

**RASA PERCAYA DIRI PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

SKRIPSI



Oleh:

**An Nisa' Azzahra
201710230311005**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2023**

**RASA PERCAYA DIRI PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Muhammadiyah
Malang sebagai salah satu persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi**

Oleh:

**An Nisa' Azzahra
201710230311005**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2023**

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh:

An Nisa' Azzahra

Nim : 201710230311005

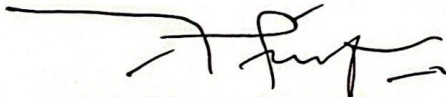
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal, 19 JANUARI 2024

dan dinyatakan memenuhi syarat sebagai kelengkapan
memperoleh gelar Sarjana (S1) Psikologi
Universitas Muhammadiyah Malang

SUSUNAN DEWAN PENGUJI :

Ketua/Pembimbing I,



Zainul Anwar, S.Psi.,M.Psi

Anggota I

Hudaniah, S.Psi.,M.Si

Sekretaris/Pembimbing II,



Uun Zulfiana, S.Psi.,M.Psi

Anggota II



Dr. Dini Permana Sari, S.Psi.,M.M

Mengesahkan

Dekan,



Muhammad Salsuniardi, M. Psi., Ph.D

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : An Nisa' Azzahra

NIM : 201710230311005

Fakultas / Jurusan : Psikologi / Psikologi

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Malang

Menyatakan bahwa skripsi/karya ilmiah yang berjudul :

"RASA PERCAYA DIRI PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM"

1. Adalah bukan karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang digunakan dalam naskah ini dan telah disebutkan sumbernya. ik

2. Hasil tulisan karya ilmiah/skripsi dari penelitian yang saya lakukan merupakan Hak bebas Royalti non eksklusif, apabila digunakan sebagai sumber pustaka. is

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar- benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia mendapat sanksi sesuai dengan undang-undang yang berlaku. ni
1.

Malang, 14 Desember 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Sofa Amalia, S.Psi., M.Si.

Yang menyatakan



An Nisa' Azzahra

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Puji Syukur Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat Dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Rasa Percaya Diri pada Pengguna Media Sosial Instagram” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana psikologi di Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam Proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dan petunjuk serta bantuan yang bermanfaat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak M. Salis Yuniardi, M.Psi., PhD., selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Bapak Zainul Anwar, M.Psi dan Ibu Uun Zulfiana, M.Psi. selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berguna, hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Ibu Sofa Amalia, S.Psi., M.Si., selaku ketua program Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang sekaligus dosen wali penulis yang telah mendukung dan memberi pengarahan sejak awal perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.
4. Kedua orang tua penulis, yang selalu menyelipkan nama penulis dalam setiap doa-doanya serta curahan kasih sayang yang tiada tara. Hal ini merupakan kekuatan terbesar bagi penulis untuk terus memiliki motivasi dalam perkuliahan dan proses skripsi ini.
5. Suami penulis Aditya Eka Putra yang senantiasa memberi dukungan dan semangat pada penulis untuk menyelesaikan proses pengerjaan skripsi hingga akhir.
6. Teman-teman seperjuangan skripsi khususnya angkatan 2017 kelas A yang selalu memberikan semangat dan juga membantu proses turun lapang penulis.
7. Laboratorium Fakultas Psikologi beserta rekan-rekan asisten, untuk setiap dukungan dan bantuan selama ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari tiada satupun karya manusia yang sempurna, sehingga kritik dan saran demi perbaikan karya ini sangat penulis harapkan. Meski demikian, penulis berharap semoga ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan pembaca pada umumnya.

Malang, 16 Desember 2023

Penulis

An Nisa' Azzahra

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
ABSTRAK	1
Self Confidence.....	5
Aspek-aspek Kepercayaan Diri.....	6
METODE PENELITIAN.....	8
Rancangan Penelitian	8
Subjek Penelitian.....	8
Variabel dan Instrumen Penelitian	8
Prosedur dan Analisa Data Penelitian	9
HASIL PENELITIAN.....	9
DISKUSI.....	10
SIMPULAN DAN IMPLIKASI.....	11
DAFTAR PUSTAKA	12
LAMPIRAN	14

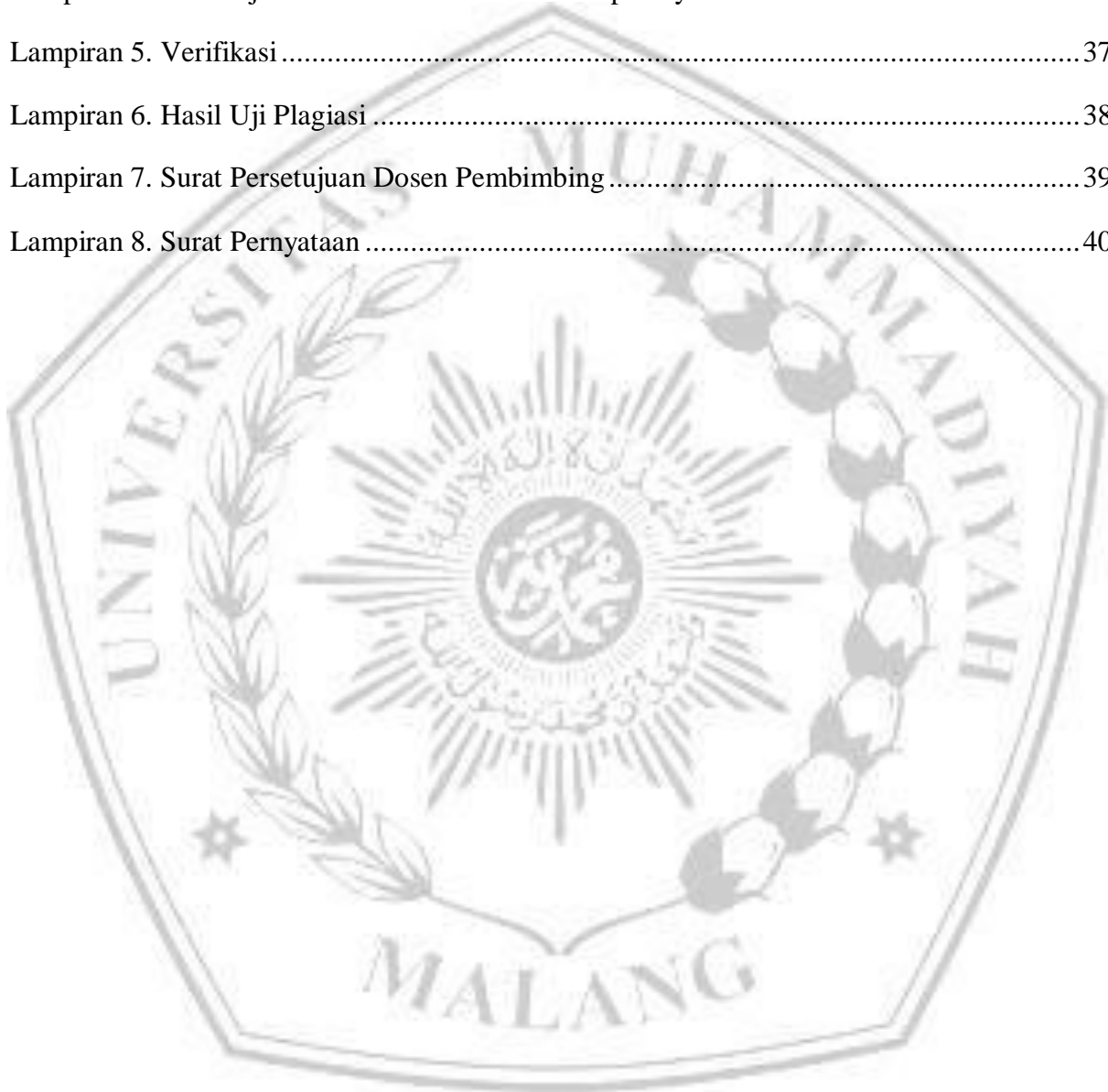
DAFTAR TABEL

Tabel 1. Deskripsi Subjek	8
Tabel 2. Atribut Skala Kepercayaan diri.....	9
Tabel 3. Durasi Penggunaan Media Sosial	9
Tabel 4. Perhitungan Kategorisasi Kepercayaan Diri.....	10
Tabel 5. Kategorisasi Kepercayaan Diri Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia dan Durasi.....	10



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Skala <i>Self-Confidence</i>	15
Lampiran 2. <i>Blue Print</i> Skala <i>Self-Confidence</i>	16
Lampiran 3. Skoring Data	18
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kepercayaan Diri	25
Lampiran 5. Verifikasi	37
Lampiran 6. Hasil Uji Plagiasi	38
Lampiran 7. Surat Persetujuan Dosen Pembimbing	39
Lampiran 8. Surat Pernyataan	40



RASA PERCAYA DIRI PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

An Nisa' Azzahra

Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah

azzahraa1273@gmail.com

Abstrak

Kemajuan teknologi pada saat ini semakin pesat dan mereka yang tidak bisa mengikutinya akan tertinggal jauh dan dilibas oleh zaman. Kemajuan media terlihat dengan perubahan media analogi menjadi digital melalui kemampuan konvergensi media massa saat ini. Pada aplikasi instagram kita dapat menuangkan foto atau gambar yang kita suka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana rasa percaya diri pada individu yang menggunakan media sosial instagram. Penelitian ini berdesain analisis kuantitatif. Berdasarkan hasil analisis bahwa penggunaan media sosial instagram memberikan peran terhadap rasa percaya diri pada diri seseorang. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa rata-rata orang yang menggunakan media sosial instagram memiliki rasa percaya diri yang tinggi. Sebanyak 53 orang dari 111 responden memiliki rasa percaya diri yang tinggi. Kepada para pengguna media sosial instagram agar selalu mempertahankan rasa kepercayaan diri mereka. Dengan demikian setiap individu akan selalu merasa optimis dalam menjalani kehidupan sehari-hari, selalu menumbuhkan rasa tanggung jawab dalam diri dan juga tidak akan merasa rendah diri.

