

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN INTENSITAS
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
PADA REMAJA DI KOTA PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat – Syarat Guna Mencapai
Derajat Sarjana Strata Satu Psikologi



Disusun Oleh :

ANISA AULIA FITRI

148110022

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN INTENSITAS PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA REMAJA DI KOTA PEKANBARU

ANISA AULIA FITRI
148110022

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Pada Tanggal

21 April 2021

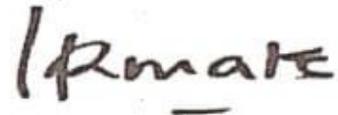
DEWAN PENGUJI

Lisfarika Napitupulu, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Dr. Sigit Nugroho, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Irma Kusuma Salim, S.Psi., M.Psi., Psikolog

TANDA TANGAN



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh

gelar Sarjana Psikologi

Pekanbaru, 25 November 2021

Mengesahkan

Dekan Fakultas Psikologi




Ashwar Arief, M.Psi Psikolog

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anisa Aulia Fitri

NPM : 148110022

Judul Skripsi : Hubungan Antara Harga Diri Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Remaja Di Kota Pekanbaru

Dengan hal ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah yang dibuat sendiri dan belum pernah diajukan kepada Universitas manapun. Berdasarkan pengetahuan saya sejauh ini tidak ada karya ilmiah atau pendapat orang lain mengenai yang ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, namun karya yang sudah dituliskan akan disebutkan dalam daftar pustaka. Sehingga ketika hal-hal tidak sesuai dengan pertanyaan ini, peneliti siap untuk dicabut gelar sarjananya.

Pekanbaru, 18 April 2021

Anisa Aulia Fitri

148110022

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil 'alamin, segala puji dan sedalam syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang senantiasa selalu memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik yang berjudul **Hubungan Antara Harga Diri Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Remaja di Kota Pekanbaru.** Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana program studi strata 1 (S1) pada Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.

Dalam menyelesaikan penulisan dan penyusunan skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, motivasi dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada :

1. Bapak Prof. DR. H. Syafrinaldi, S.H., MCL selaku rector Universitas Islam Riau.
2. Bapak Yanwar Arief, M.Psi., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau
3. Bapak Dr. Fikri, S.Psi., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
4. Ibu Lisfarika Napitupulu, M.Psi., Psikolog selaku Wakil Dekan II Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.

5. Ibu Yulia Herawaty, S.Psi., MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
6. Ibu Juliarni Siregar, M.Psi., Psikolog selaku Ketua Program Studi Fakultas Psikologi.
7. Bapak Didik Widianoro, M.Psi., Psikolog selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
8. Ibu Lisfarika Napitupulu, M.Psi., Psikolog selaku Dosen Pembimbing 1 yang selalu memberikan motivasi, semangat, serta kemudahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Bapak Sigit Nugroho, M.Psi., Psikolog selaku Dosen Pembimbing 2 yang selalu memberikan motivasi, semangat, serta kemudahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Psikologi yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas dukungan yang telah diberikan kepada penulis serta telah memberikan pengalaman yang sangat berharga selama penulis belajar di Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
11. Seluruh Karyawan dan Staf Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
12. Terima kasih kepada Papa, Mama, Suami, Nenek dan Adik beserta keluarga besar saya lainnya yang tidak henti-hentinya selalu mendampingi, memberikan motivasi, memberikan bantuan moral maupun material yang tidak terhitung banyaknya sehingga penulis selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

13. Terima kasih kepada sahabat-sahabat tersayang yang namanya tidak bisa penulis sebutkan satu persatu karena terlalu banyak sahabat yang mendukung dan mendorong saya selama proses pengerjaan skripsi ini, yang bersedia selalu mendengarkan curhatan penulis mengenai kesulitan-kesulitan yang penulis rasakan dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Terima kasih kepada teman-teman seangkatan 2014 seperjuangan serta adik-adik tingkat Fakultas Psikologi yang telah banyak membantu penulis selama pengerjaan skripsi ini, semoga Allah membalas kebaikan kalian semua.
15. Kepada semua pihak yang telah bersedia meluangkan waktu dalam membantu penulis selama proses pengerjaan skripsi, yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu, terima kasih atas kebaikan dan dukungan yang telah diberikan sehingga penulis mampu menghadapi dan mengatasi setiap kesulitan selama menyusun skripsi. Semoga Allah membalas kebaikan yang telah kalian lakukan kepada penulis dan Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak guna menyempurnakan skripsi ini agar lebih baik lagi. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih dan mohon maaf sebesar-besarnya apabila ada kesalahan yang telah penulis lakukan dalam pengerjaan skripsi ini, kesempurnaan hanya milik Allah, dan kekurangan hanya milik hamba Nya.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Pekanbaru, 18 April 2021

Penulis

Anisa Aulia Fitri

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis.....	8
2. Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Intensitas Penggunaan Media Sosial	9
1. Pengertian Intensitas.....	9
2. Pengertian Penggunaan	9
3. Pengertian Media Sosial	9
4. Pengertian Instagram	12
5. Aspek-Aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	12
6. Karakteristik Penggunaan Media Sosial.....	14
7. Jenis-Jenis Penggunaan Media Sosial	21
B. Harga Diri (<i>Self-esteem</i>)	23
1. Pengertian Harga Diri.....	23

2. Faktor Pembentukan Harga Diri.....	24
3. Ciri-Ciri Individu Yang Mempunyai Harga Diri Tinggi	26
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Diri.....	28
5. Aspek-Aspek Harga Diri	30
6. Karakteristik Harga Diri	32
C. Remaja di Pekanbaru	34
1. Pengertian Remaja	34
2. Ciri-Ciri Remaja.....	35
3. Karakteristik Pertumbuhan dan Perkembangan Pada Remaja	37
4. Tugas-Tugas Masa Remaja.....	39
5. Tahap Perkembangan Remaja	41
D. Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Harga Diri.....	42
E. Hipotesis.....	44

BAB III METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian.....	45
B. Definisi Operasional Variabel.....	45
1. Intensitas Penggunaan Media Sosial	45
2. Harga Diri.....	46
C. Populasi dan Sampel Penelitian	46
1. Populasi Penelitian	46
2. Sampel Penelitian.....	47
D. Metode Pengumpulan Data	47
1. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram	48
2. Skala Harga Diri.....	50
E. Validitas dan Reliabilitas	52
1. Uji Validitas	52
2. Uji Reliabilitas	53
F. Metode Analisis Data	54
1. Uji Prasyarat Analisis.....	54

2. Uji Normalitas Sebaran.....	54
3. Uji Linearitas Hubungan.....	54
G. Uji Hipotesis.....	55
H. Prosedur Penelitian.....	55
1. Pelaksanaan Uji Coba	55
I. Hasil Uji Coba	56
1. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram.....	56
2. Skala Harga Diri	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Pelaksanaan Penelitian.....	60
B. Deskriptif Data Penelitian	60
1. Hasil Uji Deskriptif.....	60
2. Uji Asumsi	63
C. Hasil Analisis Data	64
D. Pembahasan.....	67
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	71
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Blue Print Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Sebelum Try Out	49
Tabel 3.2	Blue Print Skala Harga Diri Sebelum Try Out.....	51
Tabel 3.3	Blue Print Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Setelah Try Out	57
Tabel 3.4	Blue Print Skala Harga Diri Setelah Try Out	58
Tabel 4.1	Deskripsi Data Penelitian	61
Tabel 4.2	Skoring Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram	62
Tabel 4.3	Skoring Harga Diri	63
Tabel 4.4	Hasil Uji Asumsi Normalitas	64
Tabel 4.5	Hasil Uji Linearitas	65
Tabel 4.6	Hasil Uji Korelasi.....	66
Tabel 4.7	Hasil Uji R-Squared	66

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I SKALA LAMPIRAN

LAMPIRAN II SKORING DATA PENELITIAN

LAMPIRAN III OUTPUT SPSS



**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN INTENSITAS
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA REMAJA DI
KOTA PEKANBARU**

**ANISA AULIA FITRI
148110022**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

ABSTRAK

Intensitas penggunaan media sosial Instagram adalah aktivitas individu yang dilakukan berulang-ulang untuk memberikan kepuasan dan kesenangan dalam bermain media sosial Instagram. Intensitas penggunaan media sosial Instagram dapat timbul oleh harga diri yang rendah.. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial Instagram pada remaja di Kota Pekanbaru. Subjek penelitian ini adalah remaja-remaja yang ada di Kota Pekanbaru sebanyak 105 subjek. Teknik pengambilan subjek yang digunakan yaitu secara *accidental sampling*. Alat ukur yang digunakan yaitu skala harga diri dan intensitas penggunaan media sosial Instagram. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *korelasi product moment*. Hasil analisis statistik menunjukkan nilai korelasi (r) sebesar $-.226^*$ dengan nilai $p = 0,020$ ($p < 0,05$). artinya terdapat hubungan yang negative Antara harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial Instagram pada remaja di Kota Pekanbaru. Harga diri memberikan kontribusi sebesar 5,1% terhadap intensitas penggunaan media sosial Instagram, Selebihnya sebesar 94,9% dipengaruhi oleh faktor lain, jadi Hal ini berarti semakin tinggi harga diri seorang remaja maka semakin rendah intensitas penggunaan media sosial Instagram pada remaja di Kota Pekanbaru, begitu juga sebaliknya

Kata kunci: Harga Diri, Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram, Remaja

**RELATIONSHIP BETWEEN SELF-PRICES AND THE INTENSITY OF
USE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA IN ADOLESCENTS IN
PEKANBARU CITY**

**ANISA AULIA FITRI
148110022**

**FACULTY OF PSYCHOLOGY
RIAU ISLAMIC UNIVERSITY**

ABSTRACT

The intensity of using Instagram social media is an individual activity that is carried out repeatedly to provide satisfaction and pleasure in playing Instagram social media. The intensity of using Instagram social media can arise from low self-esteem. This study aims to determine the relationship between self-esteem and the intensity of using Instagram social media among adolescents in Pekanbaru City. The subjects of this study were 105 teenagers in Pekanbaru City. The technique of taking the subject used was accidental sampling. The measuring instrument used is the self-esteem scale and the intensity of the use of Instagram social media

The analysis used in this research is the product moment correlation. The results of statistical analysis showed that the correlation value (r) was $-.226^$ with p value = 0.020 ($p < 0.05$). This means that there is a negative relationship between self-esteem and the intensity of the use of Instagram social media among adolescents in Pekanbaru City. Self-esteem contributes 5.1% to the intensity of the use of Instagram social media, the remaining 94.9% is influenced by other factors, so this means that the higher the self-esteem of a teenager, the lower the intensity of Instagram social media use among adolescents in Pekanbaru City. , vice versa*

Keywords: Self-esteem, Intensity of Use of Instagram Social Media, Youth

العلاقة بين احترام الذات مع كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعية إنستقرام للمراهقين
في مدينة باكنبارو

أنيسة الأولياء الفطر

148110022

كلية علم النفس
الجامعة الإسلامية الرياوية

الملخص

كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعية في إنستقرام هو النشاط الفردي التي تتم بشكل متكرر لتقديم كل الرضا والسرور في تشغيل إنستقرام على وسائل التواصل الاجتماعي. يمكن أن تنشأ كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إنستقرام من تدني احترام الذات. يهدف هذا البحث إلى تحديد العلاقة بين احترام الذات مع كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعية إنستقرام للمراهقين في مدينة باكنبارو. كان موضوع هذا البحث 105 مراهقاً في مدينة باكنبارو. كانت تقنية أخذ الموضوع المستخدم هي أخذ العينات العرضي. أداة القياس المستخدمة هي مقياس احترام الذات وكثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إنستقرام. التحليل المستخدم في هذا البحث هو ارتباط لحظة المنتج. أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن قيمة الارتباط (ب) كانت -226 * 0,020 (ب) > 0,05). هذا يعني أن هناك علاقة سلبية بين احترام الذات وكثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إنستقرام بين المراهقين في مدينة باكنبارو. يساهم تقدير الذات بنسبة 5,1% في كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على إنستقرام، وتتأثر نسبة 94,9% المتبقية بعوامل أخرى، وهذا يعني أنه كلما زاد تقدير الذات لدى المراهق، قلت كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على إنستقرام بين المراهقين في مدينة باكنبارو، والعكس صحيح.

الكلمات الرئيسية: احترام الذات، كثافة استخدام إنستقرام لوسائل التواصل الاجتماعي، المراهق

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia selaku makhluk sosial memerlukan adanya sebuah komunikasi agar dapat memenuhi kebutuhannya untuk berinteraksi antar sesama manusia. Pada saat ini media sosial sangatlah populer di kalangan remaja, ada beberapa media sosial yang digunakan oleh masyarakat di Indonesia pada masa sekarang, seperti Facebook Twitter Instagram, tiktok, Snapchat serta lain sebagainya. Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling diminati saat ini dapat dilihat dari jumlah penduduk dunia yang mendownload instagram pada aplikasi *play store* atau *app store* sebanyak 1 milyar orang. Indonesia sendiri memiliki peringkat terbesar ke empat didunia yang menggunakan media sosial instagram dimana berdasarkan dari data statista.com, Indonesia adalah pengguna instagram terbesar ke empat sebesar 61 juta pengguna, tiga peringkat dibawah pengguna instagram di Amerika Serikat sebesar 116 juta. NapoleonCat juga merinci pengguna instagram berdasarkan jenis kelaminnya, dimana membuat rincian mengenai pemakai Instagram sesuai dengan jenis kelaminnya, yang mana dari 61.610.000 juta, wanita merupakan mayoritas pemakai Instagram yaitu sekitar 50,8% sedangkan laki-laki 49,2%.

Instagram merupakan media sosial yang dipilih oleh peneliti untuk dilakukan penelitian, hal ini dikarenakan Instagram memiliki fitur foto dan

video singkat yang lebih mudah di gunakan oleh kaum milenial saat ini. Rata-rata para remaja lebih memilih instagram sebagai media sosial favorit, hal ini dikarenakan berbagai fitur yang ada di dalam media sosial selalu dilakukan pembaruan dengan meningkatkan pelayanan serta memperluas fungsi yang ada, seperti disediakannya fitur Ig story yang hampir sama dengan Snapchat, serta memberikan layanan lain seperti menyediakan IGTV yang bisa digunakan untuk mengupload ataupun melihat video dengan durasi yang lama, misalnya YouTube.

