

HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

INSTAGRAM DENGAN TINGKAT HARGA DIRI REMAJA KELAS XI

SMA NEGERI 4 MALANG

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Keperawatan



Oleh

Kadek Aryandari

145070201111020

PROGRAM STUDI ILMU KEPERAWATAN

FAKULTAS KEDOKTERAN

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2018

DAFTAR ISI

Halaman

Judul	i
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pengesahan	iii
Kata Pengantar	iv
Abstrak	vi
<i>Abstract</i>	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xiii
Daftar Lampiran	xiv

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep Remaja	7
--------------------------	---

2.1.1. Definisi Remaja	7
2.1.2. Tahap Perkembangan Remaja	8
2.1.3. Tugas Perkembangan Remaja	8
2.2. Konsep Media Sosial	9
2.2.1. Definisi Media Sosial	9
2.2.2. Jenis-jenis Media Sosial	10
2.2.3. Definisi <i>Instagram</i>	11
2.2.4. Fitur-fitur <i>Instagram</i>	12
2.2.5. Manfaat Penggunaan <i>Instagram</i>	14
2.2.6. Tipe Pengguna Media Sosial	15
2.2.7. Aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial	16
2.3. Konsep Harga Diri	17
2.3.1. Definisi Harga Diri	17
2.3.2. Aspek Harga Diri	18
2.3.3. Karakteristik Harga Diri	18
2.3.4. Proses Pembentukan Harga Diri	20
2.3.5. Hambatan Perkembangan Harga Diri	20
2.3.6. Faktor yang Mempengaruhi Harga Diri	20
2.3.7. Harga Diri pada Remaja	22

2.3.8. Meningkatkan Harga Diri pada Remaja	23
--	----

2.3.9. Pentingnya Harga Diri bagi Remaja	25
--	----

2.3.10. Pengukuran Harga Diri	25
-------------------------------------	----

2.4. Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Tingkat Harga Diri.....	26
--	----

BAB 3 KERANGKA KONSEP DAN HIPOTESIS

3.1. Kerangka Konsep	28
----------------------------	----

3.2. Hipotesis Penelitian	29
---------------------------------	----

BAB 4 METODE PENELITIAN

4.1. Rancangan Penelitian	30
---------------------------------	----

4.2. Populasi dan Sampel	30
--------------------------------	----

4.2.1. Populasi	30
-----------------------	----

4.2.2. Sampel	30
---------------------	----

4.3. Variabel Penelitian	31
--------------------------------	----

4.3.1. Variabel Bebas (Independen).....	31
---	----

4.3.2. Variabel Terikat (Dependen)	31
--	----

4.4. Lokasi dan Waktu Penelitian	31
--	----

4.5. Instrumen Penelitian	31
---------------------------------	----

4.6. Uji Instrumen Penelitian	33
4.6.1. Uji Validitas	33
4.6.2. Uji Reliabilitas	33
4.7. Definisi Operasional	34
4.8. Pengumpulan Data	35
4.9. Pengolahan Data	39
4.10. Analisa data	40
4.8.1. Univariat	40
4.8.2. Bivariat	41
4.11. Etika Penelitian	41

BAB 5 HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

5.1. Data Umum	43
5.1.1. Karakteristik Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
5.1.2. Karakteristik Data Responden Berdasarkan Usia	44
5.2. Data Khusus	44
5.2.1. Data Univariat	44
5.2.1.1. Data Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> pada Remaja	44

5.2.1.2. Data Tingkat Harga Diri pada Remaja	46
5.2.2. Data Bivariat	47
5.2.1.1. Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> dengan Tingkat Harga Diri Remaja Kelas XI SMA Negeri 4 Malang	47

BAB 6 PEMBAHASAN

6.1. Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> Remaja Kelas XI SMA Negeri 4 Malang	48
6.2. Tingkat Harga Diri Remaja Kelas XI SMA Negeri 4 Malang	50
6.3. Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> dengan Tingkat Harga Diri Remaja Kelas XI SMA Negeri 4 Malang	52
6.4. Implikasi dalam Bidang Keperawatan	55
6.5. Keterbatasan Penelitian	55

BAB 7 KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. Kesimpulan	56
6.2. Saran	56

6.2.1. Praktis 56

6.2.2. Keperawatan 57

6.2.1. Peneliti Selanjutnya 57

DAFTAR PUSTAKA 43



DAFTAR TABEL

Halaman

4.1. Definisi Operasional	34
5.1. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
5.2. Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	44
5.3. Data Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> pada Remaja	44
5.4. Distribusi Frekuensi Parameter Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> pada Remaja	45
5.5. Data Tingkat Harga Diri pada Remaja	46
5.6. Distribusi Frekuensi Parameter Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> pada Remaja	46
5.7. Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> dengan Tingkat Harga Diri Remaja Kelas XI SMA Negeri 4 Malang	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pernyataan Keaslian Tulisan.....	63
Lampiran 2: Penjelasan Untuk Mengikuti Penelitian.....	64
Lampiran 3: Pernyataan Persetujuan (<i>Informed Consent</i>).....	66
Lampiran 4: Petunjuk Teknis Pengisian Kuesioner.....	67
Lampiran 5: Kuesioner Penelitian	68
Lampiran 6: Hasil Data Analisis Validitas dan Reliabilitas Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram.....	75
Lampiran 7: Data Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas Tingkat Harga Diri	77
Lampiran 8: Tabulasi Hasil Data.....	79
Lampiran 9: Analisa Bivariat.....	91
Lampiran 10: Surat Penelitian.....	92
Lampiran 11: <i>Time Table</i>	104
Lampiran 12: Curicculum Vitae.....	105
Lampiran 13: Dokumentasi.....	106

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DENGAN TINGKAT HARGA DIRI REMAJA KELAS XI SMA
NEGERI 4 MALANG

Oleh:

Kadek Aryandari
NIM 145070201111020

Telah diuji pada
Hari **Senin**
Tanggal **21 Mei 2018**

dan dinyatakan lulus oleh

Penguji-I

Ns. Lulik Supriati, S.Kep., M.Kep.
NIP. 198305052010122006

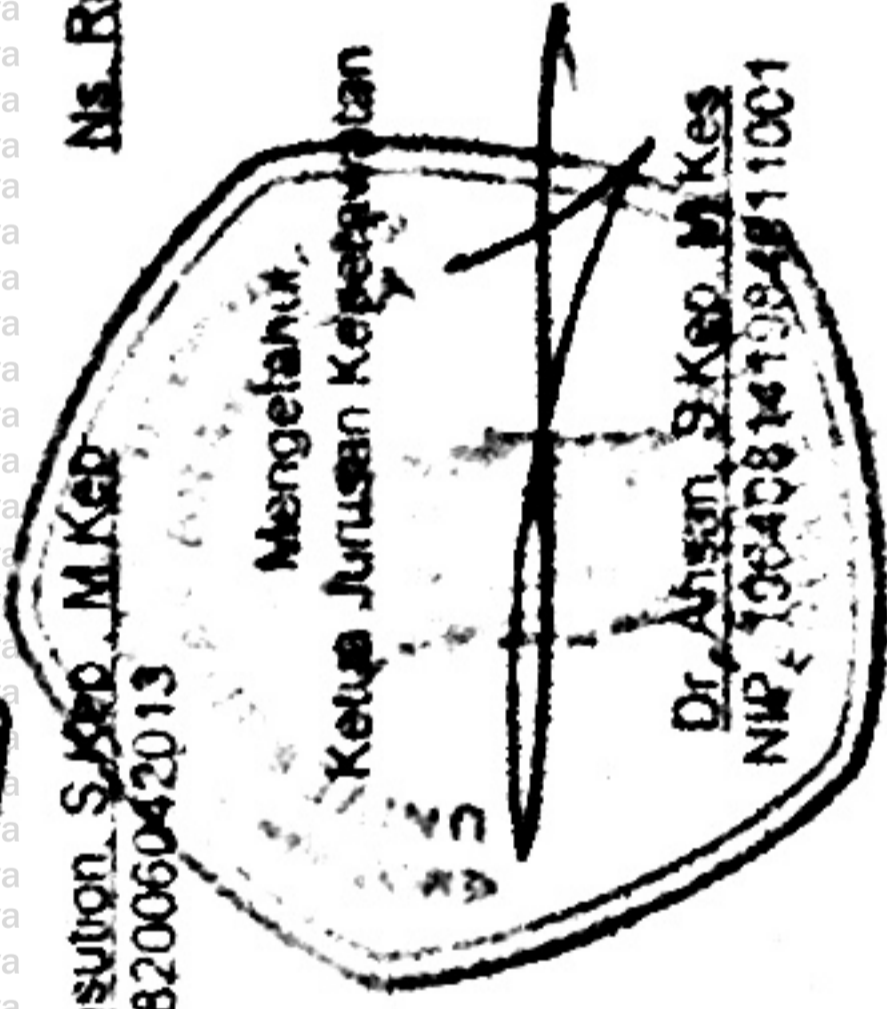
Pembimbing I/Penguji-II

Ns. Tina Handayani Nasution, S.Kep., M.Kep.
NIP. 198102282006042013

Ns. Rofeyanti Hidayah, S.Kep., M.Kep.
NIP. 20120886509202001



Pembimbing II/Penguji-III
[Signature]



ABSTRAK

Aryandari, Kadek. 2018. **Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Tingkat Harga Diri Remaja Kelas XI SMA Negeri 4 Malang**. Tugas Akhir, Program Studi Ilmu Keperawatan, Fakultas Kedokteran Universitas Brawijaya. Pembimbing: (1) Ns. Tina Handayani Nasution, S.Kep., M.Kep (2) Ns. Ridhoyanti Hidayah, S.Kep., M.Kep

Harga diri merupakan penilaian positif maupun negatif terhadap diri sendiri. Salah satu faktor yang mempengaruhi harga diri pada remaja yaitu lingkungan sosial. Lingkungan sosial membuat individu melakukan interaksi sosial didalamnya. Salah satu interaksi sosial yang dapat dilakukan tanpa tatap muka langsung yaitu media sosial *Instagram*. Fitur yang terdapat didalam media sosial *Instagram* dapat mendorong adanya efek harga diri pada remaja. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan tingkat harga diri remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang. Penelitian ini menggunakan metode *cross sectional* dengan instrumen penelitian berupa kuesioner. Sampel penelitian yaitu remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang yang aktif menggunakan media sosial *Instagram* sebanyak 86 responden. Pengumpulan data menggunakan teknik *purposive sampling*. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian yaitu kuesioner intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dan kuesioner tingkat harga diri *RSES*. Analisa data menggunakan uji *spearman*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial *Instagram* remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang paling banyak dalam kategori rendah, sedangkan tingkat harga dirinya sebagian besar merupakan harga diri tinggi. Berdasarkan hasil pengujian didapatkan nilai signifikansi = 0,310 ($p < 0,05$) dan koefisien korelasi = 0,111. Kesimpulan dari penelitian yaitu tidak terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan tingkat harga diri remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang. Saran untuk peneliti selanjutnya yaitu meneliti media sosial yang digunakan remaja selain *Instagram*.

Kata Kunci: remaja, media sosial *Instagram*, harga diri

ABSTRACT

Aryandari, Kadek. 2018. **Correlation between Intensity of Using Social Media Instagram with Level of Self Esteem in SMA Negeri 4 Malang of Adolescent grade XI**. Final Assignment, Nursing Program, Faculty of Medicine, Brawijaya University. Supervisors: (1) Ns. Tina Handayani Nasution, S.Kep., M.Kep (2) Ns. Ridhoyanti Hidayah, S.Kep., M.Kep

Self esteem is a positive or negative assessment of itself. One of factors that impacts self esteem in adolescent is social environment. The social environment automatically makes individuals doing interaction. One type of interaction which is no need of 'face to face' is through social media called Instagram. The features on Instagram may encourage their self esteem. The aim is to obtain the correlations between intensity of using social media Instagram with level of self esteem of grade XI adolescent in SMA Negeri 4 Malang. This research use cross sectional method. Sample of this research are grade XI adolescent of SMA Negeri 4 Malang whose active using Instagram counted 86 respondents. Collecting data using purposive sampling technique. Questionnaire that used in this research are intensity of using social media Instagram questionnaire and RSES. Data analyze use spearman test. The result showed that intensity of using social media Instagram with level of self esteem of grade XI adolescent in SMA Negeri 4 Malang are mostly in low category, while self-esteem level is mostly in high category. Based on the result, show that significant value = 0,310 ($p < 0,05$) and correlation coefficient = 0,111. The conclusion of this research show that there is no correlation between intensity of using social media Instagram with level of self esteem of grade XI adolescent in SMA Negeri 4 Malang. Further research is to examine the social media used by adolescents other than Instagram.

Keywords: adolescent, social media *Instagram*, self esteem

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masa remaja merupakan suatu periode transisi dari masa anak-anak menuju dewasa dimana terjadi perubahan-perubahan dalam bidang biologis, kognitif, dan sosio-emosional (Santrock, 2007). Remaja juga mengalami perubahan dalam proses psikologisnya. Proses ini dipengaruhi oleh berbagai hal, yang dimana salah satunya adalah konsep diri (Agustiani, 2006).