Kata Kunci: Teknologi, Instagram, Percaya Diri

Abstrack.

Technological progress is currently increasingly rapid and those who cannot keep up will be left behind and crushed by the times. Media progress can be seen with the change from analog media to digital through the convergence capabilities of today's mass media. In the Instagram application we can upload photos or images that we like. The aim of this research is to find out how self-confidence individuals who use instagram social media feel. This research has a quantitative analysis design. Based on the results of the analysis, the use of Instagram social media plays a role in a person's sense of self-confidence. The result of this analysis show that on average people who use instagram social media have high self-confidence. A total of 53 people out of 111 respondents had high self-confidence. To instagram social media users to always maintain their self-confidence. In this way, each individual will always feel optimistic in living their daily life, always develop a sense of responsibility within themselves and will not feel inferior.

Keyword: Technology, Instagram, Self Confidence

Kemajuan teknologi pada saat ini semakin pesat dan mereka yang tidak bisa mengikutinya akan tertinggal jauh dan dilibas oleh zaman. Kemajuan media terlihat dengan perubahan media analogi menjadi digital melalui kemampuan konvergensi media massa saat ini. Sehingga saat ini peradaban manusia yang semula lamban dan perlu proses yang lama menjadi begitu mudah dan cepat. Apalagi saat ini dunia sudah masuk pada era 4.0 dari era 3.0 dan 2.0, yang dimana informasi sudah terbagi dan tersimpan di dalam sistem data besar yang dinamakan dengan *cloud* (awan).

Adanya kemajuan teknologi ini memudahkan kita untuk mengakses berbagai aplikasi terutama aplikasi media sosial seperti, instagram, twitter, facebook, whatsapp dan sebagainya. Biasanya aplikasi-aplikasi tersebut digunakan untuk bersosialisasi dengan sahabat, keluarga, dan juga dapat membuat seolah-olah orang semakin dekat dan akrab satu dengan yang lain. Kehadiran media sosial pada saat ini meleburkan ruang privasi seseorang dengan *public*. Media sosial yang saat ini paling banyak digunakan baik dari kalangan remaja maupun dewasa adalah aplikasi instagram. Pada survey yang baru-baru ini dilakukan menunjukkan bahwa platform instagram saat ini merupakan aplikasi media sosial yang terpopuler kedua, dengan 59% pengguna online antara usia 18-29 tahun (Jackson, 2017).

Pada aplikasi instagram kita dapat menuangkan foto atau gambar yang kita suka, tidak hanya itu pada aplikasi ini juga kita disuguhkan dengan fitur yang dinamakan *instastory* yaitu fitur ini berguna untuk mengabadikan momen dalam bentuk pendek berdurasi 15 detik, dapat pula membuat teks dan juga mengunggah foto. Tetapi pada fitur *instastory* ini hanya bertahan selama 24 jam setelah cerita itu dibuat. Kemudian instagram juga menambahkan fitur yang disebut dengan *highlight* dimana fitur ini berfungsi untuk menyimpan cerita yang telah kita buat di *instastory* sehingga kita tidak akan kehilangan cerita-cerita yang telah kita buat. Instagram sendiri pada awal tahun 2016 telah naik jumlah penggunanya yaitu menjadi lebih dari 400 juta pengguna dengan sekitar 80 juta gambar yang diunggah setiap harinya. Negara Indonesia ada sekitar 12.000 pengguna yang tergabung dalam komunitas pengguna instagram yang bernama *instameet* (Pratiwi, 2016).

Menurut Sugiharto (2016) tercatat 97,4% orang Indonesia mengakses akun media sosial. Media sosial didefinisikan sebagai komunitas virtual berbasis *website* yang memungkinkan untuk membangun profil individu dan masyarakat, bertujuan untuk membangun komunikasi dalam kehidupan masyarakat sehari-hari dan meskipun penggunaannya terus berkembang, media sosial sangat populer di kalangan remaja dan dewasa (Oberst, Wegmann, Stodt, Brand & Chamarro, 2017).

Media sosial instagram sangat populer di antara kaum remaja dan dapat mengalahkan aplikasi facebook. Survey yang telah dilakukan oleh lembaga riset Piper Jaffray terhadap responden remaja Amerika Serikat (AS) menunjukkan bahwa 33% para remaja yang berusia 13 hingga 19 tahun cenderung lebih banyak mengakses instagram, sedangkan remaja yang mengakses aplikasi media sosial twitter hanya sebesar 20%, sehingga aplikasi twitter berada pada tingkat kedua yang paling banyak digunakan setelah aplikasi instagram (Widiartanto, 2015). Melalui survey yang telah dilakukan, di dapat data demografi pengguna aplikasi instagram berdasarkan usia. Mayoritas pengguna aplikasi instagram didominasi pengguna yang aktif adalah antara usia 18-24 tahun dengan presentase sebesar 59%. Sementara itu, pengguna dengan usia antara 25-34 tahun sebanyak 30% dan pengguna dengan usia antara 34-44 tahun berada pada angka 11% (Reza, 2017).

Penggunaan media sosial ini pada kalangan remaja mereka memiliki beberapa alasan mengapa mereka menggunakan media sosial, yang pertama adalah karena ingin mendapat perhatian dari

orang lain. Berdasarkan hasil penelitian dari *Pew Research Center Study*, AS yakni sebagian para remaja menyukai kegiatan seperti berbagi informasi di media sosial yang bertujuan agar ia mendapatkan perhatian dari orang yang melihat postingannya tersebut. Alasan selanjutnya adalah para remaja saat ini jika ingin memutuskan sesuatu mereka lebih suka meminta pendapat dari rekan-rekannya melalui media sosial. Seperti halnya saat ini pada aplikasi instagram terdapat fitur seperti poling, jadi seseorang yang memfollow atau tidak dapat memberikan pilihan atau pendapat mereka pada poling tersebut. Kemudian alasan yang terakhir adalah dengan menggunakan media sosial maka kita dapat menumbuhkan citra diri. Media sosial sendiri sebenarnya tidak dapat mendeskripsikan pribadi seseorang secara menyeluruh, tetapi kita dapat membuat citra diri kita menjadi sedemikian baik di media sosial maka dari itu banyak para remaja maupun dewasa menjadikan media sosial sebagai penumbuh citra positif dalam diri mereka. Remaja cenderung akan memberikan kesan yang positif saat di media sosial dan akan berharap bahwa orang lain akan melihat seperti apa yang individu harapkan (Jatmika, 2013).

Terdapat empat aspek mengenai intensitas yang berkaitan dengan penggunaan media sosial yaitu perhatian, penghayatan, durasi, dan juga frekuensi. Ada pula kategori ataupun kriteria mengenai pengukuran penggunaan media sosial dapat dikatakan tinggi apabila lebih dari 3 jam dalam sehari dan dapat dikatakan rendah jika hanya 1-2 jam dalam sehari, kemudian terdapat pula kategori frekuensi penggunaan media sosial dapat dikatakan tinggi jika penggunaannya lebih dari 4 kali dan rendah jika penggunaannya 1-3 kali dalam sehari (Judith, 2011).

