

PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN HARGA DIRI MAHASISWA

Hanna Amalia, Sufrina Keumala Ayu, Hanni Sarayati

Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh

Jl. Muhammadiyah No. 91 Batoh, Lueng Bata, Banda Aceh – 23245

hanna.amalia@unmuba.ac.id

Abstrak

Harga diri adalah penilaian diri yang dilakukan seseorang terhadap dirinya yang didasarkan pada hubungannya dengan orang lain. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap harga diri pada mahasiswa yang dilakukan di Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh. Variabel pada penelitian ini yaitu media sosial sebagai variabel independen dan harga diri sebagai variabel dependen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Subjek dalam penelitian ini sebanyak 45 mahasiswa dari 223 populasi yang ada di Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh, yang diambil menggunakan teknik *probability sampling* yaitu dengan *proportionate stratified random sampling*. Pengambilan data menggunakan metode skala Likert dan dianalisa menggunakan uji regresi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh penggunaan media sosial terhadap harga diri mahasiswa di Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh. Aspek penggunaan media sosial yang paling banyak memengaruhi harga diri pada penelitian ini adalah aspek kerjasama atau kolaborasi.

Kata Kunci: *Penggunaan media sosial, harga diri*

Pendahuluan

Pengguna situs media sosial saat ini telah mengalami kemajuan yang pesat di seluruh belahan dunia, hal ini dikarenakan perkembangan internet di dunia sangat pesat. Indonesia sendiri, jumlah pengguna internet mencapai 132 juta orang. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa setengah atau lebih dari 50 persen penduduk Indonesia telah bisa mengakses internet. Dalam hal waktu penggunaan internet, Indonesia menempati peringkat keempat dunia dengan durasi rata-rata menggunakan internet selama 8 jam 51 menit setiap harinya (Ramadhan, 2018). *Survey* pengguna Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) pada tahun 2017 mendapatkan hasil pengguna media sosial berdasarkan usia diperoleh data, usia 9-19 tahun diperoleh data 93,52%, usia 20-29 tahun 95,96%, usia 30-49 tahun 93,5%, usia 50-65 tahun 80,32%. Berdasarkan pendidikan, tingkat SD 76,89%, SMP 82,63%, SMA 97,5%, Diploma-S1 97,55%, S1-S2 96 %, dan tidak sekolah 73,33%. Pengguna media sosial paling lama

adalah pelajar/mahasiswa dengan kisaran waktu 1-3 jam dalam sekali pemakaian (Kementrian Komunikasi dan Informatika RI, 2017).

Fazriyati (2013) mengatakan pengguna media sosial yang melakukan berbagai aktivitasnya di dunia maya akan cenderung menunjukkan gambaran mengenai dirinya sendiri. Seseorang yang merasa rendah diri cenderung mengkhawatirkan dan memikirkan apa yang akan orang lain unggah tentang diri individu di jejaring sosial. Sedangkan individu yang memiliki harga diri tinggi, cenderung akan menghabiskan waktu untuk membangun citra personal yang positif di media sosial.

Dewasa ini remaja tidak dapat dipisahkan dari media sosial. seperti data yang diperoleh dari Kementrian Komunikasi dan Informatika RI tahun 2017, pengguna media sosial paling lama adalah remaja dan mahasiswa dengan kisaran waktu 1-3 jam dalam sekali pemakaian. Bagi remaja, media sosial merupakan wadah untuk mengekspresikan diri. Hasil dari unggahan pada media sosial menjadi suatu tolok ukur untuk nilai harga diri remaja, apakah itu bersifat positif ataupun negatif. Tetapi pada usia remaja, isi unggahan lebih sering menunjukkan kesenangan mereka saat itu dan sering mengekspose aktivitas yang dilakukan di media sosial mereka.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial terhadap harga diri pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh media sosial terhadap harga diri pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Tinjauan Pustaka

Media Sosial

Media sosial merupakan media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial bersifat interaktif dengan berbasis teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya bersifat *broadcast media monologue* (satu ke banyak *audiens*) ke *social media dialogue* (banyak *audiens* ke banyak *audiens*). Media sosial *online* turut mendukung terciptanya demokrasi informasi dan ilmu pengetahuan yang mengubah perilaku *audiens* dari sebelumnya pengonsumsi konten beralih ke memproduksi konten (Setiawan, 2013).

