	48

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien Formula *Alphacronbach*. Hasil uji reliabilitas dari skala kepercayaan diri dengan jumlah 46 aitem menunjukkan nilai *reliabel* dengan nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,923. Setelah aitem yang tidak valid dibuang tersisa menjadi 38 aitem dengan koefisien reliabilitas naik hingga 0,933. Sedangkan hasil dari skala intensitas menggunakan media sosial dengan jumlah 48 aitem menunjukkan hasil yang *reliabel* dengan nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,906. Kemudian setelah aitem tidak valid dibuang tersisa menjadi 27 aitem dengan koefisien reliabilitas naik hingga 0,927. Angka tersebut menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat tinggi sehingga skala kepercayaan diri dan skala intensitas menggunakan media sosial pada penelitian ini dapat dikatakan reliabel dan baik serta layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Sebelum Aitem Tidak Valid Dibuang

Skala	Jumlah Item	Alpha Cronbach
Kepercayaan Diri	46	0,923
Intensitas Menggunakan Media Sosial	48	0,906

Sumber : Olah data SPSS *version 23 for windows, 2021*

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Sebelum Aitem Tidak Valid Dibuang

Skala	Jumlah Item	Alpha Cronbach
Kepercayaan Diri	38	0,933
Intensitas Menggunakan Media Sosial	27	0,927

Sumber: Olah data SPSS *version 23 for windows, 2022*

2. Deskripsi Subjek dan Data Penelitian

a. Deskripsi subjek penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 313 orang. Penentuan jumlah responden dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan data dengan kriteria tertentu (Sugiyono, 2015).

b. Deskripsi data penelitian

Deskripsi data penelitian disajikan untuk mengetahui karakteristik data pokok yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Peneliti membagi kategori kepercayaan diri dan intensitas menggunakan media sosial menjadi tiga kategori yaitu kategori rendah, kategori sedang, dan kategori tinggi. Deskripsi data diperoleh dari

nilai mean (M) dan nilai standar deviasi (SD). Deskripsi data penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 10.
Deskripsi Data penelitian
Statistics

		X	Y
N	Valid	65	65
	Missing	0	0
Mean		145,8769	111,3846
Median		144,0000	113,0000
Mode		144,00	119,00
Std. Deviation		19,24554	19,43715
Minimum		106,00	77,00
Maximum		187,00	144,00
Sum		9482,00	7240,00

Sumber : Olah Data SPSS 23.00 for windows 2022.

Kategori skor, kepercayaan diri dan intensitas menggunakan media sosial dibagi kedalam kategori yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Untuk menentukan ketiga kategori tersebut, peneliti menggunakan rumus (Azwar, 2010), Yaitu :

$$\text{Rumus : Rendah} = X < (-1.SD)$$

$$\text{Sedang} = X \leq X (+1.SD)$$

$$\text{Tinggi} = (+1SD) \leq$$

1. Kepercayaan Diri

$$\text{Rendah} = X < (145,87-19,24)$$

$$= X < 126$$

$$\text{Sedang} = (145,87-19,24) \leq X (145,87+13, 85)$$

$$= 126 \leq X 159$$

Tinggi $= (145,87+145,87) \leq X$

$$= 159 \leq X$$

2. Intensitas Menggunakan Media Sosial

Rendah $= X < (111,38-19,43)$

$$= X < 91$$

Sedang $= (111,38-19,43) \leq X (111,38+19,43)$

$$= 91 \leq X 130$$

Tinggi $= (111,38+19,43)$

$$= 130 \leq x$$

Berdasarkan deskripsi diatas, maka rentang frekuensi data penelitian kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial adalah kategori rendah (106-126) dengan jumlah subjek 14 orang, kategori sedang (127-158) dengan jumlah subjek 32 orang, dan kategori tinggi (159-187) dengan jumlah subjek 19 orang. Sementara rentang frekuensi data penelitian intensitas menggunakan media sosial adalah kategori rendah (77-90) dengan jumlah subjek 13 orang, kategori sedang (91-129) dengan jumlah subjek 39 orang, dan kategori tinggi (130-144) dengan jumlah subjek 13 orang. Sebagaimana pada tabel berikut ini :

Tabel.12
Kategori Data Penelitian

Variabel	Rentang Frekuensi Presentase Data Penelitian			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Kepercayaan Diri	14 (21, 53 %)	32(49, 23 %)	19 (29, 23 %)	65
Intensitas Menggunakan Media Sosial	13 (20%)	39 (60 %)	13 (20 %)	65

Sumber: Olah Data SPSS 23.00 *for windows* (2022).

3. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat data penelitian berasal dari populasi yang sebarannya normal. Uji ini perlu dilakukan karena semua perhitungan *statistic parametric* memiliki asumsi normalitas sebaran. Rumus yang digunakan untuk melakukan suatu uji normalitas dengan mengasumsikan bahwa data yang akan dianalisis berasal dari populasi yang sebarannya normal. Uji normalitas dalam penelitian ini melalui teknik *Kolmogrov Smirnov Test* dengan menggunakan program SPSS 23.00 *for windows*. Berdasarkan data distribusi normal dengan taraf

signifikannya adalah $p > 0,05$ sedangkan data yang berdistribusi tidak normal dengan taraf signifikan $p < 0,05$ (Noor, 2014).

**Tabel 11. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Kepercayaan Diri	Intensitas Menggunakan Media Sosial
N		65	65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	145,88	111,38
	Std. Deviation	19,246	19,437
	Most Extreme Differences		
	Absolute	,088	,099
	Positive	,071	,089
	Negative	-,088	-,099
Kolmogorov-Smirnov Z		,088	,099
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^c	,192 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber : Olah Data SPSS 23.00 for windows (2022).

Berdasarkan tabel diatas, untuk skala kepercayaan diri $K-SZ=0,088$ dengan $p = 0,200$ ($p > 0,05$). Sedangkan untuk skala Intensitas Menggunakan Media Sosial diperoleh nilai $K-SZ = 0,099$ dengan $p = 0,192$ ($p > 0,05$). Hasil normalitas ini menunjukkan bahwa kedua data penelitian tersebut memiliki sebaran yang normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah variabel kepercayaan diri dengan variabel intensitas menggunakan media sosial memiliki hubungan yang linear atau bahkan tidak. Uji linear ini biasanya dilakukan untuk prasyarat dalam menganalisis korelasi dan regresi. Uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan dari fasilitas komputer yaitu program Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 23 for window. Taraf signifikan jika antara kedua variabel memiliki hubungan linear adalah $p < 0,05$ sedangkan jika tidak memiliki hubungan linear taraf signifikannya adalah $p > 0,05$ (Azwar, 2010). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 12. Hasil Uji Linearitas

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Intensitas menggunakan media sosial (Y)*	Between Groups	(Combined)	23581,301	42	561,460	20,653	,000
		Linearity	22387,959	1	22387,959	823,523	,000
		Deviation from Linearity	1193,342	41	29,106	1,071	,443
	Within Groups		598,083	22	27,186		
Kepercayaan diri (X)	Total		24179,385	64			

Sumber : Olah Data SPSS 23.00 for windows (2022).

Berdasarkan hasil uji linieritas pada variabel kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial diperoleh $F= 823,523$ dengan $p =0,000$ ($p < 0,05$). Berdasarkan hasil *output* diatas maka dinyatakan linier atau dapat di artikan terdapat hubungan yang linier antara kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Korelasi

Setelah uji syarat terpenuhi yaitu uji normalitas dan uji linieritas maka selanjutnya akan dilakukan uji korelasi. Uji korelasi dalam penelitian ini adalah kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial serta menggunakan analisis *Product Moment* dari *Karl Pearson*. Hasil uji korelasi yang menggunakan SPSS 23.00 *for Windows* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 13. Hasil Uji Korelasi
Correlations

		Kepercayaan Diri	Intensitas Menggunakan Media Sosial
Kepercayaan Diri	Pearson Correlation	1	,962**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	65	65
Intensitas Menggunakan Media Sosial	Pearson Correlation	,962**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	65	65

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

Sumber: Olah Data SPSS 23.00 for windows (2022)

Berdasarkan tabel diatas, hasil analisis korelasi menunjukkan nilai r 0,962 dan signifikansi sebesar 0,000 atau $p < 0,05$. Artinya, kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial memiliki hubungan yang positif signifikan yang dimana semakin tinggi kepercayaan diri pada mahasiswa psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh maka semakin tinggi intensitas menggunakan media sosial dan sebaliknya semakin rendah kepercayaan diri pada mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh maka semakin rendah intensitas menggunakan media sosial.

F. Pembahasan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan adanya hubungan antara kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh dengan nilai r 0,962 dan nilai signifikan 0,000 atau $p < 0,05$ yang telah diteliti pada 65 mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima (H_a). Kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial memiliki hubungan yang positif signifikan yang mana semakin tinggi kepercayaan diri pada mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh maka semakin tinggi intensitas menggunakan media sosial dan sebaliknya semakin rendah kepercayaan diri pada mahasiswa psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh maka semakin rendah intensitas menggunakan media sosial.

Intensitas penggunaan media sosial adalah suatu perilaku seseorang yang memiliki rasa ketertarikan dan perhatian menggunakan media sosial dengan durasi

atau frekuensi waktu yang lama serta selalu memperhatikan jumlah pertemanan yang dibentuk individu (Azjen dalam Frisnawati, 2012). Kemudian Pebriyana (2021), juga menambahkan intensitas menggunakan media sosial adalah kekuatan yang berasal dari dalam diri seseorang berdasarkan seberapa sering penggulungan waktu yang dihabiskan dan kedalaman sikap individu saat menggunakan media sosial.

Berdasarkan hasil temuan peneliti di lapangan menunjukkan tidak semua mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh intens menggunakan media sosial *Instagram*. Sebagian mahasiswa beranggapan bahwa menggunakan media sosial *Instagram* dengan waktu berjam-jam atau sangat intens itu hanya membuang-buang waktu.