Di era saat ini menggunakan instagram sudah menjadi seperti sebagian dari kebutuhan atau gaya hidup (Irawan, 2017). Seorang individu akan dikatakan mempunyai intensitas yang tinggi pada penggunaan sosial media apabila durasi dan frekuensi penggunaannya dalam jangka waktu yang Panjang (Tubb & Moss, 2016). Para remaja saat ini menggunakan media sosial sebagai suatu bentuk mencari perhatian orang lain. Sesuai dengan hasil kajian yang dilakukan oleh *Pew Research Center Study*, AS, untuk mendapatkan perhatian para remaja dalam menggunakan media sosial sebagai medianya. Alasan lainnya yakni remaja ketika akan memutuskan sesuatu kerap *sharing* kepada teman-temannya di media sosial, hal tersebut bertujuan untuk melihat *like* maupun komentar yang akan ia dapatkan di media sosial melalui foto yang ia *upload* tersebut. Ketika individu tersebut banyak mendapatkan sanjungan maupun mendapatkan *like* di Instagram, sehingga hal tersebut akan membuat individu tersebut merasa menjadi tenar atau terkenal. Fenomena ini memperlihatkan jika media sosial bisa dijadikan sebagai salah

satu indikasi ketenaran. Seseorang akan merasa puas jika orang tersebut tenar atau terkenal dalam media sosial. hal lain yang membuat remaja menggunakan media sosial yaitu agar bisa memunculkan citra yang terdapat pada dirinya. Pada dasarnya media sosial tersebut tidak bisa memahami keseluruhan kepribadian seseorang. Akan tetapi bagi para remaja, media ini bisa menumbuhkan citra yang baik. Remaja dalam media sosial lebih cenderung memberi kesan yang baik dan berharap orang lain yang melihat akan berfikir seperti yang ia harapkan yaitu citra yang positif (Jatmika, 2013).

Peneliti berfokus pada para remaja yang berusia 13-15 tahun dimana pada tahap ini remaja sangat membutuhkan teman-teman disekitarnya dibandingkan orang tua. Mereka akan merasa senang ketika banyak teman yang menyukainya. Pada usia ini juga remaja cenderung memiliki perilaku narsis, yaitu mencintai diri sendiri dan menyukai teman-teman yang mempunyai sifat yang sama dengan dirinya (Sarwono, 2006).

Fenomena yang terjadi pada saat ini, dimana para remaja menggunakan media sosial sebagai salah satu keharusan yang harus dilakukan setiap harinya. Menggunakan media sosial bisa memberikan peningkatan pada *self promotion* pada saat melihat gambar yang bagus yang di *posting* di instagram oleh temannya, sehingga remaja tersebut akan memikirkan cara untuk mempublikasikan foto yang lebih baik lagi. Sederhana saja, media sosial dapat mengurangi penghargaan diri seorang individu hanya melalui jumlah *likes* dan *comment* yang individu tersebut dapatkan. Seperti yang diungkapkan pada artikel *Why I'm Happier Without Instagram* di State Press.

Ketika seorang tidak mendapat cukup banyak *likes* dan *comment*, individu tersebut akan menghapusnya, lalu memikirkan cara seperti waktu yang terbaik yang bisa dilakukan untuk memposting dan memberikan caption yang menarik pada foto atau video yang akan dipublikasikan. Bahkan ada juga seseorang yang melakukan pencatatan terhadap caption yang akan diberikan kepada ada foto atau videonya ke dalam aplikasi catatan seperti *notes* pada *smartphone*.

Fenomena lainnya yang terjadi menunjukkan jika harga diri seseorang yang bisa dipengaruhi oleh pemakaian media sosial yakni seperti melakukan publikasi diri dengan cara mengupload video singkatnya ataupun foto yang dirasakan bagus dan tanpa memikirkan hal negatif apa yang akan didapatkan melalui postingan tersebut. Salah satu yang mendorong aspek harga diri seorang individu ialah pada saat individu tersebut mengunggah foto atau video singkat kemudian mendapatkan sebuah *likes* maupun komentar dari pengguna lainnya (Sukmasari, 2013). Sebuah foto dapat mempengaruhi dan memberikan dorongan kepada perasaan seseorang untuk merasa iri serta rendah diri. Apabila seseorang memperoleh *like* dan komentar dengan jumlah yang banyak serta diterimanya pujian dari orang lain, ataupun mendapatkan jumlah follower yang banyak, maka hal ini akan membuat remaja tersebut merasa berharga. dengan adanya fenomena ini maka hal tersebut bisa memberikan peningkatan ada harga diri seseorang tersebut serta bisa juga memberikan pengurangan terhadap harga dirinya. .

Peneliti telah melakukan beberapa wawancara terhadap remaja perempuan usia 16 tahun yaitu sebut saja remaja N dan F yang mengatakan hal yang serupa. Dimana kedua subjek mengatakan lebih sering membuka aplikasi instagram dibanding aplikasi lainnya. Dalam sehari ke dua subjek hampir membuka instagram hampir sampai 10 kali dan memakan waktu hampir 1 jam ketika menggunakannya. Hal yang dilihat oleh kedua subjek juga hampir sama, melihat fitur *ig stories* punya teman dan terkadang mengupload sebuah foto atau video singkat kedalam *ig stories*.

Ketika menggunakan media sosial dan melaksanakan beberapa aktivitas di media sosial, hal ini bisa memperlihatkan karakter dari diri seseorang yang menggunakannya. Misalnya apabila terdapat seseorang yang menganggap dirinya rendah maka orang tersebut akan lebih khawatir terhadap apa yang dipikirkan oleh orang lain terhadap postingannya di media tersebut. namun apabila seseorang mempunyai harga diri yang tinggi maka orang tersebut akan memaksimalkan waktu yang dimiliki untuk mengembangkan citra diri yang baik di media tersebut (Fazriyati, 2013).

Rosendberg (2012) mengatakan jika harga diri tindakan yang bersifat positif ataupun negatif pada ada diri sendiri. Harga diri ialah segala sesuatu yang berasal dari penilaian seseorang terhadap orang lain yang dilakukan pengungkapan melalui sikap-sikap yang bisa bersikap positif serta negatif. pada dasarnya harga diri ialah konstruk yang utama dan berperan penting untuk menentukan tingkah laku seseorang individu yakni yang berhubungan dengan diri seseorang yang di wujudkan pada aspek yang positif seperti bisa

menghargai setiap kelebihan yang dimiliki dan juga bisa menerima segala kekurangan yang dimiliki. Dalam aspek negatifnya yakni merasa kurang puas dengan keadaan yang dimiliki serta tidak bisa memberikan penghargaan terhadap setiap kelebihan yang ada dan selalu saja merasa bahwa dirinya itu kurang (Conger, 2001). Seseorang yang sering memakai media sosial akan memunculkan rasa bahagia, seperti apa yang telah dijelaskan oleh Yanica (dalam Andarwati, 2016) intensitas ialah merupakan segala kegiatan seseorang yang berhubungan dengan perasaan yang dilaksanakan terus menerus. Rasa senang yang dimiliki individu ketika menggunakan media sosial instagram memungkinkan akan mengulangnya secara berulang-ulang.

Del Bario (dalam Taqwa, 2018) menjelaskan jika ada 4 faktor yang bisa membangun intensitas kaitanya dengan media sosial yakni perhatian, penghayatan, frekuensi dan durasi. Ketika individu tersebut kerap melakukan pengaksesan Instagram maka dalam diri orang tersebut akan memunculkan dorongan perasaan misalnya ingin memperoleh sebuah pengakuan dan lingkungan sekitar bisa memberikan penghargaan pada diri orang tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat Maslow (2012) yang mengatakan jika terdapat dua tingkatan kebutuhan pada penghargaan yang ada dalam diri berbagai individu, ya itu yang berhubungan dengan harga diri dan reputasi (penghargaan yang diberikan oleh pihak lain).

Menurut penelitian yang dilakukan Kristine Raymer (2015) mengatakan bahwa penggunaan *facebook* yang sering tidak berdampak negatif pada tingkat harga diri. Akan tetapi kajian terdahulu memperlihatkan jika

pemakaian media sosial yang sering, memiliki efek langsung pada tingkat harga diri karena paparan berlebihan, komunikasi yang berlebihan, dan perbandingan sosial. Didalam penelitian yang dilakukan oleh Anh Phung (2015) The University of Gothenburg di Swedia mensurvei 335 pria dan 676 wanita, menghasilkan kesimpulan berbeda. Studi tersebut menemukan bahwa jika terdapat hubungan yang negatif diantara penggunaan Facebook dan harga diri. Salah satu penjelasan yang mungkin adalah bahwa karena media sosial telah mempermudah orang untuk melihat sekilas kehidupan pribadi orang lain, tidak dapat dihindari bahwa penggunanya akan membandingkan diri mereka sendiri dengan koneksi mereka di Internet

Sesuai dengan penjelasan di atas serta kajian sebelumnya yang sudah dipaparkan, oleh karena itu dengan ini penulis ingin mengangkat judul harga diri pada remaja dengan intensitas penggunaan media sosial instagram.

B. Rumusan Masalah

Dari pendahuluan didapatkan rumusan masalah “Apakah terdapat hubungan antara harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial instagram pada kalangan remaja”.

C. Tujuan Penelitian

Kajian ini dilakukan untuk memahami kaitan diantara harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial instagram pada kalangan remaja di kota Pekanbaru.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil kajian ini bisa memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dibidang psikologi, terutama psikologi kepribadian dan psikologi sosial tentang bagaimana harga diri pada remaja yang pada zaman ini banyak menggunakan media sosial Instagram.

b. Manfaat Praktis

Secara Praktis, kajian ini diharap bisa memberi informasi atau data yang berhubungan dengan harga diri pada remaja yang memakai media sosial berupa Instagram. Serta menjadi acuan bagi kita untuk mengetahui bahwa perilaku narsis yang berlebihan di dunia media sosial ialah tindakan yang kurang baik dan dapat mempengaruhi diri kita akan hal-hal yang buruk.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Intensitas Penggunaan Media Sosial

1. Pengertian Intensitas

Intensitas menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti yaitu kondisi tingkatan ataupun rasio dari suatu tindakan. Sedangkan menurut Andarwati (2016) menjelaskan jika intensitas ialah sebuah kegiatan yang dilakukan seseorang yang berhubungan dengan perasaan dan dilaksanakan secara terus menerus. Intensitas terwujud dari kegiatan ataupun tindakan yang memberi kepuasan maupun perasaan senang kepada orang yang melaksanakannya, oleh karena itu orang tersebut akan berusaha untuk mengulang kegiatan yang sudah dilaksanakannya.

2. Pengertian Penggunaan

Dalam KBBI, penggunaan ialah metode, tindakan yang dilakukan untuk menggunakan sesuatu ataupun untuk memakai suatu hal. Penggunaan ialah tindakan untuk memakai ataupun memanfaatkan berbagai hal misalnya fasilitas dan barang.

3. Pengertian Media Sosial

Media sosial memiliki istilah yang terdiri dari dua kata yaitu “media” dan “sosial”. Istilah “media” dimaknai sebagai alat dalam berkomunikasi. Menurut Laughey (2007), istilah sosial pada media

sosial jika dilihat dengan teori maka lebih dekat dengan aspek sosiologi. Terdapat berbagai pertanyaan yang berhubungan dengan kata “sosial” seperti yang berhubungan dengan informasi serta kesadaran. Menurut Dr. Rulli Nasrullah, M.Si selaku pihak yang menulis buku yang berjudul “Media Sosial” tidak gampang dalam memberikan pemahaman mengenai istilah sosial yang berkaitan dengan “Media Sosial”. Maka dari itu Dr. Rulli Nasrullah, M.Si memaparkan kata “sosial” berdasarkan pendapat sosiolog. Salah satunya yaitu menurut Marx (1867) mengatakan adanya tekanan sosial yang bermakna jika terdapat aspek kerjasama dan adanya hubungan yang saling menguntungkan di antara seseorang dengan orang lain untuk memberikan kualitas pada kehidupan bermasyarakat. Sedangkan menurut Durkheim (dalam Fuchs, 2014) menyatakan jika dalam kenyataannya, media dan berbagai software yang berhubungan dengan sosial merupakan suatu produk yang dihasilkan dari proses sosial.

Media sosial menurut Mandibergh (2012) ialah alat yang bisa mewadahi diantara pemakai yang bisa mendapatkan sebuah hasil yang berupa sebuah konten (*user-generated content*). Shirky (2008) menjelaskan sikap media sosial ialah suatu instrumen untuk memberikan peningkatan terhadap kompetensi pemakai untuk membagi dan bekerja sama (*to share and to co-operate*) dari pemakai yang melaksanakan kegiatan dengan cara yang kolektif yang keseluruhannya tadi apa di luar dari kerangka institusinya ataupun

lembaga. Meike dan Young (2012) juga memaknai jika media sosial merupakan gabungan di antara komunikasi yang bersifat pribadi yang bermakna saling berbagi antara satu sama lain (*to be shared one-to-one*) dan media yang bersifat publik yaitu dalam membagi informasinya kepada siapapun tanpa adanya individu yang dikhususkan.

Menurut Van Dijk (2013), media sosial ialah *platform* media yang berfokus pada keberadaan pemakai yang memfasilitasi pengguna untuk beraktivitas ataupun melakukan kolaborasi. Oleh karenanya, media sosial bisa ditinjau sebagai alat yang bisa memberikan fasilitas secara online yang bisa memperkuat hubungan di antara pemakai dan juga bisa membentuk ikatan sosial. Boyd (2009) juga memaparkan jika media sosial merupakan sekumpulan software yang bisa membantu seseorang ataupun kelompok untuk melakukan perkumpulan, membagi sesuatu, melakukan komunikasi serta pada situasi tertentu bisa melakukan kolaborasi secara bersama atau un bisa bermain secara online. Media sosial mempunyai kekuatan dalam *user-generated content* (UGC) dimana konten dibuat oleh pemakai, tidak dihasilkan oleh pihak yang mengedit seperti pada institusi media massa.

Berdasarkan berbagai penjelasan dan pernyataan diatas, bisa dilakukan penyimpulan jika media sosial ialah fasilitator *online* yang menyediakan perangkat lunak untuk pengguna merepresentasikan dirinya untuk melakukan interaksi dengan orang lain, melakukan kerja

sama, membagi sesuatu, melakukan komunikasi dengan orang lain, maupun mewujudkan ikatan sosial secara online.