Konsep diri merupakan evaluasi individu terhadap dirinya sendiri serta penilaian terhadap individu yang bersangkutan (Chaplin, 2004). Konsep diri pada remaja merupakan cara remaja untuk mempersepsikan dirinya dalam mencari identitas diri (Burns, 1993). Konsep diri terdiri dari identitas, citra tubuh, ideal diri, peran, dan harga diri. Harga diri pada usia remaja merupakan suatu hal yang mengancam kehidupan remaja karena memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan oleh remaja itu sendiri (Sasmita, 2017).

Harga diri merupakan perilaku baik positif maupun negatif terhadap diri sendiri (Rahmania, 2012). Remaja mengalami penurunan pada harga dirinya setelah memasuki sekolah menengah pertama sebanyak 12% dan meningkat menjadi 13% ketika memasukin sekolah menengah atas. Permasalahan yang sering terjadi yaitu kepercayaan diri, dimana ketika adanya penilaian akan bentuk fisik yang dirasa kurang bagus atau tidak ideal, ataupun merasa tidak memiliki suatu kelebihan dalam bergaul dengan orang lain. Hal ini membuat remaja menjadi malu untuk berhubungan dengan orang lain, menarik diri, malas bergaul, dan kemudian menjadi pemarah dan sinis. Rasa ketidakpercayaan diri ini muncul

karena tidak sesuai keinginan dan kenyataan, yang dimana menjadi penilaian diri yang negatif (Santrock, 2007). Penelitian yang dilakukan oleh Septeria pada tahun 2012 di SMA Al-Maarif Singosari menyebutkan bahwa sebanyak 18% remaja mengalami harga diri yang rendah. Remaja dengan kategori harga diri rendah akan merasa kurang percaya diri dan merasa khawatir terhadap dirinya sendiri, dibandingkan dengan remaja yang memiliki harga diri yang tinggi akan memiliki pemahaman yang baik tentang dirinya.

Beberapa faktor yang mempengaruhi harga diri pada remaja yaitu jenis kelamin, inteligensi, kondisi fisik, lingkungan keluarga, dan lingkungan sosial (Ghufron, 2016). Lingkungan sosial memberikan pengaruh besar terhadap remaja sehingga menumbuhkan rasa aman dalam penerimaan sosial dan harga dirinya (Burn, 1998). Remaja dituntut agar dapat melakukan penyesuaian diri dengan lingkungan sosial yang lebih luas. Proses hubungan itu dapat dilakukan dengan melakukan interaksi sosial (Sunaryo, 2011). Interaksi sosial merupakan suatu hubungan yang terjadi antara dua orang maupun lebih dengan adanya timbal balik (Ali & Asrori, 2014). Didalam lingkungan tersebut, remaja akan melakukan interaksi dengan seseorang melalui tatap muka langsung ataupun tidak langsung. Interaksi tidak langsung dapat dilakukan melalui media sosial (Soekanto, 2005).

Media sosial didefinisikan sebagai komunitas berbasis website yang memungkinkan penggunanya melakukan interaksi didalam dunia maya untuk membangun komunikasi dengan pengguna lain. Menurut penelitian Sugiharto (2016) tercatat sebanyak 97,4% orang Indonesia mengakses media sosial. Penggunaan media sosial sangat populer dikalangan remaja dan dewasa muda (Oberst, 2017).

Media sosial yang saat ini digunakan oleh para remaja Indonesia yaitu *facebook, yahoo messenger, path, instagram, dan skype*. Salah satu yang paling banyak digunakan oleh remaja di Indonesia yaitu *Instagram* (Pratiwi, 2016). Indonesia merupakan pengguna *Instagram* terbanyak di Asia Pasifik dengan jumlah pengguna aktifnya sebanyak 45 juta pada tahun 2017. Jumlah tersebut meningkat hampir 100% dari tahun 2016 dengan pengguna *Instagram* sebanyak 22 juta (Warta Kota, 2017). Penggunaan *Instagram* lebih banyak digunakan daripada penggunaan media sosial lainnya. Penelitian yang dilakukan oleh lembaga riset Piper Jaffray menyebutkan bahwa sebanyak 33% remaja Amerika Serikat yang berusia 13-19 tahun lebih cenderung menggunakan *Instagram*, dibandingkan dengan pengguna *Twitter* sebesar 20% sehingga menduduki peringkat kedua setelah *Instagram* (Widiartanto, 2015).

Fenomena yang terjadi terkait penggunaan media sosial dengan harga diri remaja yaitu, mengunggah foto atau video yang kemudian mendapatkan *likes* maupun *comment* dari pengguna lain yang dapat mendorong efek harga diri pada pengguna tersebut. Sebuah foto maupun video dapat mempengaruhi perbandingan sosial yang dimiliki oleh pengguna sehingga mendorong perasaan menjadi rendah diri ataupun iri terhadap pengguna lain (Sukmasari, 2013).

Selain itu ketika pengguna sosial melakukan aktivitasnya di dunia maya, maka dirinya akan menunjukkan gambaran yang akurat terkait dirinya. Seperti orang yang memiliki harga diri yang rendah akan mengkhawatirkan ketika dirinya ingin mengunggah sebuah foto maupun video, sebaliknya dengan orang yang memiliki harga diri yang tinggi cenderung menghabiskan banyak waktu untuk membangun citra personal yang positif di media sosial (Fazriyati, 2013).

Studi pendahuluan dilakukan di 3 SMA populer di kota Malang yaitu SMA Negeri 1 Malang, SMA Negeri 3 Malang, dan SMA Negeri 4 Malang. Data yang diperoleh dari SMA Negeri 1 Malang didapatkan pengguna *Instagram* aktif sebanyak 80%, 69,23%, dan 44% pada masing-masing kelas X, XI, dan kelas XII. SMA Negeri 3 Malang didapatkan sebanyak 67,8% pengguna *Instagram* aktif pada kelas X, sebanyak 66,66% pada kelas XI, dan pada kelas XII sebanyak 80% pengguna *Instagram* aktif. Data terakhir dari SMA Negeri 4 Malang diperoleh data pengguna *Instagram* aktif sebanyak 73,33% pada kelas X, terbanyak pengguna *Instagram* aktif pada kelas XI sebanyak 93,54%, sedangkan pada kelas XII sebanyak 57,69%.

Dilihat dari tingkat penggunaan media sosial *Instagram*, sebanyak 31,42% siswa kelas XI SMA Negeri 4 Malang memiliki frekuensi penggunaan media sosial selama lebih dari 90 menit dalam sehari. Dari 31 siswa dari kelas XI SMA Negeri 4 Malang terdapat sebanyak 25 orang merasa lebih percaya diri setelah menggunakan *Instagram*, sebanyak 1 orang merasa kurang percaya diri, dan 5 orang lainnya mengatakan biasa saja. Siswa yang merasa lebih percaya diri berpendapat bahwa ketika mereka mengunggah foto maupun video, mereka merasa bangga apabila banyak mendapat *likes* maupun *comment*. Sedangkan satu orang yang mengatakan bahwa setelah menggunakan *Instagram* merasa dirinya merasa kurang percaya diri karena dia berpendapat bahwa dia merasa kehidupan orang lain lebih baik daripada dirinya, dilihat dari unggahan foto maupun video dari pengguna lain.

Dari latar belakang inilah, peneliti ingin mengetahui apakah terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan tingkat harga diri remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang.

1.2 Rumusan Masalah

Apakah terdapat hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan tingkat harga diri remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang?

1.3 Tujuan

1.3.1. Tujuan Umum

Menganalisis hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan tingkat harga diri remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang.

1.3.2. Tujuan Khusus

1. Mengidentifikasi intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang.
2. Mengidentifikasi tingkat harga diri remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang.
3. Menganalisa hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan tingkat harga diri remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang.

1.4 Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik teoritis maupun praktis

1.4.1. Manfaat Akademik

Penelitian ini sebagai sumber referensi bagi peneliti dan penelitian selanjutnya.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi remaja tentang hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan tingkat harga diri remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam melakukan penggunaan media sosial *Instagram* dengan tingkat harga diri remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang.

3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah media terapi dalam keperawatan jiwa dalam menangani masalah terkait harga diri pada remaja.



BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Remaja

2.1.1. Definisi Remaja

Remaja menurut WHO merupakan sekumpulan penduduk yang memiliki rentan usia dari 10-19 tahun. Sedangkan menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana, remaja merupakan orang-orang dengan usia 10-24 tahun serta belum menikah. Diperkirakan ada 1,2 milyar atau sekitar 18% penduduk di dunia merupakan kelompok remaja. Menurut Sensus Penduduk pada tahun 2010 menyebutkan bahwa sebanyak 43,5 juta penduduk di Indonesia merupakan kelompok remaja (WHO, 2014).

Remaja apabila dilihat dari segi psikologis merupakan usia dimana individu tersebut menuju usia dewasa. Mereka tidak lagi merasa dirinya dibawah orang tua mereka tetapi mereka merasa sejajar dengan orang tua. Masa remaja memiliki arti tumbuh untuk mencapai suatu kematangan diri. Kematangan diri ini meliputi mental, sosial, dan fisik. Masa remaja berlangsung pada usia 12-21 pada wanita dan berlangsung 13-22 pada pria (Ali & Asrori, 2012).

Masa remaja adalah sebuah periode penting yang harus dijalani oleh setiap individu. Masa remaja merupakan masa dimana terjadinya peralihan dan perubahan, adanya pencarian identitas, banyaknya terjadi permasalahan dan merupakan masa penentuan menuju masa dewasa (Krori, 2011).

2.1.2. Tahap Perkembangan Remaja

Menurut Sa'id pada tahun 2015 membagi remaja menjadi tiga fase yang disesuaikan dengan usia remaja tersebut. Dalam setiap fase ada karakteristik yang berbeda-beda. Ketiga fase tersebut antara lain:

1. Remaja Awal (*early adolescence*)

Remaja pada fase ini berada dalam rentang usia 12-15 tahun dan biasanya sedang menempuh pendidikan sekolah menengah pertama (SMP). Hal yang terjadi pada fase ini yaitu adanya perubahan fisik dalam waktu yang singkat dan adanya ketertarikan terhadap lawan jenis (Sa'id, 2015).

2. Remaja Pertengahan (*middle adolescence*)

Remaja pada fase ini berada dalam rentang usia 15-18 tahun dan umumnya sedang menempuh pendidikan sekolah menengah atas (SMA). Pada fase ini terjadi perubahan fisik yang hampir sempurna menuju orang dewasa. Remaja pada fase ini lebih merasa nyaman berada disekitar teman-temannya dan merasa senang apabila banyak orang yang menyukainya (Sa'id, 2015).

3. Remaja Akhir (*late adolescence*)

Remaja pada fase ini berada dalam rentang usia 18-21 tahun dimana pada umumnya sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi atau bekerja untuk membantu perekonomian keluarga. Pada fase ini remaja semakin menjadi orang dewasa dan telah memahami nilai-nilai individu masa dewasa (Sa'id, 2015).

2.1.3. Tugas Perkembangan Remaja

Tugas perkembangan remaja lebih berfokus pada peningkatan perilaku dari masa kanak-kanak hingga mencapai kemampuan dan sikap secara dewasa.

Adapun tugas-tugas perkembangan pada masa remaja tersebut menurut Ali & Asrori tahun 2012 adalah:

1. Mampu mengenali dan menerima keadaan fisiknya
2. Mampu mengetahui pemahaman terkait peran seks saat usia dewasa
3. Mampu berinteraksi dengan anggota kelompok lawan jenis
4. Mampu bersikap mandiri secara emosional
5. Mampu bersikap mandiri secara ekonomi
6. Mampu meningkatkan intelektual agar bisa diterima di kelompok
7. Mampu memahami nilai- nilai yang dimiliki orang dewasa
8. Mampu melakukan perilaku bertanggung jawab untuk mempersiapkan diri menuju masa dewa
9. Mampu menyiapkan diri menuju perkawinan nantinya
10. Mampu mempersiapkan perilaku tanggung jawab pada kehidupan keluarganya nanti

Tugas-tugas perkembangan pada remaja sangat erat kaitannya dengan perkembangan kognitif, dimana disebut dengan fase operasional formal.

Perkembangan kognitif yang maksimal dapat membantu dalam mencapai tugas-tugas perkembangan pada masa remaja secara optimal (Ali & Asrori, 2012)

2.2 Konsep Media Sosial

2.2.1. Definisi Media Sosial

Media sosial merupakan suatu perantara yang membantu individu dalam melakukan komunikasi dengan berbagai pihak di seluruh dunia. Tujuannya adalah untuk melakukan interaksi sosial terhadap orang lain maupun komunitas tertentu, hanya saja dilakukan secara tidak langsung (Sikape, 2014).

Media sosial adalah suatu media online yang dimana penggunaannya dapat berinteraksi dengan orang lain baik itu yang mereka kenal maupun yang tidak mereka kenal sama sekali (Kristanto, 2011).

Media sosial diperluas artinya menjadi sebuah informasi yang demokratis dimana dapat mengubah orang yang awalnya dari pembaca konten menjadi ke penerbit konten. Unsur-unsur fundamental media sosial meliputi yang pertama adalah media sosial menggabungkan banyak saluran sosial yang kemudian dijadikan satu saluran utama. Kedua adalah media sosial selalu berubah dari waktu ke waktu, dimana media sosial ini terus berkembang diikuti dengan bertambahnya pengguna media sosial. Ketiga yaitu media sosial dapat menjadi media untuk memberikan komentar terhadap orang lain (Evans, 2008).