Namun, ada beberapa mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh beranggapan bahwa menggunakan media sosial *Instagram* dengan waktu yang lama atau intens, individu dapat mengetahui informasi lebih cepat, memiliki banyak teman, menjadi lebih terhibur dengan melihat postingan-postingan dari pengguna lain di *Instagram*, serta ketika individu membagikan kegiatan sehari-hari di media sosial *Instagram* dan mendapatkan respon positif dari pengguna lain baik berupa *like*, komentar dan lain-lain sebagainya, hal tersebut menurut individu semakin menambah kepercayaan dirinya.

Para pengguna aktif *Instagram* memiliki intensitas yang berbeda-beda dalam setiap penggunaannya. Intensitas menggunakan *Instagram* ini merupakan tingkat kekuatan sikap individu dan tingkat kedalamannya dalam menggunakan fitur-fitur *Instagram* dengan memperhatikan durasi waktu dalam penggunaan setiap harinya.

Ada yang dapat menghabiskan waktu lebih dari dua jam perharinya dan bahkan ada yang sampai lupa waktu. Hal ini bisa saja terjadi karena individu memiliki rasa ketertarikan terhadap objek tertentu sehingga menjadikan hal tersebut sebagai target perilakunya misalnya gaya berpakaian dari pengguna lain, *make up* yang digunakan, keindahan fotografi yang dibagikan dan lain-lain sebagainya (Ariani dan Trigartanti, 2016). Individu yang mendapatkan pujian atau respon positif dari pengguna media sosial *Instagram* dapat menimbulkan rasa percaya diri bagi individu, sehingga tak jarang perilaku itu diulangi kembali untuk meningkatkan rasa kepercayaan diri dalam diri individu.

Pujian atau respon positif yang diperoleh dari pengguna lain di *Instagram* menjadi pengalaman yang menyenangkan bagi individu, sehingga semakin meningkatkan kepercayaan dirinya, hal ini sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri yang dikemukakan oleh Perabowo (2017), yaitu pengalaman hidup yang dialami oleh individu dapat mempengaruhi rasa kepercayaan dirinya. Ketika individu mendapatkan banyak respon positif dari orang lain di *Instagram*, maka hal tersebut akan menjadi dukungan bagi individu dan akan semakin menambah rasa kepercayaan dirinya, hal ini juga sesuai dengan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kepercayaan diri menurut (Prabowo, 2017).

Kepercayaan diri adalah kemampuan individu untuk berpikir rasional seperti yakin terhadap diri sendiri, memiliki ide dan memiliki proses berpikir yang tidak mengandung unsur yang menuntut individu, sehingga ketika menghadapi suatu

masalah atau persoalan individu mampu menilai, menganalisa, menimbang, dan memberi keputusan (Prabowo, 2017).

Mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh memiliki rasa kepercayaan diri yang tinggi dalam intensitas menggunakan media sosial, menurut individu ketika semakin intens individu membagikan postingan atau *story* di media sosial *Instagram* dan mendapatkan tanggapan dari pengguna lain baik berupa komentar negatif ataupun positif hal tersebut akan menjadi motivasi dan semakin menambah kepercayaan diri bagi individu, hal ini terbukti dengan hasil kategorisasi data penelitian yang menunjukkan bahwa 49,23 % atau 32 subjek dari 65 responden yang telah diteliti memiliki kepercayaan diri normal dengan kategori berada pada taraf sedang atau dengan kata lain sebagian besar dari mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh memiliki tingkat kepercayaan diri yang sedang.

Sejalan dengan hal tersebut, mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh juga memiliki intensitas yang sangat tinggi dalam menggunakan media sosial yang mana individu cenderung beranggapan bahwa kepercayaan dirinya akan semakin terbentuk ketika individu intens menggunakan media sosial *Instagram*, hal ini terbukti dengan hasil kategorisasi data penelitian yang menunjukkan 60 % atau 39 orang subjek dari 65 responden yang telah diteliti memiliki intensitas yang normal atau berada pada kategori sedang atau dengan kata lain sebagian besar dari mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh juga memiliki intensitas menggunakan media sosial yang sangat sedang.

Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan diri dan intensitas menggunakan media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh sangat tinggi, kedua variabel yang telah diteliti ini memiliki hubungan yang positif signifikan artinya semakin tinggi kepercayaan diri mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh maka intensitas menggunakan media sosial *Instagram* juga tinggi. Namun apabila semakin rendah kepercayaan diri pada mahasiswa psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh maka semakin rendah intensitas menggunakan media sosial. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis (H_0) ditolak dan hipotesis (H_a) diterima, yaitu ada hubungan yang positif signifikan antara kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial pada mahasiswa psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh dengan nilai $r = 0,962$ dan nilai signifikan $0,000$ atau $p > 0,05$, yang artinya terdapat hubungan positif signifikan antara kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial pada mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Hal ini menunjukkan semakin tinggi kepercayaan diri pada mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh maka semakin tinggi intensitas menggunakan media sosial dan sebaliknya semakin rendah kepercayaan diri pada mahasiswa psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh maka semakin rendah intensitas menggunakan media sosial.

B. Saran

a. Bagi Mahasiswa Psikologi Muhammadiyah Aceh

Bagi mahasiswa Psikologi Muhammadiyah Aceh diharapkan lebih meningkatkan kepercayaan diri dengan cara percaya dengan kemampuan diri sendiri, memperbanyak kegiatan menyenangkan, membuang pikiran negatif, membuka diri untuk pengalaman-pengalaman baru, optimis, mampu menganalisa, menilai, serta menimbang setiap keputusan, dan diharapkan mampu menyelesaikan setiap persoalan yang ada dalam diri individu.

b. Bagi Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti judul yang sama, diharapkan kepada peneliti sebaiknya mengkaji lebih dalam teori yang akan digunakan, memperhatikan aspek dan indikator yang sangat berhubungan dengan kepercayaan diri dengan intensitas menggunakan media sosial, lebih memperkuat teori-teori dari kedua variabel dan juga memperbanyak subjek yang akan diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, A. S. A. N., Yuliadi, I., & Nugroho, D. (2020). Hubungan tingkat kepercayaan diri dengan intensitas penggunaan media sosial whatsapp pada mahasiswa kedokteran 2018. *Jurnal psikologi*, 12(1), 86-109.
- Azwar, S. (2010). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Callista, S. S. (2018). Media sosial instagram dan self image studi korelasi antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan social self image di kalangan siswa sma labschool cibubur. *Jurnal Psikologi*, 40 (1) 79-85.
- Ekajaya, D. S., & Jufriadi, J. (2019). Hubungan antara kepercayaan diri dengan kecemasan sosial pada narapidana menjelang bebas di lembaga pemasyarakatan kelas iia muaro padang. *Psyche 165 Journal*, 12(1), 93-102.
- Endriani, A. (2016). Pengaruh teknik sosiodrama terhadap kepercayaan diri siswa ma nurul islah nw beleka kabupaten lombok tengah. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pembelajaran*, 1(1), 77-87.
- Felita, P., Siahaja, C., Wijaya, V., Melisa, G., Chandra, M., & Dahesihsari, R. (2016). Pemakaian media sosial dan self concept pada remaja. *Manasa-old*, 5(1), 30-41.
- Frisnawati. A. (2012). Hubungan antara intensitas menonton reality show dengan kecenderungan prososial. *Empathy vol. 1* : 50-54
- Fitri, S. (2017). Dampak positif dan negatif sosial media terhadap perubahan sosial anak. *Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran*, 1(2), 118-123. <https://doi.org/10.35568/naturalistic.v1i2.5>
- Fena Elita, T., & Dwityanto, A. (2021). Hubungan antara intensitas menggunakan Media Sosial Instagram Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Ghufon, N & Risnawati, R. (2017), *Teori-teori Psikologi*. Jakarta: Ar-Ruzz Media.
- Jananti, N. (2014). Pengaruh kepercayaan diri, budaya lokal dan pendidikan agama terhadap hasil belajar mata pelajaran ekonomi siswa kelas xi ips sma

- negeri 1 demak tahun ajaran 2013/2014. *economic education analysis journal*, 3(2).
- Kushartanti, A. (2009). Perilaku menyontek ditinjau dari kepercayaan diri. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 11(2).
- Komara, I. B. (2016). Hubungan antara kepercayaan diri dengan prestasi belajar dan perencanaan karir siswa. *Jurnal Psikopedagogia*, 5(1), 33-42. <https://doi.org/10.12928/psikopedagogia.v5i1.4474>
- Lauster, P (dalam Ghufron & Risnawati). 2017. *Teori-teori Psikologi*. Edisi I, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Nurika, B., & Psi, S. A. S. (2016). Hubungan antara konsep diri dengan kepercayaan diri remaja yang mengunggah foto selfie di instagram (ditinjau dari jenis kelamin dan usia) (doctoral dissertation, universitas muhammadiyah surakarta). *Jurnal Psikologi*, 42 (2), 53-58.
- Purnamaningsih, E. H. (2003). Kepercayaan diri dan kecemasan komunikasi interpersonal pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 30(2), 67-71.
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Budiarti, M. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1).<https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>
- Prabowo, R. Adi. 2017. *Positive personality*. Sleman Yogyakarta: Brilliant Books.
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku pengguna dan informasi hoax di media sosial. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(1), 58-70. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1342>
- Sugiyono, 2015. *Metode penelitian dan perkembangan (Research and Development)*. Edisi Pertama. Bandung: Alfabeta.
- Sarwono, W. S. (2016), *Psikologi remaja*. Edisi kedelapan belas. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Saputro, N. D., & Suseno, M. N. M. (2010). Hubungan antara kepercayaan diri dengan employability pada mahasiswa. *Jurnal Psikohumanika*, 3(1), 21-30.
- Syam, A., & Amri, A. (2017). Pengaruh kepercayaan diri (self confidence) berbasis kaderisasi IMM terhadap prestasi belajar mahasiswa (studi kasus di program studi pendidikan biologi fakultas keguruan dan ilmu pendidikan universitas muhammadiyah parepare). *Jurnal Biotek*, 5(1), 87-102.