Hal lain yang terjadi pada pengguna media sosial aplikasi instagram adalah dapat meningkatkan *self-promotion* yaitu ketika melihat foto bagus dipublikasikan oleh temannya pada aplikasi instagram, maka cara seseorang untuk meningkatkan eksistensi diri adalah dengan cara mempublikasi foto yang lebih bagus dan lebih baik. Tetapi penggunaan media sosial instagram juga dapat menimbulkan *self-esteem* yang disebabkan oleh hal-hal sederhana seperti jumlah *likes* dan *comment* yang tidak sesuai dengan harapan. Hal ini dijelaskan dalam sebuah artikel berjudul *Why I'm Happier Without Instagram*. Pada artikel tersebut dijelaskan bahwa para remaja maupun dewasa akan menghapus foto yang telah di publikasikan pada instagram apabila ia tidak mendapatkan cukup banyak *likes dan comment* pada postingannya tersebut. Hal tersebut akan membuat para remaja akan melakukan sebuah rencana untuk mengatur kapan waktu yang tepat untuk mempublikasi. Kemudian mereka juga akan membuat *caption* semenarik mungkin untuk postingannya tersebut agar pengguna lain tertarik pada postingannya. Bahkan ada pula individu tersebut akan mencatat *caption* yang akan digunakan di notepad ponsel pintarnya (Avesina, 2015).

Menurut Lauster (dalam Ghufroon & Risnawita, 2010) aspek-aspek kepercayaan diri yaitu optimis, objektif, bertanggung jawab, yakin atas kemampuan diri, serta rasional dan realistis. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa aspek-aspek tersebut akan menunjukkan indikator-indikator perilaku yang muncul dari seseorang yang menunjukkan bahwa dirinya memiliki rasa percaya diri. Kemudian Owens (dalam Oney & Guven, 2015) mengatakan bahwa harga diri dan kepercayaan diri mengacu pada cara seseorang mengevaluasi berbagai kemampuan dan karakteristik pribadi. Kepercayaan diri merupakan suatu keyakinan seseorang terhadap kelebihan yang dimiliki dan membuat mereka merasa mampu mencapai berbagai tujuan hidup (Setiyo, dalam Puspitasari dan Laksmiwati, 2012).

Adywibowo (2010) menyatakan bahwa rasa percaya diri memberikan pengaruh pada kemampuan seseorang dalam melakukan komunikasi dan interaksi dengan orang lain. Siska dan Purnamaningsih (2003) menjelaskan bahwa rasa percaya diri memberikan pengaruh

interpersonal remaja yang memiliki kepercayaan diri tinggi, ia akan lebih berani untuk melakukan interaksi dan komunikasi dengan orang lain secara langsung. Remaja dengan kepercayaan diri yang rendah akan cenderung takut untuk melakukan komunikasi dan juga interaksi dengan orang lain secara langsung, hal ini dapat menyebabkan ia mengalami kegagalan dalam membangun dan memperluas hubungan antarpribadi dan juga komunikasi yang lebih dewasa dengan teman sebayanya (Havighurst, dalam Gunarsa & Gunarsa, 1981).

Fenomena lain dari pengaruh penggunaan media sosial instagram selain pada harga diri adalah terhadap perasaan percaya diri yang muncul pada remaja. Rasa percaya diri tersebut akan menurun ketika para remaja melihat kelebihan yang dimiliki oleh orang lain terutama pada teman sebayanya. Hal tersebut dapat mengakibatkan mereka merasa tidak memiliki kelebihan yang dapat dibanggakan. Sehingga mereka akan cenderung untuk menggunakan sosial media secara berlebihan dan mengurangi kegiatan interaksi dan juga komunikasi secara langsung karena rasa percaya diri yang rendah itu. Biasanya seseorang yang mengalami rasa percaya diri yang rendah mungkin memiliki masalah terhadap tubuhnya, latar belakang keluarganya, terkadang juga memiliki hidup yang tidak terarah atau bahkan merasa diabaikan oleh lingkungan di sekitarnya.

Jika rasa percaya diri yang dimiliki oleh individu ini rendah, maka hal inilah yang pada akhirnya, memicu seseorang untuk menciptakan 'topeng' agar sisi lain yang ingin kita sembunyikan itu tidak terlihat oleh orang lain. Dengan kata lain kita berusaha menutupi sisi lain itu dengan melakukan sesuatu yang menurut kita bisa membuat kita tampak hebat di mata orang lain. Adanya penggunaan media sosial instagram dengan kurun waktu yang cukup lama dapat menimbulkan perasaan rasa percaya diri itu muncul. Sebab pada *platform* tersebut kita disuguhkan dengan berbagai hal, yang ini kemudian akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi atau bahkan rendah. Rasa percaya diri yang tinggi dapat muncul apabila kita dapat melihat sisi kelebihan kita dengan baik dan merasa diri kita lebih baik dibanding orang lain. Tetapi jika kita tidak mampu melihat kelebihan diri kita dan terus menerus membandingkan kelebihan orang lain dengan apa yang kita miliki maka akan timbul rasa percaya diri yang rendah.

Berdasarkan masalah yang ada dan pemaparan hasil penelitian sebelumnya, maka penelitian ini merasa penting dilakukan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana rasa percaya diri pada individu yang menggunakan media sosial instagram. Apakah mereka memiliki rasa percaya diri yang tinggi, sedang atau rendah. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah wacana dan memperkaya khazanah kajian ilmu psikologi. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, dimana penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebuah referensi kepada masyarakat supaya nantinya, masyarakatpun memiliki wawasan tentang pentingnya menumbuhkan rasa percaya diri, hal ini berguna agar kita dapat menciptakan relasi antarpribadi dan berani untuk melakukan interaksi dan komunikasi secara langsung dengan orang lain. Hal tersebut kiranya tidak hanya sekedar menjadi sebuah wawasan atau sebatas ilmu saja, melainkan dapat menjadi sebuah acuan masyarakat ketika ia sedang mengalami permasalahan rasa percaya diri. Sehingga dari hal tersebut, tulisan ini dapat membuat masyarakat untuk lebih mencintai dirinya dan bersyukur atas apa yang dimiliki di dalam dirinya. Melihat kelebihan orang lain dapat dijadikan motivasi untuk diri agar bisa menjadi pribadi yang lebih baik dan mampu memiliki kesehatan mental yang lebih baik lagi.

Self-Confidence

Kepercayaan diri dalam bahasa Inggris disebut *self-confidence*. Menurut KBBI percaya diri merupakan keyakinan atas kemampuan, kekuatan dan penilaian diri sendiri (Depdikbud, 2008). Kepercayaan diri merupakan salah satu aspek kepribadian berupa keyakinan dan kemampuan diri seseorang sehingga tidak terpengaruh oleh orang lain dan dapat bertindak sesuai kehendak, optimis, memiliki rasa toleransi, dan juga bertanggung jawab (Ghufron dan Risnawati, 2010).

Kepercayaan diri merupakan salah satu syarat bagi individu untuk mengembangkan kreativitas sebagai upaya dalam mencapai prestasi dalam diri. Namun dengan demikian kepercayaan diri tidak tumbuh dengan sendirinya. Kepercayaan diri tumbuh dari proses interaksi yang sehat di lingkungan sosial individu dan berlangsung secara kontinu dan berkesinambungan. Rasa percaya diri tidak muncul begitu saja pada seseorang, terdapat proses tertentu didalam pribadinya sehingga terjadilah pembentukan rasa percaya diri (Hakim, 2002).

Menurut Lauster (2003) kepercayaan diri merupakan suatu sikap atau keyakinan atas kemampuan diri sendiri, sehingga dalam tindakan-tindakannya tidak terlalu cemas, merasa bebas untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan keinginan dan tanggung jawab atas perbuatannya, sopan dalam berinteraksi dengan orang lain, memiliki dorongan prestasi serta dapat mengenal kelebihan dan kekurangan diri sendiri. Terbentuknya kemampuan percaya diri adalah suatu proses belajar bagaimana merespon berbagai rangsangan dari luar dirinya melalui interaksi dengan lingkungannya.

Percaya diri tercermin juga pada penerimaan atas kegagalan dan melampaui rasa kecewa yang disebabkan dalam sekejap (Krishna, 2006). Jadi, sikap percaya diri tidak hanya berorientasi pada sikap yakin pada kemampuan diri saja. Dengan adanya sikap percaya diri, akan melatih diri untuk tidak putus asa dan berjiwa besar.

Iswidharmanjaya dan Agung (2005) mengatakan dengan kepercayaan diri yang cukup, seseorang individu akan dapat mengaktualisasikan potensi yang dimilikinya dengan yakin. Kepercayaan yang tinggi sangat berperan dalam memberikan sumbangan yang bermakna dalam proses kehidupan seseorang, karena apabila individu memiliki kepercayaan diri yang tinggi, maka akan timbul motivasi pada diri individu untuk melakukan hal-hal dalam hidupnya. Dengan kepercayaan diri, individu dapat meningkatkan kreativitas dirinya, sikap dalam mengambil keputusan, nilai-nilai moral, sikap dan pandangan, harapan dan aspirasi. Menurut Mastuti dan Aswi (2008) individu yang tidak percaya diri biasanya disebabkan karena individu tersebut tidak mendidik diri sendiri dan hanya menunggu orang melakukan sesuatu kepada dirinya. Semakin tinggi kepercayaan diri semakin tinggi pula apa yang ingin dicapai.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas tersebut maka dapat diambil kesimpulan definisi dari kepercayaan diri adalah keyakinan terhadap kemampuan sendiri untuk mampu mencapai target, keinginan, dan tujuan untuk diselesaikan walaupun menghadapi berbagai tantangan dan masalah serta dilakukan dengan penuh tanggung jawab. Kepercayaan diri merupakan sifat yakin dan percaya akan kemampuan diri yang dimiliki, sehingga seseorang tidak bergantung kepada orang lain, dan mampu mengekspresikan diri seutuhnya.