2.2.2. Jenis-jenis Media Sosial

1. Facebook

Facebook merupakan media sosial yang dapat dijadikan sebagai tempat untuk mendapatkan teman dari seluruh dunia. *Facebook* digunakan oleh penggunaannya untuk berbagi informasi, foto, video dan lainnya. Fitur yang banyak digunakan oleh pengguna *Facebook* adalah update status lebih dari 140 karakter, dan pengguna lainnya dapat memberikan *likes* dan *comment* (Madcoms, 2010).

2. Instagram

Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunaannya untuk mengunggah foto, video, menerapkan *filter* dan membagikannya ke pengguna lain (Zarella, 2010).

3. *Twitter*

Twitter merupakan salah satu media sosial yang informasinya paling mudah disampaikan karena dapat langsung menyebar secara luas (Zarella, 2010). *Twitter* memiliki fitur update status, dimana penggunanya dapat membuat status. *Twitter* memiliki cara sendiri untuk berbagi foto dan video melalui fitur *tweetpic* (Madcoms, 2010).

4. *Path*

Path merupakan media sosial yang bersifat pribadi. Penggunanya dapat berbagi momen spesial bersama keluarga, sahabat dan teman-temannya. *Path* diluncurkan pada November 2010 dan sudah mendapat banyak pengguna di Indonesia. Pengguna *Path* mendapat berbagai informasi melalui fitur bernama *rePath* (Tunggaldjaja, 2015).

2.2.3. Definisi *Instagram*

Instagram terdiri dari kata "*instan*" atau "*insta*" yang memiliki arti foto instan yang terdapat pada kamera polaroid. Sedangkan "*gram*" merupakan kata yang berasal dari kata "*telegram*". *Telegram* merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengirimkan suatu informasi kepada orang lain secara cepat.

Instagram memiliki makna yang hampir sama dengan telegram yaitu dapat mengunggahnya foto atau video dengan cepat melalui jaringan internet (Eryta, 2013).

Instagram merupakan salah satu bentuk dari media sosial yang fungsinya hampir sama dengan *twitter*, namun terdapat perbedaan dalam pengambilan foto dan informasi yang disampaikan penggunanya. *Instagram* memberikan penggunanya untuk dapat berkreasi terhadap fotonya, karena adanya fitur yang

dapat membuat tampilan foto menjadi lebih bagus dan lebih artistik (Atmoko, 2012).

Instagram adalah aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah foto dan video, menerapkan fitur *filter*, dan dapat membagikannya ke temannya dan berbagai media sosial lainnya (Budiargo, 2015).

2.2.4. Fitur-fitur *Instagram*

Berikut fitur-fitur *Instagram* menurut Akron Summit County Public Library tahun 2013, yaitu:

a. *Followers*

Fitur *followers* merupakan fitur dimana pengguna mengikuti pengguna lain dan dapat melihat hasil unggahan foto maupun video dari pengguna tersebut.

b. *Tagging*

Merupakan fitur dimana penggunanya dapat menyebut pengguna lain dalam unggahan foto maupun video.

c. *Likes*

Pengguna dapat menyukai unggahan foto maupun video dari pengguna lain. Hal ini disebut juga dengan memberikan "*thumbs up*" atau jempol keatas.

d. *Comment*

Pengguna dapat memberikan komentar pada foto maupun video hasil unggahan dari pengguna lain sehingga ada timbal balik anatar pengguna.

e. *Notification*

Fitur ini memberikan kesempatan kepada pengguna untuk menandai pengguna lain yang ingin berinteraksi dengannya.

f. *Navigation Bar*

Fitur ini digunakan untuk mencari pengguna *Instagram* lain dan foto maupun video populer diseluruh dunia.

g. *Profil Page*

Halaman profil merupakan fitur dalam *Instagram* dimana pengguna dapat melihat profil dirinya maupun profil pengguna lain. Dalam *profil page* ini terdapat jumlah foto maupun video yang diunggah, jumlah *followers*, jumlah *following*, dan foto maupun video yang di tandai oleh pengguna lain (landesi, 2016).

Beberapa fitur terbaru dari *Instagram* juga mendukung penggunanya untuk melakukan banyak hal di *Instagram*. Berikut fitur-fitur terbaru dari *Instagram* (Walter, 2017):

a. *Instagram Story*

Fitur ini membuat penggunanya dapat mengunggah foto maupun video kegiatan yang sedang terjadi pada hari tersebut. *Instagram Story* ini biasanya akan hilang dalam waktu 24 jam.

b. *Face Filter*

Fitur ini merupakan bagian dari *Instagram Story* dimana pengguna dapat memberikan efek "lucu" ketika mengunggah foto maupun video.

c. *Boomerang*

Fitur ini mengulang gerakan yang dilakukan saat video direkam. Fitur ini tersedia di fitur *Instagram Story*.

d. *Rewind*

Rewind merupakan fitur merekam video yang kemudian diputar dari bagian akhir ke bagian awal video. Fitur *Rewind* merupakan bagian dari *Instagram Story*.

e. *Hashtag*

Fitur ini dapat dilakukan pada fitur *Instagram Story* dimana pengguna dapat memberikan hashtag “#” yang nantinya memudahkan mencari unggahan foto maupun video yang memiliki hashtag yang sama diberikan oleh pengguna.

f. *Eraser Brush*

Eraser Brush merupakan fitur edit yang terdapat dalam fitur *Instagram Story*. Fitur ini menghapus perlahan bagian yang ingin pengguna berikan efek.

g. *Bookmark*

Dalam aplikasi *Instagram*, pengguna tidak dapat menyimpan foto maupun video milik pengguna lain. Sehingga foto maupun video hanya bisa di *Bookmark* atau dapat melihat unggahan foto maupun video tersebut secara cepat dan praktis.

h. *Upload Multiple Photos*

Pengguna biasanya hanya bisa mengunggah satu foto maupun video tiap unggahannya. Namun dengan adanya *Upload Multiple Photos*, pengguna dapat mengunggah maksimal 10 foto maupun video tiap unggahannya.

2.2.5. Manfaat Penggunaan *Instagram*

Penelitian yang dilakukan oleh Arisai Olga pada tahun 2014 dengan judul “Konstruksi Identitas Diri Remaja Pengguna Media *Instagram* di Kota Medan” menyatakan bahwa *instagram* mampu memenuhi kebutuhan remaja pada masa awal, pertengahan, dan akhir. *Instagram* memberikan informasi yang terbaru bagi penggunanya. *Instagram* dapat memberikan hiburan bagi penggunanya dengan dapatnya mengakses gaya hidup orang lain. *Instagram* merupakan salah satu bentuk untuk menunjukkan esistensi diri, dilihat dari banyaknya *like* yang didapatkan serta banyaknya *follower* pada akun tersebut.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Michelle Novia tahun 2014 dengan judul “Dampak Penggunaan Sosial Media Terhadap Murid SMA Santa Angela Kelas X-IBA” menyatakan bahwa terdapat dampak positif dan dampak negatif terhadap penggunaan media sosial, salah satunya adalah *instagram*.

Dampak positif dari penggunaan media sosial *Instagram* yaitu dapat menerima dan membagikan informasi secara cepat dan berguna bagi masyarakat sekitar.

Bisa juga menambah teman baik teman di Indonesia maupun diluar Indonesia sehingga dapat belajar bahasa inggris dengan baik. Beberapa responden juga menyatakan bahwa penggunaan media sosial *Instagram* dapat memudahkan mereka dalam melakukan belanja *online* (Michelle, 2014).

Selain dampak positif, adapula dampak negatifnya yaitu mereka cenderung jarang bertatap muka langsung kepada orang karena terlalu lama menatap layar *gadget* yang digunakan untuk mengakses. Hal negatif lainnya, seperti sering menunda pekerjaan tugas hingga malas untuk belajar. Beberapa orang mengatakan bahwa mereka menjadi insomnia karena terlalu lamanya aktif di media sosial dan melupakan jam tidur, walaupun besoknya mereka harus berangkat ke sekolah. Dampak lainnya lagi media sosial membuat mereka menjadi anti sosial sehingga dijauhi oleh teman-teman sekolahnya (Michelle, 2014).

2.2.6. Tipe Pengguna Media Sosial

Pengguna media sosial dibagi menjadi pengguna aktif dan pengguna pasif.

- 1) Pengguna aktif merupakan pengguna sosial yang berinteraksi online dengan pengguna lainnya dengan memberikan komentar atau memberi like pada postingannya, mengunggah foto, dan juga menggunakan fitur personal chat.

2) Pengguna pasif kurang terlibat dalam penggunaan fitur-fitur yang telah disediakan. Pengguna pasif hanya menjelajahi isi halamannya saja.

Pengguna aktif dan pasif dapat dibedakan berdasarkan hal yang dilakukan penggunaannya dalam memanfaatkan fasilitas yang ada di dalam media sosial tersebut, misalnya: melihat dan mengunggah gambar atau video, mengklik *link* atau memberikan *feedback*, dan menjelajahi konten pada suatu halaman media sosial (Melisa, 2016).

2.2.7. Aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial

Menurut Yanica tahun 2014, aspek dalam intensitas penggunaan media sosial meliputi perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi.

1. Perhatian

Perhatian merupakan keinginan individu untuk mengakses sesuatu di media sosial. Apabila seseorang merasa tertarik melakukan kegiatan di media sosial, maka seseorang tersebut akan menikmati aktivitas itu. Individu akan lebih mudah dalam menjalin hubungan sosial didalam media sosial dan akan memanfaatkan segala layanan yang diberikan dari jejaring sosial tersebut.

2. Penghayatan

Penghayatan merupakan suatu usaha yang dilakukan seorang individu untuk dapat memahami suatu informasi yang diberikan di media sosial. Individu akan lebih bisa menikmati aktivitas di jejaring sosial apabila mereka memahami maksud dari informasi yang disampaikan disana.

3. Durasi

Durasi merupakan lamanya seseorang untuk menghabiskan waktu dalam mengakses suatu media sosial. Contohnya, si A menghabiskan waktu 2-3 jam dalam sehari untuk melakukan aktivitas di media sosial.

4. Frekuensi

Frekuensi merupakan banyaknya kegiatan yang dilakukan berulang untuk menggunakan jejaring sosial. Frekuensi dapat dilihat dari seberapa kali seseorang melakukan aktivitas di jejaring sosial. Misalnya, si A dalam waktu 1 minggu mengakses media sosial sebanyak 20 kali.

2.3 Konsep Harga Diri

2.3.1. Definisi Harga Diri

Harga diri merupakan suatu bentuk evaluasi diri yang dibentuk oleh individu itu sendiri, baik dalam bentuk positif atau negatif. Harga diri mengarah pada perlakuan seseorang terhadap dirinya. Semakin tinggi tingkat harga diri seseorang maka semakin tinggi pula seseorang tersebut menyukai dirinya sendiri.

Dan begitupun sebaliknya dengan harga diri yang rendah (Baron & Byrne, 2012).

Harga diri adalah penilaian yang mengarah pada penilaian yang positif, negatif, netral dan ambigu dimana merupakan bagian dari konsep diri, namun bukan kaitannya dengan mencintai diri sendiri. Seseorang dengan harga diri yang tinggi akan lebih menghormati dirinya, membuat dirinya berharga, memandang dirinya setara dengan orang lain. Sedangkan seseorang dengan harga diri yang rendah biasanya merasakan adanya penolakan, meremehkan diri sendiri dan adanya ketidakpuasan terhadap dirinya sendiri (Simbolon, 2008).

Harga diri adalah bentuk evaluasi yang dibentuk oleh individu tersebut.

Evaluasi ini menunjukkan sikap setuju maupun tidak setuju, serta menunjukkan sejauh mana individu merasa dirinya mampu, berharga, berarti di lingkungannya.

Evaluasi diri dapat berupa evaluasi positif dan evaluasi negatif (Harsini, 2008).

2.3.2. Aspek Harga Diri

Beberapa aspek yang terdapat dalam harga diri menurut Handayani tahun

2008 yaitu:

1. Perasaan Berharga

Perasaan berharga muncul ketika individu merasa dirinya berharga untuk orang lain dan mampu menghargai pula individu lainnya. Individu ini lebih mudah dalam mengatasi masalah yang dihadapinya dan mampu menerima masukan yang diberikan padanya.

2. Perasaan Mampu

Perasaan mampu dirasakan oleh individu apabila telah mampu mencapai sesuatu yang dilakukannya. Individu seperti ini cenderung suka melakukan sesuatu yang baru dan menantang. Individu ini akan selalu berusaha untuk membuat perubahan dalam dirinya walaupun mereka sadar banyak ada rintangan yang akan dihadapi kedepannya.

3. Perasaan Diterima

Perasaan diterima terjadi apabila individu telah diterima di suatu kelompok atau lingkungannya. Individu akan merasa dirinya diterima di kelompok atau lingkungan tersebut, apabila anggota kelompok tersebut memperlakukan dirinya sebagai bagian dari kelompok.