- Siswanto, T. (2013). Optimalisasi media sosial sebagai media pemasaran usaha kecil menengah. *Likuidita* , 2 (1), 80-86. <https://doi.org/10.32546/lq.v2i1.134>
- Santoso, P. (2016). Konstruksi sosial media massa. *Al-balagh: Jurnal Komunikasi Islam*, 1(1). <https://doi.org/10.35316/jpii.v2i2.76>
- Sholichah, I. F., Paulana, A. N., & Fitriya, P. (2019, July). Self-esteem dan resiliensi akademik mahasiswa. In *Proceeding National Conference Psikologi UMG 2018* (Vol. 1, No. 1, pp. 191-197). ss
- Tegal, HFAB (2017). Perilaku penggunaan media sosial pada kalangan remaja. *Jurnal Indonesia tentang Rekayasa Perangkat Lunak (IJSE)* , 3 (2).

Lampiran 1. Skala Try Out

ANGKET PENELITIAN

Assalamualikum Wr. Wb

Saya Tuti Anggun Sari salah satu mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh (UNMUHA) dengan Nomor Induk Mahasiswa 1709110005 yang sedang dalam tahap menyusun tugas akhir Skripsi yang harus dipenuhi oleh para Mahasiswa. Maka, dengan ini saya meminta kesediaan Saudara/i untuk mengisi skala penelitian ini. Skala ini berguna sebagai alat pengumpulan data sekaligus sebagai dasar penyelesaian penelitian. Jawaban yang Saudara/ i berikan tidak akan mempengaruhi nilai apapun dan hanya untuk penelitian semata sehingga identitas Saudara/i akan dirahasiakan. Oleh karena itu, saya mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi skala ini.

I. Petunjuk Pengisian Angket

1. Sebelum anda menjawab daftar pernyataan yang telah disiapkan, terlebih dahulu isi daftar identitas yang telah disediakan.
2. Bacalah dengan baik setiap pernyataan, kemudian beri tanda ceklis (✓) pada jawaban yang dianggap paling tepat dengan kondisi anda.
3. Isilah angket ini dengan jujur serta penuh ketelitian sehingga semua soal dapat dijawab. Atas kesediaan dan bantuannya kami ucapkan banyak terimakasih.

II. Identitas Responden

Nama :
 Usia :
 Jenis Kelamin :
 Fakultas :

III. Contoh Pengisian Angket

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya adalah seorang mahasiswa yang rajin	✓			
2.	Saya sering bermalas malasan saat belajar				✓

A. Skala 1

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Setiap komentar negatif dari pengguna lain di <i>Instagram</i> akan menjadi motivasi bagi saya				
2.	Komentar negatif dari pengguna lain di <i>Instagram</i> membuat saya tidak bersemangat				
3.	Jumlah <i>like</i> dari pengguna lain di <i>Instagram</i> membuat saya semakin bersemangat				
4.	Setiap postingan saya di <i>Instagram</i> tidak bermanfaat bagi orang lain				
5.	Saya adalah orang yang tidak mudah menyerah				
6.	Jika saya gagal maka saya tidak akan mencoba lagi				
7.	Setiap postingan saya di <i>Instagram</i> pasti akan bermanfaat bagi orang lain				
8.	Setiap unggahan saya di <i>Instagram</i> tidak akan mendapatkan <i>like</i> dari orang lain				
9.	Saya yakin setiap unggahan saya di <i>Instagram</i> akan mendapatkan respon positif dari pengguna lain				
10.	Jumlah <i>like</i> dari pengguna lain di <i>Instagram</i> tidak berpengaruh bagi saya				
11.	Saya selalu berpikir dengan baik dalam menyelesaikan suatu masalah di <i>Instagram</i>				
12.	Segal hal yang saya lakukan di <i>Instagram</i> pasti akan sia-sia				
13.	Saya memiliki pandangan yang baik dalam segala hal				
14.	Segala sesuatu dapat saya selesaikan dengan baik				
15.	Saya sulit menyelesaikan suatu masalah				
16.	Saya dapat mengambil keputusan dengan baik saat menggunakan <i>instagram</i>				
17.	Saya tidak mampu menyelesaikan masalah yang ada				
18.	Saya merasa segala hal yang saya lakukan dapat bermanfaat bagi orang lain				
19.	Saya sulit membangun hubungan dengan				

	orang lain di <i>Instagram</i>				
20.	Segala hal yang saya lakukan tidak ada manfaatnya				
21.	Saya mengambil keputusan dengan tergesa-gesa				
22.	Saya mengambil keputusan berdasarkan fakta-fakta yang ada				
23.	Saya sulit menerima kegagalan				
24.	Saya selalu memandang suatu masalah sesuai dengan kenyataan yang ada				
25.	Saya selalu berfikir dengan matang sebelum memposting sesuatu di <i>Instagram</i>				
26.	Saya mengambil keputusan berdasarkan kepentingan bersama				
27.	Saya selalu memandang masalah berdasarkan kepentingan pribadi				
28.	Saya mengambil keputusan berdasarkan kepentingan saya sendiri				
29.	Saya berani menanggung resiko baik atau buruknya setiap komentar dari pengguna lain di <i>Instagram</i>				
30.	Saya selalu menyalahkan orang lain apabila ada hal yang tidak sesuai dengan apa yang saya inginkan				
31.	Saya siap menerima resiko apapun pada setiap postingan saya di <i>Instagram</i>				
32.	Saya berani memposting sesuatu di <i>Instagram</i> , tanpa bertanya terlebih dahulu kepada orang lain				
33.	Saya tidak pernah mengakui kesalahan yang telah saya perbuat				
34.	Dalam menjalankan setiap tugas saya sangat antusias mengerjakannya				
35.	Ketika menjalankan setiap tugas saya selalu bermalas-malasan				
36.	Saya sering mengingkari janji dengan orang lain				
37.	Saya berani memposting sesuatu di <i>Instagram</i> , tanpa bertanya terlebih dahulu kepada orang lain				
38.	Saya adalah orang yang pandai menjalin pertemanan di <i>Instagram</i>				

39.	Saya tidak berani memposting foto di <i>Instagram</i> sebelum bertanya kepada teman				
40.	Saya berpikir dengan logis ketika mendapatkan masalah di <i>Instagram</i>				
41.	Saya tidak memiliki banyak teman di <i>Instagram</i>				
42.	Saya selalu memperhatikan dengan baik setiap foto yang akan saya bagikan di <i>Instagram</i>				
43.	Setiap keputusan yang saya ambil berdasarkan pemikiran saya sendiri				
44.	Ketika saya ada masalah di <i>Instagram</i> , saya tidak memperdulikannya				
45.	Saya tidak pernah memperhatikan dengan baik setiap foto yang akan saya bagikan di <i>Instagram</i>				
46.	Saya tidak berani mengambil keputusan ketika ada masalah				

B. Skala 2

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya selalu memperhatikan cara berpakaian orang lain di <i>Instagram</i>				
2.	Saya tidak peduli dengan postingan orang lain di <i>Instagram</i>				
3.	Saya tidak suka memperhatikan secara detail setiap postingan dari pengguna lain di <i>Instagram</i>				
4.	Saya sangat tertarik dengan keindahan fotografi dari orang lain di <i>Instagram</i>				
5.	Filter yang digunakan orang lain sangat menarik bagi saya				
6.	Filter yang digunakan orang lain tidak menarik bagi saya				
7.	Jumlah <i>like</i> dari orang lain sangat berpengaruh bagi saya di <i>Instagram</i>				
8.	Jumlah <i>like</i> dari orang lain tidak berpengaruh bagi saya di <i>Instagram</i>				
9.	Saya tidak pernah memperhatikan jumlah				

	pertemanan saya di <i>Instagram</i>				
10.	Saya selalu memperhatikan jumlah pertemanan saya di <i>Instagram</i>				
11.	Postingan orang lain di <i>Instagram</i> tidak bermanfaat bagi saya				
12.	pertemanan saya di <i>Instagram</i> Saya suka meniruh gaya foto orang lain di <i>Instagram</i>				
13.	Saya selalu membaca keterangan postingan dari orang lain <i>Instagram</i>				
14.	Saya tidak pernah membaca keterangan dari postingan orang lain di <i>Instagram</i>				
15.	Saya jarang melihat cerita orang lain di <i>Instagram</i>				
16.	Saya sangat paham cara berkomunikasi dengan orang lain di <i>Instagram</i>				
17.	Saya sering melihat cerita orang lain di <i>Instagram</i>				
18.	Saya tidak begitu paham cara berkomunikasi dengan orang lain di <i>Instagram</i>				
19.	Postingan orang lain di <i>Instagram</i> dapat menambah informasi bagi saya				
20.	Lokasi foto yang dibagikan di <i>Instagram</i> sangat bermanfaat bagi saya				
21.	Lokasi foto orang lain di <i>Instagram</i> tidak bermanfaat bagi saya				
22.	Komentar orang lain, diposting pengguna lain sangat menambah informasi bagi saya				
23.	Saya tidak pernah memberi <i>like</i> pada postingan orang lain di <i>Instagram</i>				
24.	Komentar orang lain, diposting pengguna lain tidak menambah informasi bagi saya				
25.	Saya sering menggunakan <i>Instagram</i> ketika bangun tidur				
26.	Saya tidak pernah menggunakan <i>Instagram</i> ketika bangun tidur				
27.	Setiap hari saya selalu membagikan cerita di <i>Instagram</i>				
28.	Saya jarang membagikan cerita di <i>Instagram</i>				
29.	Saya tidak menghiraukan chat dari orang lain saat menggunakan <i>Instagram</i>				
30.	Setelah beraktivitas saya selalu menggunakan <i>Instagram</i>				