4. Pengertian Instagram

Instagram ialah suatu aplikasi sosial yang sangat populer dalam kalangan pemakai smartphone, dari yang berusia remaja sampai yang tua. Kata Instagram tersusun dari kata “*instan*” atau “*insta*” dan “*gram*” yang berawal dari istilah “*telegram*”, dimana dari pemakaian kata itu bisa bermakna jika Instagram merupakan suatu aplikasi yang bisa digunakan untuk mengirim data yang dapat diterima secara cepat.

Bambang (Atmoko, 2012) menjelaskan jika Instagram ialah suatu aplikasi yang terdapat pada smartphone yang digunakan untuk media sosial yang termasuk bagian dari media digital yang memiliki fungsi yang sama dengan Twitter akan tetapi memiliki perbedaan yang ada pada foto yang diambil pada bentuk ataupun tempat untuk membagi informasi kepada pemakainya.

Menurut Wendt (2014), Instagram memperoleh keuntungan popularitas karena desainnya yang memotivasi pengguna menyukai dan mengomentari kiriman yang memungkinkan mereka untuk melakukan komunikasi dengan pembuat postingan.

5. Aspek – Aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial

Del Bario (dalam Taqwa, 2018) menjelaskan jika ada 4 faktor yang bisa mewujudkan intensitas kaitanya dengan media sosial yakni:

- a. Perhatian

Perhatian ialah perasaan tertarik seseorang kepada kegiatan yang yang cocok dengan apa yang diminatinya serta jelaskan perbandingan dengan kegiatan lainnya yang tidak memunculkan minat tertentu. Seseorang individu yang mempunyai rasa perhatian yang besar dalam melakukan pengaksesan media sosial yang digemari oleh karena itu seseorang tersebut bisa merasa menikmati terhadap kegiatan yang sedang dilakukan.

b. Penghayatan

Penghayatan yakni memahami dan menyerap mengenai segala informasi yang didapatkan sehingga seseorang tersebut berusaha untuk mempelajari, melakukan pengamatan, melakukan penghayatan serta melakukan penyimpanan sajian data ataupun wawasan yang didapatkan sebagai pengetahuan bagi seseorang tersebut. Seseorang tersebut bahkan akan melakukan peniruan dan juga melakukan pemberontakan terhadap apa yang telah dipelajari hingga mempengaruhi berbagai hal ataupun informasi yang didapatkan di media sosial pada kehidupan yang bersifat nyata.

c. Frekuensi

Frekuensi berhubungan dengan citraan, jumlah waktu yang dihabiskan seseorang untuk melakukan pengaksesan media sosial dengan maksud tertentu. frekuensi pemakaian disebutkan pada suatu hal yang bisa dilakukan pengukuran dengan menghitung ataupun dengan menggunakan waktu. Biasanya hal tersebut karena

orang itu terlalu menikmati dalam pemakaian media sosial, orang yang sudah menikmati media sosial tidak akan bisa lepas dari pemakaian oleh karena itu pemakaian secara terus-menerus akan terjadi pada seseorang tersebut karena sudah muncul rasa kegemaran dalam diri orang itu.

d. Durasi

durasi berhubungan dengan citraan seberapa banyak waktu yang digunakan oleh seseorang dalam melakukan pengaksesan media sosial dengan rentang waktu atau lamanya durasi itu berlangsung. durasi dari pemakai media sosial tersebut bisa dinyatakan dalam bentuk waktu seperti menit ataupun jam. ketika seorang individu sering memakai media sosial maka individu tersebut akan menjadi tidak sadar dengan waktu yang telah dihabiskan untuk menikmati media tersebut.

6. Karakteristik Penggunaan Media Sosial

Menurut Dr. Rulli Nasrullah (2015) media sosial memiliki berbagai karakter, yakni sebagai berikut :

a. Jaringan (*Network*) Antarpengguna

Jaringan (*Network*) merupakan suatu alat yang bisa melakukan hubungan di antara komputer ataupun perangkat keras yang lain. Joost Van Loon (2006) menjelaskan jika kata network merupakan suatu kata yang susah untuk dilakukan penempatan pada peta konsep, hal tersebut dikarenakan kata jaringan tidak hanya masuk

dalam aspek terminologi dalam bidang teknologi namun sudah masuk dalam aspek terminologi di bidang antropologi, sosiologi, budaya dan ilmu sosial yang lain. Dalam istilahnya selalu mengalami perkembangan hal ini dikarenakan adanya tindakan perkembangan yang ada di masyarakat sampai informasi yang mengalami perkembangan di masyarakat global. Seperti yang sudah ditekankan oleh Castells (2002), struktur organisasi yang ada di internet disusun sesuai dengan jaringan informasi yang ada, jaringan ini pada umumnya melakukan operasi sesuai dengan teknologi informasi pada mikroelektronik. *Users* atau jaringan yang dibentuk oleh para pemakai jaringan yang dilakukan mediasi oleh media teknologi seperti smartphone, komputer dan lainnya. dengan adanya karakteristik tersebut maka media sosial mampu menciptakan jaringan diantara para pemakainya. Tidak adanya kepedulian apakah para pemakai itu saling mengenali satu sama lain di dunia nyata, akan tetapi adanya media sosial bisa memberi fasilitator untuk para pemakai bisa melakukan hubungan dengan menggunakan teknologi tersebut. dengan adanya perangkat teknologi mampu membuat jaringan sosial di media sosial tercipta, internet tidak hanya menjadi alat. Akan tetapi internet juga bisa memberi dukungan terhadap terciptanya hubungan sosial di internet, nilai-nilai yang ada di dalam masyarakat secara virtual, hingga dalam suatu sosial yang bersifat online.

b. Informasi (*Information*)

Informasi yang merupakan intensitas yang utama dalam media sosial hal ini dikarenakan media sosial berbeda dengan media lain yang terdapat di internet, para pemakai media sosial melakukan kreasi terhadap representasi identitasnya, menciptakan konten serta melaksanakan hubungan sosial sesuai dengan informasi. Bisa diproduksi informasi, dipertukarkan serta dikonsumsi membuat informasi merupakan suatu hal yang mempunyai nilai sebagai wujud baru dari sifat kapitalis dikenal dengan berbagai istilah, misalnya informasi (Castells, 2004), informasi merupakan sebuah hal yang penting dalam media sosial, hal ini dikarenakan para pemakai media sosial akan mengkonsumsi informasi yang terdapat dalam media tersebut. pada umumnya, informasi merupakan suatu hal yang diproduksi serta didistribusikan untuk para pemakai. Dalam media sosial, karakter informasi bisa diketahui dalam dua hal. Yang pertama, media sosial ialah alat yang memberikan fasilitas secara online yang melakukan pekerjaan sesuai dengan informasi. Pada aspek institusi, media sosial diciptakan sesuai dengan informasi yang diberikan yang setelah itu didistribusikan dengan beberapa media yang diakses oleh para pemakai. Sedangkan dari aspek penggunaan, informasi merupakan suatu hal yang digunakan untuk saling melakukan interaksi serta menciptakan kelompok masyarakat yang berbasis pada internet.

Kedua, informasi merupakan sebuah hal yang terdapat di media sosial karena berbagai pengguna yang ingin memasuki media sosial diharuskan memberikan informasi mengenai dirinya. Data yang diunggah pengguna inilah yang akan menjadi komoditas dari sisi bisnis yang bisa diperdagangkan.

c. Arsip (*Archive*)

Untuk para pemakai media sosial merupakan suatu karakter yang memberikan penjelasan jika informasi sudah disimpan serta bisa dilakukan pengaksesan kapanpun dan juga bisa diakses menggunakan berbagai perangkat. seluruh informasi yang diupload di media tersebut, setelah diupload maka informasi tersebut akan disimpan sampai kapanpun. Untuk informasi yang sudah disimpan bisa diakses dengan mudah, dan ini termasuk salah satu kelebihan dari media sosial, sebagai teknologi baru yang bisa melakukan berbagai tugas dan tidaknya melakukan tugasnya sesuai dengan jaringan serta informasi saja, namun juga mempunyai arsip. Pada kerangka teknologi komunikasi, arsip merubah cara untuk mendapatkan, melakukan pengaksesan sampai menyimpan informasi. Adanya media sosial memberi akses yang penting untuk menyimpan sesuatu. pemakai tidak perlu lagi berhenti dalam melakukan produksi serta melakukan konsumsi terhadap informasi, namun informasi tersebut sudah menjadi bagian dari dokumen yang sudah disimpan.

d. Interaksi (*Interactivity*)

Terciptanya jaringan antar pengguna merupakan karakter pokok dari media sosial. Jaringan tidak hanya sekedar melepaskan ikatan pertemanan ataupun hubungan seseorang yang mengikuti media sosial di internet, namun perlu juga diwujudkan dengan interaksi para pemakai medianya. Pada umumnya hubungan yang terdapat di media sosial minimalnya bisa berwujud saling memberikan komentar ataupun saling memberi tanda suka yang berbentuk simbol hati pada Instagram. Tindakan ini merupakan tindakan untuk saling melakukan promosi serta berbagi perasaan kepada pengguna lain di media itu. Interaksi yang terdapat pada media sosial apa perbedaan diantara media sosial yang lama dan media sosial yang baru. David Holmes (2015) menjelaskan jika dalam media sosial yang masih lama para pemakainya merupakan masyarakat yang masih mempunyai sikap yang pasif dan tidak memahami karakter satu sama lain. Akan tetapi pada media yang baru para pemakainya bisa melakukan interaksi, bisa melakukan interaksi dengan pemakai yang lain ataupun dengan prosedur konten media. Gane dan Beer mengutip pernyataan Steven Graham (2004) yang mengatakan jika interaksi ialah suatu tindakan yang dialami oleh pemakai dan media teknologi. Adanya teknologi serta disediakannya perangkat sudah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat pada saat ini, hingga

sudah menjadi seperti apa yang dikatakan “*Digital technologies have become integral parts of our everyday lives*”.

e. Simulasi (*Simulation*) Sosial

Keunikan serta pola yang dalam berbagai kasus bisa berbeda dimiliki oleh media sosial serta tidak ditemukan pada tatanan masyarakat pada kehidupan nyata. Pemakai media sosial bisa dikenal dengan istilah warga digital (*digital citizenship*) tidak terdapat hal-hal membatasi serta adanya keterbukaan antar satu sama lain. Dalam memahami artian kata simulasi bisa diketahui dari apa yang ditulis oleh Jean Baudrillard, *Simulations and Simulacra* (1994). Baudrillard menjelaskan jika simulasi merupakan suatu kesadaran yang nyata dan menciptakan masyarakat yang realitanya mengalami pengurangan serta digantikan dengan realita yang bersifat semu. Term simulakra dipakai Baudrillard untuk memberikan gambaran mengenai realita yang terdapat di media sebuah ilusi, tidak tercermin dari kehidupan nyata, suatu pemberian tanda yang tidak lagi mewakili tanda pada awalnya namun telah menjadi tanda yang baru. Dengan adanya media sosial bisa membuat seseorang menjadi orang lain, sehingga dapat menjadi pemakai yang pada kehidupan nyatanya tidak sama dengan yang ada pada media sosialnya. Konsep ini terdapat di media sosial seperti apa yang sudah dijelaskan oleh Tim Jordan (1999) merupakan contoh awal. pada saat melakukan

interaksi dengan pemakai yang lain dengan menggunakan antarmuka (*interface*) di media tersebut, pemakai diharuskan memenuhi dua aspek, pemakai diharuskan menjalankan koneksinya pada ruangan siber. Yang selanjutnya yaitu pada saat, pada umumnya para pemakai memberikan keterbukaan pada ada identitas dirinya dan juga memberikan arahan mengenai bagaimana seseorang tersebut menjelaskan maupun mengkonstruksikan dirinya pada media virtual.

f. Konten Oleh Pengguna (*User Generated Content*)

Konten merupakan salah satu karakter dari pihak yang memiliki akun media sosial. *User Generated Content* (UGC) ialah kebudayaan yang baru pada media yang memberi kesempatan serta keluasan para pemakai dalam melakukan partisipasi. Dimana pengguna dimana pengguna sebagai produsen tetapi juga dapat menjadi konsumen konten tersebut.

g. Penyebaran (*Share/Sharing*)

media ini menciptakan berbagai konten yang dibentuk serta dilakukan pengkonsumsian oleh para pemakainya dan juga media ini bisa mendistribusikan dan dilakukan pengembangan oleh para pemakainya. penyebaran terdiri dari dua hal yakni dengan menggunakan konten dan dengan menggunakan perangkat.