Penggunaan memiliki arti dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), yaitu proses, cara perbuatan memakai sesuatu, atau pemakaian. Penggunaan merupakan kegiatan dalam menggunakan atau memakai sesuatu seperti sarana atau barang. Penggunaan media

sosial adalah suatu proses atau kegiatan yang dilakukan seseorang menggunakan sebuah media yang dapat berguna untuk berbagi informasi, berbagi ide, berkreasi, berfikir, berdebat, menemukan teman baru dan berbagai hal lainnya dengan sebuah aplikasi *online*.

Gonzales dan Hancock (dalam Thourmrunroje, 2014) mengatakan jaringan sosial atau media sosial ditemukan untuk meningkatkan harga diri pengguna, individu dapat mengontrol informasi-informasi yang akan dibagikan, sehingga cenderung menyajikan informasi positif tentang diri sendiri diantara jaringan sosial yang individu kenal.

Lasfeto mengemukakan empat aspek harga diri, pertama Aspek keamanan dalam penggunaan internet dan media sosial, artinya jangan sampai pengguna media sosial menjadi korban dari aksi-aksi kejahatan melalui dunia maya. Kedua aspek etika dalam menggunakan internet dan media sosial agar tidak merugikan diri sendiri, orang lain ataupun budaya, bangsa dan negara. Ketiga aspek media sosial dapat kita gunakan sebagai media yang dapat memacu kreatifitas dalam berkarya serta berinovasi dimedia digital. Keempat aspek kerjasama atau kolaborasi yang bermanfaat bagi masyarakat luas, misalnya untuk mempromosikan budaya, pariwisata, atau bahkan untuk kampanye mencegah radikalisme.

Harga Diri

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menjelaskan bahwa harga diri adalah suatu kesadaran akan berapa besar nilai yang diberikan kepada diri sendiri. Sejalan dengan pernyataan Kartini & Dali (2003) mengatakan *self-esteem* (penghargaan diri) atau rasa harga diri, kesan seseorang mengenai dirinya sendiri yang dianggap baik.

Lerner dan Spanier (dalam Ghufron & Risnawita, 2012) berpendapat bahwa harga diri adalah tingkat penilaian yang positif atau negatif yang dihubungkan dengan konsep diri seseorang. Harga diri merupakan evaluasi seseorang terhadap dirinya sendiri secara positif dan juga sebaliknya dapat menghargai secara negatif.

Menurut Ghufron dan Risnawita (2012) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi harga diri, pertama faktor jenis kelamin dimana wanita selalu merasa harga dirinya lebih rendah daripada pria seperti perasaan kurang mampu, kepercayaan diri yang kurang mampu atau merasa harus dilindungi. Kedua inteligensi, sebagai gambaran lengkap kapasitas fungsional individu sangat erat kaitannya dengan prestasi karena pengukuran intelegensi selalu berdasarkan kemampuan akademis. Ketiga kondisi fisik, Individu dengan kondisi fisik yang menarik cenderung memiliki harga diri yang lebih baik dibandingkan dengan kondisi fisik yang kurang menarik. Keempat lingkungan keluarga, dalam keluarga seorang anak untuk pertama kalinya mengenal orang tua yang mendidik dan

membesarkannya serta sebagai dasar untuk bersosialisasi dalam lingkungan yang lebih besar. Kelima lingkungan sosial, Klass dan Hodge (1978) berpendapat bahwa pembentukan harga diri dimulai dari seseorang yang menyadari dirinya berharga atau tidak. Hal ini merupakan hasil dari proses lingkungan, penghargaan, penerimaan dan perlakuan orang lain padanya.