31.	Saya selalu menghiraukan chat dari orang lain saat menggunakan <i>Instagram</i>				
32.	Saya merasa ada yang kurang jika dalam satu hari tidak menggunakan <i>Instagram</i>				
33.	Dalam satu hari saya selalu membagikan postingan di <i>Instagram</i>				
34.	Saya jarang menggunakan <i>Instagram</i> setelah beraktivitas				
35.	Tidak menggunakan <i>Instagram</i> dalam satu hari bagi saya hal biasa saja				
36.	Saya tidak biasa menggunakan <i>instagram</i> setiap jam				
37.	Setelah sarapan pagi saya jarang membuka <i>Instagram</i>				
38.	Setelah sarapan pagi saya selalu menggunakan <i>Instagram</i>				
39.	Saya jarang sekali melihat cerita dari pengguna lain di <i>Instagram</i>				
40.	Menghabiskan waktu berjam-jam saat menggunakan <i>Instagram</i> bagi saya hal yang biasa				
41.	Menghabiskan waktu berjam-jam saat menggunakan <i>Instagram</i> bagi saya hal yang biasa				
42.	Saya tidak pernah menggunakan <i>Instagram</i> lebih dari 2 jam dalam 1 hari				
43.	Saya setiap hari selalu melihat cerita dari orang lain di <i>Instagram</i>				
44.	Saya dapat menghabiskan waktu lebih dari 2 jam perhari saat menggunakan <i>Instagram</i>				
45.	Saya jarang menggunakan <i>Instagram</i>				
46.	Setiap hari saya selalu menggunakan <i>Instagram</i>				
47.	Bagi saya menggunakan <i>Instagram</i> hanya membuang-buang waktu				
48.	Lima menit sekali saya selalu membuka <i>Instagram</i>				

Lampiran 2. Tabulasi Skor Aitem Skala Try Out Kerpercayaan diri

Subjek	Variabel X																																														Total		
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X30	X31	X32	X33	X34	X35	X36	X37	X38	X39	X40	X41	X42	X43	X44	X45	X46			
1	3	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	4	3	3	4	4	1	2	3	4	3	3	2	3	1	2	2	2	2	3	1	3	1	4	4	3	3	4	4	4	3	2	4	4	3	3	3	3	140
2	4	3	4	2	4	3	3	3	4	2	4	3	2	3	3	3	4	2	4	4	3	2	1	3	1	1	1	2	3	1	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	4	2	3	2	136		
3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	2	2	2	2	3	3	2	4	3	2	3	2	1	3	3	2	3	2	3	1	3	4	4	3	2	1	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	1	121		
4	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	2	2	3	3	4	3	2	3	1	2	3	4	2	3	3	3	3	1	3	3	4	3	3	2	3	1	2	2	3	3	3	2	3	2	4	127		
5	1	1	3	2	1	2	1	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	133			
6	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	114	
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	145	
8	4	3	4	1	1	4	4	4	2	4	1	4	3	3	4	3	4	1	3	4	1	1	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	1	3	3	4	1	4	3	4	4	3	3	3	3	4	150		
9	2	2	3	1	2	4	3	3	2	4	1	3	2	1	4	2	3	1	4	4	1	2	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	3	1	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	2	4	3	142	
10	1	1	4	1	3	4	3	2	3	4	2	4	3	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	4	2	3	2	4	1	2	3	3	2	3	3	147		
11	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	109	
12	3	1	4	3	2	4	4	4	1	4	1	4	3	3	3	4	4	3	4	4	1	1	3	4	3	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	2	3	2	2	4	3	4	3	4	4	4	158	
13	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	186	
14	2	1	4	3	3	4	2	4	2	4	2	1	3	4	2	4	2	4	3	4	1	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	156	
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	153	
16	4	2	4	1	4	3	4	4	4	3	1	4	4	4	2	4	4	4	3	4	2	3	4	3	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	4	3	3	4	4	1	170	
17	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	1	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	191	
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	156	
19	4	2	2	3	4	1	2	2	4	3	1	4	4	2	3	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	2	4	3	4	166	
20	3	1	1	4	4	1	2	4	3	2	1	3	4	3	2	4	4	1	2	1	2	3	4	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	2	1	3	3	4	154	
21	4	2	2	4	3	2	1	2	3	1	2	3	3	4	1	4	1	2	1	2	2	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	4	4	4	3	1	4	3	4	149		
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	160	
23	4	2	1	2	3	2	4	1	2	1	3	3	2	3	4	2	3	2	2	1	1	3	2	2	3	2	3	1	3	4	4	3	4	4	4	4	2	4	2	3	4	2	4	1	4	4	3	146	
24	3	1	2	2	3	2	3	1	4	2	1	3	3	2	1	4	4	2	2	1	1	4	2	4	3	2	3	1	3	3	3	4	4	3	4	1	3	1	3	4	1	2	2	4	4	4	143		
25	2	1	3	1	4	3	2	4	2	1	2	1	4	2	4	1	4	1	3	4	3	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	2	4	1	4	4	4	162	
26	3	2	3	2	2	1	1	3	2	2	2	2	3	1	2	4	2	1	2	2	3	4	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3	4	2	4	3	2	1	3	3	3	148	
27	2	3	2	3	1	1	4	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	95		
28	3	2	1	3	2	1	4	2	2	1	3	2	2	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	4	4	3	2	1	3	3	3	165	
29	3	1	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	162	
30	4	1	3	3	2	3	4	2	4	1	3	4	1	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3	1	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	1	3	4	4	173	

Lampiran 3. Tabulasi Skor Aitem *Try Out* Intensitas Menggunakan Media Sosial

Subjek	Variabel Y																																																Total			
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23	Y24	Y25	Y26	Y27	Y28	Y29	Y30	Y31	Y32	Y33	Y34	Y35	Y36	Y37	Y38	Y39	Y40	Y41	Y42	Y43	Y44	Y45	Y46	Y47	Y48				
1	3	2	4	3	4	2	3	1	2	4	3	4	4	3	2	1	2	4	2	3	4	3	3	2	3	1	2	2	2	2	3	1	3	4	4	3	3	4	4	1	3	2	1	4	3	2	3	4	3	3	3	134
2	4	3	4	2	4	3	3	1	2	4	2	4	3	2	1	3	2	4	2	4	4	3	2	1	3	1	1	1	2	3	1	2	4	4	3	2	4	4	1	3	2	1	4	2	3	3	3	3	2	128		
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	148	
4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3	2	3	2	3	1	3	1	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	4	1	126		
5	4	1	3	2	1	4	2	1	1	2	3	2	3	3	2	3	2	3	1	3	3	2	2	3	2	2	3	2	4	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	1	3	3	126		
6	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	104		
7	3	3	4	1	1	3	3	3	4	2	4	1	4	3	1	4	2	2	1	3	4	1	1	4	4	4	3	1	2	4	2	1	2	3	3	4	1	4	3	1	3	3	2	3	3	3	4	4	136			
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	184		
9	2	2	2	1	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	106		
10	4	1	4	1	3	2	4	3	2	1	4	2	2	3	2	4	2	1	2	4	4	2	2	4	3	4	3	2	3	4	4	1	2	3	4	2	1	2	4	1	2	3	1	2	2	3	3	3	135			
11	3	2	4	2	3	3	4	2	1	1	4	2	2	3	1	3	2	1	3	3	4	2	3	3	2	4	3	1	3	4	3	1	3	4	4	1	2	1	3	1	3	2	1	3	3	4	4	135				
12	3	1	4	3	2	3	4	1	1	1	4	1	2	3	1	3	2	1	3	4	4	1	1	3	2	3	4	1	4	2	3	2	4	4	4	4	2	3	2	2	1	3	1	1	4	1	4	4	3	132		
13	3	2	4	3	3	3	4	1	1	2	3	1	1	4	1	1	2	1	4	4	4	2	1	3	2	3	3	2	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	1	1	2	4	2	1	4	3	4	4	3	139		
14	3	1	4	2	3	4	4	2	1	2	4	2	1	3	1	2	2	2	4	3	4	1	2	4	1	3	3	2	4	3	3	1	4	4	4	3	1	3	1	2	4	2	1	4	3	4	3	3	141			
15	3	1	4	2	4	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	2	1	4	3	4	1	2	4	1	3	3	1	4	3	4	1	4	4	4	2	2	3	1	2	4	2	1	4	2	4	4	3	142			
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	197		
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	161		
18	3	1	3	2	4	3	2	1	2	4	3	1	2	4	2	1	2	1	4	3	3	2	3	4	1	3	4	1	4	4	4	2	4	4	3	1	2	2	4	3	2	2	4	3	2	4	3	4	2	148		
19	4	2	3	3	4	3	1	2	2	4	3	1	2	4	2	1	3	1	4	3	3	2	3	4	2	4	4	2	4	3	4	3	4	4	4	3	1	2	1	2	4	3	2	4	4	3	2	3	155			
20	3	1	4	1	4	4	1	2	1	3	2	1	2	4	1	2	1	2	1	2	1	2	2	3	4	2	4	4	1	3	3	4	3	4	4	4	3	1	2	1	2	4	2	1	3	3	4	3	140			
21	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	119			
22	3	1	3	1	3	3	2	4	1	2	1	1	1	3	1	1	2	3	2	2	1	2	3	3	3	3	3	3	1	4	4	3	4	3	3	2	1	1	1	2	3	1	2	4	3	3	4	3	136			
23	4	2	3	2	3	1	2	4	1	2	1	3	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	3	2	2	3	2	2	1	3	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	2	1	1	4	3	4	3	138			
24	3	1	3	2	3	3	2	3	1	1	2	1	2	3	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	4	2	1	3	2	1	1	3	3	3	4	3	4	1	1	3	2	1	2	2	4	1	4	4	1	127		
25	3	1	3	1	4	4	3	2	1	2	1	2	1	4	2	1	1	2	1	3	4	3	4	3	2	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	2	2	1	4	3	4	4	3	154			
26	3	2	3	1	2	3	1	1	3	2	2	2	2	3	1	2	2	2	1	2	2	2	3	4	3	2	4	3	2	2	4	4	4	3	3	4	3	1	4	2	1	3	2	1	3	3	4	4	147			
27	3	3	3	1	1	3	1	4	3	2	1	1	2	1	4	3	3	3	3	2	2	3	4	4	2	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	1	4	2	4	3	164		
28	3	2	4	4	2	2	1	4	2	2	1	3	2	2	3	3	4	2	4	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4	2	4	4	4	4	3	4	3	3	2	4	4	3	2	1	3	3	3	4	3	171		
29	3	1	3	1	2	3	3	3	1	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	1	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	1	4	4	4	2	1	4	3	3	4	4	167		
30	4	1	3	1	2	3	3	4	2	1	1	3	3	1	4	3	4	2	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	2	4	4	4	1	1	3	4	4	1	3	172	