7. Jenis – Jenis Penggunaan Media Sosial

Menurut Dr. Rulli Nasrullah (2015) terdapat berbagai bentuk media sosial, diantaranya nya:

a. Media Jejaring Sosial (*Social Networking*)

Media ini termasuk media jejaring sosial yang paling terkenal. Medium atau fasilitator ini termasuk fasilitas yang bisa dipakai oleh pemakai untuk melaksanakan interaksi dengan orang lain, seperti berinteraksi berupa teks, foto, gambar, dan video. Seluruh pemakai yang membentuk jaringan pertemanan, bisa terbentuk dari para pemakai yang sudah saling mengetahui satu sama lain dan juga bisa terbentuk dari para pemakai yang sering bertemu di dunia nyata ataupun menciptakan jaringan pertemanan yang baru merupakan karakter utama dari situs jejaring sosial ini.

b. Jurnal Online atau *Blog*

Blog blog ialah media sosial yang bisa digunakan oleh pemakainya untuk mengupload berbagai kegiatan yang dilakukannya sehari-hari, saling memberi komentar serta membagi tautan web lain, menginformasikan sesuatu dan lain-lain. karakter pengguna dari blog ini ialah seseorang serta konten yang dilakukan publikasi juga berhubungan dengan pemakai itu sendiri. Akan tetapi dengan berkembangnya waktu perusahaan ataupun usaha bisnis lain juga ikut melakukan pengelolaan terhadap blog *blog* (Cross, 2011). terdapat dua pembagian pada jenis media sosial yang pertama

dikategorikan sebagai *personal homepages*, yaitu pihak yang memilikinya memakai nama *domain* sendiri, misalnya .com ataupun .net, kedua dengan memakai fasilitas yang disediakan oleh halaman web blog gratis misalnya adalah wordpress dan juga blogspot.

c. Jurnal Online Sederhana atau *Microblogging*

Microblogging ialah model media sosial yang memberikan fasilitas kepada para pemakainya untuk melakukan penulisan atau melakukan publikasi terhadap kegiatan dan juga pendapat yang dimiliki penggunanya. Adanya bentuk media seperti ini menyebabkan adanya media sosial baru yaitu Twitter yang didalamnya hanya memberikan ruang yang telah ditentukan ataupun hanya bisa menulis dengan batasan maksimalnya 140 karakter. Twitter juga bisa menciptakan hubungan antara pengguna yang satu dengan pengguna yang lain, bisa pembagian informasi kepada orang lain, melakukan promosi terhadap pendapat ataupun pandangan pemakai yang lain, dan bisa melakukan pembahasan mengenai hal-hal yang sedang terjadi (*trending topic*) dengan menggunakan *tweet* maupun tanda tagar (*hashtag*).

d. *Media Sharing*

ialah bentuk media sosial yang memberikan fasilitas kepada para pemakainya untuk melakukan pembagian media, bisa berupa

dokumen, video suara, foto dan lain-lain. Diantara contohnya media sharing yaitu *YouTube, Flickr, Instagram* dan lain-lain.

e. *Social Bookmarking*

ialah media sosial yang bertugas untuk melakukan pengorganisasian, melakukan penyimpanan, melakukan pengelolaan serta mencari berbagai informasi ataupun berita secara online.

f. *Wiki*

Iyalah media sosial yang yang diprogram untuk bisa digunakan oleh pemakainya untuk melakukan kolaborasi serta untuk menciptakan konten bersama dengan yang pihak lain.

B. Harga Diri (*Self-esteem*)

1. Pengertian Harga Diri (*Self-esteem*)

Harga diri merupakan rasio terhadap nilai yang positif ataupun negatif yang dihubungkan dengan konsep diri suatu individu, hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Lerner dan Spanier (1980). Harga diri ialah pengevaluasian yang dilakukan oleh suatu individu pada dirinya dan bisa memberikan penghargaan pada dirinya sendiri.

Harga diri mempunyai dua penjelasan yang pertama yakni penjelasan yang berkaitan dengan harga diri yang bersifat akademis serta harga diri yang bersifat tidak akademis. Harga diri yang bersifat akademis ialah ketika suatu individu memiliki harga diri yang tinggi yang dikarenakan susahny seseorang tersebut pada saat sekolah

namun pada saat yang bersamaan seorang tersebut tidak mempunyai hal yang berharga dikarenakan kurang meyakinkan pada penampilan fisiknya. Sementara itu harga diri yang bersifat tidak akademis ialah ketika suatu itu mempunyai harga diri yang tinggi dikarenakan mempunyai suatu kesempurnaan dalam bidang olahraga, namun pada saat yang bersamaan orang tersebut merasa gagal dan kurang berharga dalam bidang pendidikan terutama yang berhubungan dengan kecakapan yang berbentuk verbal.

Berdasarkan berbagai penjelasan serta pernyataan sebelumnya, bisa disimpulkan jika harga diri ialah hasil pemberian nilai yang dilakukan oleh suatu individu pada dirinya yang didasarkan dalam hubungannya dengan pihak lain. Harga diri adalah hasil pemberian nilai yang dilakukan individu terhadap app.apk yang dilakukan oleh orang lain kepada ada diri individu tersebut serta memperlihatkan kan an-najah mana orang tersebut mempunyai rasa kepercayaan pada dirinya dan juga mampu berguna untuk dirinya sendiri dan juga orang lain.

2. Faktor Pembentukan Harga Diri (*Self-esteem*)

Derajat (1980) menjelaskan tiga harga diri telah tercipta saat individu tersebut pada masa kanak-kanak. harga diri atau cipta dengan tindakan yang diterima orang tersebut dari orang lain yang ada disekitarnya. Harga tidak termasuk faktor yang mempunyai sifat bawaan lahir melainkan faktor yang bisa dipahami dan dibentuk

dengan wawasan yang dimiliki seseorang. Pembantu harga diri pada seseorang bermula sejak individu tersebut memiliki wawasan serta melakukan interaksi sosial, yang dulunya didahului dengan kompetensi dalam mengadakan persepsi, hal ini merupakan pengertian harga diri yang dijelaskan oleh Mukhlis (2020).

Coopersmith (1967) menjelaskan jika pembentukan harga diri di pengaruhi beberapa faktor, yaitu :

a. Keberartian Individu

sikap berani yang terdapat pada diri seseorang dan berhubungan mengenai kepercayaan bahwa diri seseorang tersebut bisa melakukan sesuatu, mempunyai arti serta berharga sesuai dengan standar yang ada. Keberartian diri ini yang dimaksud dengan penghargaan.

b. Keberhasilan Seseorang

Keberhasilan bisa memberikan pengaruh bagi terbentuknya harga diri ialah keberhasilan yang berkaitan dengan an-naml ataupun kekuatan seseorang yang dalam mempengaruhi dan mengandalkan diri sendiri dan juga pihak lain.

c. Kekuatan Individu

Kekuatan seseorang pada peraturan, norma dan apa yang telah ditentukan dalam kehidupan bermasyarakat. apabila ketaatan seseorang terhadap sesuatu yang telah ditetapkan dalam masyarakat semakin besar maka hal tersebut akan mempengaruhi

besarnya kemampuan seseorang sehingga orang tersebut akan dijadikan panutan oleh masyarakat yang lain.

- d. Performansi Individu Yang Sesuai Dalam Mencapai Prestasi Yang di Harapkan

Jika kegagalan dialami oleh seseorang maka harga diri orang tersebut akan menjadi rendah, namun apabila kesuksesan diraih oleh seorang maka dalam diri seseorang tersebut akan membentuk suatu harga diri yang tinggi.

3. Ciri – Ciri Individu Yang Mempunyai Harga Diri Tinggi

Menurut Branden (1978) berikut ini adalah karakteristik seseorang yang mempunyai harga diri yang tinggi:

- a. bisa mengatasi setiap permasalahan yang terjadi pada hidupnya, mempunyai sikap yang tabah serta mempunyai keuletan, bisa meminimalisir kejadian gagal dalam hidup, serta keputusan.
- b. Mempunyai sikap yang ambisius
- c. Mempunyai sikap yang kreatif dalam menjalankan pekerjaan sehingga hal tersebut bisa memberikan keberhasilan dalam setiap apa yang dikerjakan.
- d. dalam membina hubungan interpersonal lebih mempunyai kemungkinan yang lebih besar serta bisa terlihat lebih senang dalam memahami segala realita yang ada.

Seseorang yang mempunyai kesehatan dalam harga dirinya ialah individu yang bisa mengenali dirinya sendiri dengan berbagai

keterbatasan yang dimilikinya, tidak mempunyai perasaan malu mengenai setiap keterbatasan yang dimiliki, mengatasi keterbatasan tersebut merupakan realita yang tidak membatasi suatu hal, serta menganggap bahwa keterbatasannya itu merupakan suatu hal yang bisa digunakan ya untuk melakukan perkembangan, penjelasan ini merupakan penjelasan yang dikemukakan oleh Berne dan Savary (1994). Dengan mempunyai kesehatan pada harga dirinya maka seorang tersebut bisa melihat bahwa dirinya itu berharga serta mempunyai kemampuan, serta dipenuhi dengan rasa kasih sayang. Orang yang menganggap bahwa dirinya itu rendah mempunyai tampilan yang negatif dalam dirinya, tidak mengenali dirinya sendiri oleh karena itu bisa menjadikan halangan dalam diri orang tersebut, sehingga munculnya perasaan bahwa jika ia melakukan segala sesuatu pasti tidak akan berhasil.

sesuai dengan penjelasan yang telah dipaparkan di atas bisa diambil kesimpulan Jika harga diri bisa memunculkan dampak dalam diri seseorang tersebut lingkungannya. jika seseorang mempunyai harga diri yang tinggi maka akan cenderung membawa dampak yang baik. Akan tetapi jika seseorang mempunyai harga diri maka cenderung memunculkan dampak yang kurang baik dan tidak memberikan keuntungan bagi dirinya sendiri.

4. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Harga Diri

Berbagai faktor yang bisa memberikan pengaruh bagi harga diri yaitu:

a. Faktor Jenis Kelamin

Seorang perempuan selalu beranggapan bahwa pria mempunyai harga diri yang tinggi daripada dirinya, hal ini menunjukkan sikap yang kurang mampu serta tidak adanya rasa percaya pada diri sendiri dan adanya perasaan bahwa dirinya harus dilindungi, penjelasan ini merupakan penjelasan yang diungkapkan oleh Ancok dkk (1988). Dalam kajian yang dilakukan oleh Coopersmith (1967) berpendapat Jika harga diri seorang pria lebih tinggi daripada harga diri seorang wanita.

b. Faktor Intelegensi

seseorang yang memiliki harga diri yang tinggi maka orang tersebut akan mendapatkan prestasi dalam bidang akademik yang baik namun apabila seseorang mempunyai harga diri yang rendah maka orang tersebut akan mendapatkan nilai akademik yang kurang baik juga, hal ini merupakan pendapat yang diungkapkan oleh Coopersmith (1967). Seseorang yang memiliki tingkat harga diri yang tinggi akan makan mempunyai aspek intelegensi yang tinggi juga, adanya kebaikan dalam taraf aspirasinya serta seseorang dengantingkat harga diri yang tinggi akan selalu mengusahakan sesuatu secara maksimal.

c. Faktor Kondisi Fisik

Adanya temuan yang menunjukkan jika terdapat hubungan yang stabil diantara daya tarik fisik dengan tinggi tubuh seseorang dengan harga diri. seseorang yang mempunyai fisik yang bagus akan cenderung mempunyai harga diri yang baik dibandingkan dengan seseorang yang mempunyai kondisi yang kurang baik, hal ini merupakan pendapat yang diungkapkan oleh Coopersmith (1967).

d. Faktor Lingkungan Keluarga

Dalam keluarga, orang tua merupakan pihak pertama yang melakukan tindakan mendidik pada seorang anak, dan pihak orang tua lah yang membesarkan kan dan juga yang membangun pondasi untuk sang anak tersebut dalam melakukan tindakan sosialisasi pada lingkungan sekitarnya. Coopersmith (1967) beranggapan jika tindakan yang adil, memberi keaktifan pada ada anak serta melakukan pendidikan secara demokrasi akan membuat anak memperoleh harga diri yang tinggi pada dirinya. Savari (1994) menjelaskan jika keluarga mempunyai peran yang besar dalam menentukan tumbuh kembang harga diri seorang anak. Orang tua yang selalu memberikan hukuman serta melarang tanpa memberikan alasan yang jelas bisa menyebabkan seorang anak mempunyai perasaan bahwa dirinya tidak berharga.

e. Faktor Lingkungan Sosial

Klass dan Hodge (1978) memberikan penjelasan jika dalam membentuk harga diri seseorang diawali dari seorang individu tersebut sadar akan berharga atau tidak dirinya. terdapat berbagai perubahan dalam diri seseorang yang bisa dilakukan penjelasan dengan berbagai konsep kesuksesan nilai, aspirasi, hal ini merupakan pendapat yang dijelaskan oleh Coopersmith (1967). Brandon (1981) jelaskan jika terdapat aspek-aspek yang bisa memberikan pengaruh pada lingkungan pekerjaan yaitu sebuah pekerjaan misalnya rasa puas yang dirasakan pada saat melakukan pekerjaan, hasil yang didapatkan pada saat melakukan pekerjaan, penghargaan yang diterima dari orang lain jabatan atau pangkat yang dinaikkan oleh atasan.

5. Aspek – Aspek Harga Diri

Coopersmith (1967) menjelaskan jika terdapat berbagai hal yang terkandung pada harga diri, yakni:

a. Perasaan Berharga

Perasaan ini adalah perasaan yang muncul pada diri seseorang pada saat seseorang tersebut merasakan berharga serta bisa memberikan penghargaan pada ada individu yang lain. Seseorang yang merasakan bahwa dirinya itu berharga maka seseorang tersebut lebih bisa melakukan kontrol terhadap setiap perbuatannya pada dunia di luar diri individu tersebut. Di sisi lain seseorang

tersebut juga bisa mengeluarkan ekspresi pada dirinya dengan baik serta bisa menerima terhadap kritik atau saran yang diberikan oleh orang lain.

b. Perasaan Mampu

Perasaan ini adalah suatu perasaan yang dimiliki oleh setiap orang pada saat dalam dirinya muncul perasaan tidak bisa mendapatkan sebuah hasil yang sesuai dengan harapannya. Seseorang yang mempunyai perasaan tersebut biasanya mempunyai nilai serta sikap yang demokratis serta selalu berorientasi pada hal-hal yang bersifat realistis. Seseorang tersebut lebih suka pekerjaan yang baru yang terdapat tantangan di dalamnya, serta tidak mudah bingung apabila yang orang tersebut kerjakan berjalan di luar rencananya. Tidak adanya anggapan bahwa dirinya itu sempurna namun mereka sadar jika mempunyai keterbatasan pada dirinya serta mereka selalu berusaha supaya mendapatkan perubahan pada diri mereka.

c. Perasaan Diterima

Perasaan ini ialah suatu perasaan yang dimiliki seseorang pada saat dirinya bisa diterima di masyarakat sebagai dirinya sendiri. Pada saat individu berada di sebuah lingkungan dan dirinya diperlakukan sebagai bagian dari masyarakat itu maka akan muncul perasaan pada dirinya jika dirinya diterima dan dihargai dengan baik oleh orang lain.