Menurut Mardatillah (2010) seseorang yang memiliki kepercayaan diri tentunya memiliki ciri-ciri yakni (1) Mengetahui dengan baik kekurangan dan kelebihan yang dimilikinya lalu mengembangkan potensi yang dimilikinya; (2) Membuat standar atas pencapaian tujuan hidupnya lalu memberikan penghargaan jika berhasil dan bekerja lagi jika tidak tercapai; (3)

Tidak menyalahkan orang lain atas kekalahan atau ketidakberhasilannya namun lebih banyak introspeksi diri sendiri; (4) Mampu mengatasi perasaan tertekan, kecewa, dan rasa ketidakmampuan yang menghingapinya; (5) Mampu mengatasi rasa kecemasan dalam dirinya; (6) Tenang dalam menjalankan dan menghadapi segala sesuatunya; (7) Berpikir positif; dan (8) Maju terus tanpa harus menoleh kebelakang.

Sedangkan Dariyo, dkk (2007) mengatakan bahwa orang yang percaya diri biasanya memiliki ciri mempunyai inisiatif, kreatif dan optimis terhadap masa depan, mampu menyadari kelemahan dan kelebihan diri sendiri, berpikir positif dan menganggap semua permasalahan pasti ada jalan keluarnya.

Orang yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi memandang dunia sebagai hal yang dapat dikendalikan, dan memandang dirinya sebagai orang yang mampu mengendalikannya. Lawan dari rasa percaya diri adalah ketidakpercayaan diri. Rasa tidak percaya diri akan sangat mengganggu aktivitas sehari-hari. Tidak percaya diri merupakan salah satu dari bentuk ketakutan yang sangat dihindari banyak orang.

Menurut Madya (2001), tingkatan kepercayaan diri dapat dibedakan menjadi empat, yakni: (1) Sangat percaya diri, yaitu memiliki kepercayaan diri yang berlebihan dengan keyakinan bahwa ia mampu mengatasi dan mengalahkan situasi sesulit apapun. Bahkan merasa mampu menghadapi resiko yang bahkan orang lain tidak mampu melakukannya; (2) Cukup percaya diri, yaitu suatu keyakinan pada diri bahwa dengan kemampuan jasmaniah dan akal budi yang dimilikinya, ia merasa mampu menghadapi situasi, mampu meraih apa saja yang diinginkan, direncanakan dan diusahakannya; (3) Kurang percaya diri, yaitu suatu keraguan yang ada pada diri ketika menghadapi situasi tertentu, yang bahkan kalau boleh memilih, akan cenderung menghindari suatu yang penuh resiko dan tantangan; dan (4) Rendah diri, yaitu suatu keyakinan pada diri yang menganggap diri sendiri tidak memiliki kemampuan yang berarti, atau kurang berharga yang ditimbulkan karena ketidakmampuan psikologis, atas keadaan jasmani yang kurang sempurna.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa orang yang percaya diri memiliki beberapa ciri-ciri yaitu yakin kepada kemampuan diri sendiri, berani menghadapi tantangan, berpikir positif, bertanggung jawab, dan objektif. Sedangkan orang yang memiliki kepercayaan diri yang rendah memiliki ciri-ciri yang berlawanan dengan orang yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi. Selanjutnya dari penjelasan beberapa ciri-ciri kepercayaan diri, dapat dijadikan sebagai tolak ukur penelitian dalam menilai mahasiswa yang memiliki kepercayaan diri tinggi atau rendah. Aspek-aspek tersebut dapat dengan mudah diamati dalam kehidupan sehari-hari sehingga hasilnya akan lebih efektif jika digunakan sebagai dasar penelitian.

Aspek-aspek Kepercayaan Diri

Menurut Lauster (2003), ada beberapa aspek dari kepercayaan diri yakni sebagai berikut: (1) *Keyakinan akan kemampuan diri* yaitu sikap positif seseorang tentang dirinya bahwa dia mengerti sungguh-sungguh akan apa yang dilakukannya; (2) *Optimis* yaitu sikap positif seseorang yang selalu berpandangan baik dalam menghadapi segala hal tentang diri, harapan dan kemampuan; (3) *Obyektif* yaitu orang yang percaya diri memandang permasalahan atau segala; (4) sesuatu sesuai dengan kebenaran semestinya, bukan menurut kebenaran pribadi; (5) *Bertanggung jawab* yaitu kesediaan seseorang untuk menanggung segala sesuatu yang telah menjadi konsekuensinya; dan (6) *Rasional* yaitu analisa terhadap suatu masalah, suatu

hal, sesuatu kejadian dengan menggunakan pemikiran yang diterima oleh akal dan sesuai dengan kenyataan.

Menurut Madya (2001), tingkatan kepercayaan diri dapat dibedakan menjadi empat, yakni: (1) Sangat percaya diri, yaitu memiliki kepercayaan diri yang berlebihan dengan keyakinan bahwa ia mampu mengatasi dan mengalahkan situasi sesulit apapun. Bahkan merasa mampu menghadapi resiko yang bahkan orang lain tidak mampu melakukannya; (2) Cukup percaya diri, yaitu suatu keyakinan pada diri bahwa dengan kemampuan jasmaniah dan akal budi yang dimilikinya, ia merasa mampu menghadapi situasi, mampu meraih apa saja yang diinginkan, direncanakan dan diusahakannya; (3) Kurang percaya diri, yaitu suatu keraguan yang ada pada diri ketika menghadapi situasi tertentu, yang bahkan kalau boleh memilih, akan cenderung menghindari suatu yang penuh resiko dan tantangan; dan (4) Rendah diri, yaitu suatu keyakinan pada diri yang menganggap diri sendiri tidak memiliki kemampuan yang berarti, atau kurang berharga yang ditimbulkan karena ketidakmampuan psikologis, atas keadaan jasmani yang kurang sempurna.

Kepercayaan diri terbentuk secara bertahap yang membentuk sebuah proses, menurut Hakim (2002), secara garis besar proses terbentuknya rasa percaya diri sebagai berikut: (1) Pemahaman seseorang terhadap kelebihan-kelebihan yang dimilikinya dan melahirkan keyakinan kuat untuk bisa berbuat sesuatu dengan memanfaatkan kelebihan-kelebihannya; (2) Pemahaman dan reaksi positif seseorang terhadap kelemahan-kelemahan yang dimilikinya agar tidak menimbulkan rasa rendah diri atau rasa sulit menyesuaikan diri; (3) Pengalaman di dalam menjalani berbagai aspek kehidupan dengan menggunakan segala kelebihan yang ada pada dirinya.

Menurut Ghufron dan Risnawati (2010) kepercayaan diri dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu konsep diri, harga diri, pengalaman dan pendidikan. Pengembangan percaya diri dapat dipelajari dengan melihat berbagai faktor penting dalam mempercepat tumbuh dan berkembangnya percaya diri. Beberapa faktor tersebut adalah: Penampilan/*Style*, Gaya bertutur kata/*Speaking*, Gaya bertingkah laku/*Bodylanguage*, Benar orang/*Right Man*, Benar tempat/*Right Place* dan Benar waktu/*Right Time* (Yudiantoro, 2006).

Proses meraih prestasi dipengaruhi oleh faktor aktivitas, organisme dan faktor lingkungan. Faktor aktivitas, yaitu faktor yang memberikan dorongan kepada individu untuk belajar, faktor ini merupakan faktor psikologi. Kepercayaan diri merupakan faktor aktivitas. Faktor organisme, yaitu faktor yang berhubungan dengan fungsi alat-alat indra individu yang kepekaannya ikut menentukan respon individu dalam belajar. Faktor lingkungan, yaitu faktor yang secara psikologis mempengaruhi proses secara keseluruhan.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa sifat percaya diri dapat dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya konsep diri, harga diri, pengalaman, pendidikan, penampilan, dan lain sebagainya. Hal ini tentunya akan sangat berperan dalam menentukan tingkat kepercayaan diri yang dimiliki oleh setiap orang. Percaya diri berasal dari tekad pada diri sendiri untuk melakukan segala sesuatu yang dibutuhkan dan diinginkan dalam hidup. Rasa percaya diri juga bisa berbentuk tekad yang kuat untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Percaya diri akan menimbulkan rasa aman, dua hal ini akan tampak pada sikap dan tingkah laku seseorang yang terlihat tenang, tidak mudah bimbang atau ragu-ragu, tidak mudah gugup, dan tegas.