2.3.3. Karakteristik Harga Diri

Coopersmith tahun 1967 mengemukakan karakteristik individu sesuai dengan tingkat harga dirinya yaitu:

1. Harga Diri Tinggi

- a) Merasa dirinya sama baik dan berharganya dengan orang lain sehingga dapat menghargai orang lain

- b) Dapat mengontrol tindakan yang dilakukan dan dapat menerima kritik yang diberikan kepada dirinya
- c) Menyukai melakukan sesuatu yang baru dan tidak bingung apabila sesuatu tersebut berjalan diluar rencananya
- d) Mampu dalam bidang akademik maupun kegiatan sosial lainnya
- e) Tidak merasa diri sempurna, namun mengetahui keterbatasan diri yang dimilikinya
- f) Memiliki nilai dan sikap yang demokratis dan berorientasi realistik
- g) Bahagia dan efektif dalam menghadapi tuntutan yang ada di lingkungan

2. Harga Diri Rendah

- a) Menganggap diri tidak berharga sehingga takut untuk melakukan hubungan sosial dengan orang lain. hal ini menyebabkan individu dengan harga diri rendah menjadi tidak puas terhadap dirinya.
- b) Sulit mengontrol tindakan yang dilakukan sehingga kurang dapat menerima kritik dari orang lain.
- c) Tidak menyukai suatu hal yang baru sehingga sulit untuk menyesuaikan diri dengan suatu hal atau lingkungan yang baru.
- d) Tidak dapat mengungkapkan pendapat dengan baik dan tidak percaya dengan kemampuan yang dimiliki, sehingga kurang berhasil dalam akademik dan sulit untuk mengekspresikan diri.
- e) Merasa diri kurang sempurna dan segala sesuatu yang dikerjakannya akan selalu mendapat hasil yang buruk, walaupun sudah dikerjakan dengan usaha.
- f) Kurang memiliki nilai dan sikap yang demokratis serta tidak berorientasi secara realistik

- g) Merasa khawatir dan ragu dalam menghadapi tuntutan lingkungan yang ada.

2.3.4. Proses Pembentukan Harga Diri

Harga diri mulai dibentuk sejak individu berusia kanak-kanak hingga remaja akhir. Pengalaman dan interaksi dengan orang lain merupakan faktor yang sangat mendominasi pembentukan harga diri ini, baik yang positif maupun yang negatif (Papalia, 2009). Perkembangan harga diri berjalan beriringan dengan bertambahnya usia seseorang, makin bertambah usia seseorang maka akan lebih bisa menghadapi tantangan yang ada didepannya. Hal inilah yang dapat menentukan tingkat harga diri seseorang, apakah individu tersebut dapat menghadapi masalahnya ataupun malah menghindari masalah tersebut (Steinberg, 1999).

2.3.5. Hambatan Perkembangan Harga Diri

Tanggapan negatif merupakan salah satu hambatan yang akan selalu dihayati oleh setiap individu. Tanggapan negatif dapat membuat seseorang berpikir yang tidak wajar dan salah mempersepsikan sesuatu di sekitarnya. Hal inilah yang nantinya dapat menjadi penghambat dalam mengembangkan harga diri seseorang. Seseorang menjadi cemas dan takut dalam melakukan tindakan apapun karena adanya tanggapan negatif yang tidak dapat teratasi (Kamila, 2013).

2.3.6. Faktor yang Mempengaruhi Harga Diri

Harga diri terbentuk dari interaksi individu terkait penghargaan, penerimaan, dan perhatian oleh orang lain maupun lingkungannya (Ghufron, 2010).

Berikut beberapa faktor yang mempengaruhi harga diri antara lain:

1. Jenis kelamin

Dilihat dari aspek-aspek harga diri seperti perasaan diterima, perasaan berharga, dan perasaan mampu, wanita merasa memiliki harga diri yang lebih rendah dibandingkan dengan pria. Hal ini disebabkan karena adanya peran dukungan orangtua dan harapan oleh masyarakat yang berbeda-beda baik kepada wanita maupun pria (Ghufron, 2010).

2. Inteligensi

Pengukuran intelegensi erat hubungannya dengan penilaian akademik di sekolah. Individu dengan tingkat harga diri yang tinggi cenderung memiliki prestasi di bidang akademik yang tinggi pula dibandingkan dengan individu yang memiliki tingkat harga diri yang rendah. Hal ini berkaitan dengan adanya perilaku selalu berusaha keras pada individu yang memiliki tingkat harga diri yang tinggi (Ghufron, 2010).

3. Kondisi fisik

Terdapat hubungan yang konsisten terkait kondisi fisik seseorang dengan tingkat harga dirinya. Individu yang memiliki kondisi fisik yang menarik akan lebih menghargai dirinya sehingga cenderung memiliki harga diri yang tinggi. Begitupun sebaliknya dengan individu yang memiliki kondisi fisik yang tidak terlalu menarik akan merasa dirinya rendah (Ghufron 2010).

4. Lingkungan keluarga

Keluarga merupakan pondasi pertama masing-masing individu untuk memulai melakukan kegiatan sosial. Aspek lingkungan keluarga meliputi nilai-nilai orangtua, pekerjaan, status ekonomi dan keterlibatan orangtua dengan anak-anaknya. Membiarkan akan melakukan sesuatu dengan aktif dan tidak

mengekangnya dapat membentuk anak menjadi individu dengan harga diri yang tinggi, begitupun sebaliknya apabila dididik dengan sering melarangnya melakukan sesuatu dan memarahi akan membentuk anak menjadi individu yang tidak dapat menghargai dirinya sendiri (Ghufron, 2010).

Ikatan yang kuat dengan keluarga juga mempengaruhi harga diri seseorang. Keluarga yang dikelilingi dengan rasa bahagia akan membentuk anggota keluarga yang memiliki harga diri yang tinggi, sedangkan lingkungan keluarga yang penuh dengan pertengkaran dan penolakan akan membentuk anggota keluarga yang memiliki perasaan negatif dan pesimis.

5. Lingkungan sosial

Harga diri seseorang dapat terbentuk dari perlakuan dan penerimaan seorang individu di lingkungannya. Salah satunya penerimaan akan teman dekat, mereka akan melakukan segala sesuatu untuk dapat menyesuaikan diri di kelompok atau lingkungannya walaupun hal tersebut negatif. Kelompok atau lingkungan akan menghargai hal tersebut sehingga individu merasa diterima di lingkungannya walaupun harus menentang prinsip yang dimilikinya (Ghufron, 2010). Lingkungan sosial membuat remaja melakukan interaksi sosial pertamanya bersama dengan keluarga. Setelah itu remaja akan melakukan interaksi sosial dengan teman sebayanya sehingga membentuk suatu penilaian dan keberartian dalam lingkungannya (Anindyajati dkk, 2004). Beberapa hal dapat dilakukan dalam melakukan interaksi sosial, dimana salah satunya adalah dengan menggunakan media sosial yang banyak digunakan oleh remaja saat ini.

2.3.7. Harga Diri pada Remaja

Harga diri sering kali mengalami transisi dari sekolah dasar menuju sekolah menengah. Sesungguhnya selama dan setelah mengalami banyak

transisi hidup, harga diri pada individu sering kali mengalami penurunan.

Penurunan harga diri berlangsung selama transisi dari awal atau pertengahan hingga akhir sekolah menengah atas, dan dari sekolah menengah atas hingga kampus (Santrock, 2007).

Harga diri berkembang mengikuti perkembangan individunya. Harga diri cenderung mengalami penurunan pada masa remaja, meningkat pada usia 20an, tetap pada usia 30an, meningkat lagi pada usia 50-60an, dan kembali menurun pada usia 70-80an. Apabila dilihat dari gendernya, perempuan memiliki harga diri yang lebih rendah dibandingkan dengan laki-laki karena rendahnya penyesuaian yang sehat (Santrock, 2007). Menurunnya harga diri perempuan di masa remaja awal disebabkan karena adanya citra tubuh yang negatif selama masa pubertas, dibandingkan dengan laki-laki (Harter, 2006). Penjelasan lain yang berkaitan yaitu meningkatnya para remaja perempuan yang terlibat dalam relasi sosial dan kegagalan masyarakat untuk menghargai minat mereka tersebut (Santrock, 2007).

Kebutuhan akan harga diri pada remaja merupakan suatu kebutuhan yang harus dipenuhi. Harga diri meliputi keunggulan dalam kompetisi, kebutuhan prestasi, kemandirian dan kebebasan, prestise, kekuasaan, penerimaan dan mendapatkan nama baik. Harga diri sangat dibutuhkan dalam masa perkembangan tahap remaja karena pada tahap remaja inilah puncak dari harga diri tersebut dibentuk (Santrock, 2007).

2.3.8. Meningkatkan Harga Diri pada Remaja

Terdapat 4 hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan harga diri pada remaja menurut Santrock tahun 2007, yaitu:

1. Mengidentifikasi penyebab rendahnya harga diri dan bidang-bidang kompetensi yang penting bagi diri.

Cara yang dapat dilakukan agar harga diri meningkat adalah intervensi yang dilakukan harus mencapai tingkat penyebab harga diri. Remaja memiliki tingkat harga diri tertinggi apabila dapat tampil secara kompeten dalam bidang yang menurut dirinya penting. Oleh karena itu, sebaiknya remaja didorong untuk mengidentifikasi dan menghargai bidang-bidang kompetensinya.

2. Menyediakan dukungan emosional dan persetujuan sosial.

Dukungan emosional dan persetujuan sosial berupa konfirmasi dari orang lain memiliki pengaruh dalam peningkatan harga diri pada remaja. Beberapa remaja yang memiliki harga diri yang rendah berasal dari keluarga atau lingkungan yang diwarnai dengan konflik, dimana dirinya menerima penyesalan dan penolakan sehingga mereka tidak menerima dukungan. Persetujuan dari teman sebaya dirasa penting dalam memberikan pengaruh terhadap peningkatan harga diri pada remaja. Dukungan orangtua dan kawan-kawan berkaitan dengan martabat diri remaja secara keseluruhan.

3. Meningkatkan prestasi.

Prestasi dapat pula untuk meningkatkan harga diri pada remaja. Mengajarkan keterampilan nyata kepada remaja secara langsung sering kali dapat meningkatkan harga diri remaja. Penekanan pentingnya prestasi dalam peningkatan harga diri pada remaja berkaitan dengan *self efficacy*, yakni keyakinan individu bahwa dirinya mampu menguasai suatu situasi dan memberikan hasil yang positif.

4. Meningkatkan keterampilan coping.

Harga diri akan meningkat apabila remaja mengatasi masalah yang ada dan buka menghindarinya. Menghadapi masalah dengan jujur, realistis, dan tidak defensif dapat menghasilkan evaluasi diri yang positif dan meningkatkan harga diri. Sebaliknya, apabila dilakukan dengan menipu diri, pengingkaran, dan menghindar akan memunculkan evaluasi diri yang negatif.

2.3.9. Pentingnya Harga Diri bagi Remaja

Frey & Carlock pada tahun 1987 menyatakan bahwa terdapat tiga hal terkait pentingnya harga diri pada remaja, antara lain:

1. Masa remaja tahap akhir merupakan masa penentuan keputusan untuk menuju ke tahap yang lebih tinggi.
2. Masa remaja merupakan masa peralihan yang agak membingungkan karena harus dihadapkan pada dua masa didepan dan dibelakangnya, yaitu masa anak-anak dan masa dewasa. Individu dituntut untuk mampu memposisikan dirinya dengan benar sesuai tahapan perkembangannya.
3. Masa remaja merupakan masa perubahan fisik dan perubahan fungsi seksual. Perubahan inilah yang dapat mempengaruhi adanya perubahan harga diri pada seseorang. Individu dengan kondisi fisik yang kurang akan merasa tidak diperhatikan dan menjadi individu dengan harga diri rendah. Maka penting adanya penyesuaian terkait kondisi peralihan yang cepat ini (Frey & Carlock, 1987).

2.3.10. Pengukuran Harga Diri

Salah satu pengukuran tingkat harga diri yaitu *Rosenberg Self Esteem Scale (RSES)*. *Rosenberg Self Esteem Scale* adalah suatu instrumen yang

dikembangkan oleh seseorang bernama Morris Rosenberg. RSES merupakan instrumen yang paling sering digunakan dalam suatu penelitian. RSES terdiri dari 10 item pertanyaan, dengan 5 item pertanyaan negatif dan 5 item pertanyaan positif. Instrumen ini bertujuan untuk pengukuran secara global. Penilaian menggunakan skala likert 0-3, dimana nilai maksimalnya adalah 30 (Guindon, 2010).

Beberapa kelebihan menggunakan alat ukur RSES menurut Malay tahun 2010, yaitu:

1. Tingkat pengujian reabilitas yang tinggi (sebesar 0,8504) yang berarti item-item tersebut dapat digunakan sebagai instrumen alat ukur harga diri
2. Bagus untuk mengukur harga diri secara keseluruhan
3. Jumlah pertanyaan yang sedikit (hanya 10) sehingga memudahkan dalam pengisian
4. Disusun secara khusus untuk populasi klien usia remaja
5. Terbukti memiliki validitas dan reabilitas yang baik

2.4. Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Tingkat Harga Diri

Faktor-faktor yang mempengaruhi harga diri remaja yaitu jenis kelamin, inteligensi, kondisi fisik, lingkungan keluarga, dan lingkungan sosial (Ghufron, 2016). Lingkungan sosial memberikan pengaruh besar terhadap remaja sehingga menumbuhkan rasa aman dalam penerimaan sosial dan harga dirinya (Burn, 1998). Didalam lingkungan tersebut, remaja akan melakukan interaksi dengan seseorang melalui tatap muka langsung ataupun tidak langsung. Interaksi tidak langsung dapat dilakukan melalui media sosial (Soekanto, 2005).