6. Karakteristik Harga Diri

Coopersmith (2008) mengatakan jika ciri-ciri seseorang jika dilihat dari tingkat harga dirinya, yakni:

- a. Harga diri yang positif
 1. Adanya anggapan bahwa dirinya merupakan orang yang mempunyai harga diri serta dia harus bisa menghargai orang lain juga.
 2. Bisa melakukan pengontrolan pada dirinya dalam melakukan berbagai kegiatan serta kritik dan saran bisa diterima dengan baik.
 3. Lebih suka pekerjaan baru karena adanya tantangan dan juga tidak mudah menyerah apabila suatu hal berjalan tidak sesuai dengan apa yang sudah direncanakan.
 4. Mempunyai prestasi yang baik pada aspek akademik serta bisa melakukan ekspresi pada dirinya salah benar.
 5. Tidak adanya anggapan bahwa kesempurnaan ada pada dirinya serta bisa memahami bahwa terdapat keterbatasan pada dirinya dan juga adanya harapan bisa terus berkembang.
 6. Mampu bersikap demokratis dan juga berorientasi pada hal-hal yang bersifat nyata.
 7. Adanya perasaan bahagia serta bisa melakukan suatu tuntutan lingkungan secara efektif.

b. Harga diri yang negatif

1. adanya anggapan dalam dirinya bahwa dirinya termasuk orang yang tidak mempunyai harga diri dan tidak memiliki arti, oleh karena itu orang yang mempunyai sikap seperti ini akan merasakan karena khawatir akan mengalami kegagalan.
2. Susah dalam melakukan kontrol dalam dirinya pada setiap perbuatan serta tingkah laku pada dunia luar dan adanya perasaan kurang mampu untuk melakukan penerimaan terhadap saran dan juga kritikan yang diberikan oleh orang lain.
3. Adanya rasa tidak suka terhadap kegiatan ataupun tugas yang baru pada dirinya, oleh karena itu individu dengan seperti ini akan lebih susah untuk dirinya dalam menyesuaikan diri dengan segala hal yang hasilnya dirasa belum jelas.
4. Dalam dirinya tidak terdapat rasa keyakinan atas segala kemampuannya, oleh karena itu orang dengan an³ seperti ini ini orang berhasil pada aspek prestasi akademik serta dalam pengekspresian dirinya termasuk tidak baik.
5. adanya anggapan bahwa dirinya merupakan individu yang tidak sempurna dan setiap hal yang dikerjakan akan selalu memperoleh hasil yang tidak baik, perubahan yang terjadi dalam dirinya juga tidak bisa diterima dengan baik.
6. Tidak mempunyai sikap yang demokrasi dan juga kurang berorientasi pada hal-hal yang realistis.

7. Adanya perasaan cemas serta selalu timbul keraguan dalam dirinya pada saat menghadapi tuntutan yang ada.

C. Remaja di Pekanbaru

1. Pengertian Remaja

Menurut Harlock (1992) remaja merupakan suatu istilah yang berasal dari bahasa latin yaitu *adolensence* yang Permana tumbuh ataupun berkembang kearah yang lebih dewasa. *Adolensence* memiliki makna yang lebih besar yang mana didalamnya mengandung arti matangnya suatu mental, fisik serta emosional. Remaja merupakan masa yang paling sederhana karena tidak berlakunya aturan. Masa remaja juga ialah sebuah waktu pada rentang hidup seseorang yang memisahkan antara masa anak-anak dengan masa dewasa.

Menurut Latifah (2008) remaja ialah sebuah masa peralihan dari masa anak-anak menuju masa dewasa, perkembangan biologis, berkembangnya fisik, moral dan sosial merupakan tanda dari peralihan ini. Dalam masa peralihan ini, dalam diri remaja akan mempunyai minat tertentu misalnya minat dalam berpenampilan yang menarik, adanya usaha untuk bisa tampil menarik supaya bisa memperoleh pengakuan dan juga bisa menciptakan daya tarik tersendiri.

Penampilan seorang remaja terutama pada saat dirinya berada di sekitar teman-temannya adalah indikasi yang kuat dari keinginan seseorang untuk bersosialisasi hal ini merupakan pendapat yang dikemukakan oleh Santrock (1980). pada masa remaja seseorang akan

memiliki penghargaan yang berlebih pada kehidupannya serta mereka akan merasakan kakak salam apabila melihat orang lain yang lebih sukses, lebih menarik dan lebih pintar daripada dirinya, hal ini merupakan pendapat yang dikemukakan oleh Halgin & Whitbourne (2010).

2. Ciri – Ciri Remaja

Menurut Harlock (1991) remaja diatur dalam kehidupan manusia merupakan hal yang penting, dan pada kehidupan manusia periode remaja memiliki ciri-ciri yang khas yang membuatnya beda dengan masa-masa sebelum setelahnya. Periode remaja adalah suatu periode yang didalamnya terdapat masa-masa yang sulit yang biasa dirasakan oleh seluruh remaja ataupun orangtua, ciri-ciri dari remaja tersebut ialah :

- a. Masa remaja ialah masa yang penting. setiap perubahan yang terjadi pada masa remaja akan memberi efek secara langsung pada seseorang tersebut dan akan memberikan pengaruh bagi perkembangan berikutnya.
- b. Masa remaja termasuk masa transisi. dengan adanya fenomena ini maka seseorang akan melakukan percobaan terhadap berbagai gaya hidup yang terdapat perbedaan antara satu dan yang lainnya. Masa ini merupakan masa penentuan terhadap tingkah laku serta sifat seseorang.

- c. Periode remaja adalah masa berubah. Yakni rubah dalam emosi yang dimiliki, berubah dalam bentuk fisik, berubah dalam minat terhadap sesuatu serta adanya perubahan dalam nilai-nilai yang dianutnya, dan adanya kebebasan yang diinginkan.
- d. Periode remaja ialah masa pencarian jati diri. Hal ini bermakna mencari identitas disini ialah suatu tindakan yang dilakukan untuk memberikan penjelasan mengenai dirinya serta apa pengaruhnya atau perannya pada lingkungan masyarakat.
- e. Periode remaja ialah masa dimana ketakutan bisa muncul. individu cenderung berperilaku yang kurang baik dan susah diatur oleh orang tua.
- f. Periode remaja ialah masa yang tidak realistis. Adanya kecenderungan pandangan pada remaja mengenai kehidupan individu lain lebih Bahagia dibandingkan dengan kehidupan dirinya sendiri sebagaimana adanya.
- g. Periode remaja ialah masa batas dari usia dewasa. pada masa ini remaja akan merasa bingung pada setiap usaha untuk meninggalkan kegiatan yang biasanya dilakukan pada usia sebelumnya. Remaja cenderung menunjukkan kepada orangtua jika mereka telah dewasa, membuktikannya dengan melakukan berbagai tindakan seperti merokok, meminum minuman yang beralkohol, bahkan sampai mengkonsumsi obat yang terlarang.

Menurut Sidik Jatmika (2003) kesulitan pada masa remaja berawal dari tindakan yang dilakukan pada masa remaja dengan berbagai ciri-ciri tindakan, seperti:

- a. Seseorang pada masa ini akan mengungkapkan pendapatnya secara bebas karena seseorang tersebut menganggap bahwa ini adalah haknya.
- b. Teman-temannya lebih gampang dalam memberikan pengaruh pada seorang individu daripada orangtua atau keluarga dekatnya.
- c. Perubahan fisik yang luar biasa akan dialami oleh remaja, bisa berubah pertumbuhannya ataupun tingkat seksnya.
- d. Perasaan terlalu percaya diri biasanya sering dialami oleh masa-masa seperti ini

3. Karakteristik Pertumbuhan dan Perkembangan Pada Remaja

Adapun karakteristik perkembangan yang alami oleh seseorang pada masa remaja, ialah :

a. Perkembangan Fisik

Pada masa remaja pertama, kisaran umur 11 sampai 14 tahun, dalam masa ini ciri remaja mulai muncul misalnya payudara pada perempuan serta testis membesar pada remaja laki-laki dan juga adanya rambut yang tumbuh pada area ketiak. Ciri-ciri dari seks yang bersifat sekunder ini akan dicapai oleh seorang remaja yang berusia kisaran 14 sampai 17 tahun serta dalam tahap remaja akhir

dengan usia kisaran 17 sampai 20 tahun remaja Jika ditinjau dari fisik sudah matang.

b. Kemampuan Berfikir

Dalam usia tahapan awal, remaja akan melakukan pencarian terhadap energi baru serta melakukan perbandingan dengan teman-temannya yang mempunyai kesamaan dalam jenis kelamin. Namun pada usia remaja tahapan akhir, seseorang pada usia ini akan bisa memberikan pandangannya terhadap permasalahan yang terjadi secara komprehensif dengan menggunakan intelektual yang dimiliki.

c. Identitas

Dalam tahapan remaja awal, adanya rasa tertarik pada temannya yang lain diperlihatkan dengan adanya tindakan menerima ataupun menolak. remaja melakukan percobaan untuk membagi perannya, melakukan perubahan pada citra dirinya, kecintaan terhadap diri sendiri mengalami peningkatan, memiliki fantasi yang banyak mengenai kehidupan, serta idealitas. Sedangkan pada tahap remaja akhir, stabilnya harga diri serta penjelasan mengenai Citra tubuh dan hampir menatapnya peran gender.

d. Hubungan Dengan Orang tua

salah satu ciri yang dimiliki oleh remaja tahapan awal yaitu adanya keinginan yang besar untuk melakukan ketergantungan pada orang tua, lalu remaja pada tahapan pertengahan mengalami

permasalahan yang utama mengenai kemandirian dan kontrol sedangkan perpisahan emosi serta fisiki dengan orang tua bisa dilakukan dengan adanya konflik yang sedikit pada saat remaja pada tahapan akhir.

e. Hubungan Dengan Teman Sebaya

Pertemanan yang dilakukan dengan berdasarkan jenis kelamin yang sama merupakan ciri dari remaja pada tahap awal dan pertengahan, di sisi lain seseorang dengan aja tahapan ini mulai melakukan eksplorasi terhadap kompetensi yang dimilikinya untuk bisa menarik perhatian lawan jenisnya. Para remaja akan melakukan perjuangan untuk masuk ke dalam suatu kelompok harus memiliki perilaku yang sesuai standar yang diciptakan oleh kelompok sebaya, apabila memenuhi standar maka dapat diterima oleh kelompok tersebut. Sedangkan tahap akhir pada remaja, hal kepentingan dalam kelompok sebaya mulai mengalami pengurangan. Seseorang dengan tahapan ini akan mencoba menjalin hubungan dengan lawan jenisnya.

4. Tugas – Tugas Masa Remaja

Perkembangan yang terjadi di masa remaja dititik beratkan pada tindakan untuk meninggalkan hal-hal yang berbau kekanak-kanakan supaya bisa berperilaku layaknya orang yang sudah dewasa. Menurut Elizabet B. Hurlock (1997) dalam perkembangan usia remaja terdapat berbagai tugas yang harus dilakukan, yaitu :

- a. Keadaan fisik bisa diterima dengan baik
- b. Pengaruh seks usia dewasa bisa diterima dan dipahami dengan baik
- c. Hubungan yang baik bisa dibina di antara anggota kelompoknya dengan lawan jenis.
- d. Bisa mandiri dalam aspek emosional
- e. Berperilaku mandiri terhadap aspek ekonomi
- f. Melakukan perkembangan terhadap keterampilan intelektual karena hal ini sangat dibutuhkan untuk melaksanakan pengaruh sebagai anggota dari masyarakat
- g. Nilai-nilai orang dewasa dan orang tua bisa diinternalisasikan dengan baik
- h. Pada masa dewasa diharuskan bisa berperilaku tanggung jawab terhadap segala apa yang telah dikerjakan
- i. Menyiapkan diri untuk menuju perkawinan
- j. Melakukan persiapan diri terhadap seluruh tanggung jawab yang ada pada keluarga

Menurut Erikson, remaja mempunyai tugas utama yakni melakukan pemecahan terhadap krisis identitas atas kebingungan yang terjadi pada seseorang, untuk bisa menjadi seseorang yang mempunyai sikap dewasa maka dituntut untuk mempunyai pemahaman yang baik serta bisa memberikan pemahaman mengenai pengaruh dari nilai-nilai pada kehidupan bermasyarakat. Pada masa remaja, jarang diatasi apabila terjadi krisis identitas.

Maka bisa diambil kesimpulan jika remaja memiliki berbagai tugas dalam perkembangan yang seharusnya bisa dicapai oleh para remaja dalam menjalankan kehidupan yang dimilikinya, oleh karena itu seorang remaja tersebut kelak dapat beranjak menjadi orang dewasa yang mampu mengerjakan dan menyelesaikan permasalahan dan tugas dari kehidupannya.

5. Tahap Perkembangan Remaja

Terdapat 3 tahap perkembangan remaja dalam proses penyesuaian diri menuju dewasa yang disampaikan oleh Sarwono (2006), yaitu :

a) Remaja Awal (*Early Adolescence*)

Pada tahap ini remaja berusia 10-12 tahun masih bingung akan perubahan-perubahan yang terjadi pada tubuhnya sendiri dan dorongan-dorongan yang menyertai perubahan-perubahannya. Mereka mengembangkan pikiran-pikiran yang baru dan mulai tertarik pada lawan jenis.

b) Remaja Madya (*Middle Adolescence*)

Pada tahap ini remaja berusia 13-15 tahun sangat membutuhkan teman-teman. Mereka akan bahagia ketika banyak teman yang menyukainya. Adanya kecenderungan “*narastic*”, yaitu mencintai diri sendiri, dengan menyukai teman-teman yang mempunyai sifat-sifat yang sama dengan dirinya. Selain itu juga, mereka biasanya berada dalam kondisi kebingungan karena tidak

tahu harus memilih yang mana, peka atau tidak peduli, ramai-ramai atau sendiri, optimis atau pesimis, idealis atau materialis, dan sebagainya.

c) Remaja Akhir (*Late Adolescence*)

Tahap ini remaja usia 16-19 tahun ialah masa konsolidasi menuju periode dewasa dan ditandai dengan pencapaian hal berikut ini :

1. Minat yang makin mantap terhadap fungsi-fungsi intelek.
2. Egonya mencari kesempatan untuk bersatu dengan orang-orang lain dengan pengalaman-pengalaman baru.
3. Terbentuk identitas seksual yang tidak akan berubah lagi.
4. *Egosentrisme* (terlalu memusatkan perhatian pada diri sendiri) diganti dengan keseimbangan antara kepentingan diri sendiri dengan orang lain.
5. Tumbuh “dinding” yang memisahkan diri pribadinya (*private self*) dan masyarakat umum (*the public*).

D. Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Harga Diri

Pada kajian yang dilakukan oleh Anh Phung (2015) terdapat dua kemungkinan cara penggunaan media sosial dapat mempengaruhi harga diri seseorang. Pertama menurut sebuah studi yang dilakukan oleh Amy L. Gonzales dan Jeffrey T. Hancock, Facebook membantu memperkuat tingkat harga diri siswa. Mereka menjelaskan dalam studinya bahwa ketika orang

memposting sesuatu di profil mereka, mereka memiliki kesempatan untuk menyaring informasi negatif yang mereka tidak ingin ungkapkan di media sosial, dan hanya mempublikasikan informasi yang mereka anggap positif. Dengan melakukan ini, orang dapat membangun citra ideal tentang diri mereka sendiri secara online, yang akibatnya meningkatkan tingkat harga diri mereka (Gonzales dan Hancock, 2011). Di sisi lain, studi yang dilakukan The University of Gothenburg di Swedia, yang mensurvei 335 pria dan 676 wanita, menghasilkan kesimpulan berbeda. Studi tersebut menemukan bahwa terdapat hubungan negatif antara penggunaan Facebook dan harga diri. Salah satu penjelasan yang mungkin adalah bahwa karena media sosial telah mempermudah orang untuk melihat sekilas kehidupan pribadi orang lain, tidak dapat dihindari bahwa penggunaannya akan membandingkan diri mereka sendiri dengan koneksi mereka di Internet. Perbandingan ini sering kali menarik perhatian orang pada keterbatasannya sendiri, sehingga menurunkan rasa percaya diri (Angie Zuo, 2014). Studi tersebut sama dengan pernyataan dari kajian yang dilaksanakan oleh Kristine Raymer (2015) yang mengatakan bahwa penggunaan *facebook* yang sering tidak berdampak negatif pada tingkat harga diri. Namun kajian terdahulu memperlihatkan jika penggunaan media sosial yang sering, memiliki efek langsung pada tingkat harga diri karena paparan berlebihan, komunikasi yang berlebihan, dan perbandingan sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Keith Wilcox dan Andrew T. Stephen yang berjudul "*Are Close Friends the Enemy? Online Social Networks, Self-Esteem and Self-Control*" mereka memiliki pandangan yang sedikit berbeda

tentang efek media sosial pada harga diri seseorang. Dalam eksperimen mereka, Wilcox dan Stephen menunjukkan bahwa media sosial meningkatkan harga diri pengguna yang memfokuskan perhatian mereka pada teman dekat (ikatan yang kuat). Mereka menjelaskan bahwa ketika orang memposting informasi tentang diri mereka secara *online*, mereka lebih memperhatikan bagaimana teman dekat mereka menerima informasi mereka. Lebih lanjut, Wilcox dan Stephen menemukan bahwa peningkatan harga diri karena penggunaan media sosial juga mempengaruhi pengendalian diri. Meskipun dalam banyak kasus, harga diri yang tinggi mendorong perilaku sosial yang lebih positif (Bushman dan Baumeister, 1998), Wilcox dan Stephen berpendapat bahwa peningkatan harga diri dikaitkan dengan perilaku yang lebih impulsif.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Frensen Salim, et all (2017) sebuah studi yang dilakukan oleh Buglass, Binder, Betts dan Underwood (2016) menemukan bahwa efek penggunaan media sosial dan penurunan harga diri itu dipengaruhi oleh *Fear of Missing Out (FOMO)*. *Fear of Missing Out* diartikan sebagai perasaan tidak nyaman atau bahkan perasaan kehilangan yang timbul karena mengetahui apa yang dilakukan teman, dan merasa teman lebih baik dari dirinya sendiri (Abel, Buff, & Burr, 2016).

E. Hipotesis

Berdasarkan fenomena diatas, maka hipotesis ada kajian ini “Ada Hubungan antara Harga Diri dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram pada Remaja di Kota Pekanbaru”.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan sebuah atribut, sifat atau nilai dari seseorang. Objek maupun tindakan yang memiliki berbagai variasi yang ditentukan oleh pihak yang meneliti untuk dilakukan penelitian dan setelah itu bisa diambil suatu kesimpulan (Sugiyono,2009). Sebagaimana tujuan yang telah ditentukan pada kajian ini, oleh karena itu variabel dalam kajian ini ialah:

Variabel Terikat (X) : Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Variabel Bebas (Y) : Harga Diri

B. Desfinisi Operasional Variabel

1. Intensitas Penggunaan Media Sosial

Intensitas penggunaan media sosial merupakan suatu aktivitas yang dilakukan seorang individu berhubungan dengan perasaan yang akan dilaksanakan secara terus-menerus. Intensitas juga ialah kegiatan seseorang individu yang *intens*, yang maksud dari tindakan ataupun aktivitas yang memberi kepuasan maupun kebahagiaan pada seseorang yang melaksanakannya, oleh karena itu seorang tersebut cenderung berulang-ulang melakukan kegiatan menggunakan media sosial.

2. Harga Diri

Harga diri ialah pemberian nilai yang dilaksanakan oleh pihak lain pada diri seorang individu maupun tindakan yang orang lain lakukan pada dirinya dan menunjukkan seberapa jauh seseorang tersebut mempunyai rasa percaya diri dan merasa mampu berhasil dan berguna.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi ialah keseluruhan dari individu yang memiliki kesamaan dalam karakteristik, yang sesudahnya dikenai pengelompokan dari hasil kajian. Populasi ialah sebuah istilah yang diambil dari bahasa Inggris yaitu *population* yang bermakna total keseluruhan dari penduduk suatu daerah. Menurut Bungin (2012) pada metode kuantitatif, populasi dipakai untuk menentukan kelompok objek yang akan dipakai dalam suatu kajian. Oleh karena itu, populasi ialah jumlah keseluruhan dari objek yang akan dipakai dalam suatu kajian, objek ini bisa berupa berbagai hal, maka suatu objek bisa dijadikan sebagai sumber data yang bisa dipakai untuk meneliti sesuatu. remaja yang mempunyai usia 15 sampai 19 tahun yang berada di kota Pekanbaru merupakan populasi yang dipakai di dalam penelitian ini. Jumlah remaja laki-lakinya yaitu 48.825 sudahkah remaja yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 50.516. Maka jumlah populasi yang digunakan didalam penelitian ini ialah sebanyak 99.341 orang.

2. Sampel Penelitian

Sampel ialah bagian dari keseluruhan populasi yang bisa mewakili keseluruhan jumlah populasi yang ada. Apabila jumlah populasi terlalu banyak dan pihak yang akan melakukan penelitian tidak bisa mempelajari satu per satu dari seluruh populasi yang ada oleh karena itu peneliti bisa memakai sampel yang didapatkan dari populasi tersebut (Sugiyono, 2014).

Pada kajian ini cara untuk mengambil sampelnya yaitu menggunakan teknik *accidental sampling*. Menurut Nawawi (2001) *accidental sampling* ialah metode pengambilan sampel dengan cara sampel tersebut tidak ditentukan sebelumnya akan tetapi langsung dikumpulkan dari setiap unit yang ditemukannya, dan apabila jumlah sampelnya sudah memenuhi maka pengumpulan datanya diberhentikan.

Accidental sampling juga merupakan teknik penentuan sampel dengan cara kebetulan, jenis objek yang tidak sengaja bertemu dengan pihak yang meneliti bisa dijadikan sebagai sampel dalam penelitiannya, apabila subjek tersebut dianggap sesuai dengan sumber datanya. Sampel yang dipakai pada kajian ini adalah 105 orang remaja di kota Pekanbaru.

D. Metode Pengumpulan Data

Menurut Bungin (2012) metode pengumpulan data ialah suatu alat yang dipakai untuk mengumpulkan data yang bisa dipakai untuk

memberikan penentuan terhadap sukses atau tidaknya sebuah kajian. Sedangkan menurut Azwar (2011) pengumpulan data ialah sebuah tindakan yang dilaksanakan untuk mengumpulkan data yang bersifat primer maupun sekunder.

Cara dalam mengumpulkan data dalam tindakan kajian bertujuan untuk mengungkapkan berbagai fakta tentang variabel yang sedang dilakukan penelitian. metode pengumpulan data yang dipakai dalam kajian ini adalah metode kuantitatif dengan memakai alat ukur psikologi yakni skala serta kuesioner. Menurut Azwar (2011) skala Riana sebuah tindakan yang dilakukan untuk memperoleh informasi atau data dengan memberikan berbagai pertanyaan ataupun pernyataan yang bersifat tertulis kepada pihak yang diteliti, dari berbagai objek yang ada pada sampel penelitian ini diharapkan bisa mengisi berbagai alat ukur tersebut dengan lengkap.

1. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Dalam penelitian ini, intensitas pemakaian media sosial Instagram akan dilakukan pengukuran menggunakan kan skala intensitas pemakaian media sosial yang telah di modifikasi dari penelitian sebelumnya yaitu penelitian Taqwa (2018) dengan validitas 0,093 – 0,750 dan reliabilitas 0,820 yang terdapat empat aspek yang membentuk intensitas kaitannya dengan media sosial, yaitu: perhatian, penghayatan, frekuensi, dan durasi.

Skala intensitas pemakaian media sosial Instagram pada kajian ini dibuat dalam bentuk pernyataan yang memberikan dukungan ataupun *favorable* dan dan yang tidak memberikan dukungan atau *unfavorable* dengan empat alternatif jawaban yang telah disediakan, penyediaan alternatif ini dilakukan supaya bisa menghindari subjek yang cenderung tidak memberi jawaban. Pada tindakannya, partisipan diminta untuk melakukan pemilihan terhadap jawaban alternatif yang sudah disediakan dalam skala Likert yaitu Sangat Setuju (SS) diberikan nilai 4, Setuju (S) diberikan nilai 3, Tidak Setuju (TS) diberikan nilai 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberikan nilai 1, sedangkan untuk pertanyaan *unfavorable* pada alternatif jawaban sebagai berikut : Sangat Setuju (SS) diberikan nilai 1, Setuju (S) diberikan nilai 2, Tidak Setuju (TS) diberikan nilai 3, Sangat Tidak Setuju (STS) diberikan nilai 4. Total dari keseluruhan pertanyaan dalam kesenian yaitu 26 poin. Item yang telah disediakan bisa diketahui dalam tabel 3.1 berikut ini :

Tabel 3.1.

Blue Print Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Sebelum Try Out

No	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Perhatian	Ketertarikan individu akan aktivitas yang diminatinya	1, 2	13, 14	4
		Konsentrasi tinggi individu pada saat mengakses Instagram	3, 4	15, 16	4

		Menikmati aktivitas mengakses Instagram	5, 6	17, 18	4
2	Penghayatan	Suka meniru hal atau informasi yang ada di Instagram	7, 8	19, 20	4
		Suka mempraktekkan hal atau informasi yang terdapat di Instagram	9, 10	21, 22	4
		Mudah terpengaruh hal atau informasi yang terdapat di Instagram	11, 12	23, 24	4
3	Frekuensi	Seberapa sering individu mengakses media sosial	-	25	1
4	Durasi	Seberapa lama individu mengakses media sosial dengan rentang waktu atau lamanya durasi itu berlangsung	-	26	1
Total			12	14	26

2. Skala Harga Diri

Skala yang digunakan berguna untuk dapat menunjukkan tinggi rendahnya skor skala harga diri. Skala ini disusun sendiri oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek harga diri yang dikemukakan oleh Coopersmith (1967). Adapun aspek-aspek yang diukur dalam skala harga diri adalah: perasaan berharga, perasaan mampu, dan perasaan diterima.

Skala harga diri pada kajian ini tersusun dari pertanyaan yang memberikan dukungan atau *favorable* dan yang tidak memberikan dukungan *unfavorable* dengan membuat jawaban alternatif yang

berjumlah 4, untuk menghindari adanya subjektivitas yang yang mempunyai kecenderungan tidak memberi jawaban maka disediakan alternatif jawaban ini. Para partisipan diminta untuk melakukan pemilihan terhadap jawaban alternatif *favorable* yang sesuai dan tepat dalam skala Likert yaitu Sangat Setuju (SS) diberikan nilai 4, Setuju (S) diberikan nilai 3, Tidak Setuju (TS) diberikan nilai 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberikan nilai 1, sedangkan untuk pertanyaan *unfavorable* pada alternatif jawaban sebagai berikut : Sangat Setuju (SS) diberikan nilai 1, Setuju (S) diberikan nilai 2, Tidak Setuju (TS) diberikan nilai 3, Sangat Tidak Setuju (STS) diberikan nilai 4. Item dalam angket ini berjumlah sebanyak 64 pertanyaan. Berikut ini adalah berbagai item yang dipakai dalam kajian ini yang berbentuk pertanyaan-pertanyaan serta pilihan jawaban yang telah disediakan bisa dilihat dalam tabel 3.2 dibawah ini :

Tabel 3.2.

Blue Print Skala Harga Diri Sebelum Try Out

No	Aspek	Indikator	Item		Jumlah
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Perasaan Berharga	Merasa dirinya berharga	1, 2, 3, 4	33, 34, 35, 36	8
		Mampu menghargai orang lain	5, 6	37, 38	4
		Mampu mengontrol tindakan-tindakan terhadap dunia diluar dirinya	7, 8, 9	39, 40, 41	6
		Mampu mengeksperikan diri	10, 11, 12, 13	42, 43, 44, 45	8

		Menerima kritikan dengan baik	14, 15, 16	46, 47, 48	6
2	Perasaan Mampu	Mampu mencapai suatu hasil yang diharapkan	17, 18	49, 50	4
		Memiliki nilai-nilai yang positif	19, 20	51, 52	4
		Memiliki sikap yang demokratis	21, 22	53, 54	4
		Menyukai tugas-tugas baru yang menantang	23	55	2
		Tidak cepat bingung bila segala sesuatu berjalan diluar rencana	24, 25, 26	56, 57, 58	6
		Tidak menganggap dirinya sempurna	27	59	2
		Memiliki kesadaran akan keterbatasan dirinya	28	60	2
		Berusaha agar ada perubahan dalam dirinya	29, 30	61, 62	4
3	Perasaan Diterima	Bahagia dan efektif menghadapi tuntutan dari lingkungan	31, 32	63, 64	4
Total			32	32	64

E. Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Azwar (2012) validitas adalah ketepatan dan kecermatan skala dalam menjalankan fungsi ukurannya. Sejauh mana skala itu mampu mengukur atribut yang dirancang untuk mengukurnya. Skala yang hanya mampu mengungkap sebagian dari atribut yang seharusnya atau justru mengukur atribut lain, dikatakan sebagai skala yang tidak valid. Validitas

sangat erat berkaitan dengan tujuan ukur, maka setiap skala hanya dapat menghasilkan data yang valid untuk satu tujuan ukur pula.