Lampiran 4. Hasil Reliabilitas dan Diskriminasi Aitem Skala Try Out Sebelum Aitem Tidak Valid Dibuang

A. Skala Kepercayaan Diri

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,923	46

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X01	130,1000	378,783	,392	,921
X02	130,8667	389,913	,061	,925
X03	130,1667	378,902	,373	,922
X04	130,5000	388,810	,094	,924
X05	130,1667	379,316	,346	,922
X06	130,4000	374,593	,457	,921
X07	130,1667	387,937	,120	,924
X08	130,1333	383,292	,223	,923
X09	130,1667	389,247	,090	,924
X10	130,4000	376,041	,419	,921
X11	130,8333	379,040	,322	,922
X12	130,2000	369,338	,612	,919
X13	130,2667	371,720	,635	,919
X14	130,3000	372,976	,587	,920
X15	130,0333	378,999	,386	,921
X16	130,0333	370,309	,548	,920
X17	129,8000	373,545	,513	,920
X18	130,4667	373,982	,409	,921
X19	130,2667	369,720	,736	,918
X20	130,2000	368,579	,534	,920
X21	130,7667	376,047	,421	,921
X22	130,5000	383,707	,234	,923

X23	130,1000	375,403	,492	,920
X24	129,8000	387,545	,162	,923
X25	130,0667	372,478	,542	,920
X26	130,2333	377,978	,404	,921
X27	130,2333	372,737	,648	,919
X28	130,2333	369,840	,641	,919
X29	130,1000	381,886	,302	,922
X30	129,9000	374,231	,491	,920
X31	129,8667	377,430	,513	,920
X32	129,7667	378,599	,404	,921
X33	130,0667	384,754	,193	,923
X34	129,8000	372,028	,722	,919
X35	129,8667	370,120	,653	,919
X36	130,3000	374,493	,604	,920
X37	130,0667	382,133	,338	,922
X38	130,4333	373,633	,545	,920
X39	129,8667	382,051	,380	,921
X40	129,8000	372,717	,560	,920
X41	130,1000	369,679	,634	,919
X42	130,1000	374,231	,620	,920
X43	130,6000	377,766	,367	,922
X44	129,9667	373,964	,598	,920
X45	129,9333	371,099	,718	,919
X46	130,0667	376,133	,406	,921

B. Skala Intensitas Menggunakan Media Sosial

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,906	48

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y01	125,0000	350,207	,383	,904
Y02	126,3000	340,424	,498	,902
Y03	124,8333	350,695	,326	,904
Y04	126,1333	339,706	,490	,902
Y05	125,4000	348,041	,263	,905
Y06	125,3000	346,355	,427	,903
Y07	125,5667	346,116	,289	,905
Y08	125,8000	342,648	,351	,904
Y09	126,2667	338,202	,551	,902
Y10	125,7667	344,392	,341	,904
Y11	125,6333	346,999	,255	,906
Y12	126,1667	345,937	,323	,905
Y13	125,9000	340,438	,535	,902
Y14	125,4000	349,490	,257	,905
Y15	126,2000	334,579	,609	,901
Y16	125,8667	339,913	,464	,903
Y17	125,8000	336,786	,671	,901
Y18	126,0000	341,448	,436	,903
Y19	125,5667	337,702	,492	,902
Y20	125,5333	351,568	,217	,905
Y21	125,2000	337,821	,487	,902
Y22	125,9667	335,689	,638	,901
Y23	125,5333	345,016	,360	,904

Y24	125,2000	349,407	,269	,905
Y25	125,7667	338,254	,567	,902
Y26	125,1667	345,040	,380	,904
Y27	125,2000	341,269	,560	,902
Y28	126,2333	341,495	,510	,902
Y29	125,2667	347,099	,284	,905
Y30	125,2000	352,028	,185	,906
Y31	125,1000	352,162	,152	,907
Y32	125,7000	352,631	,127	,907
Y33	124,9000	354,714	,110	,906
Y34	124,8333	353,247	,180	,906
Y35	124,8000	348,303	,362	,904
Y36	125,5333	338,395	,672	,901
Y37	126,0667	340,754	,432	,903
Y38	125,7667	341,151	,427	,903
Y39	125,7667	339,978	,415	,903
Y40	125,8667	340,809	,496	,902
Y41	125,2667	343,995	,442	,903
Y42	126,0667	345,926	,411	,904
Y43	126,4000	346,731	,299	,905
Y44	124,9667	351,757	,229	,905
Y45	125,5000	344,121	,510	,903
Y46	125,0667	346,547	,390	,904
Y47	124,8667	351,637	,198	,906
Y48	125,3333	341,747	,548	,902

Lampiran 5. Hasil Reliabilitas dan Diskriminasi Aitem Skala *Try Out* Sesudah Aitem Tidak Valid Dibuang

A. Skala Kepercayaan Diri

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,933	38

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X01	108,5333	329,430	,351	,933
X03	108,6000	328,455	,367	,932
X05	108,6000	329,903	,308	,933
X06	108,8333	323,730	,471	,932
X10	108,8333	324,902	,437	,932
X12	108,6333	319,620	,604	,930
X13	108,7000	321,666	,632	,930
X14	108,7333	322,754	,586	,930
X15	108,4667	327,706	,406	,932
X16	108,4667	321,223	,520	,931
X17	108,2333	322,461	,537	,931
X18	108,9000	325,679	,357	,933
X19	108,7000	319,528	,743	,929
X20	108,6333	318,861	,528	,931
X21	109,2000	328,372	,341	,933
X23	108,5333	323,154	,551	,931
X25	108,5000	320,259	,602	,930
X26	108,6667	325,954	,448	,932
X27	108,6667	321,609	,681	,930

X28	108,6667	320,161	,630	,930
X29	108,5333	328,395	,384	,932
X30	108,3333	321,954	,549	,931
X31	108,3000	326,562	,524	,931
X32	108,2000	327,476	,420	,932
X33	108,3000	331,803	,356	,934
X34	108,2333	321,426	,739	,929
X35	108,3000	318,838	,693	,929
X36	108,7333	324,616	,586	,931
X37	108,5000	332,190	,305	,933
X38	108,8667	324,740	,500	,931
X39	108,3000	331,803	,356	,932
X40	108,2333	321,564	,590	,930
X41	108,5333	318,878	,659	,930
X42	108,5333	323,154	,648	,930
X43	109,0333	329,551	,301	,933
X44	108,4000	323,076	,618	,930
X45	108,3667	319,757	,764	,929
X46	108,5000	325,224	,417	,932

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,927	28

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y01	64,3333	232,851	,345	,927
Y02	65,6333	218,792	,697	,922
Y04	65,4667	223,706	,486	,925
Y08	65,1333	222,740	,446	,926
Y09	65,6000	218,455	,693	,922

Y10	65,1000	225,748	,394	,927
Y12	65,5000	221,845	,560	,924
Y13	65,2333	219,840	,707	,922
Y15	65,5333	214,878	,766	,921
Y16	65,2000	220,510	,573	,924
Y17	65,1333	218,395	,789	,921
Y18	65,3333	218,506	,660	,923
Y19	64,9000	226,852	,337	,928
Y21	64,5333	226,878	,335	,928
Y22	65,3000	217,666	,739	,922
Y23	64,8667	228,740	,330	,927
Y25	65,1000	218,162	,726	,922
Y28	65,5667	221,771	,641	,923
Y36	64,8667	223,223	,644	,923
Y37	65,4000	219,352	,599	,923
Y38	65,1000	222,300	,508	,925
Y39	65,1000	220,507	,514	,925
Y40	65,2000	220,097	,661	,923
Y42	65,4000	228,662	,412	,926
Y43	65,7333	223,513	,498	,925
Y45	64,8333	228,626	,446	,926
Y48	64,6667	229,471	,371	,926

Lampiran 6. Skala Penelitian

ANGKET PENELITIAN

Assalamualikum Wr. Wb

Saya Tuti Anggun Sari salah satu mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh (UNMUHA) dengan Nomor Induk Mahasiswa 1709110005 yang sedang dalam tahap menyusun tugas akhir Skripsi yang harus dipenuhi oleh para Mahasiswa. Maka, dengan ini saya meminta kesediaan Saudara/i untuk mengisi skala penelitian ini. Skala ini berguna sebagai alat pengumpulan data sekaligus sebagai dasar penyelesaian penelitian. Jawaban yang Saudara/ i berikan tidak akan mempengaruhi nilai apapun dan hanya untuk penelitian semata sehingga identitas Saudara/i akan dirahasiakan. Oleh karena itu, saya mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi skala ini.

IV. Petunjuk Pengisian Angket

- A. Sebelum anda menjawab daftar pernyataan yang telah disiapkan, terlebih dahulu isi daftar identitas yang telah disediakan.
- B. Bacalah dengan baik setiap pernyataan, kemudian beri tanda ceklis (✓) pada jawaban yang dianggap paling tepat dengan kondisi anda.
- C. Isilah angket ini dengan jujur serta penuh ketelitian sehingga semua soal dapat dijawab. Atas kesediaan dan bantuannya kami ucapkan banyak terimakasih.