Berdasarkan apa yang telah dibahas, maka dapat diperoleh suatu pemahaman bahwa kepercayaan diri tumbuh dalam diri setiap individu. Hal ini berarti dengan rasa percaya diri dapat mendorong seorang individu untuk mewujudkan harapan dan cita-cita, karena tanpa adanya rasa percaya diri maka seseorang akan cenderung ragu-ragu dalam mengambil tindakan dan pengambilan keputusan dan hal ini dapat merugikan diri sendiri dan orang lain.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, kemudian data pada penelitian berupa angka-angka yang akan dianalisis menggunakan uji statistik. Penelitian ini berdesain analisis kuantitatif, yaitu teknik analisis berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka-angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap hasil data serta menampilkan hasil olahan data. Menggunakan pendekatan *ex-post facto*, dimana penelitian hanya mengungkapkan data yang telah ada tanpa memberikan perlakuan terhadap subyek yang diteliti atau dilakukan setelah kejadian berlangsung (Siyoto & Sodik, 2015).

Subjek penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna media social instagram dengan menggunakan teknik sampling *snowball* (bola salju) adalah metode sampling di mana sampel diperoleh melalui proses bergulir dari satu responden ke responden yang lain, melalui pesan berantai pada aplikasi *Whatsapp* (Helaluddin & Wijaya, 2019).

Adapun kriteria subjek diantaranya merupakan:

1. Laki-laki maupun perempuan
2. Memiliki sosial media instagram
3. Aktif menggunakan instagram lebih dari 1 jam dalam 1 hari

Tabel 1. Deskripsi Subjek

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	45	40,5%
Perempuan	66	59,5%
Total	111	100%
Usia		
16-20 tahun	15	13,5%
21-40 tahun	96	86,5%
Total	111	100%

Variabel dan Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini terdapat satu variabel independen (X), yaitu rasa percaya diri.

Variabel (X) yang dimaksud dalam penelitian ini adalah adanya rasa percaya diri karena penggunaan media sosial instagram.

Pada penelitian ini terdapat instrument penelitian yang akan digunakan adalah kuesioner yaitu memperoleh data penelitian yang dengan cara mengumpulkan informasi dari responden dalam

bentuk pertanyaan tertulis. Pernyataan yang akan diberikan pada responden mencakup assessment terhadap diri mengenai rasa percaya diri karena penggunaan sosial media instagram, dimana pada pilihan SS merupakan kondisi yang sangat sesuai, kemudian pada pilihan S merupakan pilihan kondisi yang sesuai, lalu KS yaitu kurang sesuai, pada pilihan TS adalah tidak sesuai dan pada pilihan jawaban STS merupakan kondisi yang sangat tidak sesuai. Pertimbangan penggunaan instrument ini adalah untuk membuat alat ukur yang sesuai dengan konteks penelitian (Siyoto & Sodik, 2015).

Tabel 2. Atribut skala kepercayaan diri

Nama Instrumen	Jumlah Item	Korelasi Item Total	Reliabilitas (α)
Skala <i>self confidence</i>	32	0,709 – 0,886	0,981

Prosedur dan Analisa Data Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan terdiri atas tiga prosedur yaitu (1) persiapan, (2) pelaksanaan, (3) tahap analisa.

Tahap persiapan dimulai dari peneliti melakukan pendalaman materi melalui kajian teoritik. Peneliti menyusun dan mengembangkan alat ukur kuesioner berdasarkan dimensi dalam variable berbentuk soft file dengan format *google form*.

Tahap pelaksanaan, peneliti melakukan penyebaran kuesioner. Kuesioner yang dibagikan berbentuk *soft file* dengan format *google form*. *Hardcopy* terlampir. Angket atau kuesioner disebarkan melalui pesan berantai pada aplikasi *Whatsapp* yaitu dalam bentuk *link*, sehingga responden dapat tinggal mengakses, mengisi dan mengirimkan kembali hasil pengisian tersebut. Pengambilan data akan dihentikan setelah target jumlah responden sudah terpenuhi yaitu sejumlah kurang lebih 150 responden, selanjutnya akan dilakukan pengolahan data dengan memanfaatkan aplikasi *Microsoft Excel for Windows*.

Tahap analisa dilakukan dengan cara memasukkan data ke dalam aplikasi *Statistical Package For Social Sciense* (SPSS) dengan metode deskriptif kuantitatif. Analisis deksriptif merupakan analisis statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan. Metode penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang memberikan gambaran secara umum terhadap suatu objek yang sedang diteliti (Sugiyono, 2019).

HASIL PENELITIAN

Berikut rincian tabel pada lamanya durasi penggunaan media sosial instagram:

Tabel 3. Durasi Penggunaan Media Sosial Instagram

Durasi	Frekuensi	Persentase (%)
Kurang dari 1 jam	23	20,7%
Lebih dari 1 jam	88	79,3%
Total	111	100%

Variabel kepercayaan diri dikategorisasikan untuk mengetahui tingkat kepercayaan yang dimiliki responden. Adapun rincian kategorisasi kepercayaan diri adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Perhitungan Kategorisasi Kepercayaan Diri

Variabel	Mean	Standar Deviasi	Kategori	Interval	Frekuensi	%
Kepercayaan Diri	113,77	26,308	Rendah	$x < 75$	14	12,6%
			Sedang	$75 \leq x < 117$	44	39,6%
			Tinggi	$117 \leq x$	53	47,7%

Berdasarkan hasil yang diperoleh, skor subjek pada variabel kepercayaan diri berada pada rentang 58 - 159 kemudian dibagi ke dalam tiga kategori yaitu rendah ($x < 75$), sedang ($75 \leq x < 117$), dan tinggi ($117 \leq x$). variabel kepercayaan diri memiliki skor mean sebesar 113,77 dan standar deviasi sebesar 26,308. Berdasarkan paparan di atas dapat diketahui bahwa individu dengan kepercayaan diri yang rendah sebanyak 14 orang (12,6%), sedang sebanyak 44 orang (39,6%), dan tinggi sebanyak 53 orang (47,7%).

Tabel 5. Kategorisasi kepercayaan diri berdasarkan jenis kelamin, usia, dan durasi penggunaan

Kategori	Kepercayaan Diri					
	Rendah		Sedang		Tinggi	
	F	%	F	%	F	%
Jenis Kelamin						
Laki-laki	6	13,3%	21	46,7%	18	40%
Perempuan	8	12,2%	23	34,8%	35	53%
Usia						
16-20 tahun	3	20%	5	33,3%	7	46,7%
21-40 tahun	11	11,4%	39	40,6%	46	48%
Durasi						
Kurang dari 1 jam	2	8,7%	14	60,9%	7	30,4%
Lebih dari 1 jam	12	13,6%	30	34,1%	46	52,3%

DISKUSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial instagram terhadap rasa percaya diri pada seseorang. Berdasarkan analisis yang dilakukan hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa rata-rata orang yang menggunakan media sosial instagram memiliki rasa percaya diri yang tinggi. Sebanyak 53 orang dari 111 responden memiliki rasa percaya diri yang tinggi, lalu sebanyak 44 orang memiliki rasa percaya diri sedang dan 14 orang memiliki rasa percaya diri yang rendah.

Jika dikategorikan berdasarkan jenis kelamin, menurut hasil analisis yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi adalah perempuan yaitu sebanyak 35 orang dari jumlah total sebanyak 111 responden. Sedangkan pada keterangan percaya diri sedang sebanyak 23 orang dan pada rasa percaya diri rendah sebanyak 8 orang. Lalu pada jenis kelamin laki-laki yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi yaitu sebanyak 18 orang, sedang sebanyak 21 orang dan rendah sebanyak 6 orang.

Berdasarkan usia menurut hasil penelitian yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi adalah pada rentang usia 21-40 tahun sebanyak 46 orang. Lalu pada usia 21-40 tahun yang memiliki rasa percaya diri sedang sebanyak 39 orang dan pada rasa percaya diri rendah sebanyak 11 orang. Kemudian pada usia 16-20 tahun berdasarkan hasil analisis sebanyak 7 orang memiliki rasa percaya diri tinggi, 5 orang sedang dan 3 orang pada kategori rendah.

Durasi penggunaan media sosial instagram lebih dari 1 jam berdasarkan hasil analisis sebanyak 46 orang memiliki rasa percaya diri yang tinggi, 30 orang pada kategori sedang dan sebanyak 12 orang pada kategori rendah. Sedangkan responden dengan durasi penggunaan media sosial instagram kurang dari 1 jam pada kategori memiliki rasa percaya diri tinggi yaitu sebanyak 7 orang, pada kategori sedang sebanyak 14 orang dan pada kategori rendah sebanyak 2 orang.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial instagram memberikan peran terhadap rasa percaya diri pada diri seseorang. Hal ini terlihat dari analisis yang telah dilakukan mendapatkan hasil bahwa rasa percaya diri yang tinggi dimiliki oleh seseorang yang menggunakan media sosial instagram dengan durasi lebih dari 1 jam dalam sehari. Apabila dilihat berdasarkan jenis kelamin, pada perempuan cenderung lebih tinggi dibanding laki-laki.