Pada penelitian validitas ini validitas yang digunakan adalah validitas isi, yaitu relevansi aitem dengan indikator keprilakuan dan dengan tujuan ukur sebenarnya sudah dapat dievaluasi lewat nalar dan akal sehat (*common sense*) yang mampu menilai apakah isi skala memang mendukung kontrak teoritik yang diukur (Azwar, 2012). Dalam penelitian ini menggunakan uji validitas isi yang ditentukan oleh *expert judgement*.

2. Uji Reliabilitas

Salah satu ciri instrument ukur yang berkualitas baik adalah reliabel, yaitu mampu menghasilkan skor yang cermat dengan eror pengukuran kecil. Menurut Azwar (2012) reliabilitas mengacu kepada kepercayaan atau konsistensi hasil ukur, yang mengandung makna seberapa tinggi kecermatan pengukuran. Pengukuran dikatakan tidak normal bila eror pengukurannya terjadi secara random. Koefisien reliabilitas berada dalam rentang angka dari 0 sampai dengan 1.00, sekalipun bila koefisien reliabilitas semakin tinggi mendekati angka 1.00 berarti pengukuran semakin reliabel. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan konsistensi internal dengan formulasi *alpha – cronbach* dan dengan menggunakan program *SPSS 22 for windows*.

F. Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode korelasi *product moment*. Penggunaan metode ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara intensitas dan intensitas penggunaan media sosial dan harga diri. Ada tiga tahap yang harus ditempuh untuk melakukan analisis data, yaitu :

1. Uji Prasyarat Analisis

Data dalam penelitian ini merupakan data yang bersifat kuantitatif. Untuk itu data tersebut akan dianalisis dengan pendekatan statistik. Ada dua hal yang dilakukan dalam cara menganalisa data kuantitatif ini, yaitu (1) uji prasyarat yang meliputi uji normalitas dan linearitas hubungan (2) uji hipotesis penelitian.

2. Uji Normalitas Sebaran

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan pada masing-masing variabel yaitu, variabel intensitas penggunaan media sosial Instagram dan harga diri yang dianalisis dengan bantuan *SPSS 22 for window*. Kaidah yang digunakan untuk mengetahui normal atau tidak sebaran data adalah jika $P > 0,05$ maka sebaran normal, jika sebaliknya $P < 0,05$ maka sebaran tidak normal (Azwar, 2012).

3. Uji Linearitas Hubungan

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel tergantung. Uji linearitas hubungan

dilakukan terhadap variabel intensitas penggunaan media sosial dengan harga diri. Untuk melihat linear atau tidak, digunakan uji linearitas. Kaidahnya dengan melihat nilai p dari nilai F (*deviation from linearity*). Jika $P > 0,05$ maka hubungan linear, tetapi jika $P < 0,05$ maka hubungan tidak linear.

G. Uji Hipotesis

Setelah uji asumsi atau uji prasyarat analisis yang terdiri dari uji normalitas data dan uji linearitas dilakukan, maka selanjutnya dilakukan uji hipotesis sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya bahwa penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui hubungan intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan harga diri pada remaja di Pekanbaru. Teknik statistik yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan uji korelasi *product moment* dari *pearson* yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dan harga diri. Semua analisis data dalam penelitian ini akan dibantu dengan program computer dengan *statistical Product and Service Solution (SPSS) for windows releanse 17.0*.

H. Prosedur Penelitian

1. Pelaksanaan Uji Coba

Sebelum peneliti dilaksanakan, peneliti terlebih dahulu melakukan uji coba terhadap alat ukur yang digunakan. Hal tersebut bertujuan untuk melihat seberapa *valid* dan *reliable* alat ukur yang akan digunakan dalam

penelitian ini. Peneliti memastikan bahwa item sudah sesuai dengan indikator perilaku yang akan diungkapkan berdasarkan aspek-aspek yang diteliti dengan kaidah penulis yang benar dan sesuai dengan budaya Indonesia.

Persiapan yang dilakukan peneliti sebelum melakukan penelitian ini ialah mempersiapkan terlebih dahulu alat ukur yang akan digunakan. Setelah mempersiapkan alat ukur tersebut, kemudian dilakukanlah uji coba. Uji coba dilakukan kepada 50 remaja usia 15-19 tahun yang ada di kota Pekanbaru. Peneliti menggunakan *Google formulir* yang disebarakan melalui link yang telah dibuat. Untuk penyebaran skala uji coba, peneliti melakukannya selama 1 hari yaitu 16 Agustus 2020.

I. Hasil Uji Coba

1. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Azwar (2012) mengatakan penetapan item yang sah ialah berdasarkan pada item yang mempunyai koefisien $> 0,30$. Sementara itu dari uji coba validitas skala intensitas penggunaan media sosial Instagram yang dilakukan peneliti menghasilkan koefisien yang bergerak antara 0,322 sampai 0,899. Koefisien Alpha Cronbach's menunjukkan 0,899 dari 26 item yang diujikan terdapat 5 butir item yang gugur, yaitu **5, 11, 14, 23, 24** item yang di bold ialah item gugur. Dapat dilihat dari tabel 3.3 dibawah ini :

Tabel 3.3.

Blue Print Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Setelah Try Out

No	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
			Favorable	Unfavorable	
1	Perhatian	Ketertarikan individu akan aktivitas yang diminatinya	1, 2	13, 14	3
		Konsentrasi tinggi individu pada saat mengakses Instagram	3, 4	15, 16	4
		Menikmati aktivitas mengakses Instagram	5, 6	17, 18	3
2	Penghayatan	Suka meniru hal atau informasi yang ada di Instagram	7, 8	19, 20	4
		Suka mempraktekkan hal atau informasi yang terdapat di Instagram	9, 10	21, 22	4
		Mudah terpengaruh hal atau informasi yang terdapat di Instagram	11, 12	23, 24	1
3	Frekuensi	Seberapa sering individu mengakses media sosial	-	25	1
4	Durasi	Seberapa lama individu mengakses media sosial dengan rentang waktu atau lamanya durasi itu berlangsung	-	26	1
Total			10	11	21

Aitem yang dibold adalah aitem yang gugur

2. Skala Harga Diri

Azwar (2012) mengatakan penetapan item yang sah ialah berdasarkan pada item yang mempunyai koefisien $> 0,30$. Sementara itu dari uji coba validitas skala harga diri yang dilakukan peneliti menghasilkan koefisien yang bergerak antara 0,325 sampai 0,952. Koefisien Alpha Cronbach's menunjukkan 0,952 dari 64 item yang diujikan terdapat 6 butir item yang gugur, yaitu **1, 3, 37, 40, 59, 60** item yang di bold ialah item gugur. Dapat dilihat dari tabel 3.4 dibawah ini :

Tabel 3.4.
Blue Print Skala Harga Diri Setelah Try Out

No	Aspek	Indikator	Item		Jumlah
			Favorable	Unfavorable	
1	Perasaan Berharga	Merasa dirinya berharga	1, 2, 3, 4	33, 34, 35, 36	6
		Mampu menghargai orang lain	5, 6	37, 38	3
		Mampu mengontrol tindakan-tindakan terhadap dunia diluar dirinya	7, 8, 9	39, 40 , 41	5
		Mampu mengeksperikan diri	10, 11, 12, 13	42, 43, 44, 45	8
		Menerima kritikan dengan baik	14, 15, 16	46, 47, 48	6
2	Perasaan Mampu	Mampu mencapai suatu hasil yang diharapkan	17, 18	49, 50	4
		Memiliki nilai-nilai yang positif	19, 20	51, 52	4
		Memiliki sikap yang demokratis	21, 22	53, 54	4

	Menyukai tugas-tugas baru yang menantang	23	55	2
	Tidak cepat bingung bila segala sesuatu berjalan diluar rencana	24, 25, 26	56, 57, 58	6
	Tidak menganggap dirinya sempurna	27	59	1
	Memiliki kesadaran akan keterbatasan dirinya	28	60	1
	Berusaha agar ada perubahan dalam dirinya	29, 30	61, 62	4
3	Perasaan Diterima Bahagia dan efektif menghadapi tuntutan dari lingkungan	31, 32	63, 64	4
Total		30	28	58

Aitem yang dibold adalah aitem yang gugur

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada hari Senin tanggal 24 Agustus 2020, dengan jumlah sampel 105 remaja di Kota Pekanbaru, Riau. Penelitian dilaksanakan menggunakan *google formulir* dengan memberikan dan menyebarkan link kuesioner penelitian kepada subjek, dikarenakan keterbatasan antara peneliti dengan subjek untuk bertemu secara langsung akibat adanya pandemi Covid-19 yang sedang mewabah diseluruh dunia bahkan Indonesia dan terkhusus di kota Pekanbaru yang memiliki tingkat kasus positif Covid-19 yang cukup tinggi, sehingga digunakan alternatif lain dengan menyebarkan angket menggunakan *google formulir* yang disebarkan melalui link penelitian yang telah dibuat oleh peneliti. Link penelitian tersebut peneliti sebarkan kepada remaja-remaja yang memiliki kriteria sebagai berikut, yakni usia 15-19 tahun dan menggunakan media sosial Instagram. Dengan keterbatasan antara peneliti dan subjek, peneliti menyebarkan link kuesioner penelitian tersebut dengan cara menghubungi saudara – saudara peneliti yang berusia 15-19 tahun yang berada dikota Pekanbaru, serta meminta bantuan kepada teman-teman agar menyebarkan kepada adik maupun saudaranya yang berusia 15-19 tahun dan memenuhi kriteria penelitian tersebut. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *accidental sampling* yaitu teknik yang dalam pengambilan sampelnya tidak ditetapkan terlebih dahulu namun langsung mengumpulkan data dari unit sampel yang ditemuinya, setelah jumlahnya

mencukupi pengumpulan datanya dihentikan. Setiap subjek memperoleh satu lampiran skala yang berisi 2 skala yaitu skala harga diri sebanyak 58 item dan skala intensitas penggunaan media sosial instagram sebanyak 21 item.

B. Deskriptif Data Penelitian

Hasil analisis data pada penelitian ini terdiri dari hasil analisis deskriptif, hasil uji asumsi, dan hasil uji hipotesis.

1. Hasil Uji Deskriptif

Hasil analisis deskriptif data intensitas penggunaan media social Instagram dan harga diri pada remaja di Kota Pekanbaru, setelah dilakukan skoring dan diolah dengan *SPSS 22,0 for window* diperoleh gambaran seperti yang disajikan dalam tabel 4.1:

Tabel 4.1.
Deskripsi Data Penelitian

Variabel Penelitian	Skor X yang diperoleh (Empirik)				Skor X yang dimungkinkan (Hipotetik)			
	X Max	X Min	Mean	SD	X Max	X Min	Mean	SD
Intensitas Penggunaan Medsos Instagram	72	30	49,46	7,992	84	21	52,5	105
Harga Diri	231	113	188,35	22,551	232	58	145	29

Tabel diatas secara umum menggambarkan bahwa intensitas penggunaan media sosial instagram ternyata bervariasi, terlihat dari rentang skor yang

diperoleh bergerak dari 30 sampai 72 . Skor harga diri juga relatif bervariasi bergerak antara 113 sampai 231. Tabel tersebut diatas juga memberikan perbandingan antara skor yang dimungkinkan diperoleh subjek (hipotetik) dengan skor yang diperoleh setelah dilakukan penelitian.

Untuk mengukur intensitas penggunaan media sosial Instagram dan harga diri pada remaja di Kota Pekanbaru, penulis menggunakan kategori yang umum digunakan yaitu sebagai berikut:

1. Sangat tinggi : $X \geq M + 1,5 SD$
 2. Tinggi : $M + 0,5 SD \leq X < M + 1,5 SD$
 3. Sedang : $M - 0,5 SD \leq X < M + 0,5 SD$
 4. Rendah : $M - 1,5 SD \leq X < M - 0,5 SD$
 5. Sangat Rendah : $X \leq M - 1,5 SD$
- Keterangan : M = Mean empirik

SD = Standar deviasi

Berdasarkan deskripsi data dengan menggunakan rumus diatas, maka untuk variabel intensitas penggunaan media social instagram dalam penelitian ini terbagi atas lima bagian yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Kategori harga diri dapat dilihat pada tabel 4.2 di bawah ini:

Tabel 4.2
Skoring Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	$X \geq 61,448$	6	5,71%
Tinggi	$53,456 \leq X < 61,448$	21	20%
Sedang	$45,464 \leq X < 53,456$	46	43,81%
Rendah	$37,472 \leq X < 45,464$	25	23,81%
Sangat Rendah	$X \leq 37,472$	7	6,67%
JUMLAH		105	100%

Berdasarkan kategori tersebut, dapat disimpulkan bahwa subjek dalam penelitian ini memiliki intensitas penggunaan media sosial instagram dalam kategori **sedang**, terlihat dari persentase 43,81 %. Ini berarti dari 105 subjek, 46 orang yang memiliki intensitas penggunaan media sosial instagram. Sementara itu, kategori skor harga diri dapat dilihat pada tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4.3
Skor Harga Diri

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	$X \geq 222,1765$	8	7,62%
Tinggi	$199,6255 \leq X < 222,1765$	24	22,86%
Sedang	$177,0745 \leq X < 199,6255$	37	35,24%
Rendah	$154,5235 \leq X < 177,0745$	31	29,52%
Sangat Rendah	$X \leq 154,5235$	5	4,76%
JUMLAH		105	100%

Berdasarkan kategori tersebut, dapat disimpulkan bahwa subjek dalam penelitian ini memiliki harga diri dalam kategori **sedang**, terlihat dari persentase 35,24%.

2. Uji Asumsi

Data yang diperoleh terlebih dahulu dilakukan uji asumsi untuk memenuhi syarat-syarat untuk memenuhi syarat-syarat korelasi. Uji asumsi meliputi normalitas sebaran data, uji linearitas hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Normalitas Sebaran

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal. Uji Normalitas dilakukan pada masing-masing variabel yaitu, variabel intensitas penggunaan media sosial Instagram dan harga diri yang dianalisis dengan bantuan *SPSS 22,0 for window*. Kaidah yang digunakan untuk mengetahui normal atau tidak sebaran data adalah jika $P > 0,05$ maka sebaran normal, jika sebaliknya $p < 0,05$ maka sebaran tidak normal (Azwar, 2012).