Harga diri menurut Coopersmith (1967) memiliki empat aspek di dalamnya. Pertama *Self-values* atau nilai pribadi, dapat diartikan sebagai keberartian individu, yaitu menyangkut seberapa besar individu percaya bahwa dirinya mampu, berarti, berhasil, dan berharga. Kedua *leadership-popularity* atau popularitas kepemimpinan, harga diri mempunyai hubungan dengan corak dasar individual dalam menghadapi lingkungannya. Menunjukkan bahwa individu yang memiliki harga diri tinggi cenderung mempunyai kemampuan yang dituntut dalam kepemimpinan (*leadership*). Ketiga *family-parents* atau keluarga, keluarga merupakan tempat sosialisasi pertama bagi anak. Penerimaan keluarga yang positif pada anak-anak akan memberi dasar bagi pembentukan harga diri yang tinggi pada masa dewasanya kelak. Keempat *achievement* atau prestasi, individu dengan harga diri yang tinggi cenderung memiliki karakteristik kepribadian yang dapat mengarahkan pada kemandirian sosial dan kreativitas yang tinggi. Individu yang mempunyai harga diri yang tinggi cenderung mampu mencapai tujuan-tujuan secara realistis dan efektif, dengan kata lain mereka lebih efektif dan efisien dalam menghadapi tantangan kehidupan selanjutnya.

Remaja

Secara etiologi, remaja berarti “tumbuh menjadi dewasa”. Definisi remaja (*adolescence*) menurut *World Health Organization* (WHO) adalah periode usia antara 10 sampai 19 tahun, sedangkan Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) menyebut kaum muda (*youth*) untuk usia antara 15 sampai 24 tahun. Sementara itu, menurut *The Resources and Services Administrations Guidelines Amerika Serikat*, rentang usia remaja disatukan dalam *terminology* kaum muda (*young people*) yang mencakup usia 10-24 tahun. (Kusmiran, 2011).

Piaget memiliki pandangan secara psikologis terhadap masa remaja yang mana pada masa remaja adalah usia individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak tidak lagi merasa dibawah tindakan orang-orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkatan yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah hak intergrasi dalam masyarakat (dewasa) mempunyai banyak aspek efektif, kurang lebih berhubungan dengan masa puber, termasuk juga perubahan intelektual yang khas dari cara berfikir remaja ini memungkinkan untuk mencapai integrasi dalam hubungan sosial orang dewasa yang kenyataannya merupakan ciri khas yang umum dalam periode perkembangan (Ali dan Asrori, 2012).

Metodologi Penelitian

Subjek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh yang berjumlah 223 Mahasiswa dari empat angkatan sesuai dengan tahun masuk, mulai tahun 2015-2018.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* yaitu *proportionate stratified random sampling* dengan menggunakan rumus *slovin*. Berdasarkan hasil perhitungan maka diperoleh sampel sebanyak 45 mahasiswa dari Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh. Dari hasil perhitungan didapatkan klasifikasi mahasiswa dari tahun 2015 sebanyak 6 mahasiswa, tahun 2016 sebanyak 12 mahasiswa, tahun 2017 sebanyak 11 mahasiswa dan tahun 2018 sebanyak 16 mahasiswa.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode skala. Skala merupakan suatu alat ukur subjektif yang dibuat berskala. Skala cukup memberikan informasi tertentu tentang seseorang atau suatu program (Arikunto, 2006). Responden diminta untuk merespon sejumlah pernyataan yang sesuai dengan keadaan dirinya. Tujuannya adalah untuk mengungkap hal – hal yang sedang diteliti. Jenis skala dalam penelitian ini adalah skala *Likert (likert scale)* yang telah dimodifikasi menjadi empat alternatif jawaban, tanpa ada jawaban yang ragu-ragu. Azwar (2010) memaparkan skala ini disajikan dalam bentuk pernyataan *favorable* dan *unfavorable*. Skor skalanya sebagai berikut, Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Pemberian nilai digunakan antara kelompok pernyataan mendukung *favorable* 4 untuk Sangat Setuju, 3 untuk Setuju, 2 untuk Tidak Setuju dan 1 untuk Sangat Tidak Setuju. Sedangkan kelompok pernyataan yang tidak mendukung *unfavorable* adalah 1 untuk Sangat Setuju, 2 untuk Setuju, 3 untuk Tidak Setuju dan 4 untuk Sangat Tidak Setuju

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam mencari pengaruh penggunaan media sosial terhadap harga diri pada mahasiswa yang digunakan yaitu analisis regresi sederhana.