Beberapa penelitian membahas terkait hubungan media sosial dan harga diri. Salah satu penelitian yang dilakukan oleh Cicillia Sedy Setya Ardari pada tahun 2016 dengan judul penelitian “Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Remaja Awal” menyatakan bahwa remaja yang positif dalam pemikiran akan lebih percaya dalam memanfaatkan media sosial. Remaja dengan kepercayaan diri yang tinggi juga akan tetap memelihara pertemanan yang sudah terjalin secara sosial (secara tatap muka).

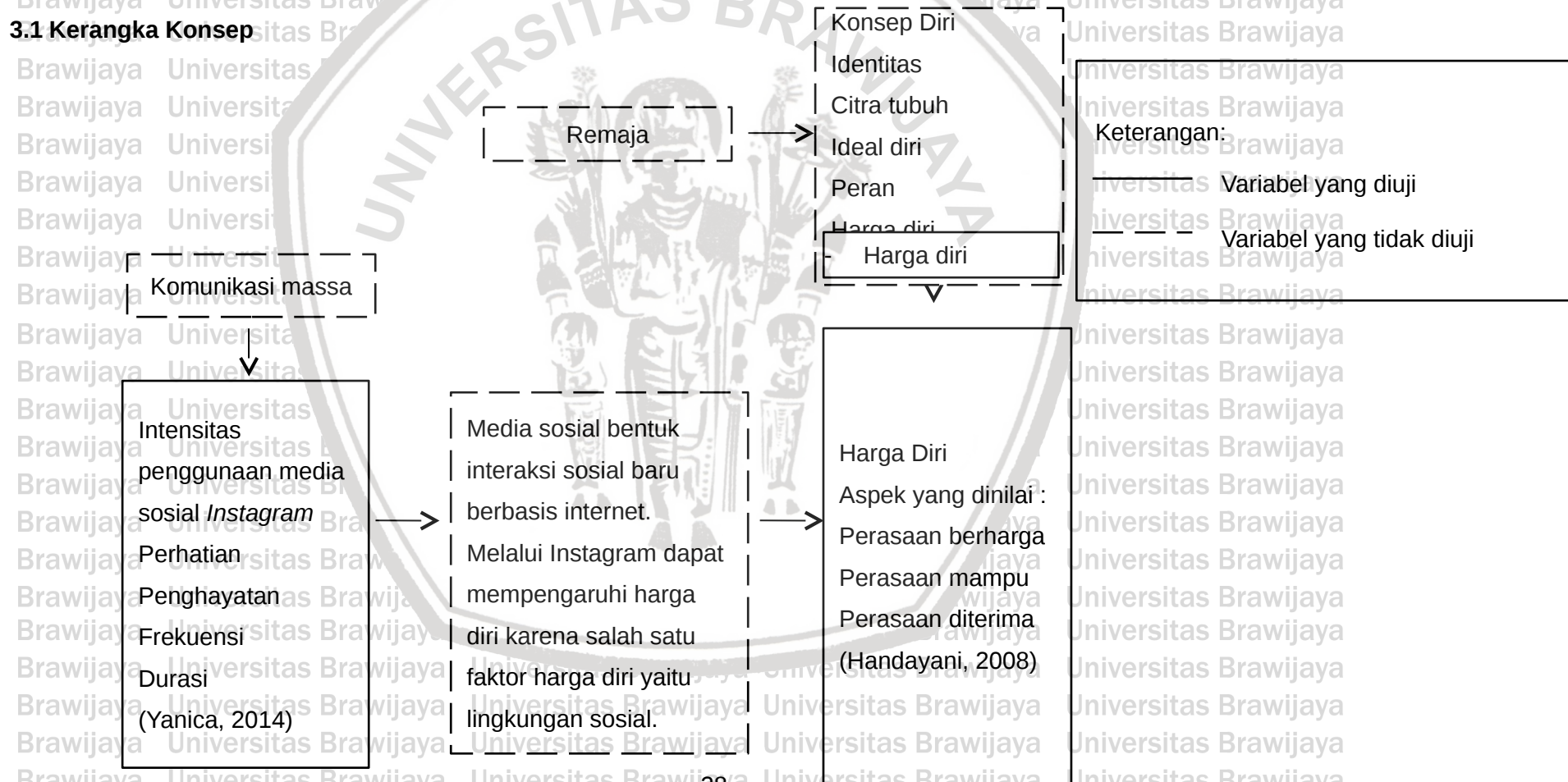
Penelitian lain oleh Andry Ivani Rizki pada tahun 2017 yang berjudul “Hubungan antara Intensitas Media Sosial *Instagram* dengan Harga Diri” menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan antara keduanya karena mengakses media sosial hanya semata-mata sebagai kepentingan sosial dalam mencari informasi atau sebagai hubungan interaksi dengan pengguna lain saja. Harga diri remaja tidak terpengaruh dengan adanya komentar buruk terhadap dirinya karena telah terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan sehingga harga diri remaja menjadi tinggi.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Anang Sugeng Cahyono pada tahun 2016 dengan judul penelitian “Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia” menyebutkan bahwa media sosial memberikan pengaruh terhadap interaksi sosial yang terjadi. Individu menjadi lebih mudah dalam berinteraksi karena tidak harus saling bertemu, namun hal ini dapat membentuk individu yang semakin tertutup.

BAB 3

KERANGKA KONSEP DAN HIPOTESIS PENELITIAN

3.1 Kerangka Konsep



Komunikasi massa merupakan komunikasi yang menggunakan bentuk media massa dimana individunya dapat melakukan komunikasi dengan masyarakat luas (Soekanto, 2002). *Instagram* merupakan salah satu media sosial dimana penggunaannya dapat melakukan interaksi sosial di dalamnya.

Komponen dalam intensitas penggunaan media sosial *Instagram* meliputi, perhatian, penghayatan, frekuensi, dan durasi (Yanica, 2014).

Harga diri merupakan salah satu komponen dari konsep diri dimana merupakan suatu bentuk evaluasi diri yang dibentuk oleh individu itu sendiri, baik dalam bentuk positif atau negatif. Harga diri mengarah pada perlakuan seseorang terhadap dirinya (Baron & Byrne, 2012).

Fitur dalam *Instagram* menjadi sangat berpengaruh terhadap perkembangan remaja tersebut. Hal ini didasarkan pada pada masa remaja, individu dalam tahap mengenali dirinya sendiri (konsep diri) (Feist & Feist, 2010).

Salah satu faktor yang berpengaruh dalam harga diri yaitu lingkungan sosial. Lingkungan sosial merupakan suatu sarana dimana individu dapat melakukan interaksi dengan orang lain dan dapat mengubah perilaku seseorang (Angga, 2011).

Komponen dalam harga diri meliputi perasaan berharga, perasaan mampu, dan perasaan diterima. Harga diri dibagi menjadi 2 yaitu, harga diri tinggi dan harga diri rendah.

3.2 Hipotesis Penelitian

Terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan tingkat harga diri remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang.

BAB 4 METODE PENELITIAN

4.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan secara *cross sectional*. Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner dalam waktu yang bersamaan. Penelitian ini mengidentifikasi hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan tingkat harga diri remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang.

4.2 Populasi dan Sampel

4.2.1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang sebanyak 296 orang.

4.2.2. Sampel

Penghitungan sampel penelitian dihitung dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(d)^2}$$

$$= \frac{296}{1 + 296(0.05)^2}$$

$$= \frac{296}{1 + 0.74}$$

$$= \frac{150}{1.74}$$

$$= 86,2$$

$$\approx 86$$

Keterangan :

N : populasi

n : sampel

d : derajat signifikansi (0.05)

Jumlah sampel yang digunakan setelah dilakukan pembulatan yaitu 86 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah

Nonprobability Sampling dengan metode *purposive sampling*.

Kriteria inklusi dalam penelitian ini yaitu:

1. Bersedia menjadi responden dengan adanya bukti persetujuan oleh orangtua/ pihak sekolah pada lembar informed consent
2. Aktif menggunakan akun media sosial *Instagram*

4.3 Variabel Penelitian

4.3.1. Variabel Independen

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah intensitas penggunaan media sosial *Instagram* remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang.

4.3.2. Variabel Dependen

Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah tingkat harga diri remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang.

4.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di SMA Negeri 4 Malang yang berlokasi di Jalan Tugu No. 1, Kiduldalem, Klojen, Malang, Jawa Timur. Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2018.

4.5 Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan beberapa instrumen untuk mengukur variabel, yaitu:

1. Instrumen A (Instrumen Demografi)

Instrumen demografi berisi karakteristik responden yang meliputi nama inisial, usia, jenis kelamin, dan kelas responden.

2. Instrumen B (Instrumen Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram*)

Instrumen penggunaan media sosial *Instagram* menggunakan instrumen berdasarkan teori Del Barrio yang telah dimodifikasi oleh landesi Andarwati dalam penelitiannya yang berjudul "*Citra Diri Ditinjau dari Intensitas Penggunaan Media Jejaring Sosial Instagram pada Siswa Kelas XI SMA N 9 Yogyakarta*" pada Januari 2016. Instrumen intensitas penggunaan media sosial *Instagram* meliputi:

- a) Perhatian
- b) Penghayatan
- c) Durasi
- d) Frekuensi

3. Instrumen C (Instrumen Tingkat Harga Diri)

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah instrumen *Rosenberg Self Esteem Scale (RSES)* yang telah diterjemahkan dalam penelitian yang berjudul "*Hubungan Harga Diri dengan Kejadian Depresi pada Orang dengan HIV/AIDS (ODHA) di Yayasan Sadar Hati Malang*" pada tahun 2017 oleh Minchatul Fitri.

Rosenberg Self Esteem Scale adalah suatu instrumen yang dikembangkan oleh seseorang bernama Morris Rosenberg. *RSES* merupakan instrumen yang paling sering digunakan dalam suatu penelitian. *RSES* terdiri dari 10 item pertanyaan, dengan 5 item pertanyaan negatif dan 5 item pertanyaan positif. Instrumen ini bertujuan untuk pengukuran secara global. Penilaian menggunakan skala likert 0-3, dimana nilai maksimalnya adalah 30 (Guindon, 2010).

RSES terdiri dari sepuluh pertanyaan yang terdiri dari empat pilihan jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Skoring RSES adalah 0-3 dengan aturan pemberian skor sebagai berikut:

- 1) Skor 0 untuk STS
- 2) Skor 1 untuk TS
- 3) Skor 2 untuk S
- 4) Skor 3 untuk SS

Dari perhitungan tersebut, didapatkan hasil yang diinterpretasikan menjadi:

- 1) Harga diri rendah (skor 0-15)
- 2) Harga diri tinggi (skor 16-30)

4.6 Uji Instrumen Penelitian

4.6.1. Uji Validitas

Uji validitas telah dilakukan pada bulan januari kepada remaja kelas XI di SMA Negeri 3 Malang sebanyak 24 responden. Uji ini menggunakan SPSS 19.0. Hasil uji validitas yang dilakukan seluruh item pernyataan dalam kuesioner intensitas penggunaan media sosial Instagram dan tingkat harga diri dikatakan valid dengan r_{tabel} yaitu 0,4044 (N = 24 responden).

4.6.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas telah dilakukan pada bulan januari kepada remaja kelas XI di SMA Negeri 3 Malang sebanyak 24 responden. Uji ini menggunakan SPSS 19.0. Hasil uji realibilitas yang dilakukan seluruh item pernyataan dalam kuesioner intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dan tingkat harga diri dikatakan reliabel karena nilai Alpha Cronbach > 0,50.

4.7 Definisi Operasional

Definisi operasional menjelaskan semua variabel dan istilah yang kemudian digunakan peneliti secara operasional, sehingga mempermudah dalam mengartikan makna penelitian.