V. Identitas Responden

Nama :
 Usia :
 Jenis Kelamin :
 Fakultas :

VI. Contoh Pengisian Angket

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya adalah seorang mahasiswa yang rajin	✓			
2.	Saya sering bermalas malasan saat belajar				✓

A. Skala 1

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Setiap komentar negatif dari pengguna lain di <i>Instagram</i> akan menjadi motivasi bagi saya				
2.	Jumlah <i>like</i> dari pengguna lain di <i>Instagram</i> membuat saya semakin bersemangat				
3.	Setiap postingan saya di <i>Instagram</i> tidak bermanfaat bagi orang lain				
4.	Saya adalah orang yang tidak mudah menyerah				
5.	Jika saya gagal maka saya tidak akan mencoba lagi				
6.	Setiap postingan saya di <i>Instagram</i> pasti akan bermanfaat bagi orang lain				
7.	Setiap unggahan saya di <i>Instagram</i> tidak akan mendapatkan <i>like</i> dari orang lain				
8.	Jumlah <i>like</i> dari pengguna lain di <i>Instagram</i> tidak berpengaruh bagi saya				
9.	Saya selalu berpikir dengan baik dalam menyelesaikan suatu masalah di <i>Instagram</i>				
10.	Segal hal yang saya lakukan di <i>Instagram</i> pasti akan sia-sia				
11.	Saya memiliki pandangan yang baik dalam segala hal				
12.	Segala sesuatu dapat saya selesaikan dengan baik				
13.	Saya dapat mengambil keputusan dengan baik saat menggunakan <i>instagram</i>				
14.	Saya tidak mampu menyelesaikan masalah yang ada				
15.	Saya sulit membangun hubungan dengan orang lain di <i>Instagram</i>				
16.	Segala hal yang saya lakukan tidak ada manfaatnya				
17.	Saya mengambil keputusan dengan tergesa-gesa				
18.	Saya mengambil keputusan berdasarkan fakta-fakta yang ada				
19.	Saya sulit menerima kegagalan				

20.	Saya selalu memandang suatu masalah sesuai dengan kenyataan yang ada				
21.	Saya selalu berfikir dengan matang sebelum memposting sesuatu di <i>Instagram</i>				
22.	Saya mengambil keputusan berdasarkan kepentingan bersama				
23.	Saya selalu memandang masalah berdasarkan kepentingan pribadi				
24.	Saya mengambil keputusan berdasarkan kepentingan saya sendiri				
25.	Saya berani menanggung resiko baik atau buruknya setiap komentar dari pengguna lain di <i>Instagram</i>				
26.	Saya selalu menyalahkan orang lain apabila ada hal yang tidak sesuai dengan apa yang saya inginkan				
27.	Saya siap menerima resiko apapun pada setiap postingan saya di <i>Instagram</i>				
28.	Saya tidak pernah mengakui kesalahan yang telah saya perbuat				
29.	Dalam menjalankan setiap tugas saya sangat antusias mengerjakannya				
30.	Ketika menjalankan setiap tugas saya selalu bermalas-malasan				
31.	Saya berani memposting sesuatu di <i>Instagram</i> , tanpa bertanya terlebih dahulu kepada orang lain				
32.	Saya adalah orang yang pandai menjalin pertemanan di <i>Instagram</i>				
33.	Saya tidak berani memposting foto di <i>Instagram</i> sebelum bertanya kepada teman				
34.	Saya tidak memiliki banyak teman di <i>Instagram</i>				
35.	Saya selalu memperhatikan dengan baik setiap foto yang akan saya bagikan di <i>Instagram</i>				
36.	Setiap keputusan yang saya ambil berdasarkan pemikiran saya sendiri				
37.	Saya tidak pernah memperhatikan dengan baik setiap foto yang akan saya bagikan di <i>Instagram</i>				
38.	Saya tidak berani mengambil keputusan				

	ketika ada masalah				
--	--------------------	--	--	--	--

B. Skala 2

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya selalu memperhatikan cara berpakaian orang lain di <i>Instagram</i>				
2.	Saya tidak peduli dengan postingan orang lain di <i>Instagram</i>				
3.	Filter yang digunakan orang lain sangat menarik bagi saya				
4.	Filter yang digunakan orang lain tidak menarik bagi saya				
5.	Jumlah <i>like</i> dari orang lain sangat berpengaruh bagi saya di <i>Instagram</i>				
6.	Jumlah <i>like</i> dari orang lain tidak berpengaruh bagi saya di <i>Instagram</i>				
7.	Saya selalu meperhatikan jumlah pertemanan saya di <i>Instagram</i>				
8.	pertemanan saya di <i>Instagram</i> Saya suka meniruh gaya foto orang lain di <i>Instagram</i>				
9.	Saya selalu membaca keterangan postingan dari orang lain <i>Instagram</i>				
10.	Saya jarang melihat cerita orang lain di <i>Instagram</i>				
11.	Saya sangat paham cara berkomunikasi dengan orang lain di <i>Instagram</i>				
12.	Saya tidak begitu paham cara berkomunikasi dengan orang lain di <i>Instagram</i>				
13.	Lokasi foto yang dibagikan di <i>Instagram</i> sangat bermanfaat bagi saya				
14.	Lokasi foto orang lain di <i>Instagram</i> tidak bermanfaat bagi saya				
15.	Komentar orang lain, diposting pengguna lain sangat menambah informasi bagi saya				
16.	Saya tidak pernah memberi <i>like</i> pada postingan orang lain di <i>Instagram</i>				
17.	Saya sering menggunakan <i>Instagram</i> ketika bangun tidur				
18.	Saya jarang membagikan cerita di <i>Instagram</i>				
19.	Saya selalu menghiraukan chat dari orang				

	lain saat menggunakan <i>Instagram</i>				
20.	Dalam satu hari saya selalu membagikan postingan di <i>Instagram</i>				
21.	Tidak menggunakan <i>Instagram</i> dalam satu hari bagi saya hal biasa saja				
22.	Setelah sarapan pagi saya selalu menggunakan <i>Instagram</i>				
23.	Saya jarang sekali melihat cerita dari pengguna lain di <i>Instagram</i>				
24.	Menghabiskan waktu berjam-jam saat menggunakan <i>Instagram</i> bagi saya hal yang biasa				
25.	Saya tidak pernah menggunakan <i>Instagram</i> lebih dari 2 jam dalam 1 hari				
26.	Saya dapat menghabiskan waktu lebih dari 2 jam sehari saat menggunakan <i>Instagram</i>				
27.	Setiap hari saya selalu menggunakan <i>Instagram</i>				
28.	Lima menit sekali saya selalu membuka <i>Instagram</i>				

Lampiran 7. Tabulasi Data Penelitian Skala Kepercayaan Diri

Subjek	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X30	X31	X32	X33	X34	X35	X36	X37	X38	TOTAL	X						
1	3	3	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	4	4	4	3	2	3	4	3	4	2	4	3	4	4	2	2	2	4	4	2	2	2	4	4	2	2	2	2	106				
2	4	4	2	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	4	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	109					
3	3	4	4	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	2	4	2	4	2	3	3	2	4	3	3	4	2	2	3	3	4	3	2	2	3	118					
4	3	2	2	3	4	3	2	2	3	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3	2	4	4	3	2	4	3	2	4	2	2	3	3	3	2	4	3	4	3	3	2	3	117				
5	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	2	3	4	4	2	3	3	4	2	2	2	3	4	3	2	4	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	114					
6	2	3	3	2	2	3	3	3	4	3	4	4	4	2	2	4	4	2	2	2	2	2	4	2	4	3	3	4	3	3	4	2	2	4	2	3	4	4	4	3	121					
7	3	3	2	2	4	3	3	4	2	3	3	3	2	4	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	4	2	3	4	2	2	2	4	3	2	2	2	4	3	2	4	4	113				
8	3	3	4	2	4	3	4	2	2	2	2	4	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	2	2	2	4	4	126				
9	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	2	4	4	3	2	4	3	2	3	2	3	2	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	2	2	4	2	3	125				
10	2	4	2	2	2	4	4	3	1	2	3	3	3	3	4	4	2	3	4	4	3	2	3	3	4	3	2	3	2	2	4	4	4	2	2	4	4	4	2	4	2	3	120			
11	4	3	2	3	2	4	3	2	3	3	4	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	3	2	4	2	2	4	4	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	4	121			
12	2	4	4	2	2	3	4	3	2	3	3	3	3	2	4	4	4	2	2	4	4	4	2	4	3	4	2	4	3	4	4	3	4	4	2	2	3	3	2	3	2	4	127			
13	2	4	2	2	2	2	3	2	2	3	4	2	2	4	4	4	2	2	3	3	2	4	4	3	2	4	4	4	2	2	2	4	4	2	2	2	4	3	2	3	2	4	120			
14	2	4	2	2	4	2	3	2	3	4	2	3	3	3	2	3	2	2	4	3	3	2	2	4	4	2	4	4	2	2	3	4	2	2	3	4	3	2	2	2	2	4	3	121		
15	3	3	4	2	3	3	3	2	4	2	4	4	2	4	4	4	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	4	4	2	2	3	4	3	2	2	2	3	4	3	2	2	4	124		
16	2	3	2	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2	4	3	2	4	4	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4	2	2	3	3	4	3	130			
17	4	2	4	2	3	3	4	4	2	4	4	3	2	4	4	4	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	2	2	4	4	2	3	3	2	2	4	4	2	2	4	135		
18	3	2	2	4	4	3	4	2	4	2	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	4	2	3	4	3	3	2	2	4	3	2	2	4	3	2	2	4	3	2	2	4	134		
19	4	3	3	2	4	3	4	4	4	4	3	2	2	4	3	4	3	2	4	4	3	3	2	2	3	2	4	3	2	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	2	2	4	4	138		
20	3	3	2	2	4	3	3	2	3	2	4	3	2	3	4	2	3	4	2	3	4	3	4	4	2	3	4	4	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	138		
21	4	3	3	3	4	4	4	2	3	4	4	3	3	4	3	4	4	2	4	3	4	3	4	3	2	4	3	3	4	4	2	2	4	3	3	2	2	2	2	4	4	4	144			
22	3	4	2	3	3	3	4	4	2	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	4	3	2	4	4	3	2	4	4	2	2	4	3	4	2	2	4	3	4	2	2	2	4	4	141		
23	4	3	2	2	4	3	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	2	4	3	4	4	4	2	2	2	4	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	142			
24	3	3	4	4	4	4	2	2	2	4	3	2	3	4	4	3	2	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	2	2	4	3	4	2	2	4	3	4	2	2	2	4	4	141		
25	2	4	2	2	3	3	4	2	4	2	3	3	2	3	4	4	3	2	4	3	3	4	2	4	3	4	4	4	2	2	3	4	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3	135			
26	3	3	4	3	2	2	2	4	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	3	3	4	2	3	4	2	3	4	2	3	4	3	3	3	1	3	4	4	3	2	3	3	141				
27	4	2	2	3	4	3	2	2	2	3	3	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	2	4	3	2	4	2	3	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	3	2	3	143			
28	2	2	4	3	4	3	2	3	3	4	4	3	4	4	3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	2	3	4	3	3	2	2	3	4	2	3	2	3	3	144			
29	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	140		
30	2	2	4	3	4	3	2	2	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	2	4	2	3	3	4	2	3	4	4	3	2	2	4	4	3	2	2	4	3	3	2	3	144			
31	3	3	2	2	3	4	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	2	4	3	2	4	3	2	4	3	3	2	4	4	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	2	4	3	2	4	142	
32	4	4	3	3	4	3	2	2	3	3	2	3	4	4	2	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	4	4	3	3	152			
33	3	2	3	3	2	3	4	2	3	2	3	4	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	4	4	3	3	4	140			
34	3	4	4	3	3	4	2	2	2	3	4	3	4	2	4	4	3	2	3	3	3	2	4	4	4	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	146	
35	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3	2	4	3	2	4	4	3	2	4	4	3	2	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	160		
36	4	2	4	3	4	3	2	2	3	1	4	3	4	3	3	3	2	4	3	2	4	3	2	4	3	3	2	4	2	3	4	3	3	2	4	3	4	2	3	2	3	2	3	149		
37	4	3	3	2	4	3	4	2	2	2	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	3	3	4	2	1	3	2	3	2	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	148			
38	2	4	4	3	3	2	3	4	2	2	4	4	2	2	3	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	3	4	4	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	144				
39	4	2	2	3	4	2	3	3	3	4	4	4	2	3	2	4	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	4	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	149			
40	3	2	4	2	4	3	4	3	2	2	4	4	2	4	4	4	3	2	4	3	2	4	3	3	4	2	4	3	4	4	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	4	154			
41	2	4	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	2	4	4	4	3	2	4	4	3	3	4	2	4	3	4	4	2	3	4	2	3	4	2	3	2	2	2	2	2	4	159			
42	3	3	3	3	4	4	2	2	4	3	4	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	2	3	2	3	2	3	3	4	3	4	2	3	3	2	3	2	4	3	3	3	157				
43	2	3	4	3	4	2	4	3	2	3	3	2	2	3	2	4	4	2	3	2	4	3	2	4	3	3	2	3	4	2	3	3	2	3	4	3	2	3	4	3	3	2	4	155		
44	2	3	3	2	3	2	4	2	2	3	3	2	3	3	4	4	3	2	3	2	3	2																								