Salah satu cara untuk membangun rasa percaya diri adalah dengan memahami dan meyakini bahwa setiap manusia memiliki kelebihan dan kekurangan yang berbeda. Saat seseorang menemukan atau memahami kelebihan dan kekurangan pada dirinya sebaiknya tindakan yang dilakukan adalah mengembangkan agar dapat memberikan manfaat terhadap diri sendiri atau bahkan pada orang lain (Hakim dalam Hapsari dan Primastuti, 2014).

Burton dan Platts (2011) menyatakan bahwa rasa percaya diri merupakan suatu kemampuan yang dimiliki individu dalam mengambil tindakan yang tepat dan efektif saat berada dalam situasi apapun atau bahkan dalam situasi yang menantang sekalipun. Hal ini sejalan dengan pendapat Lauster (2012) ia menjelaskan bahwa rasa percaya diri merupakan sikap atau keyakinan terhadap kemampuan yang dimiliki oleh individu, sehingga individu tidak akan selalu merasa cemas ketika bertindak, dapat dengan bebas melakukan suatu hal yang disukai, memiliki rasa bertanggung jawab terhadap setiap tindakan yang dilakukan serta memiliki sikap sopan saat berinteraksi dengan individu yang lain dan mampu untuk mengenal kelebihan dan kekurangan pada diri sendiri.

Menurut Asrori (2020) percaya diri merupakan suatu aspek kepribadian individu yang memiliki fungsi sebagai aktualisasi dalam mengembangkan potensi diri. Tidak sedikit individu yang memiliki rasa tidak percaya diri terhadap kemampuan yang dimiliki, padahal jika kita mampu melihat lebih dalam pasti akan menemukan kekuatan yang tersimpan dalam diri bahkan jarang disadari. Seseorang yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi ia akan mampu mengambil keputusan bahkan ketika ia berada dalam situasi yang sulit. Begitupun sebaliknya, jika seseorang memiliki rasa percaya diri yang rendah maka ia akan sulit mengambil keputusan atau tindakan dalam situasi apapun.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis dari penelitian ini dapat diterima. Bahwa individu yang menggunakan media sosial instagram rata-rata memiliki rasa kepercayaan diri yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan rasa kepercayaan diri yang tinggi pada pengguna media sosial instagram pada rentang usia 16-20 tahun maupun usia 21-40 tahun.

Implikasi dari penelitian ini kepada para pengguna media sosial instagram adalah untuk selalu mempertahankan rasa kepercayaan diri mereka. Dengan demikian setiap individu akan selalu merasa optimis dalam menjalani kehidupan sehari-hari, selalu menumbuhkan rasa tanggung jawab dalam diri dan juga tidak akan merasa rendah diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Adywibowo, I.P. (2010). Memperkuat kepercayaan diri anak melalui percakapan referensial. *Jurnal Pendidikan Penabur*. No. 15 Tahun ke-9.
- Asrori, A. (2020). Psikologi Pendidikan: Pendekatan multidisipliner. Pena Persada.
- Burton, K., Platts, B. (2011). Building self-confidence for dummies. Wiley.
- Avesina. (2015, Desember 14) Self-Esteem Kita Lebih Dari Sekedar Jumlah Likes Dan Comments. Rula.co.id. Diunduh dari <http://rula.co.id/post/bagi-kamu-pecinta-instagram-ketahui-5-hal-ini-agar-hidupmu-tetap-bahagia>.
- Dariyo, A., dkk. (2007). *Psikologi Perkembangan Anak Tiga Tahun Pertama*. Cetakan I. Bandung: PT Refika Utama.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Cetakan IV. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gunarsa, Y.S.D. & Gunarsa, S.D. (1981). *Psikologi remaja*. Jakarta : BPK Gunung Mulia.
- Hakim, T. (2002). *Mengatasi Rasa Tidak Percaya Diri*. Jakarta: Puspa Swara.
- Hapsari A., & Primastuti E. (2014). Kepercayaan diri mahasiswa Papua ditinjau dari dukungan teman sebaya. *Psikodimensia*, 13(1), 60-72. <http://journal.unika.ac.id/index.php/psi/article/viewFile/278/269>
- Iswidharmanjaya, A., & Agung, G. (2005). *Satu Hari Menjadi Lebih Percaya Diri*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Jackson, C. A., & Luchner, A. F. (2018). Self-presentation mediates the relationship between Self-criticism and emotional response to Instagram feedback. *Personality and Individual Differences*, 133, 1-6.
- Jatmika, A. (2013, Juni 28). 4 Alasan Remaja Gemar Media Sosial. Tekno.Tempo. Diunduh dari <http://tekno.tempo.co/read/news/2013/06/28/061491864/4-alasan-remaja-gemar-media-sosial>.
- Krishna, A. (2006). *Neo Pshysic Awarenes*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lauster, P. (2008). *Tes Kepribadian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Madya, W. G. (2001). *Kiat Jitu Melawan Rasa Takut*. Yogyakarta: Cemerlang Publishing.
- Mardatilah. (2010). *Pengembangan Diri*. STIE Balikpapan: Madani.
- Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamarro, A. (2017). Negative consequences from heavy social networking in adolescents: the mediating role of fear of missing out. *Journal of Adolescence*, 5, 51-60.
- Oney, E., & Guven, G.O. (2015) Confidence: A critical review of the literature and an alternative perspective for general and specific self-confidence. *Psychological Report: Mental and Pshysical Health*, 116 (1), 149-163.

- Pratiwi, E. D. (2016). Faktor yang mempengaruhi niat menggunakan instagram dengan the theory of reasoned action menggunakan amos 21. *Jurnal Teknik Komputer Amiik bsi*, 2, 1.
- Puspitasari, R.P. & Laksmiwati, H. (2012). Hubungan konsep diri dan kepercayaan diri dengan kemampuan komunikasi interpersonal pada remaja putus sekolah. *Jurnal Psikologi: Teori & Terapan*. Vol. 3, No.1, 58-66.
- Reza, J. I. (2017, November 02). Pengguna instagram stories kini 300 juta, snapchat bertekuk lutut. Diambil kembali dari Liputan6.com: <http://tekno.liputan6.com/read/3148601/pengguna-instagram-stories-kini300-juta-snapchat-bertekuk-lutut?source=search>
- Santrock, J. W. (2007). *Perkembangan anak* (ed.11). Jakarta: Erlangga.
- Siska, S. & Purnamaningsih, E.H. (2003). Kepercayaan diri dan kecemasan komunikasi internasional pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi*. No. 2, 67-71.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.





LAMPIRAN

Lampiran 1. Skala Kepercayaan Diri

SKALA PSIKOLOGI *SELF CONFIDENCE*

Disusun Oleh Lauster, P. (2008)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya ingin orang lain memberikan motivasi					
2	Saya merasa pekerjaan terlalu banyak memberikan tuntutan					
3	Saya khawatir tentang masa depan					
4	Banyak orang yang tidak menyukai saya					
5	Saya kurang bersemangat dan inisiatif dibanding dengan orang lain					
6	Merasa heran apakah pikiran saya normal					
7	Saya takut menertawakan diri sendiri					
8	Orang lain lebih cakap dari saya					
9	Saya takut berbicara dengan orang asing					
10	Banyak tugas yang saya kerjakan sekaligus					
11	Saya ingin belajar bagaimana bicara yang baik dengan orang lain					
12	Saya ingin mempunyai kepercayaan pada diri sendiri yang lebih besar					
13	Saya ingin tahu caranya supaya orang lain setuju					
14	Saya terlalu rendah diri					
15	Saya suka dipuji					
16	Kebanyakan orang tak punya hak untuk menyatakan pendapat tentang saya					
17	Saya tidak punya seseorang untuk membicarakan soal-soal pribadi					
18	Orang terlalu mengharapkan diri saya					

19	Orang tidak cukup memperhatikan pekerjaan saya					
20	Saya mudah bingung					
21	Kebanyakan orang tidak mengerti saya					
22	Saya merasa tidak aman dalam lingkungan					
23	Saya khawatir terhadap sesuatu yang sebenarnya tak perlu					
24	Saya tidak senang bila masuk ruangan dimana sudah ada beberapa orang					
25	Saya merasa orang lain suka membicarakan dibelakang					
26	Saya tidak merasa anti sama sekali					
27	Saya merasa bahwa orang lain mendapatkan segalanya lebih mudah					
28	Saya takut sesuatu yang tak baik akan terjadi					
29	Saya memikirkan cara orang lain bersikap					
30	Saya ingin lebih mudah bergaul					
31	Saya dalam diskusi hanya berbicara jika yakin bisa menang					
32	Saya memikirkan apa yang diharapkan masyarakat					