Hasil uji normalitas sebaran data intensitas penggunaan media sosial instagram menggunakan analisis Kolmogorov Smimov diperoleh skor K-SZ = 0,073 sementara p sebesar 0,200 ($p > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan sebaran data penelitian menunjukkan distribusi yang normal. Hasil uji normalitas sebaran data harga diri diperoleh skor K-SZ = 0,060 sementara P sebesar 0,200 ($p > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan sebaran data penelitian menunjukkan distribusi normal.

Tabel 4.4.
Hasil Uji Asumsi Normalitas

Variabel	Skor K-SZ	P	Keterangan
Intensitas penggunaan			
media sosial instagram	0,073	0,200	Normal
Harga diri	0,060	0,200	Normal

1.) Uji Linearitas

Uji linearitas hubungan dilakukan untuk mengetahui linearitas hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, yaitu antara intensitas penggunaan

media sosial instagram dan harga diri pada remaja di Kota Pekanbaru. Uji linearitas menggunakan kaidah signifikan (p) dari nilai F (*Linearity*) $< 0,05$ maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah *linier*. Tetapi jika signifikansi (p) dari nilai F (*Linearity*) $> 0,05$ maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah tidak *linier*. Kriteria uji linearitas menggunakan taraf signifikan 5% Hasil uji linearitas yang telah dilakukan dengan mengetahui F (*Linearity*) sebesar 6,017 dengan nilai p sebesar 0,018 ($p < 0,05$). Hasil uji linieritas hubungan variabel tersebut membuktikan bahwa kedua variabel *linier*.

Berdasarkan hasil uji asumsi normalitas dan linearitas diatas maka data dalam penelitian ini memenuhi syarat-syarat untuk dilakukan uji parametrik, yang artinya untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini dapat dilanjutkan dengan uji korelasi.

Tabel 4.5.
Uji Linearitas

Variabel	F	P	Keterangan
Intensitas penggunaan media sosial instagram	6,017	0,018	Linear
Harga Diri			

2.) Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil uji korelasi untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini ditemukan bahwa terdapat hubungan antara harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial Instagram pada remaja di Kota Pekanbaru. Berdasarkan uji analisis diperoleh harga koefisien korelasi sebesar -0,226(*) dengan nilai $p = 0,020$ ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan terdapat korelasi yang signifikan negative

antara harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial Instagram pada remaja di Kota Pekanbaru. Dengan demikian hasil analisis data mendukung pernyataan hipotesis dalam penelitian ini dan hipotesis tersebut diterima sebagai salah satu kesimpulan hipotesis penelitian.

Berdasarkan hasil uji determinan, diperoleh nilai koefisien (r-squared) sebesar 0,051. Artinya harga diri memberikan sumbangan efektif sebesar 5,1% terhadap intensitas penggunaan media sosial Instagram pada remaja di Kota Pekanbaru, sedangkan sisanya yang sebesar 94,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Adapun hubungan harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial Instagram pada remaja di Kota Pekanbaru terangkum dalam tabel 4.6:

Tabel 4.6
Hasil Uji Korelasi

		Intensitas Medsos	Harga Diri
Intensitas Medsos	pearson Correlation	1	-.226*
	Sig. (2-tailed)		.020
	N	105	105
Harga Diri	Pearson Correlation	-.226*	1
	Sig.(2-tailed)	.020	
	N	105	105

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

Tabel 4.7
Uji R-Squared

Variabel	R	R-Squared	Eta	Eta Squared
Intensitas Medsos				
Instagram	-.226	.051	.802	.643
Harga Diri				

D. Pembahasan

Hipotesis yang diajukan yang menyatakan terdapat hubungan yang negatif antara harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial Instagram pada remaja di Kota Pekanbaru. Hasil perhitungan dengan menggunakan teknik analisis korelasi diperoleh koefisien korelasi (r) sebesar $-0,226^*$ dengan nilai $p = 0,020$ ($p < 0,05$). Hal ini menjelaskan bahwa hipotesis dapat diterima yakni ada hubungan antara harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial Instagram pada remaja di Kota Pekanbaru. Hal ini berarti semakin tinggi harga diri seorang remaja maka semakin rendah intensitas penggunaan media sosial Instagram pada remaja di Kota Pekanbaru, begitu juga sebaliknya semakin rendah harga diri maka semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial Instagram pada remaja di Kota Pekanbaru. Hubungan antara kedua variabel ini menunjukkan bahwa harga diri dapat digunakan untuk memprediksi munculnya intensitas penggunaan media sosial Instagram pada remaja di Kota Pekanbaru.

Berdasarkan uraian diatas sejalan dengan hasil penelitian Taqwa (2017) yang mengatakan bahwa intensitas penggunaan *instagram stories* dapat memberikan pengaruh atau sumbangan negatif yang signifikan lemah terhadap kesehatan mental. Dimana semakin tinggi intensitas penggunaan *instagram stories* maka kesehatan mental yang dimiliki rendah dan sebaliknya semakin rendah intensitas penggunaan *instagram stories* maka semakin tinggi kesehatan mental yang dimiliki.

Menurut Sukmasari (2013), mengatakan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh pada harga diri seorang remaja yaitu mempublikasikan diri dengan menampilkan foto atau video singkatnya yang dirasa cukup menarik dan cenderung acuh tidak acuh. Foto-foto yang diunggah kemudian mendapatkan *likes* dari orang lain dan mendapatkan komentar terhadap foto atau video singkatnya adalah aspek yang mendorong efek harga diri pada individu. Sebuah foto dapat mempengaruhi secara langsung perbandingan sosial yang ada dan hal tersebut dapat mendorong perasaan individu menjadi rendah diri atau iri. Remaja yang mendapatkan banyak *likes* dan banyak komentar pujian dari seseorang, maupun banyak *followers* yang dimiliki, individu tersebut merasa dirinya berharga. Keberhargaan diri tersebut ditentukan oleh faktor persetujuan sosial dalam bentuk persetujuan dari orang lain. Tidak hanya dapat meningkatkan harga diri saja namun dapat juga mengurangi harga diri remaja.

Menurut Gonzales dan Hancock (2011) terdapat dua kemungkinan cara penggunaan media sosial dapat mempengaruhi harga diri seseorang. Mereka menjelaskan dalam studinya bahwa ketika orang memposting sesuatu di profil mereka, mereka memiliki kesempatan untuk menyaring informasi negatif yang mereka tidak ingin ungkapkan di media sosial, dan hanya mempublikasikan informasi yang mereka anggap positif. Dengan melakukan ini, orang dapat membangun citra ideal tentang diri mereka sendiri secara online, yang akibatnya meningkatkan tingkat harga diri mereka. Di sisi lain, studi yang dilakukan The University of Gothenburg di Swedia, yang

mensurvei 335 pria dan 676 wanita, menghasilkan kesimpulan berbeda. Studi tersebut menemukan bahwa ada hubungan negatif antara penggunaan Facebook dan harga diri. Salah satu penjelasan yang mungkin adalah bahwa karena media sosial telah mempermudah orang untuk melihat sekilas kehidupan pribadi orang lain, tidak dapat dihindari bahwa penggunaannya akan membandingkan diri mereka sendiri dengan koneksi mereka di Internet. Perbandingan ini sering kali menarik perhatian orang pada keterbatasannya sendiri, sehingga menurunkan rasa percaya diri (Angie Zuo, 2014).

Penelitian yang dilakukan oleh Keith Wilcox dan Andrew T. Stephen yang berjudul "*Are Close Friends the Enemy? Online Social Networks, Self-Esteem and Self-Control*" mereka memiliki pandangan yang sedikit berbeda tentang efek media sosial pada harga diri seseorang. Dalam eksperimen mereka, Wilcox dan Stephen menunjukkan bahwa media sosial meningkatkan harga diri pengguna yang memfokuskan perhatian mereka pada teman dekat (ikatan yang kuat). Mereka menjelaskan bahwa ketika orang memposting informasi tentang diri mereka secara *online*, mereka lebih memperhatikan bagaimana teman dekat mereka menerima informasi mereka. Lebih lanjut, Wilcox dan Stephen menemukan bahwa peningkatan harga diri karena penggunaan media sosial juga mempengaruhi pengendalian diri. Meskipun dalam banyak kasus, harga diri yang tinggi mendorong perilaku sosial yang lebih positif (Bushman dan Baumeister, 1998), Wilcox dan Stephen berpendapat bahwa peningkatan harga diri dikaitkan dengan perilaku yang lebih impulsif.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Salim, et all (2017) sebuah studi yang dilakukan oleh Buglass, Binder, Betts dan Underwood (2016) menemukan bahwa efek penggunaan media sosial dan penurunan harga diri itu dipengaruhi oleh *Fear of Missing Out* (FOMO). *Fear of Missing Out* diartikan sebagai perasaan tidak nyaman atau bahkan perasaan kehilangan yang timbul karena mengetahui apa yang dilakukan teman, dan merasa teman lebih baik dari dirinya sendiri (Abel, Buff, & Burr, 2016).

Dalam kajian ini penulis sadar jika ada berbagai kekurangan serta kelemahan bahan yang ditemukan pada saat kajian ini dilaksanakan seperti misalnya: a). Pelaksanaan penelitian yang cukup lama akibat adanya keterbatasan karena wabah virus Covid-19 yang sedang melanda dunia saat ini. b). Lamanya waktu buat peneliti dalam menyebarkan link angket kuesioner disebabkan harus melalui bantuan teman-teman dan para guru-guru peneliti untuk menyebarkan ke adik-adik remaja. c). Banyaknya subjek yang mengisi kuesioner dengan asal-asalan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sesuai dengan hasil analisa data bisa diambil kesimpulan jika adanya hubungan negatif di antara harga diri dengan intensitas penggunaan media sosial Instagram pada remaja di kota Pekanbaru. Semakin tinggi harga diri maka semakin rendah intensitas penggunaan media sosial Instagram pada remaja di Kota Pekanbaru, begitu juga sebaliknya.

B. Saran

Sesuai dengan hasil kajian tersebut, maka saran yang dijelaskan adalah sebagai berikut:

1. Kepada remaja di Kota Pekanbaru untuk mengurangi penggunaan media sosial Instagram agar tidak mengganggu dalam belajar, dengan mengurangi intensitas penggunaan media sosial dapat membuat remaja lebih fokus dalam belajar.
2. Kepada orangtua diharapkan untuk bisa mengontrol buah hatinya dalam menggunakan media sosial supaya dapat digunakan dalam hal positif dan memantau anak-anak agar tidak salah dalam menggunakan media sosial.
3. Untuk penelitian selanjutnya, penulis ada jika terdapat berbagai kekurangan pada kajian ini, oleh karena itu penulis mengharapkan untuk penelitian berikutnya yang tertarik dengan kajian ini supaya bisa

melengkapi alat yang dipakai untuk mengukur serta mencari aspek-aspek lain yang berhubungan dengan harga diri serta intensitas penggunaan media sosial Instagram. Untuk penelitian berikutnya bisa mendapatkan hal-hal atau aspek pembeda dari kajian ini supaya bisa mendapatkan kajian yang bersifat lebih baik lagi dari kajian inidan juga diharapkan bisa memakai metode yang lain supaya bisa memberikan keunikan tersendiri.



DAFTAR PUSTAKA

- Andarwati, I. (2016). CITRA DIRI DITINJAU DARI INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA. *E-Jurnal bimbingan dan konseling edisi 3, 7*.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana Perdana Media Group
- Casdari. (2017). Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Harga Diri. *Andry Ivana Rizki, 5*.
- Cat, N. (2020, Januari). *Jumlah Pengguna Instagram*. Retrieved from Napoleoncat.com: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2020/01>
- Coopersmith, S. (1967). *The Antecedents of Self Esteem*. San Frasisco: Freeman Press.
- Fazriyati, W. (2013, Septemper 18). *Perilaku di Facebook Cermin Masalah Penerimaan Diri*. Retrieved from Kompas.com: <https://lifestyle.kompas.com/read/2013/09/18/1625487/Perilaku.di.Facebo ok.Cermin.Masalah.Penerimaan.Diri>
- Holmes, J. (2015). *Intagram Black Book. Everything you need to know about instagram for business and personal ultimate intagram marketing book*.
- Jatmika. (2017). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Instagram dan Harga Diri. *Andry Ivana Rizki, 3*.
- Lilley, N. D. (2015, Agustus 25). *Why I'm happier without Instagram*. Retrieved from The State Press: <https://www.statepress.com/article/2015/08/instagram-health-lifestyle-depression>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis.
- Phung, A. (2015). Social Media and Self Esteem. *Gonzales and Hancock, 2*.

- Raymer, K. (2015). The effects of social media sites on self-esteem. *Rowan Digital Works*, 34-36.
- Santrock, J. W. (2012). *Life-Span Development, Edisi Ketigabelas, Jilid 1*. Erlangga.
- Social, W. A. (2019, Februari 8). *Berapa Pengguna Media Sosial di Indonesia*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia>
- Statistik, B. P. (2020, Agustus 10). *Jumlah Remaja di Kota Pekanbaru*. Retrieved from Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru: pekanbarukota.bps.go.id
- Study, P. R. (2019, June 12). *Social Media Fact Sheet*. Retrieved from Pew Research Center: <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhron, M. (2016). *Asuhan Keperawatan, Konsep Diri: Self Esteem*. Ponorogo: Unmuh Ponorogo Press.
- Sukmasari, R. N. (2013, July 25). *Tak Hanya Facebook, Instagram Juga Bisa Pengaruhi Psikis Seseorang*. Retrieved from Detick Healt: <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-2314558/tak-hanya-facebook-instagram-juga-bisa-pengaruhi-psikis-seseorang>
- Suparno, P. (2011). *Pengantar Statistika Untuk Pendidikan Dan Psikologi*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Taqwa, M. I. (2018). Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Stories Dengan Kesehatan Mental. *Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang*, 8.
- Tubbs, M. &. (2016). TRENDS IN THE ADOLESCENT DELINQUENCY BEHAVIOR. *Nurjan, Tjahjono, Yamin*, 8.
- UIR, D. P. (2013). *Panduan Penulisan Skripsi*. Pekanbaru: Fakultas Psikologi UIR.