Lampiran 8. Tabulasi Data Penelitian Skala Intensitas Menggunakan Media Sosial

Subjek	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23	Y24	Y25	Y26	Y27	TOTAL Y
1	3	4	4	3	4	4	2	3	4	4	3	2	2	4	3	4	3	2	2	2	3	4	1	2	3	4	3	83
2	2	3	2	3	4	4	4	3	2	2	2	2	3	3	4	3	2	3	4	2	2	2	3	4	2	3	2	77
3	4	3	4	4	2	3	4	3	2	3	3	4	4	2	2	1	2	2	3	4	2	3	4	1	2	3	79	
4	2	3	4	3	2	3	4	4	3	3	2	4	2	2	3	4	3	2	4	3	3	4	3	2	3	4	86	
5	3	4	3	2	3	2	4	4	3	2	3	3	2	4	2	3	4	3	2	2	2	3	4	3	2	2	81	
6	3	4	3	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2	4	3	3	4	3	2	2	2	3	4	3	2	3	82	
7	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	4	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	82
8	2	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	2	3	4	2	4	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	1	83
9	4	2	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	2	4	2	3	4	2	3	4	3	2	1	2	3	4	3	86
10	3	4	3	2	4	2	3	4	3	2	4	3	2	3	2	3	4	4	3	2	4	3	2	4	1	2	2	86
11	2	3	4	3	2	4	2	3	4	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	4	2	2	3	4	3	2	87
12	4	4	3	4	3	2	2	2	2	3	3	4	3	2	2	3	3	3	4	2	4	2	3	4	3	2	2	90
13	2	3	4	3	4	3	2	2	2	3	4	2	3	4	2	3	4	3	4	2	4	3	2	1	4	3	4	93
14	3	4	3	2	3	2	3	4	3	2	4	2	3	4	3	2	4	2	3	4	2	4	2	3	3	2	3	93
15	4	2	3	4	3	2	4	2	3	4	3	2	2	2	3	4	3	3	2	4	2	3	4	3	2	1	2	91
16	3	4	3	2	3	4	3	2	4	2	3	4	3	2	3	2	3	4	3	2	2	3	3	1	4	2	3	93
17	3	4	4	2	2	3	4	2	3	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	3	2	1	2	3	3	3	2	96
18	4	3	3	4	4	2	2	3	2	3	2	3	4	4	3	2	4	2	3	4	3	2	1	2	3	4	3	97
19	2	3	3	2	4	2	3	4	4	3	3	2	1	2	2	3	4	3	2	2	2	3	4	2	3	3	2	92
20	4	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	2	3	4	3	3	2	2	4	2	3	4	3	2	1	2	3	101
21	2	4	3	2	3	4	3	2	2	2	3	3	3	4	4	2	2	4	3	3	2	3	2	3	4	3	4	100
22	3	3	4	4	3	2	3	4	3	2	2	2	3	4	4	3	2	3	4	3	2	4	2	3	3	2	4	103
23	4	2	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	2	3	2	3	4	3	2	3	4	3	4	3	2	2	100
24	2	4	2	3	4	4	3	2	4	2	2	3	4	3	2	2	3	3	2	3	4	4	4	4	3	2	1	101
25	4	4	3	2	3	3	2	3	4	4	3	2	2	2	3	3	2	4	4	2	3	4	3	2	4	3	2	105
26	2	3	4	3	2	2	3	4	2	3	4	3	2	4	2	3	4	3	2	4	3	2	4	3	2	1	2	102
27	3	4	4	3	4	4	3	2	3	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	3	105
28	2	3	4	3	2	1	2	3	4	3	2	4	2	3	4	3	2	4	2	3	4	2	4	3	2	1	1	101
29	3	3	4	3	4	2	3	4	3	2	3	2	3	3	2	4	3	4	4	3	2	2	3	4	3	2	3	110
30	4	2	3	4	3	3	2	4	2	3	3	4	4	3	3	2	4	2	3	4	3	1	1	2	3	4	109	
31	4	4	2	3	2	3	4	3	2	3	2	3	4	3	2	3	2	3	4	4	4	2	3	4	2	2	3	111
32	2	3	4	4	4	3	2	3	3	2	3	2	4	4	2	4	2	3	4	3	2	3	2	2	3	4	3	112
33	3	4	3	2	3	4	4	3	2	4	2	3	4	3	4	2	2	3	4	2	2	2	3	4	3	3	2	113
34	3	3	4	3	2	4	3	2	4	2	3	3	4	3	2	4	2	3	4	4	2	3	4	1	2	3	4	115
35	2	4	2	4	3	2	3	3	4	2	4	4	3	4	3	2	3	4	4	2	3	4	3	2	3	4	3	119
36	4	2	3	4	3	2	3	4	3	4	2	3	4	2	2	3	4	3	2	4	3	4	2	2	3	4	2	117
37	2	3	4	3	3	4	4	2	3	4	3	3	2	2	4	3	4	4	2	3	4	3	2	2	3	4	4	121
38	4	3	3	2	4	2	4	3	2	4	2	3	4	3	2	2	3	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	119
39	2	3	4	4	4	3	3	2	2	3	2	4	2	3	4	3	3	2	4	3	3	4	2	2	2	4	3	119
40	4	3	4	3	2	4	4	3	4	3	2	3	4	3	2	4	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	120
41	3	4	3	4	3	4	3	2	3	2	3	4	3	2	4	2	3	4	2	3	4	3	2	4	3	2	1	121
42	2	3	2	4	2	3	4	2	3	2	3	4	4	3	2	4	2	3	4	3	2	1	3	2	4	2	3	118
43	4	2	3	4	4	3	3	2	4	4	2	3	4	3	3	3	4	3	2	1	3	4	3	2	4	3	2	125
44	2	3	4	3	2	4	3	2	4	3	2	4	3	2	2	3	3	4	3	2	1	2	3	4	2	3	2	119
45	3	4	2	4	3	2	2	3	4	3	2	3	2	3	4	4	4	3	2	2	2	2	3	2	3	4	2	122
46	2	3	4	3	3	4	3	2	3	4	2	2	3	3	4	4	3	2	2	2	3	4	3	4	2	3	4	127
47	2	3	4	3	2	3	4	3	2	4	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	4	4	3	2	2	2	122
48	3	2	3	4	2	4	2	3	4	3	3	2	3	4	3	2	4	2	3	4	2	3	1	2	3	4	3	126
49	4	4	3	2	4	2	3	4	3	2	2	3	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3	4	3	2	2	2	126
50	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	2	4	2	3	4	2	4	3	2	3	2	3	4	3	2	3	2	126
51	3	4	3	2	4	3	3	2	2	4	3	2	3	4	3	2	2	4	3	2	1	2	3	4	4	3	4	130
52	3	3	4	3	2	3	4	2	3	4	3	2	4	2	3	4	3	2	3	4	3	3	3	4	2	2	3	133
53	2	3	4	4	3	2	4	2	3	4	4	3	2	3	2	2	4	3	2	2	2	3	4	3	2	2	4	131
54	4	2	3	3	4	3	2	4	2	3	4	3	2	3	2	2	3	3	4	4	1	1	2	3	4	3	2	130
55	2	3	4	3	2	4	4	2	3	4	3	3	2	4	2	3	4	3	2	2	2	3	4	3	2	2	4	134
56	3	4	3	4	3	2	4	3	2	4	2	3	4	3	3	4	3	2	3	2	3	4	3	2	4	3	4	140
57	3	4	3	3	2	3	3	4	4	2	4	4	2	3	2	3	2	3	4	3	2	2	3	4	3	2	3	136
58	3	4	3	2	2	3	4	3	4	4	2	3	4	4	3	2	4	2	3	3	2	3	3	3	2	2	4	139
59	4	4	3	4	4	2	3	4	3	2	4	2	3	4	4	3	3	4	2	3	2	3	4	1	2	3	4	143
60	3	4	3	2	4	4	2	3	4	4	3	2	1	2	3	4	4	3	2	2	2	2	3	3	3	4	2	138
61	4	2	3	4	3	2	3	2	3	2	4	3	3	4	3	2	2	4	3	2	3	3	1	4	3	2	3	138
62	3	4	3	2	3	3	4	2	3	4	3	2	2	2	3	4	3	2	4	2	3	3	4	2	3	2	1	138
63	4	3	4	3	2	3	2	3	4	3	2	3	2	3	4	3	2	4	2	3	1	2	3	3	3	2	1	137
64	4	3	4	3	2	2	3	4	3	2	4	2	3	4	3	2	3	3	2	3	2	1	3	4	1	2	3	137
65	3	2	3	2	3	4	3	2	4	4	3	3	3	4	3	2	4	2	3	4	3	2	1	2	3	4	3	144