Variabel	Definisi Operasional	Parameter	Alat Ukur	Skala Ukur	Hasil Ukur
Independen: Intensitas penggunaan media sosial <i>Instagram</i>	Penilaian penggunaan media sosial <i>Instagram</i> terhadap remaja.	Komponen-komponen intensitas penggunaan media sosial <i>Instagram</i> : a. Perhatian b. Penghayatan c. Durasi d. Frekuensi	Kuisisioner berdasarkan teori Del Bario yang telah dimodifikasi oleh landesi Andarwati pada penelitiannya tahun 2016.	Ordinal	<ul style="list-style-type: none"> Sangat rendah (skor 22-43) Rendah (skor 44-65) Sedang (66-87) Tinggi (88-109) Sangat tinggi (110-140)
Dependen: Tingkat harga diri	Penilaian remaja terhadap dirinya dengan menilai diri secara positif maupun negatif.	<ul style="list-style-type: none"> Harga diri positif meliputi, perasaan berharga, menerima diri sendiri, dan dapat mengerjakan sesuatu seperti orang lain Harga diri negatif meliputi, perasaan tidak berguna, tidak bangga dengan dirinya, dan 	Kuesioner diadaptasi dari Rosenberg Self Esteem Scale (RSES) oleh	Ordinal	<ul style="list-style-type: none"> Harga diri rendah (skor 0 - 15) Harga diri tinggi (16 - 30)

	<p>merasa gagal</p> <p>Komponen-komponen harga diri:</p> <p>a. Perasaan diterima</p> <ul style="list-style-type: none">• Memiliki perasaan positif karena merasa diterima oleh kelompok• Memiliki perasaan negatif karena merasa tidak diterima oleh kelompok <p>b. Perasaan mampu</p> <ul style="list-style-type: none">• Mampu mengerjakan sesuatu dengan baik• Tidak mampu mengerjakan sesuatu seperti orang lain <p>c. Perasaan berharga</p> <ul style="list-style-type: none">• Menilai diri secara positif• Memiliki kepercayaan diri• Yakin terhadap dirinya sendiri	<p>penelitian sebelumnya yaitu Minchatul Fitri tahun 2017.</p>
--	---	--

4.8 Pengumpulan Data

4.8.1 Prosedur Penelitian

Data diambil dari remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang yang aktif menggunakan media sosial *Instagram*. Pengumpulan data dilakukan dalam 2 tahap yaitu tahap persiapan dan tahap pelaksanaan. Adapun prosedur penelitian ini yaitu:

1. Tahap Persiapan

- a. Peneliti mengurus surat pengambilan data awal di Sekretariat Tugas Akhir Fakultas Kedokteran Universitas Brawijaya untuk mengetahui pengguna aktif terbanyak media sosial *Instagram* dari beberapa SMA yang ada di kota Malang yaitu SMA Negeri 1 Malang, SMA Negeri 3 Malang, dan SMA Negeri 4 Malang.
- b. Peneliti mengajukan surat rekomendasi pengambilan data awal ke Cabang Dinas Pendidikan Wilayah Kota Malang dan Kota Batu.
- c. Peneliti menuju ke masing-masing sekolah tujuan lalu meminta ijin kepada pihak sekolah untuk melakukan data awal yaitu untuk mengetahui pengguna aktif terbanyak media sosial *Instagram*.
- d. Peneliti mendapatkan data SMA yang pengguna aktifnya terbanyak yaitu SMA Negeri 4 Malang.
- e. Menyusun kuesioner yang digunakan.
- f. Peneliti melakukan pengujian kuesioner. Pengujian kuesioner dilakukan di remaja kelas XI SMA Negeri 3 Malang dan mendapatkan hasil validitas dan reliabilitas kuesioner penelitian.

2. Tahap Pelaksanaan

- a. Peneliti mengurus surat ijin penelitian di Sekretariat Tugas Akhir Fakultas Kedokteran Universitas Brawijaya.

- b. Peneliti mengajukan surat rekomendasi ijin penelitian ke Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Pemkot Malang dan Cabang Dinas Pendidikan Wilayah Kota Malang dan Kota Batu.
- c. Peneliti mengurus etik penelitian di Komisi Etik Fakultas Kedokteran Universitas Brawijaya.
- d. Peneliti meminta ijin untuk melakukan ijin penelitian kepada pihak SMA Negeri 4 Malang untuk melakukan pengambilan data penelitian.
- e. Peneliti menuju kelas XI SMA Negeri 4 Malang untuk melakukan pengambilan data menggunakan kuesioner.
- f. Peneliti memperkenalkan diri lalu menjelaskan tujuan manfaat penelitian, hak-hak responden, serta prosedur penelitian.
- g. Peneliti membagikan informed consent sebagai tanda persetujuan yang kemudian diberikan kepada orang tua mereka masing-masing untuk ditandatangani sebagai persetujuan bahwa orangtua telah mengizinkan anaknya untuk mengikuti penelitian.
- h. Peneliti kembali ke sekolah untuk pengambilan data
- i. Peneliti melihat *informed consent* responden, responden yang *informed consent*nya yang telah ditandatangani oleh orang tua mereka kemudian diberikan lembar kuesioner yang kemudian diisi oleh responden
- j. Peneliti membagikan lembar identitas diri dan dua kuesioner penelitian yaitu kuesioner intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dan kuesioner harga diri.
- k. Peneliti menjelaskan cara pengisian kuesioner kepada responden.

- l. Peneliti memandu responden dalam pengisian identitas diri dan kuesioner yang telah dibagikan. Pengisian kuesioner dengan cara memberi tanda centang (✓) pada masing-masing pernyataan yang sesuai dengan kondisi responden.
- m. Peneliti menjawab pertanyaan apabila terdapat responden yang masih belum mengerti dengan isi kuesioner.
- n. Peneliti mengumpulkan kuesioner yang telah selesai diisi oleh responden.
- o. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada responden dan memberikan tanda terima kasih berupa alat tulis (buku dan pulpen).
- p. Kuesioner yang telah terkumpul kemudian dilakukan pengolahan data.
- q. Peneliti melakukan observasi dengan melihat aktivitas yang mereka lakukan di media sosial *Instagram* untuk mengetahui keaktifan penggunaan media sosial *Instagram*.
- r. Peneliti menyusun laporan penelitian

4.8.2 Alur Penelitian

Alur penelitian disajikan dalam bentuk bagan dibawah ini, yaitu:

Mengurus surat perijinan di Sekretariat Tugas Akhir Fakultas Kedokteran untuk pengambilan data awal ke SMA Negeri 1 Malang, SMA Negeri 3 Malang, dan SMA Negeri 4 Malang.

Mengurus surat rekomendasi dari Cabang Dinas Pendidikan Wilayah Kota Malang dan Kota Batu untuk melakukan pengambilan data awal.

Peneliti melakukan pengambilan data awal di SMA Negeri 1 Malang, SMA Negeri 3 Malang, dan SMA Negeri 4 Malang.

Menentukan tempat tujuan penelitian sesuai kriteria peneliti

Menentukan jumlah populasi dan sampel remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang

Menjelaskan maksud dan tujuan penelitian. Memberikan *informed consent* ke responden dan ditandatangani oleh orangtua sebagai bukti persetujuan bersedia mengikuti penelitian.

Membagikan lembar identitas dan lembar kuesioner intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dan kuesioner harga diri. Pengisian kuesioner dilakukan selama 15 menit.

Melakukan analisa data tentang hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan tingkat harga diri remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang.

Penarikan kesimpulan dan pembuatan laporan hasil penelitian.

4.9 Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan setelah kuisoner terkumpul. Dilakukan pengolahan data dari tahap editing (penyuntingan), coding (pemberian identitas), scoring (memberi nilai), dan tabulasi.

1. *Editing* (Penyuntingan)

Secara umum *editing* merupakan kegiatan untuk pengecekan dan perbaikan isi formulir atau kuesioner. Lembar kuesioner diperiksa apakah sudah diisi dengan lengkap atau belum. Lembar kuesioner yang telah lengkap kemudian dilanjutkan untuk dilakukan pengolahan data, sedangkan lembar kuesioner yang tidak lengkap kemudian dikeluarkan oleh peneliti.

2. *Coding* (Pemberian Identitas)

Coding merupakan kegiatan pemberian kode *numeric* (angka) terhadap data yang terdiri dari beberapa kategori. Kegiatan dalam *coding* ini adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberikan skor seperti kuesioner intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dan kuesioner tingkat harga diri.

3. *Scoring* (Memberi Nilai)

Scoring merupakan proses pemberian nilai pada masing-masing jawaban untuk menilai intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dan tingkat harga diri. Pada kuesioner intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dan kuesioner tingkat harga diri menggunakan skala likert, pada pertanyaan *favourable* poin 0= sangat tidak setuju, 1= tidak setuju, 2= setuju, 3= sangat setuju. Pada pertanyaan *unfavourable* diberi poin 0= sangat setuju, 1= setuju, 2= tidak setuju, 3= sangat tidak setuju.

Pemberian *scoring* pada penelitian ini meliputi:

a. Variabel intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan alat ukur

kuesioner berdasarkan teori Del Bario (Yanica, 2014) yaitu:

- Skor 22-43 : sangat rendah
- Skor 44-65 : rendah
- Skor 66-87 : sedang
- Skor 88-109 : tinggi
- Skor 110-148 : sangat tinggi

b. Variabel tingkat harga diri dengan alat ukur kuesioner RSES yaitu:

- Skor 0-15 : harga diri rendah
- Skor 16-30 : harga diri tinggi

4. *Tabulating* (Tabulasi Data)

Proses *tabulating* dilakukan dengan cara mentabulasi hasil data yang diperoleh sesuai dengan item pertanyaan. Data intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dan tingkat harga diri kemudian dimasukkan dalam tabel sehingga mudah untuk dianalisa.

4.10. Analisa Data

4.10.1. Univariat

Analisis univariat digunakan untuk menganalisis tiap variabel. Bentuk analisis yang digunakan berdasarkan jenis data. Analisis univariat dalam penelitian ini dilakukan analisis intensitas penggunaan media sosial *Instagram*, tingkat harga diri, dan karakteristik responden.

1. Intensitas penggunaan media sosial *Instagram*

Intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada penelitian ini dijadikan data ordinal yaitu, sangat rendah, rendah, sedang, tinggi, sangat tinggi.

Klasifikasi intensitas penggunaan media sosial *Instagram* diperoleh dari perhitungan skor saat data telah tedata. Data yang telah masuk kemudian dihitung jumlah skornya.

2. Tingkat harga diri

Tingkat harga diri pada penelitian ini dijadikan data ordinal yaitu, harga diri tinggi dan harga diri rendah. Klasifikasi tingkat harga diri diperoleh dari perhitungan skor saat data telah terkumpul. Data yang telah masuk kemudian dihitung jumlah skornya.

3. Karakteristik responden

Karakteristik responden yang dianalisis meliputi nama, usia, jenis kelamin, dan kelas responden.

4.10.2. Bivariat

Analisa bivariat digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel. Pada penelitian ini digunakan uji spearman dengan menggunakan aplikasi *software product and service solution (SPSS)*. Langkah pertama yaitu dilakukan perangkian kemudian data dijadikan data ordinal, lalu dilakukan uji korelasi.

4.11 Etika Penelitian

1. *Respect for person* (Menghormati harga dan martabat manusia)

Peneliti menjelaskan maksud, tujuan, dan prosedur penelitian yang dilakukan serta hak-hak yang dimiliki oleh responden penelitian. Peneliti

memberikan responden berupa *informed consent*. Apabila subyek menolak untuk menjadi responden, maka peneliti tidak memaksa dan menghormati keputusan subyek.

2. *Beneficence* (Bermanfaat)

Responden diberikan beberapa pernyataan yang diisi didalam kuesioner. Penelitian ini memberikan manfaat bagi responden, yaitu responden dapat mengetahui intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dan tingkat harga dirinya.

3. *Nonmaleficence* (Tidak Merugikan)

Penelitian tidak menyebabkan kerugian terhadap respondennya dan kerahasiaan data responden tetap terjaga.

4. *Justice* (Keadilan)

Subjek diperlakukan secara adil baik sebelum, selama, dan sesudah keikutsertaannya dalam penelitian tanpa adanya diskriminasi. Seluruh responden diberikan tanda terima kasih yang sama oleh peneliti berupa alat tulis (buku dan bolpoin).

BAB 5

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menguraikan hasil penelitian tentang hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan tingkat harga diri remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang. Pengambilan data dilakukan dalam sekali waktu dengan jumlah sampel sebanyak 86 responden. Data yang dibahas meliputi data umum responden yang meliputi jenis kelamin, usia, tahun menggunakan media sosial *Instagram*, dan kegiatan yang dilakukan di media sosial *Instagram*. Dalam bab ini juga membahas intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dan tingkat harga diri remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang. Data ini diperoleh dari jawaban responden menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data.

5.1. Data Umum

5.1.1. Karakteristik Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil karakteristik data responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 5.1 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (f)	Persentase (%)
Laki-laki	28	32,6
Perempuan	58	67,4
Total	86	100

Berdasarkan data tabel 5.1, menunjukkan sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 58 responden (67,4%). Peran jenis kelamin bukan menjadi fokus dalam penelitian, karena hanya digunakan sebagai pembeda secara karakteristik demografis.

5.1.2. Karakteristik Data Responden Berdasarkan Usia

Hasil karakteristik data responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut:

Tabel 5.2 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
15	17	17,16	0,53

Berdasarkan data tabel 5.2, menunjukkan bahwa rata-rata usia responden adalah 17,16 tahun dimana usia minimalnya 15 tahun dan usia maksimalnya adalah 17 tahun, dengan standar deviasi sebesar 0,53.

5.2. Data Khusus

5.2.1. Data Univariat

5.2.1.1. Data Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* pada Remaja

Tabel 5.3 Data Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* pada Remaja

Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	Jumlah (f)	Persentase (%)
Sangat Rendah	1	1,2
Rendah	59	68,6
Sedang	25	29,0
Tinggi	1	1,2
Total	86	100

Berdasarkan pada tabel 5.3 menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada remaja paling banyak berada pada kategori rendah yaitu sebanyak 59 responden (68,6%).