Lampiran 2. Blue print skala *self-confidence*

Aspek	Definisi Aspek	Item		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
Optimis	Adalah keyakinan untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan dimasa depan	8, 9, 10	11, 12, 13	6

Objektif	Adalah melihat sesuatu hal dengan sesuai dengan kebenaran yang semestinya	14, 15, 16	17, 18, 19	6
	Tidak memaksa kebenaran pribadi atau menurut dirinya sendiri	20, 21, 24	22, 23	4
Bertanggung jawab	Adalah kesediaan menanggung segala sesuatu yang telah menjadi konsekuensinya	25, 26	27, 28	4
Yakin atas kemampuan diri	Adalah memiliki keyakinan bahwa dirinya mampu menyelesaikan dan menemukan solusi pada setiap permasalahan	1, 2, 3	4, 5, 6, 7	7
Rasional dan realistis	Adalah memiliki pemikiran atau pertimbangan yang masuk akal dan sesuai dengan kenyataan yang ada	29, 30	31, 32	4
Jumlah		16	16	32

Lampiran 3. Skoring Data

Subjek	Nomer Item Pernyataan																																Total		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32			
1	4	4	5	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	5	3	3	3	3	3	3	5	5	4	4	129		
2	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	137		
3	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	127		
4	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	2	1	1	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	68		
5	3	2	2	3	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	65		
6	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	1	1	1	3	1	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	78	
7	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	145		
8	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	116	
9	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	108		
10	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	108	
11	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	145	
12	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	144
13	4	4	5	3	2	2	2	4	5	2	2	2	2	3	3	4	1	2	2	5	4	3	4	2	3	3	3	2	3	5	4	3	98		
14	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	1	1	2	3	3	1	60	
15	3	3	4	3	5	3	5	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	107	

16	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	1	2	74	
17	3	4	3	3	4	4	4	3	3	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	113	
18	1	2	1	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	91	
19	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	155	
20	4	3	2	3	4	3	3	2	3	3	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	96
21	4	3	4	4	3	4	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	3	5	5	3	4	4	5	3	3	3	5	5	3	4	128	
22	3	3	2	2	1	1	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	1	1	2	2	2	2	74	
23	5	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	108
24	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	149	
25	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	140	
26	4	3	4	3	3	5	4	5	5	5	4	3	3	5	3	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	5	5	4	3	3	4	127	
27	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	141	
28	3	5	4	3	3	3	2	4	2	4	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	5	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	98	
29	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	136	
30	2	2	2	3	3	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	3	2	1	3	2	3	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	58	
31	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	139
32	3	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	3	4	124
33	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	146

34	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	68
35	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	151	
36	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	149	
37	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	68	
38	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	2	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	4	3	2	3	2	3	2	3	94	
39	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	78		
40	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	159	
41	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	141		
42	5	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	4	119		
43	4	5	5	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	5	3	4	4	119			
44	4	3	3	2	3	2	4	4	2	2	2	2	2	3	2	4	4	2	4	4	4	2	3	4	2	3	3	4	4	3	2	2	2	2	94		
45	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	5	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	5	3	3	112			
46	4	4	3	3	4	2	3	4	2	4	2	2	2	2	3	4	3	2	3	4	3	4	2	3	4	3	2	2	4	3	3	3	3	96			
47	4	3	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	115			
48	4	3	3	4	3	5	5	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	111			
49	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	151		
50	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	142			
51	5	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	5	3	3	3	110			

52	3	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	3	5	5	3	3	4	4	4	3	132	
53	3	3	2	2	3	2	3	2	1	1	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	1	1	1	3	3	2	2	2	2	71	
54	5	5	4	3	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	5	3	4	5	5	3	4	121	
55	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	3	5	4	5	4	134
56	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	126
57	4	4	5	3	4	3	4	4	5	5	4	4	3	3	3	3	4	3	3	5	4	5	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	120	
58	2	4	3	5	5	2	4	1	1	3	2	2	3	1	3	3	5	3	1	2	3	4	3	4	5	5	3	2	3	4	2	3	96	
59	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	3	1	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	3	3	1	64	
60	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	114	
61	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	151
62	5	4	4	3	3	3	3	5	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	5	4	5	3	3	3	5	4	3	3	5	4	3	3	119	
63	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	136
64	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	140
65	4	5	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	5	4	3	3	4	5	4	3	4	121	
66	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	142	
67	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	110
68	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	138	
69	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	135	

70	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	66
71	4	5	4	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	5	3	4	4	4	121	
72	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	81	
73	4	3	3	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	117	
74	4	4	4	3	3	3	3	5	5	4	4	4	4	3	4	5	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	118	
75	4	5	5	3	3	4	4	5	4	4	3	4	3	5	4	3	3	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	125		
76	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	111		
77	3	3	4	4	4	3	4	3	1	4	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	2	3	2	2	2	2	4	3	3	3	97		
78	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	110		
79	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3	2	78		
80	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	66			
81	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	145		
82	5	4	5	3	1	1	2	5	5	4	2	2	2	4	3	4	1	2	2	5	5	2	1	5	5	3	1	1	5	5	1	1	97			
83	2	2	2	1	2	1	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	1	2	3	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	61			
84	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	140		
85	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	144		
86	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	142		
87	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	75		

88	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	127	
89	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	146	
90	3	3	2	3	3	2	1	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	78	
91	4	4	5	3	5	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	117	
92	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	135	
93	4	3	4	3	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	110	
94	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	105
95	5	4	4	4	3	3	3	5	5	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	5	3	3	5	5	4	3	3	4	4	3	4	121	
96	3	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	65	
97	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	3	123	
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	140	
99	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	4	2	3	3	3	3	2	3	4	3	2	95	
100	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	110
101	3	4	5	3	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	4	117
102	4	3	4	4	5	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	3	5	5	4	4	4	4	5	3	3	4	3	124	
103	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	5	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	111	
104	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	5	3	3	106
105	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	109

106	3	3	5	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	113
107	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	4	2	3	5	4	2	1	5	3	3	3	3	4	4	2	3	99
108	3	3	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	4	5	3	4	3	4	3	3	113
109	4	5	5	5	5	1	5	1	1	5	2	2	2	5	1	5	3	1	1	1	5	5	1	3	1	5	3	3	1	5	5	5	102
110	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	140
111	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	150



Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Kepercayaan Diri

- Validitas kepercayaan diri

Correlations

		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	Total
P01	Pearson Correlation	1	.62	.63	.44	.39	.55	.47	.68	.57	.58	.63	.62	.55	.57	.54	.54	.39	.58	.50	.59	.53	.51	.49	.53	.48	.53	.57	.61	.62	.54	.63	.67	
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	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
P02	Pearson Correlation	.62	1	.75	.57	.60	.59	.56	.59	.69	.58	.61	.65	.55	.56	.58	.55	.54	.49	.58	.65	.63	.51	.54	.58	.62	.60	.66	.66	.68	.68	.61	.66	.76
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	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
P03	Pearson Correlation	.63	.75	1	.55	.55	.61	.66	.66	.67	.66	.63	.66	.55	.66	.53	.66	.54	.66	.65	.60	.65	.66	.49	.55	.55	.66	.66	.60	.65	.66	.56	.66	.77
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	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

P 0 7	Pearson Correlation	.47	.56	.61	.64	.75	.71	1	.45	.49	.64	.67	.70	.68	.56	.56	.72	.68	.54	.46	.52	.73	.56	.54	.52	.66	.73	.70	.49	.52	.60	.71	.68	.78	
	Sig. (2-tailed)	1**	8**	2**	5**	8**	9**		1**	4**	6**	3**	5**	2**	9**	2**	3**	9**	1**	1**	8**	1**	0**	6**	6**	1**	2**	9**	6**	2**	0**	5**	3**	1**	
	N	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	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
P 0 8	Pearson Correlation	.68	.59	.65	.50	.37	.62	.45	1	.75	.58	.66	.67	.66	.66	.66	.46	.66	.66	.75	.66	.55	.55	.66	.70	.55	.55	.66	.70	.66	.55	.66	.70	.77	
	Sig. (2-tailed)	0**	4**	3**	0**	9**	5**	1**		8**	6**	3**	2**	3**	5**	9**	1**	0**	7**	0**	4**	1**	3**	5**	0**	6**	6**	9**	9**	0**	9**	7**	7**	8**	
	N	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	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
P 0 9	Pearson Correlation	.57	.55	.65	.50	.38	.69	.45	.75	1	.63	.71	.71	.66	.66	.71	.66	.46	.66	.55	.74	.55	.46	.66	.66	.71	.55	.66	.66	.66	.55	.66	.66	.78	
	Sig. (2-tailed)	8**	1**	6**	2**	7**	3**	4**	8**		1**	4**	4**	5**	8**	7**	8**	7**	0**	6**	4**	9**	9**	1**	9**	1**	6**	0**	3**	6**	9**	6**	6**	6**	
	N	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	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
P 1 0	Pearson Correlation	.58	.69	.67	.60	.58	.72	.64	.58	.63	1	.68	.68	.66	.66	.59	.64	.56	.63	.56	.61	.55	.62	.66	.66	.66	.66	.66	.66	.66	.55	.75	.80		
	Sig. (2-tailed)	8**	1**	5**	8**	3**	7**	6**	6**	1**		8**	6**	8**	7**	9**	3**	2**	9**	2**	0**	8**	2**	4**	1**	3**	8**	0**	9**	9**	5**	2**	5**	6**	
	N	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	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