Uji regresi digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh dari dua variabel sesuai dengan hipotesis dan tujuan penelitian ini. Analisis data yang akan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah analisis regresi linier

sederhana. Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier satu variabel independen dengan variabel dependen.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini memiliki 45 mahasiswa dari angkatan 2015-2018 sebagai sampel. Data yang di peroleh kemudian di olah dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 23. Berdasarkan hasil analisis, aitem valid yang layak pakai pada skala penggunaan media sosial sebanyak 15 aitem dari 44 aitem. Sedangkan hasil analisis aitem valid yang layak pakai pada skala harga diri sebanyak 20 aitem 54 aitem.

Hasil uji reliabilitas skala penggunaan media sosial sebelum aitem tidak valid dibuang adalah 0,632 dari 44 aitem, dan setelah aitem tidak valid dibuang memperoleh nilai *cronbach alpha* sebesar 0,817 dari 15 aitem yang valid. Sedangkan hasil uji reliabilitas skala harga diri sebelum aitem tidak valid dibuang adalah 0,746 dari 54 aitem, dan setelah aitem tidak valid dibuang memperoleh nilai *cronbach alpha* sebesar 0,860 dari 20 aitem yang valid.

Hasil uji normalitas variabel penggunaan media sosial K-SZ adalah 0,115 dengan $p=0,167 (> 0,05)$ dan variable harga diri K-SZ adalah 0,112 dengan $p=0,200 (> 0,05)$ yang berarti skala tersebut memiliki item yang normal.

Hasil uji linieritas diperoleh nilai $F=6,639$ dengan $p=0,015 (<0,05)$. Berdasarkan uji linieritas yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa asumsi linier dalam penelitian ini terpenuhi. Artinya penggunaan media sosial dengan harga diri mempunyai hubungan yang linier.

Berdasarkan uji regresi hasil menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap harga diri. Hal ini dilihat dari nilai *R Square* 0,121 dengan nilai $F=5,917$ dan nilai sig 0,019 yang artinya penggunaan media sosial sebagai variabel bebas mempengaruhi variabel terikat yaitu harga diri sebesar 12,1%, sedangkan sisanya 87,9% dipengaruhi oleh aspek lain seperti kondisi fisik, jenis kelamin, lingkungan keluarga dan lingkungan sosial.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa dari 45 subjek, terdapat 5 subjek (11,11%) memiliki harga diri dengan kategori rendah, 31 subjek (68,88%) memiliki harga diri dengan kategori sedang, dan terdapat 9 subjek (20%) memiliki harga diri dengan kategori tinggi.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Klass dan Hodge (dalam Ghufroon & Rahmawita, 2012) yang menyatakan bahwa harga

diri adalah hasil evaluasi yang dibuat dan dipertahankan oleh individu, yang diperoleh dari hasil interaksi individu dengan lingkungan, serta penerimaan, penghargaan, dan perlakuan orang lain terhadap individu tersebut. Dalam hal ini lingkungan yang dimaksud adalah lingkungan di dalam penggunaan media sosial.

Mengunggah foto di media sosial juga dapat membentuk harga diri yang positif, orang lain dapat memberikan penilaian pada diri individu melalui foto yang diunggah pada media sosialnya. Hal ini dapat meningkatkan status sosial dan gambaran diri seseorang. Contohnya bila seseorang mengunggah foto wisuda dan mendapatkan respon dari orang lain berupa pujian dan ucapan selamat, maka individu yang merasa bahwa pencapaiannya disukai dan dihargai oleh orang lain akan dapat membentuk harga diri ke arah positif. Sesuai dengan pendapat Lerner dan Spanier (dalam Ghufron & Risnawita, 2012) harga diri adalah tingkat penilaian yang positif atau negatif yang dihubungkan dengan konsep diri seseorang.