Tabel 5.4 Distribusi Frekuensi Parameter Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* pada Remaja

Indikator	Kategori	Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	
		Jumlah (f)	Persentase (%)
Perhatian	Rendah	24	27,9
	Sedang	55	64,0
	Tinggi	7	8,1
Total		86	100%
Penghayatan	Rendah	9	10,5
	Sedang	67	77,9
	Tinggi	10	11,6
Total		86	100%
Durasi	Rendah	58	67,4
	Sedang	26	30,2
	Tinggi	1	1,2
	Sangat Tinggi	1	1,2
Total		86	100%
Frekuensi	Rendah	48	55,8
	Sedang	33	38,4
	Tinggi	4	4,7
	Sangat Tinggi	1	1,2
Total		86	100%

Berdasarkan tabel distribusi data intensitas penggunaan media sosial *Instagram* didapatkan pada indikator perhatian paling banyak pada kategori sedang yaitu sebanyak 55 responden (64,0%), pada indikator penghayatan paling banyak pada kategori sedang yaitu sebanyak 67 responden (77,9%), indikator durasi paling banyak pada kategori rendah sebanyak 58 responden (67,4%), dan pada indikator frekuensi paling banyak pada kategori rendah yaitu sebanyak 48 responden (55,8%).

5.2.1.2. Data Tingkat Harga Diri pada Remaja

Tabel 5.5 Data Tingkat Harga Diri pada Remaja

Tingkat Harga Diri	Jumlah (f)	Persentase (%)
Tinggi	73	84,9

Rendah	13	15,1
Total	86	100

Berdasarkan pada tabel 5.5 menunjukkan bahwa tingkat harga diri remaja paling banyak pada kategori tinggi yaitu sebanyak 73 responden (84,9%).

Tabel 5.6 Distribusi Frekuensi Parameter Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* pada Remaja

Indikator	Kategori	Tingkat Harga Diri	
		Jumlah (f)	Persentase (%)
Perasaan Diterima	Rendah	45	52,3
	Tinggi	41	47,7
Total		86	100%
Perasaan Mampu	Rendah	7	8,1
	Tinggi	79	91,9
Total		86	100%
Perasaan Berharga	Rendah	14	16,3
	Tinggi	72	83,7
Total		86	100%

Berdasarkan tabel distribusi data tingkat harga diri didapatkan pada kategori perasaan diterima paling banyak pada kategori rendah yaitu sebanyak 45 responden (52,3%), pada kategori perasaan mampu paling banyak pada kategori tinggi yaitu sebanyak 79 responden (91,9%), dan pada kategori perasaan berharga paling banyak pada kategori tinggi yaitu sebanyak 72 responden (83,7%).

5.2.2. Data Bivariat

5.2.2.1. Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* dengan Tingkat Harga Diri Remaja Kelas XI SMA Negeri 4 Malang

Data intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dan tingkat harga diri pada remaja yang telah disampaikan dalam tabel kemudian dibuat tabulasi dan dilakukan uji statistik untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan

media sosial *Instagram* dengan tingkat harga diri remaja. Pengujian statistik menggunakan uji *rank spearmen* dengan menggunakan program *SPSS*.

Tabel 5.7 Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* dengan Tingkat Harga Diri

Intensitas Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	Tingkat Harga Diri				Total		Koefision Korelasi <i>Spearmen</i>	Sig.
	Rendah		Tinggi					
	N	%	N	%	N	%		
Sangat Rendah	0	0	1	1,2	1	1,2		
Rendah	11	12,8	48	55,8	59	68,6	0,111	0,310
Sedang	2	2,3	23	26,7	25	29,1		
Tinggi	0	0	1	1,2	1	1,2		
Total	13	15,1	73	84,9	86	100		

Berdasarkan pada tabel 5.7 dapat diketahui bahwa responden yang telah diteliti sebagian besar memiliki intensitas penggunaan media sosial *Instagram* kategori rendah dengan tingkat harga diri yang tinggi sebanyak 48 responden (55,8%). Probabilitas korelasi yang ditunjukkan pada tabel sebesar 0,310 dengan nilai probabilitas sebesar $<0,05$ maka dinyatakan bahwa penelitian ini tidak terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan tingkat harga diri remaja. Uji korelasi *rank spearmen* menunjukkan besar korelasi yaitu sebesar 0,111 dimana berarti tingkat kekuatan hubungan antar variabel sangat lemah.

BAB 6 PEMBAHASAN

Bab ini membahas secara lengkap hasil penelitian terkait hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan tingkat harga diri remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang. Adapun pembahasannya meliputi: 1) intensitas penggunaan media sosial *Instagram* remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang, 2) tingkat harga diri remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang, dan 3) hubungan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan tingkat harga diri remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang.

6.1. Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* Remaja Kelas XI SMA Negeri 4 Malang

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa data yang dilakukan pada remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang, didapatkan bahwa intensitas penggunaan media sosial *Instagram* mereka paling banyak pada kategori rendah sebanyak 59 responden (68,6%). Distribusi data hasil intensitas penggunaan media sosial *Instagram* menjelaskan bahwa pada indikator perhatian menunjukkan kecenderungan remaja pada kategori sedang yaitu sebanyak 44 responden (64,0%) yang menjelaskan bahwa remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang merasa senang menggunakan media sosial *Instagram* dan memahami fitur-fitur yang terdapat dalam media sosial *Instagram*. Remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang juga mampu menjalin hubungan dengan pengguna lain secara baik.

Indikator penghayatan menunjukkan remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang pada kategori sedang yaitu sebanyak 67 responden (77,9%) yang dimana remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang mampu memahami dan menyerap

informasi yang disampaikan dalam media sosial *Instagram*, apapun bentuknya.

Dengan memahami informasi yang ada, dapat membuat remaja menjadi menikmati ketika mengakses media sosial *Instagram*. Akan tetapi pada hasil intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada remaja kelas XI SMA Negeri

4 Malang didapatkan bahwa sebagian besar dalam kategori rendah karena masih ada indikator durasi yang frekuensi yang mempengaruhinya.

Pada indikator durasi didapatkan sebagian besar dalam kategori rendah yaitu sebanyak 58 responden (67,4%) dimana remaja tersebut tidak terlalu lama dalam mengakses media sosial *Instagram*. Indikator selanjutnya yaitu frekuensi dengan sebagian besar dalam kategori rendah yaitu sebanyak 48 responden (55,8%) yang menunjukkan bahwa remaja tidak terlalu sering dalam mengakses media sosial *Instagram*, yaitu mengakses media sosial *Instagram* paling banyak responden kurang dari 2 kali dalam sehari.

Data ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan penelitian oleh Rizki (2017) yang menyatakan intensitas penggunaan media sosial pada remaja pada kategori sedang. Remaja pada penelitian tersebut mengakses media sosial *Instagram* kurang dari 3 kali dalam sehari dan hanya menggunakan sekitar 1 jam dalam seharinya. Aktivitas yang dilakukan didalam media sosial *Instagram* pun hanya sekedar melihat pemberitahuan dan sedikit mengunggah postingan foto maupun video.

Hal ini disebabkan karena pihak sekolah SMA Negeri 4 Malang yang memberlakukan sistem *fullday* dan siswa tidak diperbolehkan mengoperasikan *handphonenya* ketika pelajaran dimulai. Hal ini tentu saja berpengaruh dalam seberapa sering dan seberapa lama remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang dalam mengakses media sosial *Instagram*.

Hal ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahendra dengan judul Peran Media Sosial *Instagram* dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kabupaten Bekasi dimana para remaja diharuskan memiliki *Instagram* sehingga memudahkan mereka berinteraksi ataupun mengetahui hal yang dilakukan orang-orang yang ingin mereka ketahui. Tujuan penggunaan *Instagram* untuk mendapat perhatian dari orang-orang sekitar mereka. Hal ini dibuktikan remaja melalui postingan berupa foto maupun video pribadi mereka dan pengamatan mereka terhadap postingan orang-orang yang mereka *follow*. Menurut Aryaguna (2012) menjelaskan bahwa remaja memiliki kecenderungan untuk memperhatikan dan diperhatikan oleh orang lain, salah satu hal yang dapat dilakukan dengan cara mengunggah foto maupun video di *Instagram*. Hal ini berhubungan adanya pemberian likes dan comment sehingga remaja merasa bahwa diri mereka diterima dalam masyarakat.

Hal ini tidak terjadi dengan remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang yang dilihat dari indikator perasaan diterima yang masih menunjukkan adanya kategori yang tinggi. Remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang merasa bahwa dirinya telah diterima oleh kelompok maupun lingkungannya sehingga dirasa tidak perlu untuk membentuk citra diri yang lain di media sosial untuk diperhatikan oleh pengguna lain di media sosial tersebut.

6. 2. Tingkat Harga Diri Remaja Kelas XI SMA Negeri 4 Malang

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa data yang dilakukan pada remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang, didapatkan tingkat harga diri paling banyak pada kategori tinggi yaitu sebanyak 73 responden (84,9%). Distribusi hasil data tingkat harga diri menunjukkan bahwa pada indikator perasaan diterima didapatkan lebih

banyak remaja dengan kategori rendah dibandingkan tinggi, namun selisihnya hanya sedikit yaitu hanya 4 orang saja. Hal ini sesuai dengan pendapat Ghufron (2010) yang menyebutkan bahwa harga diri remaja dapat terbentuk dari bentuk penerimaan dirinya di lingkungannya. Remaja akan menyesuaikan dirinya ketika berada didalam kelompok maupun lingkungannya. Remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang yang termasuk kedalam kategori tinggi merasa sudah diterima di kelompoknya dan lingkungan, sedangkan remaja lainnya yang masuk kedalam kategori rendah masih merasa belum diterima oleh lingkungan maupun kelompoknya.

Hasil indikator selanjutnya yang mempengaruhi tingkat harga diri yaitu perasaan mampu dimana sebagian besar dalam kategori tinggi sebanyak 79 responden (91,9%). Hal ini sesuai dengan pendapat Handayani (2008) yang menyebutkan bahwa remaja dengan harga diri yang tinggi cenderung menyukai hal yang baru dan akan berusaha menghadapi permasalahan yang ada. Hasil ini menunjukkan bahwa remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang mampu mengerjakan segala sesuatu dengan baik.

Indikator selanjutnya yang mendukung tingginya tingkat harga diri pada remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang yaitu perasaan berharga, yaitu sebagian besar pada kategori tinggi sebanyak 72 responden (83,7%). Hal ini sesuai dengan pendapat Handayani (2008) menyebutkan bahwa remaja yang mampu menghargai dirinya sendiri, akan mampu menghargai orang lain pula. Remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang mampu menilai dirinya secara positif serta mampu menghargai dirinya. Remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang dengan harga diri yang tinggi juga mampu menerima masukan yang diberikan oleh kelompok maupun lingkungan sekitarnya.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lukman dkk (2012) dengan judul penelitian Harga Diri pada Remaja Menengah Putri di SMA Negeri 15 Kota Semarang yang menyebutkan bahwa sebanyak 95 respondennya (55,9%) memiliki tingkat harga diri tinggi, sedangkan 75 responden (44,1%) lainnya memiliki tingkat harga diri rendah. Peneliti tersebut menyatakan bahwa siswa yang memiliki tingkat harga diri yang tinggi akan merasa puas dengan apa yang dimilikinya sehingga dapat memanfaatkan segala kemampuan yang dimiliki, hal ini juga memberikan keadaan yang aman dan nyaman dalam melakukan interaksi sosial dengan lingkungan sekitarnya. Hal ini didukung pula oleh Rosenberg (1978) dimana remaja dengan tingkat harga diri yang tinggi dapat menerima masukan verbal maupun non verbal dari orang lain dalam menilai dirinya. Sehingga remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang cenderung dapat menghargai dirinya sendiri maupun orang lain.

Pada penelitian ini masih didapatkan sebanyak 13 responden (15,1%) dengan tingkat harga diri yang rendah. Hal ini sesuai dengan pendapat Santrock (2007) dimana remaja mengalami penurunan harga diri selama transisi awal hingga akhir sekolah menengah atas, kemudian akan mengalami kenaikan lagi ketika memasuki usia 20. Remaja pada kelas XI SMA Negeri Malang masih ada yang mengalami transisi awal dengan rentang usia 15-17 tahun, sehingga cenderung masih adanya penurunan tingkat harga diri.

6.3. Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* dengan Tingkat Harga Diri Remaja Kelas XI SMA Negeri 4 Malang

Pengujian statistik menggunakan uji korelasi *Spearman* kemudian didapatkan bahwa signifikansi sebesar 0,310 ($p < 0.05$) dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,111 berarti tidak ada hubungan antara intensitas penggunaan media

sosial *Instagram* dengan tingkat harga diri remaja. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesa yang diajukan oleh peneliti dimana terdapat hubungan yang positif antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan tingkat harga diri remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang.

Hasil penelitian didapatkan remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang sebagian besar untuk intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dalam kategori rendah dengan tingkat harga diri yang tinggi yaitu sebanyak 48 responden (55,8%). Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rizki (2017) di SMA Surakarta dimana tidak ditemukannya hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan tingkat harga diri remaja di SMA Surakarta. Dalam penelitian tersebut didapatkan intensitas pengguna media sosial *Instagram* tergolong sedang sebanyak 47 siswa (53,41%) dengan tingkat harga diri yang tergolong tinggi sebanyak 65 siswa (73,86%).

Hal tersebut sesuai dengan pendapat Soliha (2015) bahwa media sosial bukanlah satu-satunya media yang digunakan untuk memperlihatkan diri yang positif sehingga dapat meningkatkan harga diri pada seseorang. Individu akan secara aktif memutuskan penggunaan secara benar sehingga tidak mudah terpengaruh dengan apa yang diberikan oleh media sosial. Penelitian yang mendukung juga yaitu penelitian yang dilakukan oleh Kramer dan Winter (2008) menyebutkan bahwa tidak ada kaitannya antara harga diri seseorang dengan gambaran seseorang yang dilakukan di media sosial, karena hal tersebut hanya dilakukan untuk mencari informasi dan menjalin hubungan timbal balik antar pengguna media sosial tersebut.

Remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang sebagian besar memiliki tingkat harga diri tinggi yang akan menyebabkan kepercayaan dirinya akan muncul

sehingga dapat melakukan interaksi sosial dengan baik (Alwisol, 2011). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ardari (2016) yang menyebutkan bahwa remaja yang memiliki kepercayaan yang tinggi, maka akan dapat memanfaatkan media sosial dengan baik. Selain melakukan interaksi dalam media sosial, remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang akan tetap menjalin hubungan pertemanan yang baik secara langsung (tatap muka).

Hal tersebut tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ferdiana dkk (2016) menyebutkan bahwa terdapat hubungan negatif dimana mahasiswa yang memiliki harga diri yang rendah cenderung lebih banyak berinteraksi sosial melalui media sosial dibandingkan dengan mahasiswa dengan tingkat harga diri yang tinggi. Remaja merasa lebih nyaman berinteraksi dengan media sosial karena dalam media sosial tidak harus bertatap langsung dengan pengguna, dan juga respon yang diberikan kepada pengguna lain dapat direncanakan terlebih dahulu. Dibandingkan dengan interaksi secara langsung yang harus memperlihatkan ekspresi muka dan memberikan respon secara spontan.

Remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang lebih memilih berinteraksi secara langsung dengan teman sekelas dan sebayanya sehingga intensitas penggunaan media sosial *Instagram* mereka menjadi rendah. Mereka lebih senang mendapatkan tanggapan langsung ketika berinteraksi dengan teman sekolahnya dibandingkan pemberian *like* dan *comment*, yang menurut mereka ada kemungkinan pengguna lain hanya sekedar memberikan *like* maupun *comment* di postingannya tanpa benar-benar memberikan pujian. Beberapa remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang mengaku menggunakan media sosial *Instagram* lebih untuk mencari informasi dan berita terbaru.

Beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi tingkat harga diri pada remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang ini diantaranya adalah prestasi/ intelegensi dan lingkungan keluarga. SMA Negeri 4 Malang merupakan salah satu SMA di kota Malang yang memiliki siswa dengan prestasi yang tinggi baik dalam bidang akademik, maupun non akademik. Hal ini dirasa dapat mempengaruhi tingkat harga diri pada remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang. Mereka tampil dengan percaya diri ketika memiliki intelektual yang tinggi. Hal ini sesuai dengan pendapat Ghufron (2010) yang menyatakan bahwa penilaian akademik remaja erat hubungannya dengan perilaku remaja yang selalu berusaha untuk mencapai hal yang diinginkannya sehingga hal tersebut dapat meningkatkan harga diri mereka. Hal ini juga berkaitan dengan adanya lingkungan keluarga yang selalu mendukung dan keterlibatan orangtua remaja didalamnya. Remaja yang dikelilingi dengan rasa bahagia akan cenderung memiliki harga diri yang tinggi, sedangkan remaja dengan lingkungan keluarga yang kasar dan diacuhkan kecenderungan akan memiliki harga diri yang rendah.

6. 4. Implikasi terhadap Bidang Keperawatan

Implikasi dalam bidang keperawatan adalah sebagai masukan bagi perawat agar mampu melaksanakan asuhan keperawatan dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada para remaja sehingga dapat memenuhi tahap perkembangan tanpa adanya suatu permasalahan.

Walaupun hasil yang didapat terkait hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan tingkat harga diri remaja tidak ada hubungan yang signifikan, perawat tetap dapat memberikan edukasi baik kepada pengguna media sosial *Instagram* kategori rendah, sedang maupun tinggi untuk

tetap melakukan interaksi sosial secara langsung dengan orang lain sehingga dapat meningkatkan tingkat harga diri remaja. Hal yang dapat dilakukan selanjutnya juga memberikan edukasi agar remaja tetap menggunakan media sosial *Instagram* secara bijak.

6.5. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian berfokus pada salah satu media sosial yaitu *Instagram*, sedangkan pada remaja adanya kemungkinan menggunakan media sosial lain secara bersamaan.



BAB 7

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang sebagian besar pada kategori rendah yaitu sebanyak 59 responden (68,6%).
2. Tingkat harga diri remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang sebagian besar memiliki tingkat harga diri yang tinggi yaitu sebanyak 73 responden (84,9%).
3. Tidak terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan tingkat harga diri remaja kelas XI SMA Negeri 4 Malang dengan nilai signifikansi sebesar 0,310 ($p < 0,05$) dengan koefisien korelasi sebesar 0,111.

7.2. Saran

1. Praktis

Pihak sekolah dapat memanfaatkan peran guru bimbingan dan konseling untuk mengoptimalkan harga diri remaja dengan kecenderungan memiliki harga diri yang rendah di sekolah tersebut, mungkin dengan pengembangan minat dan bakat. Remaja dengan kecenderungan memiliki intensitas penggunaan media sosial *Instagram* kategori sedang ke tinggi diharapkan dapat menggunakan secara bijak media sosial apapun yang digunakan, tidak hanya mengunggah foto maupun video tetapi remaja dapat memanfaatkan fitur pencarian untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat, memotivasi, dan lainnya. Remaja juga

diharapkan mampu menghargai dirinya sendiri dan melakukan interaksi sosial dengan siapapun dengan baik.

2. Keperawatan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, perawat dapat melakukan pendekatan dengan remaja yang cenderung memiliki tingkat harga diri yang rendah sehingga mendapatkan terapi yang efektif dalam menangani permasalahan yang ada dalam remaja tersebut.

3. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti hal terkait penelitian ini dapat meneliti media sosial lain yang digunakan oleh remaja. Peneliti selanjutnya juga bisa membandingkan media sosial satu dengan media sosial lainnya terkait dengan tingkat harga diri pada remaja. Selain itu peneliti selanjutnya dapat meneliti faktor lainnya yang dapat mempengaruhi harga diri pada remaja seperti lingkungan keluarga, dukungan emosional, prestasi, atau lingkungan fisik. Penelitian selanjutnya juga dapat lebih memfokuskan remaja dengan intensitas penggunaan media sosial dengan durasi penggunaan 1-2 jam/hari atau 10-40 jam/bulan, dan juga dengan frekuensi mengakses setiap 1 jam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M & Asrori, M. 2012. Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Alwisol. 2011. Psikologi Kepribadian. Malang: UMM Press.
- Andarwati, I. 2016. *Citra Diri Ditinjau dari Intensitas Penggunaan Media Jejaring Social Instagram pada Siswa Kelas XI SMA N 9 Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Anindyajati, M & Karima, M. 2004. *Peran Harga Diri Terhadap Asertivitas Remaja Penyalahgunaan Narkoba*. Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Indonusa Esa Unggul
- Arisai O. 2014. *Konstruksi Identitas Diri Remaja Pengguna Media Instagram di Kota Medan*. Skripsi. Sumatera Utara. Universitas Sumatera Utara
- Aryaguna, P. 2012. *Analisis Faktor Pendorong Remaja dalam Penggunaannya terhadap Media Jejaring Sosial: Twitter*. Skripsi, tidak diterbitkan. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Surabaya.
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita.
- Baron, Robert, A., & Byrne D. 2012. Psikologi Sosial. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Budiargo, Dian. 2015. Berkomunikasi ala Net Generation. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Burns, R.B. 1993. Konsep Diri (Teori, Pengukuran, Perkembangan dan Perilaku). Jakarta: Arcan.
- Burns, R.B. 1998. Konsep Diri: Teori, Pengukuran, Perkembangan dan Perilaku. Alih Bahasa oleh Eddy. Jakarta: Arcan.
- Chaplin, J.P. 2008. Kamus Lengkap Psikologi. Diterjemahkan oleh Kartini Kartono. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ardari C. 2016. *Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Remaja Awal*. Jurnal Program Studi Psikologi. Jakarta.
- Coopersmith, S. 1998. The Atencedent of Self Esteem. San Fransiszo: W.H. Freeman and Company.
- Elizabeth B. Hurlock. 1978. Perkembangan Anak. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Eryta, A. P. S. 2013. *Aplikasi Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop*. Skripsi. Surabaya: Universitas Pembangunan Nasional "Veteran".
- Evans, Dave. 2008. Social Media Marketing An Hour A Day. Canada: Wiley Publishing Inc

- Fazriyati, W. 2013. Perilaku di Facebook Cermin Masalah Penerimaan Diri. Kompas.com. Diunduh dari <http://health.kompas.com/read/2013/09/18/1625487/Perilaku.di.Facebook.Cermin.Masalah.Penerimaan.Diri>. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2017 pada pukul 15.40.
- Feist, Jess & Gregory J. Feist. 2010. Teori Kepribadian (trans. Hardianto). Edisi 7 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ferdiana, Damajanti. 2016. Self Esteem dan Self Disclosure pada Mahasiswa Psikologi Pengguna Blackberry Messenger. Jurnal. Universitas Negeri Surabaya.
- Frey, D & Carlock, C.J. 1987. Enhancing Self Esteem. Ohio: Accelerated Development.
- Ghufron. 2010. Teori-teori Perkembangan. Bandung: Refika Aditama.
- Ghufron. 2012. Teori-teori Perkembangan. Bandung: Refika Aditama.
- Handayani, G.E. 2008. *Hubungan antara Harga Diri dan Citra Tubuh pada Remaja Putri yang Mengalami Obesitas dari Sosial Ekonomi Menengah Atas*. Skripsi Publikasi. Depok: Universitas Indonesia.
- Guindon, M. H. 2010. Self-esteem across the lifespan: Issue and Intervention. USA: Taylor and Francis Group.
- Mahendra, I.T. 2017. *Peran Media Sosial Instagram dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi*. Skripsi. Jakarta. Universitas Negeri Syarif Hidayatullah.
- Kamila, I. I. & Mukhlis, M. 2013. *Perbedaan Harga Diri (Self Esteem) Remaja Ditinjau dari Keberadaan Ayah*. Jurnal Psikologi. Riau: UIN Sultan Syarif Kasim.
- Kemenkominfo. 2014. Pengguna Internet Indonesia di Indonesia capai 82 juta. Artikel.kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita_satker#.VNBOetUdHQ. Diakses pada tanggal 1 November 2017 pada pukul 17.48 WIB.
- Kramer, N. C. & Winter, S. 2008. Impression Management 2.0: The Relationship of Self Esteem, Extraversion, Self Efficacy, and Self Presentation Within Social Networking Sites. Journal of Media Psychology.
- Kristanto, S. 2012. Tingkat Kecenderungan Narsistik Pengguna Facebook. Jurnal Social and Industrial Psychology.
- Lukman dkk. 2012. *Harga Diri pada Remaja Menengah Putri di SMA Negeri 15 Kota Semarang*. Jurnal. Universitas Diponegoro

Madcoms. 2010. Facebook, Twitter, dan Plurk dalam Satu Genggaman. Yogyakarta: ANDI.

Michelle, N. 2014. *Dampak Penggunaan Sosial Media Terhadap Murid SMA Santa Angela Kelas X-IBA*. Laporan Publikasi. Bandung: SMA Santa Angela.

Oberst, U., Wegmann, E., Stodt, B., Brand, M., & Chamaro, A. 2017. Negative consequences from heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear missing out. *Journal of Adolescence*.

Rahmania P, N. 2012. *Hubungan Antara Self Esteem dengan Kecenderungan Body Dysmorphic Disorder pada Remaja Putri*. *Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental*.

Rizki, A. I. 2017. *Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Harga Diri*. Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Santrock, J.W. 2007. *Psikologi Perkembangan*. Edisi 11 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Sa'id, M. A. 2015. *Mendidik remaja nakal: panduan praktis seni mendidik dan berinteraksi dengan remaja*. Yogyakarta: Semesta Hikmah.

Septeria, D. 2012. *Hubungan antara Harga Diri (Self Esteem) dengan Memaafkan (Forgiveness) pada Remaja Putri di SMA Islam Al Maarif Singosari Malang*. Skripsi, Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Setyawan, M. 2016. *Hubungan antara Durasi Penggunaan Media Sosial dengan Kestabilan Emosi pada Pengguna Media Sosial Usia Dewasa Awal*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

Simbolon, S. 2008. *Hubungan Harga Diri dengan Asertifitas pada Remaja*. Skripsi. Medan: Universitas Sumatera Utara.

Soliha, S. F. 2015. *Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial dan Kecemasan Sosial*. *Jurnal Interaksi*.

Steinberg, L. 1999. *Adolescence* (6th edition). New York: McGraw Hill.

Tunggaldjaja, W. 2015. *Unsur Privat dan Publik di Path*. <http://www.koransindo.com/read/974299/152/unsur-privat-dan-publik-di-path-1425952919>. Diakses pada tanggal 27 Oktober 2017 pukul 17.34 WIB.

Walter, P. 2017. *10 Fitur Terbaru Instagram yang Perlu Anda Ketahui*. <http://www.seniberpikir.com/fitur-terbaru-instagram>. Diakses pada tanggal 9 Nov 2017 pukul 15.10 WIB.

Zarella, D. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta Ilmu Semesta Anggota IKAPI.