Lampiran 9. Uji Deskriptif

		Statistics	
		X	Y
N	Valid	65	65
	Missing	0	0
Mean		145,8769	111,3846
Median		144,0000	113,0000
Mode		144,00	119,00
Std. Deviation		19,24554	19,43715
Minimum		106,00	77,00
Maximum		187,00	144,00
Sum		9482,00	7240,00

Lampiran 10. Hasil Uji Frekuensi

A. Skala Kepercayaan Diri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	106,00	1	1,5	1,5	1,5
	109,00	1	1,5	1,5	3,1
	113,00	1	1,5	1,5	4,6
	114,00	1	1,5	1,5	6,2
	117,00	1	1,5	1,5	7,7
	118,00	1	1,5	1,5	9,2
	120,00	2	3,1	3,1	12,3
	121,00	3	4,6	4,6	16,9
	124,00	1	1,5	1,5	18,5
	125,00	1	1,5	1,5	20,0
	126,00	1	1,5	1,5	21,5
	127,00	1	1,5	1,5	23,1

130,00	1	1,5	1,5	24,6
134,00	1	1,5	1,5	26,2
135,00	2	3,1	3,1	29,2
138,00	2	3,1	3,1	32,3
140,00	2	3,1	3,1	35,4
141,00	3	4,6	4,6	40,0
142,00	2	3,1	3,1	43,1
143,00	1	1,5	1,5	44,6
144,00	4	6,2	6,2	50,8
146,00	1	1,5	1,5	52,3
148,00	2	3,1	3,1	55,4
149,00	2	3,1	3,1	58,5
152,00	1	1,5	1,5	60,0
154,00	1	1,5	1,5	61,5
155,00	1	1,5	1,5	63,1
157,00	3	4,6	4,6	67,7
158,00	1	1,5	1,5	69,2
159,00	1	1,5	1,5	70,8
160,00	1	1,5	1,5	72,3
161,00	3	4,6	4,6	76,9
162,00	1	1,5	1,5	78,5
163,00	2	3,1	3,1	81,5
165,00	2	3,1	3,1	84,6
166,00	1	1,5	1,5	86,2
168,00	1	1,5	1,5	87,7
171,00	1	1,5	1,5	89,2
172,00	2	3,1	3,1	92,3
173,00	2	3,1	3,1	95,4
175,00	1	1,5	1,5	96,9
177,00	1	1,5	1,5	98,5
187,00	1	1,5	1,5	100,0
Total	65	100,0	100,0	

B. Skala Intensitas Menggunakan Media Sosial

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	77,00	1	1,5	1,5	1,5
	79,00	1	1,5	1,5	3,1
	81,00	1	1,5	1,5	4,6
	82,00	2	3,1	3,1	7,7
	83,00	2	3,1	3,1	10,8
	86,00	3	4,6	4,6	15,4
	87,00	1	1,5	1,5	16,9
	90,00	1	1,5	1,5	18,5
	91,00	1	1,5	1,5	20,0
	92,00	1	1,5	1,5	21,5
	93,00	3	4,6	4,6	26,2
	96,00	1	1,5	1,5	27,7
	97,00	1	1,5	1,5	29,2
	100,00	2	3,1	3,1	32,3
	101,00	3	4,6	4,6	36,9
	102,00	1	1,5	1,5	38,5
	103,00	1	1,5	1,5	40,0
	105,00	2	3,1	3,1	43,1
	109,00	1	1,5	1,5	44,6
	110,00	1	1,5	1,5	46,2
	111,00	1	1,5	1,5	47,7
	112,00	1	1,5	1,5	49,2
	113,00	1	1,5	1,5	50,8
	115,00	1	1,5	1,5	52,3
	117,00	1	1,5	1,5	53,8

118,00	1	1,5	1,5	55,4
119,00	4	6,2	6,2	61,5
120,00	1	1,5	1,5	63,1
121,00	2	3,1	3,1	66,2
122,00	2	3,1	3,1	69,2
125,00	1	1,5	1,5	70,8
126,00	3	4,6	4,6	75,4
127,00	1	1,5	1,5	76,9
130,00	2	3,1	3,1	80,0
131,00	1	1,5	1,5	81,5
133,00	1	1,5	1,5	83,1
134,00	1	1,5	1,5	84,6
136,00	1	1,5	1,5	86,2
137,00	2	3,1	3,1	89,2
138,00	3	4,6	4,6	93,8
139,00	1	1,5	1,5	95,4
140,00	1	1,5	1,5	96,9
143,00	1	1,5	1,5	98,5
144,00	1	1,5	1,5	100,0
Total	65	100,0	100,0	

Lampiran 11. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X	Y
N		65	65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	145,88	111,38
	Std. Deviation	19,246	19,437
Most Extreme Differences	Absolute	,088	,099
	Positive	,071	,089
	Negative	-,088	-,099
Test Statistic		,088	,099
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}	,192 ^c

Lampiran 12. Hasil Uji linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Intensitas menggunakan media sosial (Y)*	Between Groups	(Combined)	23581,301	42	561,460	20,653	,000
		Linearity	22387,959	1	22387,959	823,523	,000
		Deviation from Linearity	1193,342	41	29,106	1,071	,443
Kepercayaan diri (X)	Within Groups		598,083	22	27,186		
	Total		24179,385	64			

Lampiran 13. Hasil Uji Korelasi

Correlations

		Kepercayaan Diri	Intensitas Menggunakan Media Sosial
Kepercayaan Diri	Pearson Correlation	1	,962**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	65	65
Intensitas Menggunakan Media Sosial	Pearson Correlation	,962**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	65	65



**SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
NOMOR: 037/UM.M6/KEP/F/2021**

TENTANG

**PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI TAHUN AKADEMIK 2020-2021
FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH**

DEKAN FAKULTAS PSIKOLOGI


- Menimbang : 1. Bahwa untuk kelancaran bimbingan skripsi mahasiswa pada Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh, maka dipandang perlu menunjuk pembimbing skripsi mahasiswa tahun akademik 2020-2021;
2. Bahwa namanya yang tercantum dalam surat keputusan ini dianggap cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan pembimbing skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012, Tentang Pendidikan Tinggi;
2. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012 Tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia;
3. Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2015, Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
4. Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia No. 0688/SK/BAN-PT/Akred/S/VI/ 2016 Menyatakan Bahwa Program Studi Sarjana Psikologi Unmuha Terakreditasi Dengan Peringkat B;
5. Surat Keputusan Rektor Unmuha Nomor : 494/UM.M/KEP/D/20202 Tanggal 29 Rabiul Akhir 1442 H/ 14 Desember 2020 M Tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Psikologi Unmuha Masa Jabatan 2020-2024.
- Memperhatikan Keputusan tim penguji proposal skripsi mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh pada tanggal 05 Januari 2021

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :
Pertama **Menunjuk Saudara;**
Devi Yanti, M.Psi., Psikolog
Julia Aridhona, S.Psi., M.Si
- Untuk Membimbing Skripsi:**
Nama : Tuti Anggun Sari
NPM : 1709110005
Prodi : Psikologi
Judul : Hubungan Kepercayaan Diri dengan Intensitas Menggunakan Media Sosial pada Mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh
- Kedua : Kepada pembimbing yang tercantum di atas diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Ketiga : Surat Keputusan pembimbing ini berlaku hanya satu tahun, terhitung sejak tanggal ditetapkan.
- Keempat : Segala sesuatu akan diperbaiki dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam keputusan ini.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 19 Jumadil Akhir 1442 H
01 Februari 2021 M

Dekan,


Bar Mawi, M.Si

NIK: 19700103 200609 1 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

FAKULTAS PSIKOLOGI

Status Akreditasi "B" No. 0688/SK/BAN-PT/Akred/S/VI/2016

Jl. Muhammadiyah No. 91 Batoh, Lueng Bata

Telp. (0651) 28412, Fax. (0651) 21024, Banda Aceh - 23245

Email : psikologi.unmuha@yahoo.co.id | Homepage : www.psikologi.unmuha.ac.id

Nomor : 013/UM.M6/F/2022
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Psikologi Unmuha

Di -
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,
Berdasarkan surat permohonan tanggal 11 Januari 2022, atas nama :

Nama : Tuti Anggun Sari
NPM : 1709110005
Semester : IX (Sembilan)

Dengan ini pimpinan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh menerangkan bahwa yang bersangkutan benar sedang dalam proses penyusunan Skripsi di Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh dengan judul "**Hubungan Kepercayaan Diri dengan Intensitas Menggunakan Media Sosial pada Mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh**". Melalui surat ini kami mohon agar diberikan kesempatan kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk memperoleh data dari Instansi yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian surat permohonan ini kami buat, atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Banda Aceh, 9 Jumadil Akhir 1443 H
12 Januari 2022 M



Ka. Prodi
Devi Yanti, S. Psi., M. Psi., Psikolog
NIK : 19861218 201702 2 001

Lampiran 14. Biodata Penulis**BIODATA****A. PENULIS**

Nama : Tuti Anggun Sari
Tempat Tanggal Lahir : Lauke, 06 November 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Anak ke : 3 (tiga) dari 4 (empat) Bersaudara

B. ORANG TUA/WALI

Nama Ayah : Akman
Pekerjaan : Pensiunan PNS
Alamat : Simeulue Tengah
Nama Ibu : Bastia Lestina
Pekerjaan : PNS
Alamat : Simeulue Tengah

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

SD : SDN 6 Simeulue Tengah
SMP : SMPN 3 Simeulue Tengah
SMA : SMAN 3 Simeulue Tengah