Tidak besarnya kontribusi penggunaan media sosial terhadap harga diri dikarenakan media sosial berguna sebagai suatu wadah baru dalam dunia *online* yang digunakan individu dengan berbagai tujuan untuk memudahkan individu berkomunikasi, berbagi informasi dan juga menyampaikan pendapatnya dengan cara lebih terbuka tanpa harus bertemu langsung. Sependapat dengan teori Jalonen (2014) bahwa fungsi media sosial adalah sebagai alat komunikasi, media kolaborasi, media penghubung, media pelengkap dan media penggabung.

Kesimpulan

Penggunaan media sosial berpengaruh terhadap harga diri. Dilihat dari hasil analisis data terdapat pengaruh nilai *R Square* 0,121 dengan nilai *F* 5,917 dan nilai sig 0,019 mendapatkan sumbangan hanya sebesar 12,1%, sedangkan sisanya sebesar 87,9% dipengaruhi oleh variabel lain sebagai variabel kontrol yaitu faktor jenis kelamin, inteligensi, kondisi fisik, lingkungan keluarga dan lingkungan sosial.

Daftar Pustaka

- Ali, M., & Asrori, M. (2012). *Psikologi remaja perkembangan peserta didik*. Jakarta: Bumi Aksara
- Arikunto, S. (2006). *Manajemen penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Azwar, S. (2010). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- _____. (2012). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Fransisco: W.h. Freeman & Co

- Departemen Pendidikan Nasional. (2012). *Kamus besar bahasa indonesia (KBBI) pusat bahasa edisi keempat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fazriyati, W. (2013). Perilaku di facebook cermin masalah penerimaan diri. Diakses dari <http://health.kompas.com/read/2013/09/18/1625487/Perilaku.di.Facebook.Cermin.Masalah.Penerimaan.Diri> pada tanggal 12 Desember 2018.
- Ghufron M. N., & Risnawita R. (2012). *Teori-teori psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Madia.
- Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my facebook wall: Effects of facebook exposure on self-esteem. *Journal Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1), 79-83
- Jalenon, H. (2014). *Social media-an area for venting negative motions. Internasional comference on communication, media, technology and design*. Diakses pada 24 april 2014 (Turkey)
- Kartini, K., & Dali G. (2003). *Kamus psikologi*. Bandung: Pionir Jaya.
- Kementrian Komunikasi dan Informatika RI. (2017). *Infografis indikator TIK (ICT indicators infographic)*. Diakses dari <https://balitbangsdm.kominfo.go.id/publikasi-indikator-tik-9.htm> pada tanggal 15 November 2018.
- Klass, W.H., & Hodge, S.E. (1978). Self-esteem in open and tradition classroom. *Journal of Educational Psychology*, 5, 701-705.
- Kusmiran, E. (2011). *Kesehatan reproduksi remaja dan wanita*. Jakarta: Salemba Medika
- Lasfeto, D. B. (2016). *Internet dan media sosial: Perkembangan dan aspek penggunaan*. Diakses dari <http://timorexpress.fajar.co.id/-2016/12/03/internet-dan-media-sosial-perkembangan-dan-aspek-penggunaan> pada tanggal 15 Desember 2018.
- Ramadhan, B. (2018). *Inilah perkembangan digital indonesia tahun 2018*. <http://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/02/06/inilahperkembangan-digital-indonesia-tahun-2018> Diakses pada tanggal 20 November 2018.
- Setiawan, R. (2013). Kekuatan new media dalam membentuk budaya populer di Indonesia (studi tentang menjadi artis dadakan dalam mengunggah video musik di youtube). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2).
- Thoumrungroje, A. (2014). The influence of social media intensity and EWOM on conspicuous consumption. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, 7-15.