P 1 4	Pearson Correlation	.57	.58	.65	.57	.46	.63	.56	.63	.68	.61	.67	.62	1	.63	.65	.53	.62	.59	.59	.62	.52	.56	.64	.59	.63	.70	.52	.58	.58	.71	.77	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
		11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
P 1 5	Pearson Correlation	.54	.56	.53	.63	.53	.68	.56	.66	.71	.59	.68	.71	.69	1	.65	.56	.74	.70	.68	.52	.66	.66	.67	.58	.69	.66	.64	.66	.59	.68	.81	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
		11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
P 1 6	Pearson Correlation	.54	.58	.62	.70	.58	.55	.64	.66	.66	.66	.66	.66	.66	1	.55	.66	.66	.66	.66	.66	.51	.56	.60	.64	.64	.60	.64	.64	.68	.78		
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
		11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
P 1 7	Pearson Correlation	.39	.58	.53	.67	.78	.42	.44	.59	.65	.66	.69	.53	.56	1	.67	.66	.46	.44	.69	.58	.59	.59	.59	.72	.72	.47	.44	.64	.66	.76		
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
		11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11

P 2 1	Pearson Correlation	.53	.58	.65	.57	.47	.51	.52	.64	.57	.55	.56	.59	.62	.59	.64	.53	.51	.62	1	.54	.43	.59	.58	.57	.53	.55	.64	.59	.53	.55	.64	.72
	Sig. (2-tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
	N	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	
		11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
P 2 2	Pearson Correlation	.51	.63	.60	.76	.75	.67	.73	.51	.46	.62	.66	.66	.55	.66	.66	.66	.66	.66	.45	1	.61	.55	.55	.66	.73	.68	.48	.55	.73	.68	.76	.79
	Sig. (2-tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
	N	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
		11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
P 2 3	Pearson Correlation	.49	.51	.49	.60	.55	.77	.56	.52	.66	.67	.77	.77	.55	.66	.55	.55	.77	.66	.54	.66	1	.55	.66	.55	.77	.77	.55	.55	.66	.77	.77	
	Sig. (2-tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
	N	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
		11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
P 2 4	Pearson Correlation	.53	.61	.59	.58	.48	.65	.54	.66	.66	.66	.66	.66	.66	.55	.55	.66	.55	.66	.55	.55	1	.77	.66	.66	.66	.66	.66	.55	.66	.77	.77	
	Sig. (2-tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
	N	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
		11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11

P 2 8	Pearson Correlation	.57	.60	.60	.66	.66	.80	.70	.60	.63	.61	.74	.74	.72	.70	.66	.60	.72	.69	.58	.53	.68	.73	.64	.63	.68	.90	1	.56	.56	.71	.77	.86	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		
	N	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
		11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
P 2 9	Pearson Correlation	.61	.60	.65	.46	.51	.67	.49	.74	.65	.64	.66	.67	.52	.64	.56	.47	.66	.59	.71	.64	.48	.56	.61	.59	.57	.56	1	.61	.47	.63	.76		
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		
	N	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
		11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
P 3 0	Pearson Correlation	.62	.68	.66	.60	.51	.58	.52	.62	.64	.65	.62	.63	.62	.58	.63	.54	.69	.47	.56	.59	.59	.54	.61	.63	.57	.56	1	.58	.68	.76			
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		
	N	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
		11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
P 3 1	Pearson Correlation	.54	.61	.56	.66	.66	.64	.50	.55	.55	.66	.66	.66	.58	.55	.64	.66	.66	.48	.53	.73	.66	.55	.66	.73	.73	.47	.55	1	.73	.73			
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		
	N	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
		11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11

- Reliabilitas Kepercayaan Diri

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.981	32

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P01	110.0721	659.322	.691	.981
P02	110.0721	654.431	.749	.981
P03	110.0360	651.435	.758	.981
P04	110.2342	655.545	.765	.981
P05	110.1892	652.700	.715	.981
P06	110.3063	638.324	.854	.981
P07	110.1622	649.883	.765	.981
P08	110.1892	649.282	.761	.981
P09	110.2613	646.449	.769	.981
P10	110.0631	649.805	.792	.981
P11	110.3423	644.754	.860	.980
P12	110.3063	641.960	.876	.980
P13	110.2973	644.847	.849	.981
P14	110.2432	654.022	.764	.981
P15	110.2432	651.222	.798	.981
P16	110.2613	651.304	.766	.981
P17	110.2342	648.817	.749	.981
P18	110.3514	644.994	.849	.981
P19	110.3514	651.321	.761	.981
P20	110.1622	653.937	.726	.981
P21	110.0541	657.688	.706	.981
P22	110.1532	651.513	.775	.981
P23	110.3423	651.227	.769	.981
P24	110.2703	654.617	.759	.981
P25	110.2072	650.475	.770	.981
P26	110.2072	653.493	.761	.981
P27	110.3514	639.266	.862	.980
P28	110.3514	639.630	.850	.981
P29	110.0631	654.405	.751	.981
P30	109.9459	654.233	.743	.981

P31	110.3514	652.175	.773	.981
P32	110.3423	644.118	.872	.980



Lampiran 5. Verifikasi



LABORATORIUM FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang 65144 Telp. 0341-464318

SURAT KETERANGAN

No: E.6.a/816/Lab-Psi/UMM/XI/2023

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini Tim Divisi Psikometri Laboratorium Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : An Nisa' Azzahra
NIM : 201710230311005
Dosen Pembimbing : 1) Zainul Anwar, M.Psi
2) Uun Zulfiana, M.Psi

Yang bersangkutan telah melakukan :

1. Verifikasi Analisa Data.
Hasil: Lulus /Perbaikan

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Malang, 9 November 2023
Nugas Cek

Navy Tri Indah Sari, M.Si

Lampiran 6. Hasil Plagiasi



LABORATORIUM FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang 65144 Telp. 0341-464318

SURAT KETERANGAN

No: E.6.a/831/Lab-Psi/UMM/XI/2023

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini Tim Divisi Psikometri Laboratorium Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : An Nisa' Azzahra
NIM : 201710230311005
Dosen Pembimbing : 1) Zainul Anwar, M.Psi
2) Jun Zulfiana, M.Psi

Yang bersangkutan telah melakukan :

1. Cek Plagiasi
Hasil: Lulus/Perbaikan
Dengan keterangan sebagai berikut:

No	Judul Skripsi	Batas Maksimal	Hasil
1	Rasa Percaya Diri Pada Pengguna Media Sosial Instagram	25%	24%

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Malang, 10 November 2023

Petugas Cek

Navy Tri Indah Sari, M.Si

Lampiran 7. Surat Persetujuan Pembimbing

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Nama : An Nisa' Azzahra

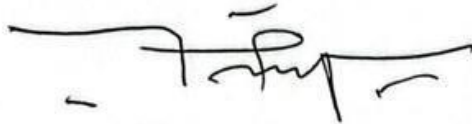
NIM : 201710230311005

Judul Skripsi : Rasa Percaya Diri Pada Pengguna Media Sosial Instagram

Dinyatakan telah menyelesaikan proses pembimbingan skripsi sehingga naskah tersebut siap untuk diuji pada Periode 1 Tahun 2024

Malang, 14 Desember 2023

Dosen Pembimbing 1,



(Zainul Anwar, M.Psi.)

Dosen Pembimbing 2,



(Uun Zulfiana, M.Psi.)

Lampiran 8. Surat Pernyataan

ii

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : An Nisa' Azzahra

NIM : 201710230311005

Fakultas / Jurusan : Psikologi / Psikologi

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Malang

Menyatakan bahwa skripsi/karya ilmiah yang berjudul :

"RASA PERCAYA DIRI PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM"

1. Adalah bukan karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang digunakan dalam naskah ini dan telah disebutkan sumbernya.

2. Hasil tulisan karya ilmiah/skripsi dari penelitian yang saya lakukan merupakan Hak bebas Royalti non eksklusif, apabila digunakan sebagai sumber pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar- benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia mendapat sanksi sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Malang, 14 Desember 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Sofa Amalia, S.Psi., M.Si.

Yang menyatakan



An Nisa' Azzahra

ii